

**PENGARUH ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Juliana Balqis<sup>1</sup>, Gatot Nazir Ahmad<sup>2</sup>, Titis Fatarina Mahfirah<sup>3</sup>  
Manajemen, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia  
[julianabalqis\\_1705621030@mhs.unj.ac.id](mailto:julianabalqis_1705621030@mhs.unj.ac.id), [abuchdadi@unj.ac.id](mailto:abuchdadi@unj.ac.id),  
[titisfatarinamahfirah@unj.ac.id](mailto:titisfatarinamahfirah@unj.ac.id)

**Abstract**

*This research aims to analyze the influence of Environmental, Social, and Governance (ESG) on firm value, with corporate reputation as a moderating variable in energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2018 to 2023. The purpose of this study is to identify factors that influence firm value. This study uses secondary data from desire reports and company annual reports with a sample of 51 energy sector companies that meet the sampling requirements, resulting in a total of 306 observations. The analysis was conducted using balanced panel data regression with STATA software. The results of the study indicate that ESG does not have a significant effect on firm value. Corporate reputation also cannot moderate the relationship between ESG and firm value.*

**Keywords:** *ESG, Corporate Value, and Corporate Reputation.*

**Abstrak**

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Environmental, Social, and Governance (ESG)* terhadap nilai perusahaan, dengan reputasi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018 sampai dengan 2023. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keberlanjutan dan laporan tahunan perusahaan dengan sampel 51 perusahaan sektor energi yang mencapai syarat pengambilan sampel, menghasilkan total 306 observasi. Analisis dilakukan menggunakan regresi data panel seimbang (*balanced panel data*) dengan perangkat lunak STATA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ESG tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan juga tidak dapat memoderasi hubungan antara ESG terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *ESG, Nilai Perusahaan, dan Reputasi Perusahaan.*

**Article history**

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :  
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

**1. Pendahuluan**

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama dalam mengevaluasi kinerja keuangan dan non-keuangan perusahaan oleh para pemegang saham. Seiring waktu, pemahaman tentang nilai perusahaan telah bergeser untuk tidak hanya memperhatikan pemegang saham, tetapi juga melibatkan semua kelompok pemangku kepentingan [1] Investor kini mulai mempertimbangkan aspek *Environmental, Social, and Governance (ESG)* dalam membuat keputusan investasi [2].

ESG merupakan pendekatan strategis yang membantu perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan mengelola risiko dengan lebih efektif, yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan

[3]. Perusahaan dengan reputasi ESG yang baik, khususnya pada sektor energi, cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dan mampu menjaga hubungan positif dengan pemangku kepentingan [4].

Kinerja ESG mencakup upaya perusahaan untuk mengatasi keberlanjutan lingkungan, kesetaraan sosial, dan standar tata kelola, menjadikannya tolok ukur global untuk praktik etis dan keberlanjutan. Perusahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ESG ke dalam kegiatan operasional cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dari segi hasil keuangan maupun keterlibatan pemangku kepentingan [5]. Meskipun beberapa studi menunjukkan dampak positif ESG terhadap nilai perusahaan [6], ada pula yang menemukan bahwa alokasi sumber daya berlebihan tanpa perencanaan matang dapat mengurangi nilai perusahaan [7].

Reputasi perusahaan yang kuat adalah aset tak berwujud yang secara signifikan mempengaruhi kinerja dan valuasi pasar perusahaan [8]. Reputasi ini meningkatkan kepercayaan investor, akses ke modal, loyalitas pelanggan, dan mengurangi risiko operasional [9]. Di sektor energi Indonesia, yang krusial bagi transisi keberlanjutan global dan diatur oleh OJK No. 51/POJK.03/2017 tentang pelaporan keberlanjutan, pemahaman interaksi antara ESG, reputasi, dan nilai perusahaan sangat penting. Penelitian ini mengambil rentang waktu dari tahun 2018 hingga 2023.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan defensible sebagai nilai pasar dari suatu perusahaan [10]. Nilai perusahaan merupakan indikator penting dalam dunia bisnis dan ekonomi yang mencerminkan seberapa berharga suatu perusahaan dimata pemangku kepentingannya [11]. Nilai perusahaan terbentuk melalui proses penawaran dan permintaan yang terjadi di pasar modal yang merupakan hasil dari penilaian masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan [12]. Maka dalam penelitian ini nilai Tobins'Q dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut yang dikutip dari penelitian sebelumnya [13].

$$Tobins'Q = \frac{(\text{Harga saham tahun terakhir} \times \text{jumlah saham beredar}) + \text{Total liabilitas}}{\text{Total aset}}$$

### ESG

*Environmental, Social, and Governance* (ESG) merupakan sebuah standar yang digunakan untuk mengevaluasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usaha suatu perusahaan. *Environmental, Social, and Governance* (ESG) didefinisikan sebagai proses mempertimbangkan elemen-elemen lingkungan, sosial, dan tata kelola dalam pengalokasian sumber daya keuangan dan pengambilan keputusan risiko demi menghasilkan keuntungan finansial jangka panjang yang berkelanjutan [14]. Dalam penelitian ini nilai *Environmental, Social, and Governance* (ESG) diukur menggunakan standar dari *Global Reporting Institute* (GRI) 2021.

$$ESG = \frac{n}{k} \times 100\%$$

Keterangan:

n = Jumlah keseluruhan item yang diungkapkan

k = Jumlah keseluruhan item yang seharusnya diungkapkan.

### Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan didefinisikan sebagai evaluasi secara keseluruhan atas perusahaan yang dilakukan oleh pelanggan yang diukur dari reaksinya atas produk dan jasa yang diberikan perusahaan, sekaligus interaksinya dengan perwakilan perusahaan [15]. Pengukuran reputasi perusahaan menggunakan *Corporate Image Index* (CII) yang dipublikasikan oleh *Frontier Consulting Group* [16]. Pengukuran reputasi perusahaan menggunakan *dummy variable* dengan nilai 1 untuk perusahaan masuk dalam nominasi dan pemenang pada Corporate Image Award dan 0 jika sebaliknya [17].

## 3. Metodologi Penelitian

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu kuantitatif deskriptif. [18] menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif bertujuan untuk membuktikan sebuah teori atau model konseptual dapat menjelaskan suatu fenomena masalah pada unit analisis yang diteliti.

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data perusahaan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan alamat <https://www.idx.co.id/id> dan website masing-masing perusahaan, berupa laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*).

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 sampai dengan 2023.

#### Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau unit dalam populasi memiliki probabilitas yang tidak sama untuk dapat terpilih dan dijadikan sebagai sampel [19].

#### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling.

#### Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari [19]. Dimana dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian, sudah dibuat kriteria yang akan dijadikan acuan dalam memilih sampel yang didasarkan dari desain penelitian ataupun dari referensi terdahulu. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan sektor energi yang tercatat di BEI pada periode 2018 sampai 2023 secara berturut-turut.	62
Perusahaan sektor energi yang tidak mempublikasikan laporan tahunannya	(11)

secara berturut-turut selama periode penelitian antara tahun 2018-2023	
Perusahaan sektor energi yang mencapai syarat pengambilan sampel	51
Jumlah Observasi = 51 x 6	306

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Penelitian

#### Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Data Observasi	Mean	Std. Deviasi	Min.	Max.
Nilai Perusahaan	306	1.6429	2.3898	0.0480	20.253
ESG	306	0.5204	0.1356	0.2088	0.7912
Reputasi * ESG	306	0.0980	0.2978	0	1

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Dari Tabel Hasil Uji Statistik Deskriptif, dapat diketahui bahwa rata-rata nilai perusahaan (Tobin's Q) sebesar 1.6429 dengan standar deviasi 2.3898, menunjukkan variabilitas yang cukup tinggi di antara sampel perusahaan, dengan nilai terendah 0.0480 dan tertinggi 20.253. Sementara itu, ESG memiliki rata-rata 0.5204 dengan standar deviasi 0.1356, mengindikasikan tingkat pengungkapan atau kinerja ESG yang moderat dan relatif kurang bervariasi. Reputasi Perusahaan, yang merupakan variabel dummy, memiliki rata-rata sangat rendah yaitu 0.0980 (dengan standar deviasi 0.2978), menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil perusahaan dalam sampel yang memiliki reputasi tinggi menurut kriteria yang digunakan, dengan nilai terendah 0 dan tertinggi 1.

#### Pemilihan Model Estimasi Data Panel

Tabel 3. Hasil Pemilihan Model Estimasi Data Panel

Uji Pemilihan Model	Prob.	P-Value (5%)	Model terpilih
Uji Chow	0.0000	Prob < 0.05	FEM
Uji Hausman	0.5555	Prob > 0.05	REM
Uji LM	0.0000	Prob < 0.05	REM

*Random Effect Models* merupakan model yang paling sesuai

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil serangkaian uji pemilihan model estimasi data panel, diketahui bahwa model yang paling sesuai dalam penelitian ini baik adalah *Random Effects Model (REM)*. Dimana Uji Chow mengindikasikan bahwa *Fixed Effects Model (FEM)* lebih baik daripada *Common Effects Model (CEM)*, sedangkan Uji Hausman menyarankan untuk menggunakan *Random Effects Model (REM)*, hasil Uji *Lagrange Multiplier (LM)* juga mendukung penggunaan *Random Effects Model*

(REM) dibandingkan *Common Effects Model* (CEM). Jadi dalam penelitian ini, model regresi yang digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	VIF	1/VIF
ESG	4.41	0.2269
Reputasi * ESG	1.40	0.7164

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Dalam hipotesis hasil uji, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 maka variabel satu dengan variabel lainnya tidak memiliki keterikatan. Dari hasil uji di atas tidak ditemukan hasil uji yang bernilai lebih dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdiri sendiri atau tidak ada gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan variansi residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas tidak dilakukan, karena model estimasi data panel yang terpilih adalah *Random Effects Model* (REM) dengan pendekatan *Generalized Least Squared* (GLS). Pendekatan *Generalized Least Squared* (GLS) berguna untuk menghilangkan gejala heteroskedastisitas. Sehingga *Random Effects Model* (REM) diasumsikan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	P-Value
ESG	-2.1072	0.514
Reputasi * ESG	-4.5973	0.274
Constant	2.4151**	0.025
R <sup>2</sup>	0.5741	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dar hasil uji analisis regresi linear berganda diketahui beberapa hal, yaitu:

1. Dalam peneltian ini diketahui bahwa nilai koefisien regresi ESG terhadap nilai perusahaan adalah sebesar -2.1072, yang menunjukkan bahwa secara teoritis, setiap peningkatan 1-unit pada ESG justru membuat nilai perusahaan menurun sebesar 2.1072 poin. Nilai probabilitas sebesar 0.514 jauh melebihi nilai ambang signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05, yang berarti bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, tidak terdapat bukti yang mendukung adanya hubungan kuat antara ESG secara keseluruhan dengan nilai perusahaan, sehingga hipotesis nol (H0) diterima. Hal ini berarti perubahan dalam skor ESG perusahaan tidak dapat dijadikan indikator yang handal untuk memprediksi fluktuasi nilai perusahaan dalam konteks penelitian ini.
2. Dari analisis yang sudah dikerjakan, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan sebagai

variabel yang memoderasi dalam kaitannya dengan ESG dan nilai perusahaan tidak memiliki dampak yang signifikan. Pernyataan ini diambil karena nilai probabilitas sebesar 0.274 yang jauh lebih besar daripada ambang signifikansi 0.05. Sebagai hasilnya, diambil kesimpulan bahwa kehadiran reputasi perusahaan tidak mempengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara ESG dengan nilai perusahaan, sehingga hipotesis nol diterima.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 5 hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0.5741, yang berarti 57.41% perubahan presentase nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi dapat dijelaskan oleh variabel-variabel ESG, dan reputasi perusahaan. Sebaliknya, 42.59% perubahan nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini. Dengan kata lain, variabel yang digunakan dalam model ini hanya mampu menjelaskan sebagian dari perubahan yang terjadi.

#### 4.2 Pembahasan

Pengungkapan penerapan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam perusahaan dianggap dapat meningkatkan nilai perusahaan, penerapan prinsip tersebut berarti perusahaan mempertimbangkan elemen-elemen lingkungan, sosial, dan tata kelola dalam pengalokasian sumber daya keuangan dan pengambilan keputusan risiko demi menghasilkan keuntungan finansial jangka panjang yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai koefisien variabel ESG sebesar -2.1072 pada tingkat signifikansi 0.514 jauh melebihi nilai ambang signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa  $H_0$  diterima, hasilnya menunjukkan bahwa variabel ESG tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

Pengungkapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) merupakan bukti bahwa perusahaan telah memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik. Dengan melakukan pengungkapan penerapan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG), perusahaan dapat memiliki citra sosial yang lebih baik, yang akan menciptakan reputasi perusahaan di masyarakat [20]. Sebagaimana ditegaskan oleh [21] perusahaan dengan skor *Environmental, Social, and Governance* (ESG) yang baik selalu memiliki arah yang sejalan dengan reputasinya. Pengungkapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) membuat perusahaan lebih terbuka, memicu minat investor, memperkuat loyalitas pelanggan, meningkatkan akuntabilitas perusahaan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan membantu perusahaan menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan [22].

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai koefisien variabel ESG dengan moderasi adalah sebesar -4.5973 pada tingkat signifikansi 0.274 jauh melebihi nilai ambang signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa  $H_0$  diterima, hasilnya menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak efektif dalam memoderasi hubungan antara ESG dengan nilai perusahaan.

#### 5. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti korelasi antara penerapan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dan nilai perusahaan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor energi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama rentang waktu 2018 sampai dengan 2023. Nilai *Environmental, Social, and Governance* (ESG) didapatkan dari

laporan keberlanjutan yang dikeluarkan oleh masing-masing perusahaan dengan *Global Reporting Institute (GRI) 2021* sebagai standar acuan perhitungannya. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dihitung menggunakan nilai Tobins'Q perusahaan berdasarkan rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Sementara reputasi perusahaan diukur menggunakan *Corporate Image Index (CII)* yang dipublikasikan oleh *Frontier Consulting Group*. Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai *Environmental, Social, and Governance (ESG)* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara dalam hal moderasi reputasi perusahaan tidak berhasil memperkuat pengaruh ESG terhadap nilai perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Lonkani, *Firm Value - Theory and Empirical Evidence*. 2018. doi: 10.5772/intechopen.72333.
- [2] R. E. Adhi and N. Cahyonowati, "PENGARUH ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCEDISCLOSURE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Perusahaan Non-Keuangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 12, no. 3, 2023.
- [3] N. Wang, H. Pan, Y. Feng, and S. Du, "How do ESG practices create value for businesses? Research review and prospects," *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. 2023. doi: 10.1108/SAMPJ-12-2021-0515.
- [4] A. M. Gerged, E. Beddewela, and C. J. Cowton, "Is corporate environmental disclosure associated with firm value? A multicountry study of Gulf Cooperation Council firms," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 30, no. 1, 2021, doi: 10.1002/bse.2616.
- [5] J. Lee and K. Koh, "ESG performance and firm risk in the U.S. financial firms," *Rev. Financ. Econ.*, vol. 42, no. 3, pp. 328-344, Jul. 2024, doi: 10.1002/rfe.1208.
- [6] B. A. Alareeni and A. Hamdan, "ESG impact on performance of US S&P 500-listed firms," *Corp. Gov.*, vol. 20, no. 7, 2020, doi: 10.1108/CG-06-2020-0258.
- [7] T. Verheyden, R. G. Eccles, and A. Feiner, "ESG for All? The Impact of ESG Screening on Return, Risk, and Diversification," *J. Appl. Corp. Financ.*, vol. 28, no. 2, 2016, doi: 10.1111/jacf.12174.
- [8] F. Charler and R. C. Van, *Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*. FT Press, 2004.
- [9] M. D. Odriozola and E. Baraibar-Diez, "Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain," *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.*, vol. 24, no. 2, 2017, doi: 10.1002/csr.1399.
- [10] A. E. Mei, "Emi," *J. Ilmu Manaj. Vol. 9 Nomor 1*, 2021.
- [11] A. Rizanika, G. N. Ahmad, and T. F. Mahfirah, "PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER CYCLICALS DI INDONESIA," 2022, doi: 10.30651/jms.v9i1.21915.
- [12] Harmono, *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Bumi Askara, 2009.
- [13] L. Agustina, E. Nurmalasari, and W. Astuty, "Corporate Social Responsibility Dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening," *Owner*, vol. 7, no. 1, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i1.1218.
- [14] Organisation for Economic Co-operation and Development, *Sustainability Policies and Practices for Corporate Governance in Asia*. in Corporate Governance. OECD, 2023. doi: 10.1787/c937a2d9-en.
- [15] G. Walsh and S. E. Beatty, "Customer-based corporate reputation of a service firm: Scale development and validation," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 35, no. 1, 2007, doi: 10.1007/s11747-007-0015-7.

- [16] T. Ardiansyah and M. T. Parasetya, "PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI," *Diponegoro J. Account.*, 2024, Accessed: Dec. 05, 2024. [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- [17] T. A. Pinata and A. B. Kristanto, "Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Reputasi Perusahaan: Pengujian Efek Moderasi Kepemilikan Keluarga," *J. Akunt. Profesi*, vol. 11, no. 2, 2020.
- [18] S. Suherman, T. F. Mahfirah, B. Usman, H. Kurniawati, and D. Kurnianti, "CEO characteristics and firm performance: evidence from a Southeast Asian country," *Corp. Gov.*, vol. 23, no. 7, 2023, doi: 10.1108/CG-05-2022-0205.
- [19] A. F. Ramdani, A. Dharmawan Buchdadi, and T. F. Mahfirah, "PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE, GREEN ACCOUNTING, DAN ENVIRONMENTAL MANagementsystem TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGANYANG TERDAFTAR DI BURSA EFEKINDONESIA TAHUN 2018-2022," 2022, doi: 10.30651/jms.v9i3.23129.
- [20] C. Hong, P. Kotler, and L. R. Nancy, *Social Marketing for Public Health Global Trends and Success Stories*. Jones and Bartlet Pubishers, 2008.
- [21] H. Rohendi, I. Ghozali, and D. Ratmono, "Environmental, social, and governance (ESG) disclosure and firm value: the role of competitive advantage as a mediator," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 11, no. 1, 2024, doi: 10.1080/23311975.2023.2297446.
- [22] A. J. Rabaya and N. M. Saleh, "The moderating effect of IR framework adoption on the relationship between environmental, social, and governance (ESG) disclosure and a firm's competitive advantage," *Environ. Dev. Sustain.*, vol. 24, no. 2, 2022, doi: 10.1007/s10668-021-01519-5.