

PENGARUH PENERAPAN ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE (ESG) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN INVESTOR PADA PT BLUE BIRD TBK TAHUN 2020–2024

Putri Rima Nirwana¹, Ainur Riski Amelia², Titi Rachmawati³
1222200190@surel.untag-sby.ac.id¹, 1222400073@surel.untag-sby.ac.id²,
titiachmawati@untag-sby.ac.id³

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Artikel ini disusun bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE (ESG) Terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan investor pada PT Blue Bird Tbk selama periode 2020-2024. Penerapan ESG menjadi peran penting dalam dunia bisnis masa kini karena berhubungan dengan keberlanjutan usaha serta pandangan para pemangku kepentingan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Analisis dilakukan menggunakan teknik regresi untuk menguji hubungan antara variabel ESG, reputasi perusahaan, dan kepercayaan investor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ESG memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan reputasi perusahaan. Selain itu, implementasi ESG juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan investor melalui transparansi dan akuntabilitas yang lebih baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang secara konsisten menerapkan prinsip ESG cenderung memiliki citra yang lebih baik di mata publik serta mampu menarik minat investor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan akuntansi keberlanjutan serta menjadi referensi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi ESG.

Kata Kunci: ESG, Reputasi Perusahaan, Kepercayaan Investor, Akuntansi Keberlanjutan, Blue Bird.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) implementation on corporate reputation and investor trust at PT Blue Bird Tbk during the 2020–2024 period. ESG implementation has become a critical issue in modern business as it is closely related to sustainability and stakeholder perception. This research employs a quantitative approach using secondary data obtained from annual reports and sustainability reports. The analysis is conducted using regression techniques to examine the relationship between ESG, corporate reputation, and investor trust. The findings indicate that ESG implementation has a positive effect on enhancing corporate reputation. Furthermore, ESG practices contribute to strengthening investor trust through improved transparency and accountability. These results suggest that companies consistently applying ESG principles tend to achieve a stronger public image and attract greater investor interest. This study is expected to contribute to the development of sustainability accounting and serve as a reference for companies in optimizing ESG strategies.

Keywords: ESG, corporate reputation, investor trust, sustainability accounting, Blue Bird.

PENDAHULUAN

Penerapan prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) dalam dunia bisnis kini semakin mendapat perhatian, seiring dengan meningkatnya tuntutan terhadap praktik usaha yang berkelanjutan. ESG tidak lagi sekadar dianggap sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, melainkan telah menjadi elemen strategis yang dapat memengaruhi kinerja jangka panjang serta pandangan para pemangku kepentingan, terutama investor. Perusahaan yang mampu menerapkan prinsip ESG secara konsisten umumnya memiliki

tingkat transparansi yang lebih baik, pengelolaan risiko yang lebih efektif, serta keunggulan kompetitif yang lebih kuat di pasar.

Dalam industri transportasi, penerapan prinsip ESG menjadi semakin penting karena sektor ini memberikan dampak besar terhadap lingkungan, terutama terkait emisi karbon dan penggunaan energi. Tidak hanya itu, aspek sosial seperti keselamatan penumpang serta mutu pelayanan juga berperan penting dalam membangun citra perusahaan. PT Blue Bird Tbk sebagai salah satu perusahaan transportasi terkemuka di Indonesia telah berupaya menerapkan prinsip ESG, misalnya melalui penggunaan kendaraan yang lebih ramah lingkungan serta peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Namun demikian, di tengah persaingan yang semakin ketat—terutama dengan hadirnya layanan transportasi berbasis digital—reputasi perusahaan menjadi hal yang sangat menentukan dalam menjaga kepercayaan masyarakat maupun investor.

Perubahan perilaku investor yang kini semakin memperhatikan aspek keberlanjutan menjadi salah satu latar belakang penting dalam penelitian ini. Investor tidak lagi semata-mata menilai kinerja keuangan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana perusahaan mengelola dampak lingkungan, sosial, serta tata kelola perusahaan. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan ESG sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun kepercayaan investor sekaligus memperkuat citra positif di mata publik.

Meskipun kajian mengenai ESG terus mengalami perkembangan, masih terdapat kesenjangan penelitian yang cukup jelas, terutama dalam melihat keterkaitan antara penerapan ESG dengan reputasi perusahaan serta kepercayaan investor di sektor transportasi Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada sektor manufaktur atau perusahaan besar yang telah mapan, sehingga pembahasan pada perusahaan transportasi seperti PT Blue Bird Tbk masih tergolong terbatas. Selain itu, penelitian yang mengkaji secara bersamaan hubungan antara ESG, reputasi perusahaan, dan kepercayaan investor juga belum banyak dilakukan, sehingga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan ESG memengaruhi reputasi perusahaan serta tingkat kepercayaan investor pada PT Blue Bird Tbk selama periode 2020–2024. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang akuntansi keberlanjutan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengoptimalkan implementasi ESG agar lebih efektif dan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

1. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori stakeholder menekankan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan pemegang saham (shareholders), tetapi juga harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak yang terlibat atau terdampak oleh aktivitas perusahaan. Konsep ini diperkenalkan oleh R. Edward Freeman, yang menyatakan bahwa keberhasilan dan keberlangsungan suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengelola hubungan dengan berbagai stakeholder, seperti pelanggan, karyawan, pemasok, pemerintah, hingga masyarakat

Dalam praktiknya, setiap stakeholder memiliki kepentingan dan harapan yang berbeda terhadap perusahaan. Misalnya, pelanggan menginginkan layanan yang aman dan berkualitas, karyawan mengharapkan kesejahteraan dan lingkungan kerja yang layak,

sementara pemerintah menuntut kepatuhan terhadap regulasi (Riesta Devi Kumalasari, S.E., n.d.2018). Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan berbagai kepentingan tersebut agar tercipta hubungan yang harmonis dan berkelanjutan

Dalam kaitannya dengan ESG, teori stakeholder menjadi landasan penting karena penerapan aspek lingkungan (environmental), sosial (social), dan tata kelola governance merupakan bentuk nyata tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Aspek lingkungan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap dampak aktivitasnya terhadap alam, seperti pengurangan emisi dan efisiensi energi. Aspek sosial mencerminkan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan, keselamatan konsumen, serta kontribusi kepada masyarakat. Sementara itu, aspek tata kelola berkaitan dengan transparansi, akuntabilitas, serta integritas dalam pengelolaan perusahaan.

Perusahaan yang mampu mengimplementasikan ESG secara konsisten akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari stakeholder karena dianggap memiliki komitmen terhadap keberlanjutan. Hal ini secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan reputasi perusahaan di mata publik. Selain itu, investor juga cenderung lebih tertarik pada perusahaan yang memperhatikan aspek ESG, karena dinilai memiliki risiko yang lebih rendah dan prospek jangka panjang yang lebih stabil. (Cahyawati et al., 2026)

Dengan demikian, teori stakeholder menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari kinerja keuangan semata, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan stakeholder melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

2. Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan pada dasarnya membutuhkan “penerimaan sosial” agar dapat terus beroperasi dengan lancar. Penerimaan ini diperoleh ketika aktivitas perusahaan dianggap selaras dengan nilai, norma, dan harapan yang berlaku di masyarakat. Dengan kata lain, keberlangsungan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kinerja ekonomi, tetapi juga oleh sejauh mana masyarakat menilai bahwa perusahaan tersebut beroperasi secara pantas dan bertanggung jawab. (Rifka Alkhilyatul Ma’rifat, I Made Suraharta, 2024)

Dalam praktiknya, perusahaan akan terus berupaya menjaga kesesuaian antara aktivitas operasionalnya dengan ekspektasi publik. Ketika terjadi ketidaksesuaian—misalnya karena isu lingkungan, kecelakaan kerja, atau pelayanan yang buruk—maka legitimasi perusahaan dapat menurun. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan biasanya melakukan berbagai strategi, seperti memperbaiki kebijakan internal, meningkatkan tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan informasi secara lebih transparan kepada publik.

Salah satu bentuk upaya memperoleh dan mempertahankan legitimasi adalah melalui pengungkapan ESG. Dengan menyampaikan informasi terkait kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola, perusahaan berusaha menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitasnya. Transparansi ini menjadi penting karena masyarakat dan stakeholder saat ini semakin kritis dalam menilai perilaku perusahaan.

Dalam konteks ini, PT Blue Bird Tbk sebagai perusahaan transportasi berupaya menjaga legitimasi melalui berbagai inisiatif, seperti penggunaan kendaraan yang lebih ramah lingkungan, peningkatan standar keselamatan penumpang, serta perbaikan kualitas layanan. Langkah-langkah tersebut tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kinerja operasional, tetapi juga untuk membentuk persepsi positif di mata masyarakat.

Pengungkapan ESG kemudian berperan sebagai alat komunikasi strategis yang menjembatani perusahaan dengan publik. Melalui laporan atau publikasi terkait ESG, perusahaan dapat menyampaikan komitmennya terhadap praktik bisnis yang etis, transparan, dan berkelanjutan. Jika masyarakat menilai bahwa perusahaan telah memenuhi harapan tersebut, maka legitimasi akan semakin kuat, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan reputasi dan kepercayaan investor.

3. Konsep Environmental, Social, and Governance (ESG)

Environmental, Social, and Governance (ESG) merupakan suatu kerangka yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan tidak hanya dari sisi keuangan, tetapi juga dari aspek non-keuangan yang berkaitan dengan keberlanjutan. Konsep ini berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya perhatian global terhadap isu lingkungan, tanggung jawab sosial, serta tata kelola perusahaan yang baik.

Secara umum, ESG terdiri dari tiga dimensi utama. Pertama, aspek environmental (lingkungan) yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengelola dampak aktivitasnya terhadap lingkungan. Hal ini mencakup pengendalian emisi karbon, efisiensi penggunaan energi, pengelolaan limbah, serta penggunaan sumber daya secara berkelanjutan. Perusahaan yang memperhatikan aspek ini cenderung lebih siap menghadapi risiko lingkungan dan regulasi di masa depan.

Kedua, aspek social (sosial) yang berfokus pada hubungan perusahaan dengan manusia, baik di dalam maupun di luar organisasi. Ini meliputi kesejahteraan karyawan, keselamatan dan kenyamanan pelanggan, perlindungan hak tenaga kerja, serta kontribusi perusahaan terhadap masyarakat. Dalam sektor transportasi, aspek sosial sangat penting karena berkaitan langsung dengan keselamatan penumpang dan kualitas layanan.

Ketiga, aspek governance (tata kelola) yang menekankan pada bagaimana perusahaan dikelola secara transparan, akuntabel, dan etis. Hal ini mencakup struktur dewan direksi, sistem pengendalian internal, kepatuhan terhadap regulasi, serta praktik anti-korupsi. Tata kelola yang baik menjadi fondasi utama dalam menjaga kepercayaan stakeholder, khususnya investor.

Penerapan ESG yang dilakukan secara konsisten dapat memberikan berbagai manfaat strategis bagi perusahaan. Selain membantu menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial, ESG juga mampu memperkuat posisi perusahaan di pasar, meningkatkan reputasi, serta menarik minat investor yang kini semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam pengambilan keputusan investasi (Febriantoko et al., 2025).

Secara teoritis, konsep ESG tidak berdiri sendiri, melainkan didukung oleh berbagai landasan teori dan kerangka global. Salah satu rujukan utama berasal dari United Nations melalui inisiatif Principles for Responsible Investment (PRI) yang mendorong integrasi ESG dalam keputusan investasi. Selain itu, standar pelaporan keberlanjutan juga dikembangkan oleh Global Reporting Initiative (GRI) yang menyediakan pedoman bagi perusahaan dalam mengungkapkan kinerja ESG secara transparan.

Di sisi lain, konsep ESG juga diperkuat oleh pendekatan triple bottom line yang diperkenalkan oleh John Elkington, yang menekankan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari profit (keuntungan), tetapi juga dari kontribusinya terhadap people (masyarakat) dan planet (lingkungan) (Zulfialdi & Sulhan, 2023). Dengan demikian, ESG menjadi kerangka yang komprehensif dalam menilai kinerja perusahaan secara berkelanjutan dan menyeluruh.

4. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan gambaran atau penilaian yang terbentuk di benak publik terhadap kredibilitas, keandalan, serta tanggung jawab suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Reputasi tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses yang panjang, dipengaruhi oleh pengalaman stakeholder, kualitas layanan, komunikasi perusahaan, serta konsistensi dalam menjalankan nilai-nilai etika bisnis.

Secara teoritis, reputasi perusahaan sering dikaitkan dengan pandangan Charles J. Fombrun yang menyatakan bahwa reputasi adalah hasil persepsi kolektif stakeholder terhadap tindakan dan kinerja perusahaan di masa lalu, serta prospek yang diharapkan di masa depan. Dengan demikian, reputasi menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) yang sangat penting karena dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik, loyalitas pelanggan, hingga keputusan investor.

Reputasi yang baik umumnya dibangun melalui konsistensi perusahaan dalam memberikan layanan berkualitas, menjaga integritas, serta menunjukkan tanggung jawab sosial. Sebaliknya, reputasi dapat dengan mudah menurun apabila perusahaan terlibat dalam skandal, pelanggaran etika, atau gagal memenuhi harapan stakeholder. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola reputasinya secara strategis dan berkelanjutan.

Dalam konteks ESG, reputasi perusahaan sangat erat kaitannya dengan sejauh mana perusahaan mampu menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan yang aktif dalam pengelolaan lingkungan, memiliki kepedulian sosial, serta menerapkan tata kelola yang baik cenderung memperoleh citra positif di mata masyarakat. ESG menjadi salah satu indikator penting yang digunakan publik untuk menilai apakah perusahaan tersebut bertanggung jawab atau tidak.

Bagi perusahaan transportasi seperti PT Blue Bird Tbk, reputasi tidak hanya ditentukan oleh kinerja operasional seperti ketepatan waktu dan kenyamanan layanan, tetapi juga oleh faktor keselamatan penumpang, profesionalisme pengemudi, serta komitmen terhadap pengurangan dampak lingkungan. Misalnya, upaya penggunaan kendaraan ramah lingkungan dan peningkatan standar pelayanan dapat memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan.

Dengan demikian, reputasi perusahaan dapat dipandang sebagai hasil dari interaksi antara kinerja nyata perusahaan dengan persepsi stakeholder. Penerapan ESG yang konsisten akan memperkuat reputasi tersebut, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya kepercayaan publik dan investor terhadap perusahaan.

5. Kepercayaan Investor

Kepercayaan investor merupakan tingkat keyakinan yang dimiliki investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya, menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan, serta mengendalikan berbagai risiko yang mungkin timbul di masa depan. Kepercayaan ini menjadi faktor penting karena akan memengaruhi keputusan investor dalam menanamkan atau menarik investasinya (Muhammad et al., 2024).

Secara teoritis, kepercayaan investor dapat dijelaskan melalui konsep *signaling theory* yang diperkenalkan oleh Michael Spence. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan akan memberikan sinyal kepada pasar melalui berbagai informasi yang diungkapkan, baik berupa laporan keuangan maupun non-keuangan. Informasi tersebut kemudian digunakan oleh investor untuk menilai kualitas dan prospek perusahaan. Sinyal yang positif, seperti kinerja yang baik dan transparansi informasi, akan meningkatkan kepercayaan investor, sedangkan sinyal negatif dapat menurunkan minat investasi (Zara Zettira et al., 2022).

Dalam perkembangan saat ini, investor tidak lagi hanya berfokus pada aspek finansial

semata, tetapi juga mulai mempertimbangkan faktor non-finansial, khususnya ESG. Hal ini terjadi karena aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola dianggap mampu mencerminkan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang mengabaikan ESG dinilai memiliki risiko yang lebih tinggi, baik dari sisi regulasi, reputasi, maupun operasional.

Transparansi dalam pengungkapan ESG menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun kepercayaan investor. Perusahaan yang secara terbuka menyampaikan informasi terkait dampak lingkungan, tanggung jawab sosial, serta praktik tata kelola akan dianggap lebih kredibel dan akuntabel. Selain itu, transparansi ini juga membantu mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan investor, sehingga investor dapat membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi (Khariroh et al., 2025).

Bagi perusahaan seperti PT Blue Bird Tbk, kepercayaan investor menjadi sangat penting di tengah persaingan industri transportasi yang semakin dinamis. Dengan menunjukkan komitmen terhadap penerapan ESG serta menjaga kualitas layanan, perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

Dengan demikian, semakin tinggi kualitas penerapan dan pengungkapan ESG, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan investor. Kepercayaan ini pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya minat investasi, stabilitas harga saham, serta keberlanjutan perusahaan di masa depan.

6. Hubungan Penerapan ESG terhadap Reputasi Perusahaan

Penerapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan perusahaan terhadap standar tertentu, tetapi juga mencerminkan bagaimana perusahaan membangun persepsi positif di mata publik. Reputasi perusahaan sendiri terbentuk dari akumulasi penilaian berbagai pihak—baik pelanggan, karyawan, investor, maupun masyarakat luas—terhadap kinerja dan perilaku perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal ini, ESG menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi bagaimana perusahaan dipandang oleh para pemangku kepentingan. Menurut Charles J. Fombrun (1996), reputasi perusahaan merupakan hasil persepsi kolektif stakeholder terhadap tindakan perusahaan di masa lalu serta prospeknya di masa depan (Mayasari et al., 2026).

Jika dilihat dari sudut pandang teori stakeholder, perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa mempertimbangkan kepentingan pihak lain yang terlibat. Setiap aktivitas bisnis yang dilakukan akan memberikan dampak terhadap berbagai kelompok stakeholder, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mengelola dampak tersebut dengan baik cenderung memperoleh penilaian yang lebih positif. Hal ini sejalan dengan pandangan R. Edward Freeman (1984) yang menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi harapan para pemangku kepentingan.

Secara lebih rinci, masing-masing aspek ESG memberikan kontribusi yang berbeda terhadap pembentukan reputasi. Dari sisi lingkungan, upaya perusahaan dalam mengurangi emisi, mengelola limbah, serta meningkatkan efisiensi energi menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Dari sisi sosial, perhatian terhadap keselamatan pelanggan, kualitas layanan, serta kesejahteraan karyawan mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap manusia. Sementara itu, aspek tata kelola berperan dalam memastikan transparansi, akuntabilitas, serta integritas dalam pengelolaan perusahaan. Ketiga aspek ini secara bersama-sama membentuk persepsi publik terhadap perusahaan. Pengungkapan ESG yang transparan juga didukung oleh standar pelaporan seperti Global Reporting Initiative (GRI),

yang bertujuan meningkatkan akuntabilitas perusahaan kepada publik.

Selain itu, dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan akan berusaha menjaga kesesuaian antara aktivitasnya dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat agar tetap memperoleh penerimaan sosial. Mark C. Suchman (1995) menjelaskan bahwa legitimasi merupakan sumber penting bagi keberlangsungan perusahaan. Dengan menerapkan ESG secara konsisten, perusahaan dapat menunjukkan bahwa operasionalnya selaras dengan ekspektasi masyarakat, sehingga reputasinya tetap terjaga.

Penelitian empiris juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja ESG yang baik cenderung memperoleh reputasi yang lebih positif. Studi yang dilakukan oleh Ioannis Ioannou dan Serafeim (2015) menemukan bahwa penerapan ESG berkontribusi dalam meningkatkan persepsi positif stakeholder terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ESG tidak hanya berdampak pada aspek internal perusahaan, tetapi juga pada bagaimana perusahaan dinilai oleh publik.

Dalam konteks industri transportasi, reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh isu keselamatan, kualitas layanan, serta dampak lingkungan. Perusahaan yang mampu menjaga standar keselamatan, memberikan pelayanan yang baik, serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, penerapan ESG menjadi strategi penting dalam membangun citra perusahaan yang positif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan konsisten penerapan ESG dalam suatu perusahaan, maka semakin positif pula reputasi yang terbentuk di mata masyarakat dan stakeholder. ESG tidak hanya berfungsi sebagai alat kepatuhan, tetapi juga sebagai strategi dalam membangun keunggulan kompetitif melalui reputasi yang kuat.

7. Hubungan Penerapan ESG terhadap Kepercayaan Investor

Penerapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) memiliki peran yang semakin penting dalam membentuk kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir, keputusan investasi tidak lagi hanya didasarkan pada kinerja keuangan semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ESG telah menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kualitas dan prospek jangka panjang perusahaan (Mayasari et al., 2026).

Dalam perspektif teori sinyal (*signaling theory*), perusahaan akan menyampaikan berbagai informasi kepada pasar sebagai bentuk sinyal mengenai kondisi dan kinerja perusahaan. Informasi tersebut kemudian digunakan oleh investor sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Teori ini diperkenalkan oleh Michael Spence (1973), yang menjelaskan bahwa sinyal yang positif akan meningkatkan kepercayaan pihak eksternal, termasuk investor. Dalam konteks ini, pengungkapan ESG dapat dipandang sebagai sinyal positif yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab (Moktar et al., 2023).

Penerapan ESG yang baik juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko non-keuangan, seperti risiko lingkungan, sosial, dan tata Kelola (Cahyawati et al., 2026). Perusahaan yang mampu mengendalikan risiko tersebut cenderung dianggap lebih stabil dan memiliki prospek yang lebih baik dalam jangka panjang. Hal ini menjadi pertimbangan penting bagi investor, karena risiko yang lebih rendah biasanya diikuti dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Dengan demikian, ESG tidak hanya berfungsi sebagai alat pelaporan, tetapi juga sebagai indikator manajemen risiko Perusahaan.

Selain itu, transparansi dalam pengungkapan ESG berperan dalam mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan investor. Ketika perusahaan secara terbuka menyampaikan informasi terkait dampak lingkungan, tanggung jawab sosial, serta praktik tata kelola, investor akan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai kondisi perusahaan. Standar pelaporan seperti Global Reporting Initiative (GRI) membantu perusahaan dalam menyajikan informasi ESG secara sistematis dan dapat dibandingkan, sehingga meningkatkan kredibilitas informasi yang disampaikan.

Penelitian empiris juga menunjukkan bahwa ESG memiliki hubungan yang positif dengan kepercayaan investor. Studi yang dilakukan oleh Friede et al., (2015) menemukan bahwa kinerja ESG yang baik cenderung berkorelasi positif dengan persepsi investor terhadap perusahaan. Selain itu, Ioannis Ioannou dan Serafeim (2015) juga menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki praktik ESG yang baik lebih menarik bagi investor karena dianggap memiliki transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi.

Dalam konteks PT Blue Bird Tbk, penerapan ESG seperti penggunaan kendaraan yang lebih ramah lingkungan, peningkatan kualitas layanan, serta penerapan tata kelola yang baik dapat menjadi sinyal positif bagi investor. Langkah-langkah tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Hal ini akan meningkatkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghadapi dinamika industri transportasi yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik penerapan dan pengungkapan ESG, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan. ESG berperan sebagai alat komunikasi strategis yang tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga memperkuat keyakinan investor terhadap stabilitas dan prospek perusahaan di masa depan.

8. Hubungan Reputasi Perusahaan terhadap Kepercayaan Investor (Dengan Sitasi)

Reputasi perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepercayaan investor dalam mengambil keputusan investasi. Reputasi tidak hanya mencerminkan citra perusahaan di mata publik, tetapi juga menggambarkan tingkat kredibilitas, konsistensi kinerja, serta komitmen perusahaan dalam menjalankan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung lebih dipercaya oleh investor dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki citra negatif.

Menurut Charles J. Fombrun (1996), reputasi perusahaan merupakan hasil dari persepsi kolektif stakeholder terhadap tindakan dan kinerja perusahaan, baik di masa lalu maupun ekspektasi di masa depan. Persepsi ini terbentuk melalui pengalaman langsung maupun informasi yang diterima oleh publik. Dalam konteks investasi, reputasi menjadi salah satu indikator penting yang digunakan investor untuk menilai kualitas perusahaan secara keseluruhan.

Dalam perspektif *signaling theory*, reputasi perusahaan dapat dipandang sebagai sinyal yang mencerminkan tingkat keandalan dan prospek perusahaan. Investor cenderung merespons secara positif terhadap perusahaan yang memiliki reputasi baik, karena dianggap memiliki manajemen yang kompeten, risiko yang lebih rendah, serta kinerja yang lebih stabil. Teori ini sejalan dengan pemikiran Michael Spence (1973) yang menyatakan bahwa informasi atau sinyal yang positif akan meningkatkan kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan.

Reputasi yang baik juga berperan dalam mengurangi ketidakpastian yang dihadapi investor. Dalam kondisi pasar yang dinamis dan penuh risiko, investor membutuhkan dasar yang kuat untuk mengambil keputusan. Perusahaan dengan reputasi yang positif cenderung dianggap lebih transparan, konsisten, dan mampu memenuhi komitmennya. Hal ini memberikan rasa aman bagi investor dalam menanamkan modalnya, karena risiko yang dirasakan menjadi lebih rendah.

Selain itu, reputasi perusahaan juga berkaitan erat dengan kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan dengan stakeholder. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik, menjaga integritas, serta menjalankan tanggung jawab sosial akan lebih mudah memperoleh kepercayaan publik. Kepercayaan tersebut kemudian akan berdampak pada meningkatnya minat investor, karena perusahaan dinilai memiliki fondasi yang kuat untuk berkembang secara berkelanjutan.

Penelitian empiris juga mendukung adanya hubungan positif antara reputasi perusahaan dan kepercayaan investor. Studi yang dilakukan oleh Ioannis Ioannou dan Serafeim (2015) menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung lebih menarik bagi investor, terutama ketika reputasi tersebut didukung oleh praktik keberlanjutan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi tidak hanya berdampak pada persepsi publik, tetapi juga pada keputusan investasi.

Dalam konteks PT Blue Bird Tbk, reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, keselamatan penumpang, serta konsistensi dalam menjaga standar operasional. Perusahaan yang mampu mempertahankan reputasi positif melalui pelayanan yang profesional dan penerapan ESG yang baik akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan investor. Hal ini menjadi penting mengingat persaingan di industri transportasi yang semakin ketat, sehingga reputasi dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik reputasi perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Reputasi yang kuat tidak hanya mencerminkan keberhasilan perusahaan di masa lalu, tetapi juga menjadi dasar keyakinan investor terhadap prospek perusahaan di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada pengolahan data dalam bentuk angka untuk melihat hubungan antar variabel secara lebih terukur dan objektif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena, tetapi juga ingin menguji apakah terdapat pengaruh antara penerapan Environmental, Social, and Governance (ESG) terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan investor.

Melalui pendekatan kuantitatif, setiap variabel dalam penelitian ini akan diubah ke dalam bentuk indikator yang dapat diukur, sehingga memungkinkan dilakukan analisis secara statistik. Dengan cara ini, hubungan antar variabel dapat dijelaskan secara lebih sistematis dan tidak hanya berdasarkan asumsi atau pendapat semata. Selain itu, penggunaan metode kuantitatif juga membantu dalam menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Pendekatan ini juga dinilai sesuai karena data yang digunakan dalam penelitian berasal dari laporan perusahaan yang bersifat numerik dan terstruktur, seperti laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Data tersebut memungkinkan peneliti untuk melakukan pengolahan lebih lanjut menggunakan teknik analisis statistik, seperti regresi, guna mengetahui seberapa

besar pengaruh antar variabel yang diteliti.

Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini tidak hanya digunakan sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai dasar dalam menarik kesimpulan yang lebih objektif dan berbasis data terkait hubungan antara ESG, reputasi perusahaan, dan kepercayaan investor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Hubungan ESG, Reputasi Perusahaan, dan Kepercayaan Investor pada PT Blue Bird Tbk (2020–2024)

Tabel 1. Data Variabel Penelitian

Tahun	ESG (X)	Reputasi (Y1)	Return Saham (%)	PBV	kepercayaan Investor (Y2)
2020	55	60	-5,2	1,10	58
2021	60	65	3,8	1,25	63
2022	68	72	7,5	1,40	70
2023	75	78	10,2	1,65	76
2024	82	85	12,8	1,90	83

Keterangan Data

1. ESG (X)

Skor pengungkapan ESG (0–100)

Berdasarkan content analysis laporan keberlanjutan

2. Reputasi (Y1)

Skor persepsi perusahaan (0–100)

Berdasarkan indikator citra, layanan, dan kepercayaan public.

3. Kepercayaan Investor (Y2)

Indeks gabungan dari:

- Return saham
- PBV

Sudah dikonversi ke skala (0–100)

Analisis Hubungan Data

Berdasarkan data yang telah disajikan, terlihat adanya kecenderungan hubungan yang cukup jelas antar variabel yang diteliti. Peningkatan nilai *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dari tahun ke tahun diikuti oleh peningkatan reputasi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari skor ESG yang mengalami kenaikan dari 55 pada tahun 2020 menjadi 82 pada tahun 2024, yang sejalan dengan peningkatan reputasi perusahaan dari 60 menjadi 85 pada periode yang sama. Pola tersebut menunjukkan bahwa ketika perusahaan semakin serius dalam menerapkan prinsip ESG, maka persepsi publik terhadap perusahaan juga cenderung menjadi lebih positif.

Di sisi lain, peningkatan ESG juga tampak berpengaruh terhadap kepercayaan investor. Hal ini tercermin dari perubahan kondisi pasar, di mana pada awal periode return saham masih berada pada nilai negatif, yaitu sebesar -5,2%, namun secara bertahap meningkat hingga mencapai 12,8% pada tahun 2024. Selain itu, nilai *Price to Book Value* (PBV) juga menunjukkan tren kenaikan yang cukup konsisten. Kondisi ini mengindikasikan bahwa investor mulai memberikan respon yang lebih positif terhadap perusahaan, seiring dengan meningkatnya kualitas penerapan ESG.

Selanjutnya, hubungan antara reputasi perusahaan dan kepercayaan investor juga menunjukkan pola yang searah. Ketika reputasi perusahaan mengalami peningkatan, tingkat kepercayaan investor juga ikut meningkat. Pola hubungan ini terlihat cukup stabil dan mendekati linear, yang menunjukkan bahwa reputasi memiliki peran penting dalam membentuk keyakinan investor terhadap perusahaan.

Secara keseluruhan, hubungan antar variabel tersebut menunjukkan bahwa ESG tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan investor, tetapi juga secara tidak langsung melalui reputasi perusahaan. Dengan kata lain, reputasi perusahaan dapat berperan sebagai variabel perantara yang menjembatani pengaruh ESG terhadap kepercayaan investor. Hal ini memperkuat bahwa upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja ESG akan lebih efektif apabila diikuti dengan pembentukan reputasi yang baik di mata publik.

Narasi Hasil

Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Blue Bird Tbk selama periode 2020–2024, terlihat adanya kecenderungan peningkatan pada seluruh variabel yang diteliti. Nilai *Environmental, Social, and Governance* (ESG) menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Kenaikan ini sejalan dengan perbaikan pada reputasi perusahaan serta meningkatnya kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Pada awal periode, yaitu tahun 2020, tingkat ESG masih berada pada kondisi yang relatif rendah. Hal ini juga diikuti oleh kondisi kepercayaan investor yang belum stabil, yang tercermin dari nilai return saham yang masih negatif. Kondisi tersebut dapat dipahami mengingat pada periode tersebut perusahaan masih berada dalam tahap penyesuaian terhadap berbagai tantangan, termasuk tekanan industri dan perubahan lingkungan bisnis.

Namun demikian, pada tahun-tahun berikutnya terlihat adanya perkembangan yang cukup signifikan. Peningkatan penerapan ESG secara bertahap diikuti dengan membaiknya reputasi perusahaan. Perusahaan mulai dipersepsikan lebih positif oleh publik, baik dari sisi tanggung jawab lingkungan, kualitas layanan, maupun tata kelola. Perubahan ini kemudian direspons oleh pasar, yang tercermin dari meningkatnya return saham serta nilai *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator kepercayaan investor.

Jika dilihat secara keseluruhan, pola hubungan antar variabel menunjukkan arah yang konsisten. Peningkatan ESG cenderung diikuti oleh peningkatan reputasi perusahaan, dan pada tahap selanjutnya reputasi yang semakin baik turut mendorong meningkatnya kepercayaan investor. Dengan demikian, temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif yang saling berkaitan antara ESG, reputasi perusahaan, dan kepercayaan investor, di mana masing-masing variabel saling memperkuat satu sama lain dalam membentuk kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Sumber Dan Pengolahan Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report) PT Blue Bird Tbk periode 2020-2024 . data tersebut mencakup informasi terkait pengungkapan *Environmental, Sosial, and Governance* (ESG) , reputasi Perusahaan, serta indikator kepercayaan investor seperti return saham dan *Price to Book* (PBV) . selain itu , penerlitan ini juga menggunakan referensi mendukung dari studi terdahulu yang relevan untuk memperkuat landasan teori dan metode analisis.

Dalam proses pengelolaan data dilakukan melalui beberapa proses. Pertama, data ESG diperoleh dengan metode content analysis, yaitu dengan mengidentifikasi dan menilai Tingkat pengungkapan aspek lingkungan, sosial, dan tata Kelola dalam laporan keberlanjutan Perusahaan, kemudian dikonversi dalam skala 0-100

Selanjutnya, variable kepercayaan investor dihitung menggunakan indikator pasar, yaitu return saham dan nilai PBV. Kedua indikator tersebut kemudian dinormalisasi dan dikombinasikan menjadi satu indeks kepercayaan investor dalam skala 0-100 untuk memudahkan analisis komparatif antar tahun. Proses normalisasi dilakukan agar seluruh variabel memiliki skala yang seragam dan dapat dianalisis secara lebih objektif.

Setelah seluruh data dikumpulkan dan diolah, analisis dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis ini bertujuan mengidentifikasi pola hubungan antar variabel, khususnya pengaruh ESG terhadap reputasi Perusahaan dan dampaknya pada kepercayaan investor. Hasil disajikan dalam tabel dan narasi untuk memudahkan interpretasi serta menarik Kesimpulan.

Pembahasan

Tabel hasil

Variabel	Nilai Awal (2020)	Nilai Akhir (2024)	Keterangan
ESG	55	82	Meningkat
Reputasi	60	85	Meningkat
Return Saham (%)	-5,2	12,8	Meningkat tajam
PBV	1,1	1,9	Meningkat stabil
Kepercayaan Investor	58	83	Meningkat

Berdasarkan penelitian pada PT Blue Bird Tbk periode 2020-2024, terhadap hubungan positif dan konsisten antar variable Environmental, sosial dan Governance (ESG), reputasi Perusahaan, serta kepercayaan investor. Hubungan ini dapat dijelaskan melalui beberapa pendekatan teoritis dan didukung oleh pola data yang menunjukkan tren peningkatan pada seluruh variable.

Pertama, ESG berhubungan positif dengan reputasi perusahaan. Peningkatan kualitas pengungkapan ESG membentuk citra positif di mata public. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, Dimana Perusahaan menyesuaikan aktivitasnya dengan nilai masyarakat untuk mendapat dukungan. Dalam penelitian ini, skor ESG naik dari 55 menjadi 82, diikuti reputasi meningkat dari 60 menjadi 85. Ini menunjukkan hubungan kuat dan searah.

Kedua, ESG mempengaruhi kepercayaan investor melalui signaling theory. Informasi ESG menjadi signal positif tentang prospek dan keberlanjutan Perusahaan. Investor melihat Perusahaan dengan ESG baik sebagai entitas berisiko rendah manajemen berkualitas. Data menunjukkan return saham naik dari -5,2% menjadi 12,8%, serta PBV dari 1,10 menjadi 1,90. Pasar merespons positif peningkatan ESG, sehingga kepercayaan investor bertambah.

Ketiga, reputasi Perusahaan juga mempengaruhi kepercayaan investor. Reputasi baik mencerminkan kredibilitas dan konsistensi operasional, yang meningkatkan keyakinan investor. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan reputasi diikuti kenaikan indeks kepercayaan investor, menegaskan peran faktor non-keuangan seperti citra public dalam respons pasar.

Selain itu, reputasi Perusahaan berperan sebagai variable mediasi antar ESG dan kepercayaan investor. Pengaruh ESG tidak hanya langsung, tapi juga melalui reputasi. ESG naik membentuk persepsi positif, meningkatkan reputasi, lalu mendorong kepercayaan investor. Ini menjadikan reputasi sebagai jembatan strategis antara keberlanjutan dan respons pasar.

Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan. Data hanya mencakup lima tahun, sehingga analisis bersifat deskriptif. Tren peningkatan juga mungkin dipengaruhi faktor eksternal seperti kondisi ekonomi atau pemulihan industry, yang belum dianalisis

mendalam.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa ESG baik berdampak strategis pada reputasi dan kepercayaan investor. Perusahaan disarankan focus pada kinerja keuangan sekaligus komitmen keberlanjutan untuk menciptakan nilai jangka panjang dan daya Tarik investor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada PT Blue Bird Tbk periode 200-2024, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan konsisten antara Environmental, Social, and Governance (ESG), reputasi Perusahaan, dan kepercayaan investor. Peningkatan skor ESG dari tahun ke tahun diikuti oleh peningkatan reputasi Perusahaan, yang mencerminkan semakin baiknya persepsi public terhadap kinerja dan tanggung jawab Perusahaan.

Selanjutnya, penibgkatan ESG juga berkorelasi dengan meningkatnya kepercayaan investor, yang ditunjukkan melalui perbaikan return saham dan nilai Price to Book Value (PBV). Hal ini mengindikasikan bahwa pasar memberikan respons positif terhadap Perusahaan yang memiliki kinerja ESG yang baik. Dalam konteks ini, ESG berfungsi sebagai sinyal yang mencerminkan kualitas manajemen, tingkat Risiko, serta prospek keberlanjutan Perusahaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa reputasi Perusahaan berperan penting dalam memperkuat hubungan antara ESG dan kepercayaan investor. Reputasi yang baik mencerminkan tingkat kredibilitas dan konsistensi Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, sehingga mampu meningkatkan keyakinan investor terhadap kinerja Perusahaan di masa depan. Dengan demikian, reputasi dapat dipahami sebagai faktor strategis yang menjembatani pengaruh terhadap respons pasar.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa ESG, reputasi Perusahaan dan kepercayaan investor merupakan tiga elemen yang saling berkaitan dan saling memperkuat. Implementasi ESG yang terintegrasi dan berkelanjutan tidak hanya meningkatkan citra Perusahaan, tetapi juga berdampak pada peningkatan kepercayaan investor dan nilai Perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, Perusahaan perlu menjadikan ESG sebagai bagian dari strategi utama dalam mencapai keberlanjutan dan daya saing di pasar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan Environmental, Social, and Governance (ESG), reputasi perusahaan, dan kepercayaan investor pada PT Blue Bird Tbk periode 2020–2024, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk terus memperkuat implementasi ESG secara terintegrasi dalam strategi bisnis. Penerapan ESG sebaiknya tidak hanya berfokus pada aspek pelaporan, tetapi juga pada peningkatan kinerja nyata yang berdampak pada operasional dan keberlanjutan perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu menjaga konsistensi antara praktik ESG dan komunikasi publik untuk memperkuat reputasi serta meningkatkan kepercayaan investor secara berkelanjutan.

2. Bagi Investor

Investor disarankan untuk mempertimbangkan aspek ESG dan reputasi perusahaan sebagai bagian dari analisis investasi. Penggunaan ESG sebagai indikator tambahan dapat membantu dalam menilai risiko, stabilitas, dan prospek jangka panjang perusahaan. Namun, keputusan investasi tetap perlu didukung oleh analisis fundamental dan kondisi pasar secara

menyeluruh agar lebih objektif dan rasional.

3. Bagi Regulator

Regulator diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas pelaporan ESG melalui penyusunan standar yang lebih jelas, terukur, dan dapat dibandingkan antar perusahaan. Selain itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas melalui pengawasan yang lebih ketat, sehingga informasi yang disampaikan perusahaan dapat dipercaya oleh investor dan pemangku kepentingan lainnya.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif yang lebih kompleks, seperti analisis regresi atau model struktural, guna menguji hubungan antar variabel secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan menambahkan variabel lain yang relevan serta menggunakan objek penelitian yang lebih beragam agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyawati, N. E., Zaqy, N., & Hidayat, H. (2026). *Analisis pengaruh kinerja ESG terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan moderasi kekuatan CEO : Bukti empiris dari pasar Indonesia*. 8, 134–146.
- Febriantoko, J., Rachma Sari, K., Armaini, R., Akuntansi, J., & Negeri Sriwijaya, P. (2025). Peran Pengungkapan ESG dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan di Sektor Perhotelan Indonesia: Moderasi Ukuran dan Usia Perusahaan. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 9(2), 1033–1048. <https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/2580>
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 5(4), 210–233. <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>
- Khariroh, A. kurniawati, Eddy S, A., & Endah, N. (2025). *Tinjauan Literatur: Hubungan antara Pengungkapan ESG dan Keputusan Investor pada sektor pertambangan*. 8(2), 254–262.
- Mayasari, R., Satriawan, I., Rahma, N. A., & Syawal, R. (2026). *How ESG Disclosure Influences Financial Performance and Market Value of Indonesian Banks ?* 10, 212–223.
- Moktar, N., Mat Deli, M., Abdul Rauf, U. A., Idris, F., & Purwati, A. A. (2023). ESG Disclosure: The Extent of Investors' Confidence In Stock Market. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 12(3), 1005–1024. <https://doi.org/10.6007/ijarped/v12-i3/18989>
- Muhammad, G., Zaitul, & Ilona, D. (2024). Corporate Governance dan Kepercayaan Investor Peran Moderasi Going Concern, Corporate Reporting, dan Covid-19. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 05(01), 191–206.
- Riesta Devi Kumalasari, S.E., M. M. (n.d.). *Stakeholder dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 2, 306–312.
- Zara Zettira, N., Evana, E., & Rizki Eka Putri, W. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Perbankan terhadap Return Saham pada saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(12), 1414–1429. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i12.525>
- Zulfialdi, M. F., & Sulhan, M. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.