

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak pengungkapan ESG terhadap nilai perusahaan. Selain itu, menguji peran reputasi perusahaan dan keunggulan kompetitif dalam memediasi hubungan antara pengungkapan ESG dan nilai perusahaan.

Sampel penelitian ini adalah 42 perusahaan non-keuangan di Indonesia selama periode 2015-2021 dengan total observasi 252. Selanjutnya, data diestimasi dengan menggunakan PLS-SEM dan bantuan WarpPLS 8.0 untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ESGD tidak berdampak terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Namun, ketika reputasi perusahaan maupun keunggulan kompetitif masuk sebagai variabel mediasi diantara hubungan keduanya, hasilnya menunjukkan arah positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tidak hanya itu, hasil penelitian ini telah memperkuat *impression management theory* yakni dengan pengungkapan ESG mampu membangun kesan dan citra positif bagi perusahaan. Selain itu, penelitian ini memperkuat *resource based view theory* yang menyatakan bahwa pengungkapan ESG dapat menjadi salah satu sumber daya perusahaan. Tidak hanya itu, hasil temuan telah mendukung teori sinyal yang menganggap bahwa dengan perusahaan mengungkapkan ESG dapat berdampak positif terhadap reputasi perusahaan maupun keunggulan kompetitif dan pada gilirannya memberikan sinyal positif pada nilai perusahaan.

Kata Kunci: Pengungkapan ESG, nilai perusahaan, reputasi perusahaan, keunggulan kompetitif, ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, perusahaan non-keuangan.