

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Target perusahaan mampu dinilai melalui kenaikan laba atau meningkatnya penjualan yang berpengaruh langsung terhadap kondisi finansial sebuah perusahaan. Namun, perusahaan saat ini dituntut untuk mulai memperhatikan dampak yang ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan. Model pelaporan akuntansi tradisional sebelumnya berfokus pada data keuangan, lalu terjadi transformasi menuju model pelaporan baru dalam bentuk pelaporan non keuangan yaitu pelaporan keberlanjutan (Krivačić, 2017). Pergeseran model pelaporan terjadi disebabkan oleh kerusakan lingkungan yang semakin meningkat (Nofryanti, 2020). Konsep keberlanjutan perusahaan dalam perspektif bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam waktu yang lama, baik secara finansial maupun non finansial (Giovannoni & Fabietti, 2013).

Dalam keberlanjutan hidup sebuah perusahaan dibutuhkan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan masyarakat sekitar, maka dari itu perusahaan saat ini semakin memperhatikan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan sekitar (Scholtens, 2008). Manfaat yang diperoleh perusahaan atas kepeduliannya terhadap lingkungan sekitar adalah mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat (Syafriullah & Muharam, 2017). Selanjutnya, manfaat lain yang didapatkan perusahaan yaitu mempunyai visi jangka panjang untuk mendorong pembangunan berkelanjutan serta mengurangi emisi gas rumah kaca (Almeyda & Darmansya, 2019). Hal ini didukung dengan regulasi yang dikeluarkan yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1) berbunyi, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dalam UU PT tersebut dikatakan, bagi yang melanggar akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang tertulis.

Meningkatnya nilai perusahaan akan lebih baik jika diikuti dengan perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia. Meskipun di

Indonesia sendiri kegiatan CSR masih bersifat *voluntary disclosure* namun manfaat yang akan diperoleh perusahaan yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar atas pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan aspek CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat membuat investor mulai tertarik dengan aspek lingkungan yang diukur melalui tiga pengungkapan yaitu *Environmental, Social, and Governance (ESG)*. Kehadiran *trend* investasi ESG di Indonesia merupakan sebuah investasi berkelanjutan yang diminati oleh investor dengan logika sederhana yaitu memiliki keberlangsungan investasi yang lebih baik dan kuat serta manajemen risiko yang baik ([syailendracapital.com](http://syailendracapital.com), 2020). Upaya dalam meningkatkan praktik ESG dan menjadi salah satu *milestone* dalam penerapan investasi berkelanjutan di Indonesia, BEI meluncurkan Indeks IDX ESG Leaders sebagai salah satu komitmen BEI dalam mengukur sejauh mana penerapan ESG dilakukan oleh Perusahaan Tercatat berdasarkan eksposur risiko di masing-masing bidang usaha ([inews.id](http://inews.id), 2020).

Faktanya, pengungkapan ESG di Indonesia masih belum diterapkan oleh seluruh elemen perusahaan. Hal ini didukung dengan pernyataan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) bahwa masih rendahnya kepedulian sektor manufaktur terhadap pengungkapan lingkungan yang dinilai melalui PROPER di tahun 2019 ([ekonomi.bisnis.com](http://ekonomi.bisnis.com), 2020). PROPER merupakan salah satu program atau kebijakan pemerintah guna meningkatkan kinerja dalam pengelolaan lingkungan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang diterapkan. KLHK dalam menilai kinerja lingkungan yang dilakukan oleh entitas menggunakan peringkat PROPER yang berisi kriteria tertentu ([proper.menlhk.go.id](http://proper.menlhk.go.id), 2019). Pernyataan KLHK di atas dibuktikan dengan data yang disediakan pada Tabel 1.

Tabel 1 Tingkat pertumbuhan peserta PROPER 2018 dan 2019

No.	Sektor Perusahaan	Peserta PROPER 2018	Peserta PROPER 2019	Presentase (%)
1.	Pertambangan	435	487	11,95
2.	Manufaktur	555	597	7,56
3.	Agroindustri	916	961	4,9

Sumber: Buku PROPER 2018 dan 2019

Felicia Zaneta, 2021

**HUBUNGAN ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE (ESG) DISCLOSURE, GREEN PRODUCT INNOVATION, DAN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT ACCOUNTING TERHADAP FIRM VALUE**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Sarjana Akuntansi  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Adapun Tabel 1 memperlihatkan bahwa kepatuhan sektor manufaktur berada di peringkat kedua sebesar 7,56%. Artinya, kepedulian perusahaan manufaktur dalam mengikutsertakan sebagai peserta PROPER masih tergolong rendah. Meskipun peringkat terendah ditempati oleh sektor agroindustri, tetapi dapat dilihat bahwa ada perbedaan yang signifikan terhadap total keseluruhan jumlah peserta antara sektor manufaktur dan agroindustri. Hal tersebut terjadi karena perusahaan manufaktur memiliki subsektor yang cukup luas dan bermacam-macam. Berdasarkan data PROPER pada tahun 2019, terdapat 23 perusahaan manufaktur dalam kategori hijau dan satu perusahaan kategori emas. Oleh karena itu, KLHK menilai bahwa kurangnya kepedulian perusahaan manufaktur terhadap lingkungan untuk ikut serta menjadi peserta PROPER. Di samping itu, berdasarkan data produk domestik bruto (PDB) nasional mencatat bahwa perusahaan manufaktur menyumbang 19,98 persen pada triwulan I tahun 2020 sehingga membawa dampak terhadap laju perekonomian Indonesia secara nasional ([kemenperin.go.id](http://kemenperin.go.id), 2020). Sehingga rendahnya kepatuhan sektor manufaktur dalam menjaga kelestarian lingkungan dijadikan sebagai fenomena dari *environmental disclosure* untuk dapat melihat kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan lingkungan melalui kerusakan lingkungan yang terjadi.

Sedangkan dari segi pengungkapan sosial, masih banyak perusahaan di Indonesia yang belum memperhatikan hubungan dengan masyarakat sekitar, salah satunya merupakan perusahaan manufaktur. Kasus perusahaan manufaktur terjadi pada PT Kamarga Kurnia Textile (KKTI) dan PT How Are You Indonesia (HAYI) yang mencemari lingkungan hidup di Daerah Aliran Sungai (DAS) Citarum. Kejadian tersebut mengakibatkan Sungai Citarum dipenuhi oleh limbah pabrik yang tidak diolah kembali, sehingga sumber 80% kebutuhan air minum penduduk menjadi tercemar serta memengaruhi kesehatan masyarakat sekitar ([Mongabay.co.id](http://Mongabay.co.id), 2020). Dapat disimpulkan bahwa fenomena pencemaran DAS yang terjadi berkaitan dengan aspek *social disclosure* perusahaan karena akibat aktivitas operasional entitas menimbulkan dampak negatif terhadap masyarakat, sehingga dengan *social disclosure* mampu melihat kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan sosial dengan lingkungan sekitar perusahaan.

Banyaknya kasus pencemaran lingkungan yang terjadi pada perusahaan di Indonesia mampu memengaruhi keberlanjutan sebuah perusahaan. Keberlanjutan perusahaan dapat dinilai melalui *corporate governance* yang dimiliki. Semakin bagus tata kelola sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut akan *going concern*. Sebaliknya, entitas dengan tata kelola kurang baik maka akan dinilai oleh investor bahwa perusahaan tidak *going concern*. Perusahaan yang tidak memiliki keberlanjutan cenderung melanggar prinsip dari tata kelola perusahaan, maka dapat diartikan penerapan tata kelola perusahaan di perusahaan tersebut dinilai belum baik. Terjadinya kasus korupsi merupakan salah satu dari sekian masalah dalam tata kelola di Indonesia. Kasus tersebut dialami oleh PT Waskita Beton Precast Tbk yaitu perusahaan manufaktur beton *precast* dengan kasus dugaan korupsi pekerjaan fiktif subkontraktor dalam proyek-proyek yang dilakukan oleh PT Waskita Karya (Persero) dengan taksiran kerugian keuangan negara sebesar Rp 186 miliar ([beritasatu.com](http://beritasatu.com), 2020). Fenomena korupsi yang dilakukan Waskita Beton berkaitan dengan *governance disclosure* perusahaan sehingga dapat melihat kemampuan perusahaan dalam menerapkan *good corporate governance* sehingga kasus seperti korupsi dapat dilakukan pencegahan.

Berdasarkan studi empiris sebelumnya menjelaskan bahwa kekuatan ESG memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Aboud & Diab, 2018; Yoon *et al.*, 2018). Sedangkan di sektor lainnya ditemukan bahwa pengungkapan ESG berpengaruh positif terhadap *market performance* (Buallay, 2019). Selain itu, Zhang *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa hanya pengungkapan informasi *environmental* dan *social* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, Safriani & Utomo (2020); Velte, (2017) menyatakan bahwa *ESG disclosure* tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan. Yoon *et al.* (2018) menjelaskan bahwa berdasarkan karakteristik perusahaan, ESG memiliki dampak yang beragam terhadap harga saham. Perusahaan sektor industri sensitif cenderung menciptakan nilai lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang tidak masuk ke dalam sektor industri sensitif.

Inovasi dapat dikatakan sebagai kunci utama dalam keberlanjutan sebuah perusahaan dan negara (Ar, 2012). *Green* dan *innovation* menjadi dua faktor terpenting saat ini dalam mendorong transformasi ekonomi di negara-negara yang

didominasi oleh ekonomi industri (Zhang *et al.*, 2020). Isu *green innovation* di Indonesia masih belum mendapatkan perhatian dari banyak orang. Salah satu penyebabnya karena *green innovation* pada umumnya mahal dan berisiko. Sehingga muncul masalah utama, apakah inovasi dapat meningkatkan kinerja keuangan dengan tetap mempertahankan manfaat lingkungannya (Xu *et al.*, 2020). Upaya perusahaan dalam memecahkan permasalahan lingkungan adalah mulai menerapkan *green innovation* guna mendorong pembangunan industri yang berkelanjutan. Hal ini menjadi kunci perusahaan dalam mewujudkan pembangunan hijau (C. Wang & Li, 2020). *Green innovation* mendukung industri yang berbasis ramah lingkungan serta mengurangi kerusakan lingkungan dari kegiatan produksi yang dilakukan dengan menciptakan inovasi berbasis ramah lingkungan (Suryani & Dianawati, 2018).

Dengan banyaknya perusahaan manufaktur yang mulai bermunculan menimbulkan tekanan dari investor untuk bersaing secara kompetitif antar perusahaan. Entitas berlomba-lomba untuk melakukan inovasi atas produk yang dihasilkan. PT Unilever Indonesia, perusahaan manufaktur yang bergerak dalam barang konsumsi memperkenalkan *refill station* sebagai alternatif belanja berbasis *eco-friendly* dalam mendukung gerakan “Indonesia Bebas Polusi Plastik pada Tahun 2040”. Inovasi yang dilakukan oleh PT Unilever disambut baik oleh KLHK. Selain itu, KLHK menargetkan produsen untuk mengurangi sampah dari kemasan produk sebesar 30% pada tahun 2029. Untuk mendukung gerakan tersebut, diharapkan para produsen terus melakukan inovasi serta memberikan edukasi kepada konsumen untuk mengurangi penggunaan plastik yang sebelumnya sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Atas keberhasilannya dalam melakukan sebuah inovasi, Unilever berhasil mencatat laba bersih senilai Rp. 5,4 triliun pada bulan September 2020 ([Unilever.co.id](http://Unilever.co.id), 2020). Selain dari sektor manufaktur, terdapat sektor pertambangan yang mulai melakukan inovasi terhadap produknya, salah satunya batu bara. Menteri Perdagangan menyebutkan bahwa kekuatan dari batu bara Indonesia ialah ramah lingkungan dan rata-rata kalori yang dihasilkan serta kadar sulfurnya lebih rendah. Sehingga batu bara yang berasal dari Indonesia sangat berkualitas dan aman digunakan sebagai bahan bakar pembangkit listrik. Hal tersebut membuat tren ekspor batu bara Indonesia di pasar global mengalami

kenaikan yang positif sebesar 11,77 persen pada periode lima tahun terakhir yakni 2015-2019 ([Medcom.id](http://Medcom.id), 2020). Penggunaan energi ramah lingkungan sudah mulai diterapkan oleh PT Adaro Indonesia melalui pengembangan proyek energi terbarukan, salah satunya di Kalimantan Selatan. Proyek tersebut didukung dengan pembangkit listrik tenaga uap yaitu Bimasena Power Indonesia dengan menggunakan teknologi boiler ultra supercritical yang terbukti aman dan ramah lingkungan ([industri.kontan.co.id](http://industri.kontan.co.id), 2021). Jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan Unilever dengan mengeluarkan *refill station* dan Adaro Indonesia mulai menggunakan energi terbarukan yang ramah lingkungan dalam memproduksi batu bara memiliki hubungan dengan *green product innovation* yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk dengan penggunaan bahan atau energi ramah lingkungan serta meminimalkan terjadinya pencemaran atas kegiatan operasional perusahaan.

Dalam penelitian Chen *et al.*, (2006), *green innovation* terbagi menjadi *green product innovation* dan *green process innovation*. Penelitian ini hanya berfokus terhadap *green product innovation* karena produk berbasis ramah lingkungan lebih diminati oleh konsumen meskipun harganya relatif mahal jika dibandingkan dengan produk non ramah lingkungan. Para konsumen beranggapan jika memakai produk berbasis ramah lingkungan dapat meminimalkan dampak terjadinya kerusakan lingkungan (Santoso & Fitriani, 2016). Kesadaran konsumen dalam menggunakan produk berbasis ramah lingkungan memengaruhi minat beli (Wu & Chen, 2014) dan mampu melestarikan lingkungan (Okada & Mais, 2010). Sedangkan jika dilihat dari sisi perusahaan, manfaat yang diperoleh yaitu mampu menekan biaya bahan baku sehingga biaya yang dikeluarkan lebih rendah dan menambah pendapatan bagi perusahaan atas inovasi yang dilakukan dengan mengolah limbah menjadi produk yang dapat dijual kembali. Jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan dan konsumen mendapatkan keuntungan atas *green product innovation* (Pujari, 2006).

Berdasarkan studi sebelumnya, beberapa peneliti menghubungkan *green innovation* dengan *firm value*. Hasil studi menyatakan bahwa *green innovation* dapat mendorong peningkatan *firm value* tingkat menengah maupun tinggi (Zhang *et al.*, 2020). Menurut C. H. Wang (2019), *organizational green culture* secara

signifikan memprediksi *green innovation* dan keunggulan kompetitif sejalan dengan pemahaman *theory of management*. Penerapan *green product innovation* tidak hanya menciptakan keunggulan ekonomis melainkan menumbuhkan keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan *firm value* (Agustia *et al.*, 2019).

Perusahaan yang menerapkan *green product innovation* memerlukan biaya yang berkaitan dengan lingkungan. Perusahaan perlu menerapkan *environmental management accounting* (EMA) sebagai dasar keputusan karena EMA berfokus dalam menyediakan informasi secara rinci terkait dengan biaya aktivitas lingkungan internal perusahaan meliputi biaya efisiensi penggunaan bahan baku material, aliran air, dan energi guna memperhatikan kelestarian lingkungan perusahaan. Sehingga, salah satu implementasi strategi yang bertujuan *green accounting* adalah mengaplikasikan EMA. EMA saat ini menjadi isu dalam menangani lingkungan dengan memotivasi adanya inovasi produk yang ramah lingkungan (Lanita *et al.*, 2020). *The International Federation of Accountants* (IFAC) (2005) menyatakan bahwa, “EMA bukanlah sistem yang terpisah; EMA menambah nilai pada sistem akuntansi manajemen konvensional dan menyediakan informasi yang berguna bagi entitas dalam mengelola dan meningkatkan kinerja serta menghasilkan pembangunan yang berkelanjutan”. Di samping itu, EMA dapat menjadi instrumen untuk mencapai tujuan strategis dengan menumbuhkan daya saing perusahaan (Agustia *et al.*, 2019).

Perusahaan saat ini sudah mulai memperhatikan lingkungan yang digunakan sebagai tempat menjalankan kegiatan operasionalnya. Sebagian besar penerapan EMA terdapat di sektor manufaktur (C. H. Wang, 2019). Salah satunya terjadi di Perusahaan Multinasional Unilever yang melakukan investasi dana sebesar € 1 miliar guna mencegah terjadinya perubahan iklim serta mengurangi gas rumah kaca hingga nol emisi terhadap semua produknya pada 2039 atau lebih cepat 11 tahun dari target Perjanjian Paris. Dana tersebut akan digunakan untuk melakukan reboisasi, pelestarian air, dan penyerapan karbon selama 10 tahun ke depan. Salah satu upaya Unilever ialah mengurangi penggunaan listrik di kantor ([internasional.kontan.co.id](http://internasional.kontan.co.id), 2020). Fenomena Unilever berkaitan langsung dengan EMA atau biaya-biaya yang berhubungan dengan pengelolaan lingkungan.

Penerapan EMA yang dilakukan dapat melihat kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya yang berkaitan dengan lingkungan untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan manajemen dan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan.

Implementasi EMA mampu menyatukan hubungan kepentingan lingkungan dan kepentingan ekonomi, sehingga keduanya saling bekerja sama guna mengoptimalkan nilai perusahaan dan kinerja lingkungan (Agustia *et al.*, 2019). Perusahaan yang menerapkan EMA akan meningkatkan nilai perusahaan di masa depan perusahaan sehingga mampu menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan suatu entitas. Menurut Mariyamah & Handayani (2019), perusahaan yang menerbitkan laporan kinerja lingkungan akan meningkatkan reputasi serta nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh hasil riset Agustia *et al.*, (2019) yang menyatakan jika EMA berpengaruh signifikan terhadap *firm value* sesuai dengan teori eko-efisiensi dan perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui efisiensi penggunaan sumber daya lingkungan. Perusahaan yang mengimplementasikan EMA dapat menjadi penggerak lahirnya inovasi, sehingga perusahaan mendapatkan lebih banyak informasi kinerja lingkungan (Rustika & Pratiwi, 2011). Serta Burhany & Nurniah (2018) menyatakan bahwa manajemen perusahaan sektor manufaktur di kota Bandung dan Makassar memiliki pemahaman yang cukup terkait kinerja lingkungan sebagai pembangunan berkelanjutan dan sistem akuntansi manajemen yang meningkatkan kinerja lingkungan. Di negara berkembang lainnya, tingkat penerapan praktik EMA dinilai masih lemah salah satunya seperti di Malaysia (Jamil *et al.*, 2015).

Motivasi di dalam penelitian ini adalah peneliti melihat bahwa masih banyak perusahaan manufaktur dan perusahaan pertambangan yang melakukan pencemaran lingkungan dengan tidak memperhatikan lingkungan sekitar dalam memproduksi sebuah produk sehingga dapat merugikan masyarakat setempat dan berdampak pada reputasi perusahaan. Selain itu, pengungkapan ESG oleh perusahaan mampu menjadi daya tarik bagi investor sebagai investasi keberlanjutan sehingga investor mulai memperhatikan nilai perusahaan melalui aspek lingkungan. Dalam mendorong keunggulan kompetitif antar perusahaan dibutuhkan inovasi produk yang bersifat ramah lingkungan. Terdapat hasil penelitian terdahulu yang masih inkonsisten dan topik penelitian yang masih



terbatas sehingga perlu penelitian lebih lanjut mengenai *ESG disclosure*, *green product innovation*, dan *EMA*.

Riset ini adalah bentuk replikasi dan modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Fen Zhang, Xiaonan Qin, dan Lina Liu. Studi sebelumnya menggunakan perusahaan *non-financial* dan terdaftar di Bursa Efek Shanghai dan Shenzhen sebagai sampel penelitian yang dilakukan pada tahun 2020. Perbedaan pada penelitian ini yaitu adanya penambahan variabel *EMA* sebagai variabel independen dan memilih perusahaan sektor manufaktur dan sektor pertambangan sebagai sampel penelitian karena perusahaan manufaktur dan pertambangan dituntut untuk dilakukannya inovasi dengan menghasilkan produk-produk yang ramah lingkungan. Oleh sebab itu peneliti termotivasi membuat riset yang berjudul **“Hubungan *Environmental, Social, and Governance (ESG) Disclosure, Green Product Innovation, dan Environmental Management Accounting* terhadap *Firm Value*”**.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah yang diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Apakah *environmental disclosure* berpengaruh terhadap *firm value*?
2. Apakah *social disclosure* berpengaruh terhadap *firm value*?
3. Apakah *governance disclosure* berpengaruh terhadap *firm value*?
4. Apakah *green product innovation* berpengaruh terhadap *firm value*?
5. Apakah *environmental management accounting (EMA)* berpengaruh terhadap *firm value*?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh *environmental disclosure* terhadap *firm value*.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh *social disclosure* terhadap *firm value*.

3. Untuk menganalisis adanya pengaruh *governance disclosure* terhadap *firm value*.
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh *green product innovation* terhadap *firm value*.
5. Untuk menganalisis adanya pengaruh *environmental management accounting* (EMA) terhadap *firm value*.

#### **I.4 Manfaat Hasil Penelitian**

##### **1. Aspek Teoritis**

Hasil studi diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis dan sumber pendukung referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya terkait *ESG disclosure*, *green product innovation*, dan *environmental management accounting*.

##### **2. Aspek Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi salah satu bentuk upaya *going concern* perusahaan dengan mendorong aspek lingkungan dalam memperhatikan pengungkapan lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan. Selain itu, menumbuhkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dengan menerapkan praktik akuntansi lingkungan melalui inovasi produk berbasis ramah lingkungan dan mengelola biaya lingkungan yang berkaitan dengan aktivitas internal perusahaan.

###### **b. Bagi Investor**

Diharapkan hasil penelitian mampu membuat investor tertarik dengan investasi berkelanjutan melalui *trend* investasi ESG dan sebagai bahan pertimbangan investor dalam mengalokasikan dana investasi yang dimiliki. Selanjutnya, investor dapat mengetahui pentingnya pengungkapan lingkungan sebagai alat kontrol demi keberlanjutan sebuah perusahaan.

###### **c. Bagi Pemerintah**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sebuah bahan pertimbangan dalam merancang regulasi dan kebijakan lainnya terkait kesadaran perusahaan untuk melestarikan lingkungan selama menjalankan aktivitas operasional guna mengurangi terjadinya dampak kerusakan lingkungan.