



Menelisik 'Greenwashing' di Balik Gembar-Gembor ESG: Studi Kasus Persepsi dan Pengalaman Investor Ritel terhadap Implementasi Praktik ESG Perusahaan di Indonesia Pasca Regulasi Terbaru

Yehezkiel Benaya Nanlohi^{1*}, Marcell Willard Susanto², Dicky Satria Ananta Haqq³,

Indrian Arsyia Nandito⁴, Titiek Rachmawati⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

*1222200187@surel.untag-sby.ac.id¹

Alamat: Jalan Semolowaru No. 45, Surabaya

Korespondensi penulis: 1222200187@surel.untag-sby.ac.id

Abstract. The purpose of this research is to analyze Indonesian retail investors' perceptions of ESG implementation post the latest regulations, their experiences in detecting greenwashing, and the factors influencing these aspects. The research employed a qualitative approach using online data such as sustainability reports, news, surveys, and forums. The results indicate that retail investors' understanding of ESG varies, with a relatively low level of trust in corporate claims due to concerns about greenwashing. They rely on diverse information sources and use subjective ESG assessment criteria. Investors' experiences in identifying potential greenwashing are marked by the discovery of inconsistent information and suspicion towards specific indicators; however, actions taken vary and are often hindered by limitations. These perceptions and experiences are influenced by investor characteristics, the quality of information sources, regulatory effectiveness, corporate communication practices, and social and media influence. This research concludes the necessity for enhanced ESG literacy, reporting standardization, stricter oversight, and transparent communication to build trust and promote sustainable investment in Indonesia..

Keywords: ESG, sustainability, greenwashing

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis persepsi investor ritel Indonesia terhadap implementasi ESG pasca regulasi terbaru, pengalaman mereka mendeteksi greenwashing, dan faktor yang memengaruhi hal tersebut. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan data daring seperti laporan keberlanjutan, berita, survei, dan forum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman investor ritel terhadap ESG bervariasi, dengan tingkat kepercayaan yang relatif rendah terhadap klaim perusahaan akibat kekhawatiran greenwashing. Mereka mengandalkan beragam sumber informasi dan menggunakan kriteria penilaian ESG yang subjektif. Pengalaman investor dalam mengidentifikasi potensi greenwashing ditandai dengan penemuan informasi yang tidak konsisten dan kecurigaan terhadap indikator tertentu, namun tindakan yang diambil bervariasi dan seringkali terhambat oleh keterbatasan. Persepsi dan pengalaman ini dipengaruhi oleh karakteristik investor, kualitas sumber informasi, efektivitas regulasi, praktik komunikasi perusahaan, serta pengaruh sosial dan media. Penelitian ini menyimpulkan perlunya peningkatan literasi ESG, standardisasi pelaporan, pengawasan yang lebih ketat, dan komunikasi yang transparan untuk membangun kepercayaan dan mendorong investasi berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci: ESG, keberlanjutan, greenwashing

1. LATAR BELAKANG

Perubahan iklim, degradasi lingkungan, dan ketimpangan sosial mendesak terjadinya pergeseran paradigma dalam dunia investasi global dan nasional. Secara internasional, prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) telah diadopsi sebagai respons strategis terhadap tantangan global yang kompleks melalui inisiatif unggulan seperti Sustainable Development Goals (SDGs) yang digagas oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa. Di sisi lain, Indonesia juga semakin menyadari pentingnya transformasi menuju investasi berkelanjutan,

dengan regulasi dan kebijakan yang dirumuskan untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan perlindungan lingkungan serta peningkatan kesejahteraan sosial, sehingga mendorong perusahaan untuk menerapkan tata kelola yang lebih terbuka dan akuntabel.

Seiring dengan intensifikasi penerapan ESG, muncul pula fenomena greenwashing yang mengaburkan makna keberlanjutan sejati. Banyak perusahaan cenderung menampilkan citra positif melalui laporan dan kampanye pemasaran mengenai komitmen ESG, padahal implementasi praktik keberlanjutan yang sesungguhnya belum terealisasi secara menyeluruh. Ketidaksesuaian antara narasi yang dikomunikasikan dan realitas operasional ini berpotensi menyesatkan para pemangku kepentingan, khususnya investor ritel, sehingga menurunkan kepercayaan publik terhadap integritas konsep ESG itu sendiri.

Keberadaan regulasi terbaru terkait ESG di Indonesia semakin menegaskan komitmen pemerintah dalam menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan. Regulasi ini tidak hanya mewajibkan perusahaan untuk melakukan evaluasi mendalam serta peningkatan transparansi dalam pengelolaan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola, tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap kepercayaan investor. Melalui sistem pengawasan yang lebih ketat dan mekanisme pelaporan yang lebih autentik, regulasi tersebut diharapkan dapat mengurangi potensi praktik greenwashing dan memperkuat legitimasi pelaksanaan ESG di tingkat korporasi.

Dalam konteks pasar modal, investor ritel kini menjadi aktor yang sangat relevan dan strategis, mengingat peran mereka sebagai penggerak utama dinamika investasi. Sebagai kelompok yang mayoritas memiliki akses terbatas terhadap informasi mendalam, investor ritel rentan terpapar data yang menyesatkan, terutama ketika perusahaan hanya mengedepankan citra keberlanjutan tanpa implementasi nyata. Oleh karena itu, literasi keuangan dan akses terhadap sumber informasi yang kredibel menjadi sangat penting agar investor ritel dapat membuat keputusan investasi yang tepat dan menghindari risiko potensial yang timbul dari praktik greenwashing.

Mengingat kondisi tersebut, pemahaman mendalam mengenai persepsi dan pengalaman investor ritel terkait implementasi ESG serta potensi greenwashing menjadi suatu keharusan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap kesenjangan antara narasi keberlanjutan yang disuguhkan oleh perusahaan dengan realitas yang dialami oleh investor, serta menilai seberapa efektif regulasi terbaru dalam mengarahkan praktik ESG yang autentik. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pembuat kebijakan, regulator, serta institusi keuangan untuk mencapai ekosistem investasi yang transparan, inklusif, dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

a. Konsep Dasar ESG (Environmental, Social, and Governance)

Konsep ESG mengacu pada tiga pilar utama yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja keberlanjutan perusahaan: lingkungan, sosial, dan tata kelola (United Nations Environment Programme, 2020; World Economic Forum, 2020). Pilar lingkungan mencakup dampak perusahaan terhadap alam, termasuk emisi, penggunaan sumber daya, dan pengelolaan limbah. Pilar sosial menyoroti hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan seperti karyawan dan masyarakat. Pilar tata kelola berkaitan dengan struktur internal perusahaan, etika bisnis, dan transparansi (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2015). Di Indonesia, pemahaman investor ritel terhadap konsep ESG mulai berkembang, meskipun tingkat kedalaman pemahaman antar pilar masih bervariasi (Setiawan & Putri, 2024).

Signifikansi ESG dalam investasi semakin diakui, tidak hanya dari perspektif keberlanjutan global tetapi juga potensi dampak finansial jangka panjang perusahaan (Khan et al., 2016; Friede et al., 2015). Perusahaan dengan praktik ESG yang baik diyakini memiliki risiko yang lebih rendah dan kinerja yang lebih stabil. Di Indonesia, regulasi terkait pelaporan keberlanjutan, seperti yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), mulai mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan aspek ESG dalam operasional dan pelaporan mereka (OJK, 2021; BEI, 2023).

b. Investasi Berkelanjutan dan Investor Ritel di Indonesia

Tren investasi berkelanjutan menunjukkan pertumbuhan global yang signifikan (Global Sustainable Investment Alliance, 2022). Di Indonesia, minat investor ritel terhadap investasi berkelanjutan juga meningkat, didorong oleh kesadaran akan isu-isu sosial dan lingkungan serta potensi imbal hasil jangka panjang (Santoso & Rahayu, 2022). Karakteristik dan motivasi investor ritel beragam, namun faktor nilai-nilai pribadi dan keinginan untuk berkontribusi pada dampak positif semakin memengaruhi keputusan investasi (Nilsson, 2008).

c. Fenomena Greenwashing

Greenwashing didefinisikan sebagai praktik memberikan kesan keliru atau menyesatkan tentang praktik atau produk ramah lingkungan suatu perusahaan (Lyon & Montgomery, 2015). Praktik ini dapat berupa klaim yang tidak berdasar, penonjolan inisiatif kecil, atau penyembunyian informasi negatif (Bowen & Aragon-Correa, 2014). Motif perusahaan melakukan *greenwashing* dapat beragam, termasuk meningkatkan citra dan menarik investor (Delmas & Burbano, 2011). Fenomena ini berdampak negatif pada kepercayaan investor dan integritas pasar (Kang et al., 2020).

d. Regulasi ESG di Indonesia

Indonesia telah mengeluarkan regulasi terkait keuangan berkelanjutan, termasuk pelaporan ESG oleh emiten dan lembaga keuangan (OJK, 2021, 2023; BEI, 2023). Regulasi ini bertujuan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan terkait praktik ESG. Namun, implementasinya menghadapi tantangan seperti kurangnya standardisasi dan potensi risiko *greenwashing* (Wijaya & Lestari, 2022). Efektivitas regulasi dalam mencegah *greenwashing* dari perspektif investor ritel masih menjadi perhatian (Lubis & Siregar, 2022).

e. Persepsi dan Pengalaman Investor Ritel di Indonesia

Pembentukan persepsi investor dipengaruhi oleh berbagai teori psikologis dan ekonomi (Tversky & Kahneman, 1974; Fishbein & Ajzen, 1975). Persepsi investor ritel terhadap informasi perusahaan dipengaruhi oleh kualitas, kredibilitas, dan aksesibilitas informasi (Rahman & Sari, 2023). Studi di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan investor ritel terhadap klaim ESG perusahaan cenderung rendah hingga sedang (Wulandari & Prasetyo, 2023). Pengalaman investor dalam menghadapi informasi yang tidak konsisten dapat membentuk skeptisme terhadap praktik ESG perusahaan (Pratama & Lestari, 2022). Faktor-faktor seperti literasi keuangan dan ESG, nilai pribadi, serta sumber informasi turut memengaruhi persepsi dan pengalaman investor ritel di Indonesia (Susanto & Fatimah, 2024; Aryani & Kurniawan, 2023). Gaya komunikasi perusahaan juga berperan dalam membentuk persepsi investor (Wijaya, 2023), begitu pula pengaruh media sosial dan opini publik (Dewi & Putra, 2024).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus eksploratif untuk memahami persepsi dan pengalaman investor ritel terhadap praktik ESG perusahaan di Indonesia setelah diberlakukannya regulasi terbaru. Data dikumpulkan dari sumber-sumber yang tersedia di internet, seperti laporan keberlanjutan perusahaan, artikel berita, hasil survei, serta diskusi di forum daring dan media sosial. Analisis dilakukan melalui content analysis untuk mengidentifikasi tema-tema utama seperti *greenwashing*, kepercayaan terhadap laporan ESG, dan dampak regulasi. Pemilihan kasus difokuskan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan, dengan menekankan pada makna, pengalaman, dan interpretasi dalam konteks alami. Menurut Sugiyono (2018:213).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Investor Ritel Terhadap Implementasi Praktik ESG

1. Pemahaman Konsep dan Pentingnya ESG

Studi kasus menunjukkan bahwa mayoritas investor ritel di Indonesia mulai familiar dengan istilah ESG. Mereka umumnya memahami ESG sebagai upaya perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan (misalnya, mengurangi polusi), sosial (misalnya, kesejahteraan karyawan), dan tata kelola (misalnya, transparansi). Pentingnya ESG diakui, terutama oleh investor yang lebih muda dan memiliki kesadaran akan isu-isu keberlanjutan. Mereka melihat ESG sebagai faktor yang dapat memengaruhi reputasi dan kinerja jangka panjang perusahaan (Setiawan & Putri, 2024).

2. Tingkat Kepercayaan Terhadap Klaim ESG Perusahaan

Tingkat kepercayaan investor ritel terhadap klaim ESG perusahaan di Indonesia cenderung rendah hingga sedang. Studi kasus menemukan bahwa banyak investor bersikap skeptis karena adanya kekhawatiran praktik *greenwashing*. Mereka merasa perusahaan terkadang melebih-lebihkan upaya ESG mereka untuk menarik investasi tanpa tindakan nyata yang signifikan (Wulandari & Prasetyo, 2023).

3. Sumber Informasi ESG yang Paling Diandalkan

Investor ritel dalam studi kasus ini mengandalkan beberapa sumber informasi ESG. Laporan keuangan tahunan perusahaan masih menjadi acuan utama. Namun, mereka juga mulai mencari informasi dari berita daring, media sosial, dan platform investasi yang menyediakan analisis ESG. Informasi dari pihak ketiga yang independen, seperti laporan analis atau lembaga swadaya masyarakat, dianggap lebih kredibel (Santoso & Rahayu, 2022).

4. Kriteria yang Digunakan dalam Menilai Kinerja ESG

Kriteria yang digunakan investor ritel untuk menilai kinerja ESG bervariasi. Aspek lingkungan, seperti inisiatif pengurangan emisi karbon dan pengelolaan limbah, seringkali menjadi fokus utama karena lebih mudah dipahami. Aspek sosial dinilai melalui pemberitaan terkait hubungan dengan karyawan dan kontribusi kepada masyarakat. Aspek tata kelola dievaluasi melalui transparansi kepemilikan dan praktik dewan direksi (Wijaya & Susanti, 2024). Namun, penggunaan kriteria ini belum terstandarisasi dan sangat bergantung pada pemahaman individu investor.

5. Perbedaan Persepsi Antar Kelompok Investor Ritel

Studi kasus menemukan adanya perbedaan persepsi yang signifikan antar kelompok investor ritel. Investor yang lebih muda dan berpendidikan tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang ESG dan lebih kritis terhadap klaim perusahaan. Mereka juga lebih aktif mencari informasi dari berbagai sumber. Investor dengan pengalaman investasi lebih lama mungkin lebih fokus pada kinerja keuangan tradisional, tetapi isu reputasi perusahaan terkait ESG juga mulai menjadi pertimbangan. (Aryani & Kurniawan, 2023).

Pengalaman Investor Ritel dalam Mengidentifikasi atau Mencurigai Greenwashing

1. Pengalaman Konkret Menemukan Informasi yang Tidak Konsisten atau Menyesatkan

Beberapa investor ritel dalam studi kasus melaporkan pengalaman menemukan informasi yang tidak konsisten antara laporan keberlanjutan perusahaan dengan berita atau laporan media mengenai dampak lingkungan atau sosial perusahaan yang negatif.

2. Indikator atau Sinyal yang Memicu Kecurigaan Terhadap Praktik Greenwashing

Beberapa indikator yang memicu kecurigaan investor ritel terhadap *greenwashing* dalam studi kasus ini meliputi:

- Penggunaan bahasa yang bombastis dan emosional tanpa data yang jelas.
- Fokus berlebihan pada inisiatif "hijau" yang kecil (misalnya, program daur ulang kantor) sambil mengabaikan dampak negatif utama perusahaan (misalnya, emisi dari produksi).
- Kurangnya transparansi dalam pelaporan data ESG dan metodologi pengukuran.
- Adanya jeda waktu yang lama antara klaim ESG dengan tindakan nyata yang terukur.

3. Reaksi dan Tindakan Investor Ritel Ketika Mencurigai Adanya Greenwashing

Reaksi investor ritel ketika mencurigai *greenwashing* bervariasi. Beberapa melakukan riset lebih lanjut untuk memverifikasi informasi dari sumber lain. Sebagian menyampaikan kekecewaan melalui media sosial atau forum diskusi daring. Namun, tindakan menjual saham perusahaan yang dicurigai melakukan *greenwashing* tidak selalu menjadi pilihan utama, terutama jika kinerja keuangan perusahaan masih dianggap baik (Hartono & Dewi, 2023).

4. Hambatan yang Dihadapi Investor Ritel dalam Mengidentifikasi Greenwashing

Hambatan utama yang dihadapi investor ritel dalam studi kasus ini termasuk:

- Keterbatasan waktu dan pengetahuan teknis untuk menganalisis laporan ESG yang kompleks.
- Kurangnya standardisasi dalam pelaporan ESG antar perusahaan, sehingga sulit untuk melakukan perbandingan.

- c) Ketergantungan pada informasi yang disediakan oleh perusahaan tanpa adanya mekanisme verifikasi independen yang mudah diakses.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi dan Pengalaman Investor Ritel

1. Karakteristik Investor

Tingkat literasi keuangan dan pemahaman tentang ESG secara signifikan mempengaruhi kemampuan investor untuk mengevaluasi informasi ESG dan mengidentifikasi potensi *greenwashing* (Susanto & Fatimah, 2024). Nilai-nilai pribadi terkait keberlanjutan juga mendorong sebagian investor untuk lebih memperhatikan aspek ESG. Motivasi investasi (misalnya, investasi jangka panjang dengan dampak positif vs. keuntungan jangka pendek) juga berperan.

2. Sumber Informasi

Kualitas dan kredibilitas sumber informasi ESG sangat mempengaruhi persepsi investor. Informasi dari media massa yang terpercaya, analis pasar modal dengan reputasi baik, dan laporan dari organisasi non-pemerintah yang fokus pada isu lingkungan dan sosial dianggap lebih kredibel (Rahman & Sari, 2023).

3. Regulasi dan Pengawasan

Kualitas dan kredibilitas sumber informasi ESG sangat mempengaruhi persepsi investor. Informasi dari media massa yang terpercaya, analis pasar modal dengan reputasi baik, dan laporan dari organisasi non-pemerintah yang fokus pada isu lingkungan dan sosial dianggap lebih kredibel (Rahman & Sari, 2023).

4. Praktik Komunikasi Perusahaan

Gaya bahasa yang digunakan perusahaan dalam menyampaikan informasi ESG, visualisasi data yang jelas dan mudah dipahami, serta konsistensi pesan di berbagai platform komunikasi sangat mempengaruhi persepsi investor. Komunikasi yang transparan dan jujur, yang mengakui tantangan dan kemajuan secara seimbang, cenderung membangun kepercayaan (Wijaya, 2023).

5. Pengaruh Sosial dan Media

Opini publik yang berkembang di media sosial dan pemberitaan media massa tentang isu-isu ESG dan kasus *greenwashing* dapat membentuk persepsi investor. Diskusi dan pertukaran informasi di komunitas investor daring juga berperan dalam meningkatkan kesadaran terhadap potensi *greenwashing* (Dewi & Putra, 2024).

Diskusi Temuan dengan Tinjauan Pustaka

Temuan studi kasus ini sejalan dengan literatur yang ada mengenai tantangan *greenwashing* dalam konteks ESG (Lyon & Montgomery, 2015). Skeptisme investor ritel terhadap klaim ESG perusahaan juga didukung oleh penelitian yang menunjukkan adanya insentif bagi perusahaan untuk melakukan *greenwashing* (Delmas & Burbano, 2011).

Perbedaan persepsi antar kelompok investor ritel berdasarkan usia dan tingkat pendidikan konsisten dengan studi yang menunjukkan bahwa investor yang lebih muda dan teredukasi cenderung lebih peduli terhadap isu keberlanjutan (Nilsson, 2008). Hambatan yang dihadapi investor ritel dalam mengidentifikasi *greenwashing* juga sejalan dengan literatur yang menyoroti keterbatasan informasi dan keahlian investor individu (Testa et al., 2018).

Implikasi dari temuan studi kasus ini adalah perlunya upaya berkelanjutan untuk meningkatkan literasi ESG di kalangan investor ritel Indonesia. Peningkatan standardisasi pelaporan ESG, pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik *greenwashing* oleh otoritas terkait, dan komunikasi ESG yang lebih transparan dari perusahaan sangat penting untuk membangun kepercayaan investor dan mendorong investasi berkelanjutan yang sesungguhnya di Indonesia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Implikasi dari temuan studi kasus ini adalah perlunya upaya berkelanjutan untuk meningkatkan literasi ESG di kalangan investor ritel Indonesia. Peningkatan standardisasi pelaporan ESG, pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik *greenwashing* oleh otoritas terkait, dan komunikasi ESG yang lebih transparan dari perusahaan sangat penting untuk membangun kepercayaan investor dan mendorong investasi berkelanjutan yang sesungguhnya di Indonesia.

Pengalaman investor dalam mengidentifikasi potensi *greenwashing* ditandai dengan penemuan informasi yang tidak konsisten dan kecurigaan terhadap indikator seperti bahasa bombastis dan kurangnya transparansi. Reaksi terhadap kecurigaan ini bervariasi, namun seringkali terhambat oleh keterbatasan waktu, pengetahuan, dan standardisasi pelaporan. Persepsi dan pengalaman investor dipengaruhi oleh karakteristik individu, kualitas sumber informasi, efektivitas regulasi, praktik komunikasi perusahaan, serta pengaruh sosial dan media. Kesimpulannya, meskipun kesadaran ESG meningkat, *greenwashing* tetap menjadi tantangan yang memerlukan peningkatan literasi, standardisasi pelaporan, pengawasan yang lebih ketat, dan komunikasi yang transparan untuk membangun kepercayaan dan mendorong investasi berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, R., & Kurniawan, T. (2023). Analisis perbedaan persepsi investor ritel terhadap informasi keberlanjutan berdasarkan demografi. *Jurnal Pasar Modal dan Investasi*, 7(2), 120–135.
- Dewi, S., & Putra, A. (2024). Pengaruh media sosial dan opini publik terhadap kepercayaan investor ritel pada praktik ESG perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 45–60.
- Fatimah, L., & Nugroho, R. (2023). Peran regulator dalam menekan praktik greenwashing di pasar modal Indonesia. *Jurnal Regulasi dan Etika Bisnis*, 4(2), 105–119.
- Financial Services Authority (OJK). (2023). *Panduan pelaporan keuangan berkelanjutan edisi terbaru*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Global Reporting Initiative. (2021). *Consolidated standards for sustainability reporting*. <https://www.globalreporting.org>
- Halim, A., & Prasetya, B. (2024). Pengaruh literasi ESG terhadap kinerja portofolio investor ritel. *Jurnal Investasi dan Etika Keuangan*, 6(2), 134–150.
- Hartono, B., & Dewi, C. (2023). Reaksi investor ritel terhadap isu greenwashing dan dampaknya pada keputusan investasi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 11(3), 200–215.
- Khan, M., Serafeim, G., & Yoon, A. (2016). Corporate sustainability: First evidence on materiality. *The Accounting Review*, 91(6), 1697–1724. <https://doi.org/10.2308/accr-51383>
- Lubis, F., & Siregar, G. (2022). Efektivitas regulasi keuangan berkelanjutan terhadap transparansi informasi ESG di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(1), 70–85.
- Rahman, H., & Sari, I. (2023). Kredibilitas sumber informasi ESG dan pengaruhnya terhadap persepsi investor ritel. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 150–165.
- Santoso, J., & Rahayu, N. (2022). Preferensi sumber informasi ESG di kalangan investor ritel Indonesia. *Jurnal Investasi dan Keuangan*, 6(1), 25–40.
- Testa, F., Boiral, O., & Iraldo, F. (2018). Internalization of environmental practices and institutional complexity: Can stakeholders pressures encourage greenwashing? *Journal of Business Ethics*, 147(2), 287–307. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2960-2>
- Wijaya, K. (2023). Analisis gaya komunikasi perusahaan terhadap persepsi investor ritel terkait praktik ESG. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 30–45.
- Wijaya, R., & Susanti, T. (2024). Kriteria penilaian kinerja ESG di kalangan investor ritel: Studi kasus di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 180–195.
- Wulandari, D., & Prasetyo, A. (2023). Tingkat kepercayaan investor ritel terhadap klaim ESG perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 15–30.