

# Pengaruh Transparansi Keberlanjutan, Persepsi Greenwashing dan Literasi ESG Terhadap Kepercayaan Investor Muda

Jumriaty Jusman<sup>1\*</sup>, Ika Fausiah<sup>2</sup>, Nurfadilah<sup>3</sup>

<sup>1\*</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia.

<sup>2,3</sup> Universitas Islam Negeri Palopo, Indonesia.

Email: jo2lov3ly@yahoo.com<sup>1\*</sup>, lka\_fausiah@uinpalopo.ac.id<sup>2</sup>, nurfadilah@uinpalopo.ac.id<sup>3</sup>

## Histori Artikel:

Dikirim 25 Januari 2026; Diterima dalam bentuk revisi 27 Januari 2026; Diterima 30 Januari 2026; Diterbitkan 1 Februari 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

## Suggested citation:

Jusman, J., Fausiah, I., & Nurfadilah, N. (2026). Pengaruh Transparansi Keberlanjutan, Persepsi Greenwashing dan Literasi ESG Terhadap Kepercayaan Investor Muda. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(1), 1012-1026. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i1.6416>.

## Abstrak

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya perhatian generasi muda terhadap isu keberlanjutan dan praktik investasi yang bertanggung jawab, sehingga pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk kepercayaan investor menjadi penting bagi perusahaan dan regulator. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Transparansi Keberlanjutan, Persepsi Greenwashing, dan Literasi Environmental, Social, and Governance (ESG) terhadap Kepercayaan Investor Muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS). Sampel penelitian terdiri dari investor muda dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Pengujian model mencakup evaluasi outer model dan inner model melalui analisis validitas, reliabilitas, koefisien jalur, dan nilai R<sup>2</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi ESG berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Investor Muda, sementara Transparansi Keberlanjutan dan Persepsi Greenwashing tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman investor muda terhadap prinsip-prinsip ESG lebih berperan dalam membentuk kepercayaan dibandingkan sekadar keterbukaan pelaporan keberlanjutan atau persepsi terhadap greenwashing. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi emiten, otoritas pasar modal, dan penyedia edukasi keuangan untuk meningkatkan kualitas literasi ESG serta memastikan penyampaian informasi keberlanjutan yang lebih edukatif dan mudah diakses.

**Kata Kunci:** Transparansi Berkelanjutan; Persepsi Greenwashing; Literasi ESG; Investor Muda.

## Abstract

The background of this research is based on the growing attention of the younger generation toward sustainability issues and responsible investment practices, making it important for companies and regulators to understand the factors that shape investor trust. This study aims to analyze the influence of Sustainability Transparency, Perceived Greenwashing, and Environmental, Social, and Governance (ESG) Literacy on Young Investors' Trust. This study employs a quantitative approach using Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS). The research sample consists of young investors from the Islamic Economics and Business Faculty at UIN Palopo who meet the specified criteria. The model testing includes evaluating both the outer model and inner model through analyses of validity, reliability, path coefficients, and R<sup>2</sup>. The results of the study show that ESG Literacy has a positive and significant effect on Young Investors' Trust, while Sustainability Transparency and Perceived Greenwashing do not have a significant influence. These findings indicate that young investors' understanding of ESG principles plays a more decisive role in shaping trust compared to mere sustainability reporting disclosure or perceptions of greenwashing. Practically, this study provides implications for issuers, capital market authorities, and financial education providers to enhance the quality of ESG literacy and to ensure that sustainability information is delivered in a more educational and accessible manner.

**Keyword:** Sustainability Transparency; Greenwashing Perception; ESG Literacy; Young Investors Trust.

## 1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep *keberlanjutan perusahaan* (*corporate sustainability*) telah mengalami perkembangan yang signifikan, terutama di tengah meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan, sosial, dan tata kelola (*Environmental, Social, and Governance*). Pergeseran paradigma bisnis dari sekadar mengejar profit menjadi berorientasi pada *triple bottom line* (*profit, people, planet*) telah mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam strategi operasional dan pelaporannya (Norman & Macdonald, 2004). Perubahan ini tidak hanya didorong oleh tuntutan regulasi dan kebijakan pemerintah, tetapi juga oleh tekanan dari masyarakat dan pemangku kepentingan, terutama investor. Menurut Sitorus & Febrianto (2024), meningkatnya perhatian terhadap tanggung jawab sosial dan dampak lingkungan telah membuat transparansi keberlanjutan menjadi faktor penting dalam menilai reputasi dan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, banyak perusahaan kini mulai menerbitkan *sustainability report* sebagai bentuk akuntabilitas dan untuk membangun kepercayaan pasar. Fenomena terkini menunjukkan bahwa investor semakin mempertimbangkan faktor ESG dalam pengambilan keputusan investasi. Studi oleh Handayani & Fitrianisa (2025) menemukan bahwa investor modern, khususnya *institutional investors*, cenderung memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan ESG yang tinggi karena dianggap lebih tahan terhadap risiko jangka panjang dan memiliki tata kelola yang baik. Hal ini memperkuat teori *stakeholder* dan *legitimacy*, di mana keberlanjutan bukan lagi sekadar kewajiban moral, melainkan strategi bisnis yang memengaruhi nilai pasar perusahaan. Selain itu, berkembangnya literasi ESG di kalangan investor dan profesional keuangan telah mendorong peningkatan permintaan terhadap informasi non-keuangan. Menurut Awanda & Bayangkara (2025), investor yang memiliki literasi ESG tinggi lebih mampu mengevaluasi risiko keberlanjutan dan mengidentifikasi peluang investasi hijau (*green investment*), sehingga mendorong perusahaan untuk memperkuat pengungkapan keberlanjutan guna menarik modal. Di Indonesia sendiri, fenomena ini mulai terlihat jelas pasca diterbitkannya *OJK Regulation No. 51/POJK.03/2017* yang mewajibkan lembaga keuangan dan emiten besar untuk menerbitkan laporan keberlanjutan. Sejak saat itu, tren *ESG disclosure* mengalami peningkatan signifikan. Laporan keberlanjutan tidak lagi dianggap sekadar pelengkap laporan tahunan, melainkan sebagai alat strategis untuk memperoleh legitimasi publik dan kepercayaan investor.

Transparansi keberlanjutan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan investor muda. Pengungkapan keberlanjutan yang terperinci dan transparan mampu menumbuhkan kepercayaan investor dengan meningkatkan persepsi integritas perusahaan, sehingga investor muda lebih memilih perusahaan dengan praktik keberlanjutan yang baik dan transparan (Arifin, 2024). Transparansi keberlanjutan (*sustainability transparency*) merujuk pada tingkat keterbukaan perusahaan dalam mengungkapkan informasi terkait kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (*Environmental, Social, and Governance* atau ESG) secara jelas, lengkap, dan dapat diverifikasi oleh pemangku kepentingan. Dalam era digital, transparansi keberlanjutan tidak lagi hanya menjadi alat komunikasi perusahaan, tetapi juga menjadi dasar penilaian investor terhadap integritas dan orientasi jangka panjang perusahaan. Handayani & Fitrianisa (2025) menegaskan bahwa perusahaan dengan pengungkapan ESG yang lebih luas dipersepsikan lebih stabil, lebih akuntabel, dan lebih siap menghadapi risiko jangka panjang, sehingga mendapatkan persepsi positif dari investor. Fenomena ini semakin kuat ketika dikaitkan dengan investor muda (*millennial & Gen Z investors*). Investor muda cenderung lebih sadar lingkungan dan lebih peduli terhadap nilai etika perusahaan. Mereka mencari perusahaan yang memiliki kejelasan informasi, terutama mengenai dampak sosial dan lingkungan. Penelitian global oleh Deloitte (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% investor muda hanya mau berinvestasi pada perusahaan yang memiliki komitmen ESG yang jelas. Bagi investor muda, kepercayaan tidak hanya dapat dibangun melalui performa finansial, tetapi melalui nilai-nilai keberlanjutan. Mereka menilai bahwa perusahaan yang transparan mengenai ESG cenderung lebih etis, lebih visioner, dan lebih aman sebagai pilihan investasi jangka panjang. Hal tersebut sejalan dengan studi Saripah., *et al* (2024) bahwa adanya peningkatan tingkat transparansi ESG akan memberikan kepercayaan lebih kepada investor, serta meningkatkan kredibilitas perusahaan. Akan tetapi berbeda dengan Babu & Rajamanickam (2025) menemukan bahwa bias kognitif seperti "*anchoring*" membuat sebagian investor muda mengabaikan data ESG yang transparan, karena kecenderungan

## RESEARCH ARTICLE

mereka bersandar pada informasi lama, media, atau pengaruh rekan sebaya, sehingga transparansi pelaporan keberlanjutan tidak selalu diterjemahkan menjadi kepercayaan yang lebih tinggi kepada perusahaan. Perkembangan isu keberlanjutan mendorong perusahaan untuk memperkuat komunikasi mengenai praktik lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Namun, peningkatan praktik komunikasi ini juga menimbulkan fenomena *greenwashing*, yaitu tindakan perusahaan yang mengklaim diri ramah lingkungan atau berkelanjutan tanpa bukti yang memadai. *Greenwashing* sering dilakukan melalui laporan keberlanjutan, iklan lingkungan, maupun strategi pemolesan citra (*image polishing*) untuk membangun kesan keberlanjutan tanpa perubahan nyata dalam operasional perusahaan. Menurut Delmas & Burbano (2011), *greenwashing* terjadi ketika terdapat kesenjangan antara komunikasi lingkungan dan kinerja lingkungan yang sebenarnya. Kesenjangan tersebut menimbulkan persepsi negatif dari investor, terutama generasi muda yang lebih kritis terhadap isu keberlanjutan dan lebih peka terhadap tindakan manipulatif perusahaan. Investor muda, umumnya mahasiswa atau investor generasi Z cenderung memiliki karakteristik tersendiri dalam menilai informasi perusahaan. Mereka lebih memperhatikan transparansi, integritas, serta bukti empiris praktik keberlanjutan dibanding sekadar klaim naratif. Penelitian oleh Lyon & Montgomery (2015) menunjukkan bahwa ketika investor mendeteksi indikasi *greenwashing*, tingkat kepercayaan terhadap perusahaan akan menurun drastis karena munculnya persepsi bahwa perusahaan tidak jujur atau tidak akuntabel. Selain itu, penelitian Free & Jones (2024) menegaskan bahwa persepsi *greenwashing* memiliki pengaruh negatif langsung terhadap kepercayaan investor, sebab tindakan tersebut dianggap sebagai bentuk manipulasi informasi yang merusak kredibilitas perusahaan. Dalam konteks investor muda, persepsi ini semakin kuat karena kelompok ini tumbuh dalam lingkungan yang didominasi isu-isu perubahan iklim, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, studi yang dilakukan oleh Farilla., *et al* (2025) mengindikasikan bahwa dalam kondisi tertentu, *greenwashing* memang bisa memberi pengaruh positif sementara terhadap minat investor, khususnya jika investor memiliki literasi ESG rendah atau jika narasi keberlanjutan simbolik dari perusahaan masih dipercaya.

Faktor lain yang mempengaruhi minat investor muda Adalah literasi ESG dimana Literasi ESG merujuk pada tingkat pemahaman seseorang mengenai konsep *Environmental, Social, and Governance* serta kemampuan mengevaluasi informasi keberlanjutan dalam proses pengambilan keputusan investasi. Semakin tinggi literasi ESG seseorang, semakin besar kemampuan mereka dalam menilai kualitas laporan keberlanjutan dan kredibilitas perusahaan (Page & Utami, 2025). Bagi investor muda, literasi ESG menjadi aspek penting karena kelompok ini cenderung lebih peduli pada isu keberlanjutan dan memiliki preferensi investasi yang berorientasi pada dampak jangka panjang. Investor muda dinilai memiliki sensitivitas lebih tinggi terhadap isu etis dan praktik bisnis yang bertanggung jawab, sehingga pemahaman mereka tentang ESG memengaruhi persepsi terhadap reputasi dan integritas perusahaan. Lee, Park & Kim (2023) menunjukkan bahwa literasi ESG berpengaruh positif terhadap kemampuan investor muda membedakan perusahaan yang benar-benar sustainable dan perusahaan yang melakukan *greenwashing*, sehingga meningkatkan *trust confidence* mereka dalam memilih emiten. Sampai sekarang saya belum menemukan studi yang hasilnya menyatakan Literasi ESG tidak berpengaruh terhadap Keputusan investor muda. Penelitian yang dilakukan oleh Zheng (2024) yang berjudul "*The Impact of ESG Report Transparency on Investor Behavior*" secara umum berfokus pada hubungan antara transparansi laporan ESG dan perilaku investor dalam konteks pasar finansial yang lebih luas. Studi tersebut menekankan bahwa semakin tinggi transparansi laporan keberlanjutan, semakin besar kemungkinan investor mempercayai kinerja perusahaan dan melakukan keputusan investasi. Namun, studi tersebut masih menyisakan sejumlah celah penelitian (*research gaps*) yang menjadi dasar penulis mengkaji lagi tentang pengaruh Keputusan investor muda. Penelitian terdahulu mengkaji perilaku investor secara umum, tanpa memperhatikan karakteristik investor muda (*young investors*) yang saat ini didominasi oleh mahasiswa dan generasi digital native. Padahal, investor muda memiliki pola perilaku yang berbeda: lebih digital, lebih dipengaruhi isu keberlanjutan, namun juga lebih rentan terhadap fenomena misinformasi dan *greenwashing*. Penelitian "*The Impact of ESG Report Transparency*" belum mempertimbangkan bahwa transparansi yang tinggi sekalipun tidak menjamin tidak terjadinya *greenwashing*. Dalam konteks pasar Indonesia, meningkatnya praktik pemasaran hijau (*green claims*) juga memengaruhi persepsi investor muda.

Oleh karena itu, penting untuk melihat apakah persepsi greenwashing dapat menurunkan kepercayaan, memperlemah dampak transparansi ESG atau bahkan menjadi variabel yang lebih dominan. Penelitian terdahulu belum mengeksplorasi literasi ESG sebagai variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara transparansi dan minat investasi. Padahal literasi ESG menjadi isu penting bagi investor muda, terutama yang baru belajar mengenal instrumen ESG. Sebagai calon profesional akuntansi, mahasiswa akuntansi dianggap memiliki pemahaman dasar yang lebih kuat terkait laporan keuangan dan keberlanjutan. Namun, bagaimana mereka melihat transparansi ESG, apakah mereka sensitif terhadap greenwashing, dan apakah literasi ESG benar-benar mendorong minat investasi.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Signaling Theory

Signaling Theory pertama kali diperkenalkan oleh Spence, (1973) yang menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi berupaya mengirimkan sinyal kepada pihak luar untuk mengurangi asimetri informasi. Dalam konteks perusahaan, sinyal tersebut berupa kualitas informasi, laporan keuangan, dan laporan keberlanjutan. Sinyal yang baik (*credible signal*) akan meningkatkan kepercayaan pasar, sedangkan sinyal yang buruk (*false or low-quality signal*) menurunkan tingkat kepercayaan investor (Connelly *et al.*, 2011). Dalam penelitian ini, *transparansi keberlanjutan* dipandang sebagai sinyal positif yang menegaskan komitmen perusahaan terhadap praktik ESG. Semakin tinggi tingkat transparansi perusahaan dalam mengungkapkan kinerja lingkungannya, sosial, dan tata kelola, semakin kuat sinyal yang diterima investor bahwa perusahaan menjalankan bisnis secara etis dan bertanggung jawab. Sebaliknya, *greenwashing* merupakan sinyal negatif. Ketika perusahaan mengungkapkan informasi keberlanjutan secara berlebihan atau menyesatkan, hal tersebut memberikan sinyal bahwa perusahaan tidak sepenuhnya jujur atau tidak konsisten dalam praktik keberlanjutan. Investor, terutama investor muda dengan literasi digital yang tinggi, menjadi lebih sensitif terhadap kemungkinan manipulasi informasi ESG. Dalam teori ini, *literasi ESG* menjadi faktor yang memengaruhi kemampuan investor untuk menafsirkan sinyal. Investor muda yang memiliki literasi ESG tinggi dapat membedakan antara sinyal yang kredibel dan sinyal palsu, sehingga mereka mampu menilai apakah perusahaan sungguh-sungguh berkomitmen pada keberlanjutan atau hanya melakukan kosmetik hijau (*greenwashing*). Akhirnya, kepercayaan investor dipengaruhi oleh bagaimana mereka menginterpretasikan sinyal tersebut.

### 2.2 Kepercayaan Investor Muda

Kepercayaan investor muda (*young investor trust*) merupakan keyakinan, persepsi, serta tingkat keyakinan generasi muda, khususnya mahasiswa atau individu pada kelompok usia Gen-Z dan Milenial terhadap informasi, reputasi, dan integritas perusahaan yang menjadi objek investasi. Kepercayaan ini mencerminkan sejauh mana investor muda merasa bahwa perusahaan bersikap jujur, transparan, dapat diprediksi, dan bertanggung jawab dalam mengelola bisnis serta menyampaikan informasi yang relevan. Kepercayaan sebagai "keyakinan pada keandalan dan integritas suatu pihak," yang berperan penting dalam membentuk hubungan jangka panjang. Dalam konteks investasi, kepercayaan menjadi dasar bagi pengambilan keputusan investor (Morgan & Hunt, 1994). Menurut Subedi & Bhandari (2024), kepercayaan investor adalah keyakinan investor bahwa perusahaan menyediakan informasi yang akurat, tidak menyesatkan, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga mereka merasa aman dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian oleh Zhong *et al* (2025) menyebutkan bahwa investor muda cenderung sensitif terhadap faktor non-keuangan, termasuk transparansi keberlanjutan, reputasi perusahaan dalam ESG, serta isu greenwashing. Kepercayaan mereka terbentuk bukan hanya oleh informasi finansial, tetapi juga oleh nilai sosial dan etika perusahaan. Penelitian global oleh Deloitte, (2022) menjelaskan bahwa generasi muda memprioritaskan aspek keberlanjutan, etika, dan dampak sosial perusahaan. Kepercayaan mereka sangat dipengaruhi oleh transparansi perusahaan, konsistensi praktik ESG dan minimnya kecurangan atau indikasi greenwashing.

## 2.3 Transparansi Keberlanjutan

Transparansi berkelanjutan adalah tingkat keterbukaan dan kelengkapan pengungkapan informasi lingkungan, sosial, dan ekonomi suatu perusahaan melalui laporan keberlanjutan atau saluran lain yang relevan, sehingga informasi tersebut mudah diakses, dipahami, dan diverifikasi oleh pemangku kepentingan untuk menilai kinerja dan akuntabilitas keberlanjutan perusahaan (*Transparency in Reporting*, 2025). Sitorus & Febrianto, (2024) mendefinisikan transparansi keberlanjutan sebagai tingkat keterbukaan perusahaan dalam menyampaikan informasi terkait dampak lingkungan, sosial, dan tata kelola melalui laporan keberlanjutan yang dapat diverifikasi. Investor muda (Gen Z dan milenial) cenderung lebih peduli terhadap isu keberlanjutan dan mengutamakan perusahaan yang jujur, terbuka, dan bertanggung jawab. Transparansi keberlanjutan memberi sinyal bahwa perusahaan tidak menyembunyikan risiko (*signaling theory*). Keterbukaan data membuat investor muda merasa perusahaan dapat dipercaya karena pengungkapan ESG dinilai mencerminkan nilai moral dan integritas perusahaan. Transparansi yang tinggi akan meningkatkan persepsi keandalan sehingga meningkatkan minat investasi awal. Sebaliknya ketidakjelasan atau minimnya pengungkapan akan memunculkan keraguan sehingga menurunkan niat berinvestasi. Zheng, (2024) menemukan bahwa semakin transparan laporan ESG, semakin positif perilaku investor karena transparansi mengurangi ketidakpastian. Wahyu *et al* (1945) menunjukkan bahwa keterbukaan pengungkapan ESG meningkatkan persepsi positif investor terhadap integritas perusahaan. H1: Transparansi keberlanjutan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan investor muda.

## 2.4 Persepsi Greenwashing

Greenwashing adalah praktik ketika perusahaan menyampaikan informasi, klaim, atau citra yang dilebih-lebihkan, menyesatkan, atau tidak sesuai kenyataan terkait kinerja lingkungan atau keberlanjutan dengan tujuan memperoleh citra hijau di mata publik atau investor. Menurut Delmas & Burbano (2011), greenwashing merupakan “*misleading environmental claims designed to create an environmentally responsible image*”. Persepsi greenwashing muncul ketika investor atau publik merasakan bahwa pengungkapan ESG atau aktivitas keberlanjutan perusahaan tidak konsisten, tidak akurat, atau tidak mencerminkan kondisi sebenarnya (Lyon & Montgomery, 2015). Ketika persepsi ini terbentuk, investor cenderung mengevaluasi ulang kredibilitas perusahaan. Kepercayaan investor muda sangat dipengaruhi oleh kredibilitas informasi dan integritas perusahaan. Generasi muda khususnya mahasiswa cenderung lebih sadar terhadap isu keberlanjutan, transparansi informasi, dan etika perusahaan. Ketika investor muda mendeteksi adanya greenwashing, maka Kepercayaan terhadap perusahaan menurun karena informasi dianggap tidak jujur. Ekspektasi risiko meningkat, sehingga investor merasa perusahaan kurang dapat diandalkan untuk investasi jangka panjang. Persepsi reputasi perusahaan memburuk, mempengaruhi evaluasi mereka terhadap kualitas tata Kelola. *Signaling Theory* menjelaskan bahwa investor akan menilai sinyal yang dikirimkan perusahaan melalui laporan keberlanjutan. Jika sinyal tersebut dianggap menipu (*greenwashed*), maka sinyal kehilangan kredibilitas. Nyilasy *et al* (2014) menemukan bahwa greenwashing yang dirasakan secara signifikan memperburuk sikap negatif terhadap merek dan menurunkan purchase intention konsumen ketika kinerja lingkungan perusahaan rendah, karena dianggap sebagai informasi menyesatkan yang memicu skeptisisme dan atribusi motif tidak tulus. Walker & Wan (2012) membuktikan bahwa greenwashing simbolik actions atau green talk tanpa substantive actions secara signifikan merugikan performa keuangan perusahaan Kanada di industri pencemar, karena menurunkan reputasi dan kepercayaan publik/stakeholder akibat persepsi ketidakjujuran. H2: Persepsi Greenwashing berpengaruh negatif terhadap Kepercayaan investor muda.

## 2.5 Literasi ESG

Literasi ESG merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, indikator, risiko, dan manfaat terkait faktor *Environmental, Social, and Governance* sehingga mampu menilai kualitas praktik keberlanjutan suatu perusahaan. Pemahaman ESG sebagai proses mengintegrasikan faktor lingkungan, sosial, dan governance ke dalam analisis investasi untuk menilai materialitas, risiko, dan return, yang memungkinkan investor mengevaluasi tanggung jawab korporasi (Definitions for Responsible Investment



Approaches, 2023). Fernandez (2023) mendefinisikan ESG literacy sebagai pemahaman individu terhadap kriteria ESG dalam keputusan investasi, yang saling terkait dengan financial literacy untuk meningkatkan partisipasi sustainable investing. Literasi ESG bukan sekadar mengetahui istilah *environmental*, *social*, dan *governance*, tetapi juga mencakup kemampuan menilai keaslian, tingkat risiko, dan nilai strategis dari aktivitas keberlanjutan suatu perusahaan. Investor muda khususnya mahasiswa akuntansi cenderung digital-savvy, kritis, dan sangat terpapar isu keberlanjutan. Ketika mereka memiliki literasi ESG yang baik, mereka lebih mudah membedakan antara perusahaan yang benar-benar berkelanjutan dan yang sekadar melakukan greenwashing, mampu mengevaluasi kualitas ESG disclosure sehingga lebih yakin pada integritas perusahaan dan memiliki persepsi risiko yang lebih matang, karena faktor ESG membantu mengidentifikasi risiko jangka panjang. Literasi ESG memberikan kerangka pengetahuan yang membuat investor muda mampu menilai kualitas praktik keberlanjutan suatu perusahaan secara lebih akurat. Pemahaman yang baik mengenai indikator ESG membantu mengurangi ketidakpastian informasi serta meningkatkan persepsi kredibilitas perusahaan. Menurut Handayani & Fitrianisa (2025), pemahaman terhadap ESG mendorong investor memberikan kepercayaan lebih tinggi kepada perusahaan yang memiliki kinerja keberlanjutan yang baik. Selain itu, Sitorus & Febrianto (2024) menyebut bahwa transparansi keberlanjutan *hanya efektif* apabila investor mampu memahami informasi ESG tersebut menunjukkan bahwa literasi ESG adalah faktor penting dalam pembentukan kepercayaan. Damayanti *et al* (2024) menemukan pengungkapan ESG positif memengaruhi keputusan investasi korporasi di IDX, karena investor yang paham ESG melihatnya sebagai sinyal risiko rendah dan komitmen jangka panjang, meningkatkan kepercayaan. Dengan demikian, semakin tinggi literasi ESG, semakin tinggi pula kemampuan investor muda menilai kredibilitas perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan mereka. H3: Literasi ESG berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Investor Muda.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan explanatory research, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel independen (transparansi keberlanjutan, persepsi greenwashing, dan literasi ESG) terhadap variabel dependen (kepercayaan investor muda). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini memerlukan pengukuran numerik, analisis statistik, dan pengujian hipotesis untuk menentukan ada tidaknya pengaruh antarvariabel. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Palopo yang memenuhi kriteria yaitu; Pernah mengikuti mata kuliah akuntansi keberlanjutan, memiliki pengalaman melihat atau mengenal laporan keberlanjutan, ESG, atau topik green investment, dan Termasuk generasi muda (18–25 tahun) sehingga mencerminkan *young investors* menurut OECD (2022). Berdasarkan kriteria tersebut maka jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 102 siswa. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner online (Google Form). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi empat variabel, yaitu Transparansi Keberlanjutan (X1), Persepsi Greenwashing (X2), Literasi ESG (X3), dan Kepercayaan Investor Muda (Y). Transparansi keberlanjutan diukur berdasarkan tingkat keterbukaan dan kelengkapan pengungkapan ESG yang disampaikan perusahaan sesuai standar GRI (2021) (Sitorus & Febrianto, 2024). Persepsi greenwashing dinilai dari sejauh mana responden menilai adanya ketidaksesuaian antara klaim keberlanjutan perusahaan dan kenyataan praktik perusahaan (Delmas & Burbano, 2011). Literasi ESG diukur berdasarkan pemahaman individu mengenai konsep, manfaat, risiko, dan penilaian informasi ESG sebagaimana dijelaskan oleh Raghunandan & Rajgopal (2022). Sementara itu, kepercayaan investor muda diukur melalui keyakinan responden terhadap integritas, kredibilitas, dan akurasi informasi perusahaan (Mayer *et al.*, 1995). Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert 1–4, dengan analisis data menggunakan software SmartPLS.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Transparansi Keberlanjutan	Transparansi keberlanjutan diukur berdasarkan tingkat keterbukaan dan kelengkapan pengungkapan ESG yang disampaikan perusahaan sesuai standar GRI (2021) (Sitorus & Febrianto, 2024).	Informasi ESG dalam laporan disampaikan dengan jelas. Laporan berisi pengungkapan yang lengkap. Laporan keberlanjutan dapat dipercaya. Informasi ESG mudah diakses publik. Data ESG yang disajikan konsisten.
Persepsi Greenwashing	Persepsi greenwashing dinilai dari sejauh mana responden menilai adanya ketidaksesuaian antara klaim keberlanjutan perusahaan dan kenyataan praktik perusahaan (Delmas & Burbano, 2011)	Perusahaan tampak melebih-lebihkan klaim keberlanjutan. Laporan keberlanjutan tidak sesuai dengan praktik nyata. Informasi lingkungan tampak diperhalus. Saya meragukan komitmen perusahaan pada ESG. ESG terlihat seperti strategi pencitraan.
Literasi ESG	Literasi ESG diukur berdasarkan pemahaman individu mengenai konsep, manfaat, risiko, dan penilaian informasi ESG (Ragunandan & Rajgopal, 2022)	Saya memahami konsep ESG. Saya mengetahui adanya standar pelaporan seperti GRI atau ISSB. Saya memahami isu lingkungan seperti emisi dan energi. Saya memahami isu sosial dalam perusahaan. Saya memahami konsep tata kelola perusahaan. Saya mampu membaca laporan keberlanjutan sederhana.
Kepercayaan Investor Muda	Kepercayaan investor muda diukur melalui keyakinan responden terhadap integritas, kredibilitas, dan akurasi informasi perusahaan (Mayer <i>et al.</i> , 1995)	Saya percaya perusahaan bertindak jujur. Saya percaya laporan keberlanjutan disusun secara objektif. Perusahaan yang transparan memberikan rasa aman bagi investor. Saya memiliki pandangan positif terhadap perusahaan yang terbuka. Saya bersedia mempertimbangkan investasi pada perusahaan tersebut.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil

#### 4.1.1 Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen menguji sejauh mana indikator-indikator suatu konstruk saling berbagi varians tinggi dan berkontribusi pada representasi konstruk yang sama (Hair *et al.*, 2019). Validitas konvergen pada penelitian ini diuji melalui loading factor, yang dinyatakan valid jika memenuhi loading  $\geq 0,70$  (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 2. Hasil Loading Faktor Validitas Konvergen

Variabel	Code	Outer	Signifikan ( $\geq 0,70$ )
Transparansi Keberlanjutan	TK1	0.893	Valid
	TK2	0.887	Valid
	TK3	0.887	Valid
	TK4	0.845	Valid
	TK5	0.815	Valid
Persepsi Greenwashing	PG1	0.835	Valid
	PG2	0.895	Valid
	PG3	0.925	Valid
	PG4	0.910	Valid
	PG5	0.941	Valid
Literasi ESG	LESG1	0.897	Valid
	LESG2	0.785	Valid
	LESG3	0.847	Valid
	LESG4	0.858	Valid
	LESG5	0.859	Valid
	LESG6	0.826	Valid
Kepercayaan Investor Muda	KIM1	0.870	Valid
	KIM2	0.850	Valid
	KIM3	0.845	Valid
	KIM4	0.897	Valid
	KIM5	0.905	Valid

Nilai loading factor menunjukkan kontribusi setiap indikator terhadap konstraknya. Indikator dengan loading di atas 0,70 dianggap memiliki korelasi kuat dengan konstruk dan memenuhi syarat validitas konvergen.

#### 4.1.2 Uji Validitas Diskriminan

Dalam penelitian ini, validitas diskriminan dievaluasi menggunakan pendekatan Cross Loading. Cross loading membandingkan loading indikator terhadap konstraknya sendiri dengan loading terhadap konstruk lain. Standar penilaian suatu indikator valid jika loading lebih tinggi daripada loading terhadap konstruk lainnya (Chin, 1998).

Tabel 3. Hasil Cross Loading Validitas Diskriminan

Variabel	Kepercayaan Investor Muda	Literasi ESG	Persepsi Greenwashing	Transparansi Keberlanjutan
KIM1	0.870	0.489	0.107	0.389
KIM2	0.850	0.498	0.109	0.436



RESEARCH ARTICLE

KIM3	0.845	0.482	0.137	0.323
KIM4	0.897	0.531	0.153	0.409
KIM5	0.905	0.527	0.133	0.429
LESG1	0.522	0.897	0.237	0.638
LESG2	0.374	0.785	0.202	0.586
LESG3	0.466	0.847	0.251	0.574
LESG4	0.516	0.858	0.212	0.482
LESG5	0.516	0.859	0.207	0.495
LESG6	0.518	0.826	0.142	0.546
PG1	0.007	0.192	0.835	0.189
PG2	0.058	0.214	0.895	0.175
PG3	0.175	0.222	0.925	0.176
PG4	0.092	0.237	0.910	0.188
PG5	0.150	0.231	0.941	0.103
TK1	0.364	0.514	0.118	0.893
TK2	0.304	0.513	0.172	0.887
TK3	0.555	0.67	0.209	0.887
TK4	0.362	0.552	0.146	0.845
TK5	0.261	0.497	0.024	0.815

Hasil cross loading menunjukkan setiap indikator memiliki nilai loading paling tinggi pada konstruk yang diukurnya, serta lebih rendah pada konstruk lain. Hal ini menegaskan bahwa setiap indikator mampu membedakan konstraknya secara jelas sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

#### 4.1.3 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, untuk menilai reliabilitas internal, yaitu menggunakan Cronbach's Alpha dimana ukuran ini memastikan bahwa indikator dalam suatu konstruk benar-benar konsisten satu sama lain. Standar reliabilitas  $\geq 0,70$  bahwa reliabel (ideal untuk penelitian konfirmatori) (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha
Kepercayaan Investor Muda	0.922
Transparansi Keberlanjutan	0.918
Persepsi Greenwashing	0.950
Literasi ESG	0.920

Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai stabilitas dan konsistensi indikator dalam konstruk. Nilai Alpha di atas 0,70 menunjukkan bahwa indikator memiliki konsistensi internal yang baik.

#### 4.1.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan bahwa variabel independen dalam model struktural tidak memiliki korelasi yang terlalu tinggi satu sama lain. Multikolinieritas dapat menyebabkan estimasi koefisien jalur menjadi tidak stabil dan menghasilkan interpretasi yang bias. Dalam PLS-SEM, multikolinieritas dievaluasi menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan pedoman Hair *et al* (2019), nilai VIF yang lebih kecil dari 5 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas.

## RESEARCH ARTICLE

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Cronbach's alpha
Transparansi Keberlanjutan	1.734
Persepsi Greenwashing	1.064
Literasi ESG	1.793

Hasil pengujian tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF yang berada pada rentang yang diterima ( $VIF < 5$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam model struktural. Dengan demikian, seluruh variabel layak digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

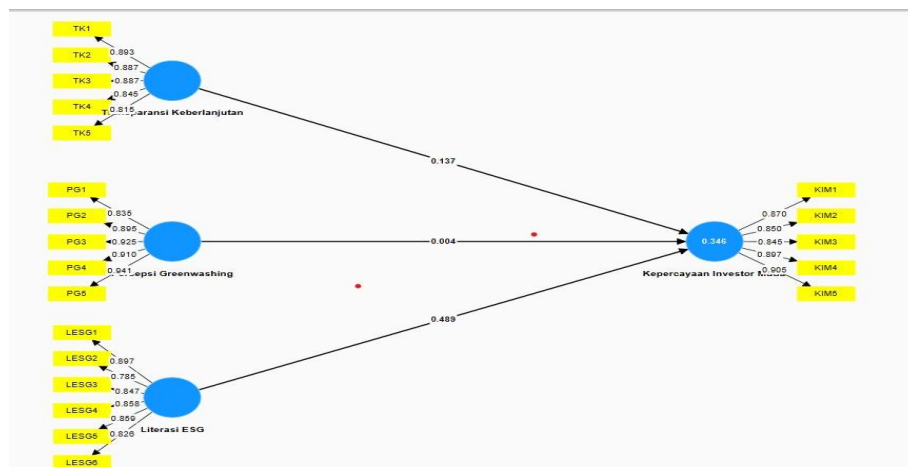
4.1.5 R Square ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model struktural.  $R^2$  menjadi indikator penting dalam menilai kekuatan penjelasan model SEM-PLS. Menurut Hair *et al* (2019), nilai  $R^2$  dikategorikan menjadi kuat apabila mencapai 0,75, moderat pada nilai 0,50, dan lemah pada nilai 0,25. Dengan demikian, semakin tinggi nilai  $R^2$  menunjukkan semakin besar kemampuan variabel-variabel prediktor dalam menjelaskan varians konstruk dependen, sehingga model dapat dinyatakan memiliki akurasi prediktif yang lebih baik.

Tabel 6. Hasil Uji R Square ( $R^2$ )

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kepercayaan Investor Muda	0.346	0.326

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SEM-PLS, nilai R-square untuk variabel Kepercayaan Investor Muda adalah sebesar 0,346, sedangkan nilai R-square Adjusted sebesar 0,326. Nilai R-square sebesar 0,346 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian yaitu Transparansi Keberlanjutan, Persepsi Greenwashing, dan Literasi ESG mampu menjelaskan 34,6% varians pada variabel Kepercayaan Investor Muda. Sementara itu, sisanya 65,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai R-square adjusted = 0,326 mengindikasikan bahwa meskipun telah mempertimbangkan jumlah prediktor dalam model, kemampuan penjelasan variabel independen masih berada pada tingkat yang relatif stabil. Mengacu pada kategori interpretasi  $R^2$  menurut Hair *et al*. (2019), nilai  $R^2$  sebesar 0,346 termasuk kategori 'moderat'. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen memberikan kontribusi penjelasan yang cukup memadai terhadap Kepercayaan Investor Muda. Gambar 1 berikut menunjukkan keluaran Algoritma PLS SEM untuk melihat  $R^2$  model penelitian.



Gambar 1. Algoritma PLS SEM keluaran R2

## RESEARCH ARTICLE

4.1.6 Uji Effect Size ( $f^2$ )

*Effect size* ( $f^2$ ) digunakan untuk menilai kontribusi setiap variabel independen dalam meningkatkan nilai  $R^2$  variabel dependen. Pengujian ini penting untuk melihat seberapa besar pengaruh relatif yang diberikan masing-masing prediktor dalam model struktural. Menurut (Cohen, 2013), nilai  $f^2$  dikategorikan sebagai efek kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35). Pedoman yang sama juga digunakan oleh Hair *et al.* (2019), yang menyatakan bahwa  $f^2$  mengukur perubahan nilai  $R^2$  ketika suatu variabel prediktor dikeluarkan dari model. Jika nilai  $f^2$  semakin besar, maka pengaruh variabel tersebut semakin penting secara substantif. Dengan demikian, analisis  $f^2$  memberikan gambaran mengenai relevansi praktis dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam SEM-PLS.

Tabel 7. Hasil Uji Effect Size ( $f^2$ )

Variabel	f-square
Transparansi Keberlanjutan -> Kepercayaan Investor Muda	0.017
Persepsi Greenwashing -> Kepercayaan Investor Muda	0.000
Literasi ESG -> Kepercayaan Investor Muda	0.204

Berdasarkan hasil analisis f square di atas maka di peroleh nilai  $f^2$  sebagai berikut:

- 1) Transparansi Keberlanjutan terhadap Kepercayaan Investor Muda memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0,017. Nilai ini berada di bawah ambang batas 0,02, sehingga termasuk dalam kategori efek sangat kecil atau hampir tidak memberikan kontribusi. Artinya, Transparansi Keberlanjutan tidak memberikan peningkatan varians yang berarti terhadap Kepercayaan Investor Muda.
- 2) Persepsi Greenwashing terhadap Kepercayaan Investor Muda memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Greenwashing tidak memberikan pengaruh substantif terhadap peningkatan  $R^2$  Kepercayaan Investor Muda. Meskipun hubungan ini mungkin signifikan atau tidak signifikan secara statistik, dari sisi *effect size* variabel tersebut tidak berkontribusi pada perubahan varians konstruk endogen.
- 3) Literasi ESG terhadap Kepercayaan Investor Muda memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0,204. Nilai ini berada dalam kategori efek sedang. Artinya, variabel Literasi ESG memberikan kontribusi yang cukup kuat dan substantif dalam meningkatkan varians Kepercayaan Investor Muda. Dengan demikian, Literasi ESG merupakan prediktor yang relevan secara praktis dalam model.

4.1.7 Koefisien Jalur (Path Coefficient  $\beta$ )

Koefisien jalur dalam PLS-SEM menunjukkan kekuatan hubungan antara konstruk laten dalam model struktural. Nilai koefisien yang lebih besar menunjukkan pengaruh yang lebih kuat (Hair *et al.*, 2019). Koefisien jalur (*path coefficient*) adalah nilai yang menunjukkan kekuatan dan arah pengaruh antara variabel laten dalam *inner model* SEM-PLS. Koefisien ini menggambarkan hubungan regresi antar konstruk dan digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis. Penilaian koefisien jalur harus diikuti dengan uji signifikansi menggunakan teknik *bootstrapping*. Suatu jalur dikatakan signifikan apabila *t-statistic* melebihi 1,96 dan *p-value* berada di bawah 0,05 (Chin, 1998; Hair *et al.*, 2019).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Jalur

Variabel	T statistics	P values
Transparansi Keberlanjutan -> Kepercayaan Investor Muda	1.122	0.262
Persepsi Greenwashing -> Kepercayaan Investor Muda	0.024	0.981
Literasi ESG -> Kepercayaan Investor Muda	4.084	0.000

Berdasarkan hasil uji Koefisien Jalur di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil menunjukkan bahwa transparansi keberlanjutan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor muda. Nilai t-statistic sebesar 1,122 masih berada di bawah batas signifikansi

## RESEARCH ARTICLE

- 1,96 dan p-value sebesar 0,262 menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan, maka hipotesis pertama (H1) ditolak.
- 2) Hasil menunjukkan bahwa persepsi greenwashing tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor muda. Nilai t-statistic yang sangat rendah (0,024) dan p-value yang sangat tinggi (0,981) menandakan bahwa hubungan yang diuji tidak didukung oleh data empiris, maka hipotesis dua (H2) ditolak.
  - 3) Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi ESG memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan investor muda. Nilai t-statistic yang jauh melebihi batas kritis 1,96 dan p-value sebesar 0,000 mengonfirmasi bahwa hubungan tersebut sangat signifikan secara statistik, maka hipotesis tiga (H3) diterima.

### 4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi keberlanjutan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor muda. Dengan t-statistic sebesar 1,122 yang berada di bawah batas signifikansi 1,96 dan p-value sebesar 0,262, hubungan antara keduanya tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keterbukaan informasi keberlanjutan yang disampaikan perusahaan belum mampu membangun kepercayaan investor muda dalam konteks penelitian ini. Transparansi yang diukur hanya berdasarkan kuantitas pengungkapan, yang mungkin tidak mencerminkan kualitas, kredibilitas, atau keterbandingan informasi, yang lebih berpengaruh terhadap kepercayaan. Jika pengungkapan belum distandarisasi atau kurang diverifikasi, investor muda mungkin merasa ragu. Zheng (2024) menyarankan bahwa transparansi yang disertai kualitas pelaporan dan jaminan (assurance) dapat meningkatkan kepercayaan. Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa keberadaan pengungkapan tidak serta-merta meningkatkan kepercayaan; kualitas dan konteks pengungkapan perlu diperhatikan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi greenwashing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor muda. Nilai  $f^2$  sebesar 0,000 menunjukkan bahwa persepsi greenwashing praktis tidak menambah penjelasan terhadap variasi kepercayaan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh ketidakmampuan investor muda mendeteksi praktik greenwashing secara konsisten, sehingga persepsi greenwashing tidak berbeda tajam antar responden. Dampak greenwashing terhadap kepercayaan mungkin bersifat tidak langsung, dimediasi oleh reputasi perusahaan, keandalan informasi, atau skeptisisme. Penelitian Xu *et al.* (2025) menunjukkan bahwa dampak greenwashing dapat bervariasi tergantung pada tingkat kesadaran, eksposur media, atau budaya pasar. Studi empiris tentang greenwashing menunjukkan hasil yang beragam, dengan beberapa studi yang menemukan reaksi negatif pasar dan penurunan kepercayaan saat greenwashing terungkap, namun efek pada persepsi dan kepercayaan investor ritel tidak selalu konsisten. Terakhir, literasi ESG terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan investor muda, dengan efek praktis sedang ( $f^2 = 0,204$ ). Artinya, semakin baik pemahaman investor muda tentang konsep ESG dan implikasinya, semakin besar kecenderungan mereka untuk mempercayai perusahaan dan informasi ESG tersebut. Temuan ini konsisten dengan teori yang menyatakan bahwa pengetahuan atau informasi membantu individu menilai informasi non-keuangan, mengurangi asimetri informasi, dan meningkatkan kepercayaan. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa literasi ESG berasosiasi positif dengan keputusan investasi berkelanjutan dan meningkatkan kepercayaan. Studi empiris ini memperkuat bukti bahwa literasi ESG adalah determinan penting dalam meningkatkan kepercayaan investor muda (Pong, 2024).

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa literasi ESG merupakan faktor signifikan dan relevan secara praktis dalam meningkatkan kepercayaan investor muda. Sementara itu, persepsi greenwashing dan transparansi keberlanjutan yang diukur dalam penelitian ini tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepercayaan investor. Temuan ini memperkuat urgensi untuk mengembangkan program edukasi ESG dan menekankan bahwa kualitas pengungkapan serta mekanisme validasi

## RESEARCH ARTICLE

eksternal, seperti audit pihak ketiga, lebih mungkin menjadi kunci dalam membangun kepercayaan investor. Implikasi dari temuan ini menegaskan pentingnya literasi ESG sebagai faktor yang memengaruhi kepercayaan investor. Oleh karena itu, studi teoritis tentang kepercayaan investor sebaiknya memasukkan dimensi pengetahuan atau kompetensi ESG sebagai variabel utama, yang mendukung hasil literatur tentang literasi berkelanjutan. Regulator, platform sekuritas, dan institusi keuangan perlu menyediakan program edukasi ESG untuk investor muda agar mereka dapat menilai informasi ESG dengan lebih kritis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan mereka. Di sisi lain, perusahaan perlu fokus untuk meningkatkan kualitas, keterbandingan, dan jaminan (assurance) pengungkapan ESG, bukan hanya sekadar kuantitasnya, agar dapat berdampak pada peningkatan kepercayaan. Regulator dan lembaga pembuat standar (seperti CSRD dan standar assurance) juga memegang peranan penting dalam meningkatkan kredibilitas pengungkapan ESG. Namun, penelitian ini bersifat cross-sectional, yang berarti tidak dapat menegaskan hubungan kausal jangka panjang. Hasil penelitian ini diperoleh dari sampel investor muda dan mungkin terbatas pada wilayah tertentu, sehingga generalisasi ke populasi investor yang lebih luas harus dilakukan dengan hati-hati. Persepsi greenwashing dan transparansi keberlanjutan mungkin memerlukan indikator yang lebih sensitif, seperti ukuran kualitas pengungkapan, assurance pihak ketiga, atau indikator deteksi greenwashing yang lebih jelas. Selain itu, penelitian ini belum memasukkan mediator atau moderator, seperti reputasi perusahaan, kualitas informasi yang dipersepsikan, atau literasi keuangan umum, yang dapat menjelaskan hubungan tidak langsung. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk memasukkan mediator atau moderator, misalnya dengan meneliti peran reputasi perusahaan, kualitas informasi yang dipersepsikan, atau literasi keuangan sebagai mediator atau moderator antara persepsi greenwashing/transparansi dan kepercayaan investor. Penelitian lanjutan juga bisa menggunakan desain longitudinal atau data panel untuk menangkap dinamika kepercayaan seiring waktu, terutama setelah kasus greenwashing terungkap. Penelitian komparatif lintas negara atau lintas segmen investor (muda vs dewasa) juga perlu dilakukan untuk melihat perbedaan efeknya. Untuk perbaikan pengukuran, disarankan untuk menggunakan indikator kualitas pengungkapan, assurance eksternal, atau eksperimen laboratorium untuk menguji reaksi investor terhadap situasi greenwashing yang jelas versus samar. Selain itu, penelitian eksperimen mengenai intervensi edukasi ESG (misalnya melalui randomized controlled trials) juga dapat dilakukan untuk melihat efek kausal literasi terhadap kepercayaan dan perilaku investasi.

## 6. Referensi

- Arifin, S. (2024). Analisis dampak pengungkapan sustainability reporting terhadap kepercayaan investor. *4*(1), 213–220.
- Awanda, D. W. P., & Bayangkara, I. B. K. (2025). Akuntansi keberlanjutan dan pengungkapan ESG pada PT Unilever Indonesia dan PT Pertamina sebagai perusahaan pemenang ASRRAT. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, *6*(1), 15–25.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Psychology Press.
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, *37*(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>.
- Damayanti, V. A., Cahyono, S., & Ardianto, A. (2024). Empirical evidence of ESG disclosure's impact on corporate investment decision in Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, *11*(1), 135–154.



## RESEARCH ARTICLE

*Definitions for Responsible Investment Approaches* (Issue November). (2023).

Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87.

Deloitte. (2022). *The Deloitte Global 2022 Gen Z and Millennial Survey*.

Farilla, M. I., Abiprayu, K. B., Manajemen, P. S., & Ekonomika, F. (2025). Kebijakan ESG dan greenwashing: Bagaimana investor memutuskan untuk berinvestasi. 150–172.

Fernandez, D. (2023). ESG knowledge and interest: A study among householders in 8 countries.

Filippini, M., Leippold, M., & Wekhof, T. (2024). Sustainable finance literacy and the determinants of sustainable investing. *Journal of Banking and Finance*, 163, 107167. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2024.107167>.

Free, C., & Jones, S. (2024). Greenwashing and sustainability assurance: A review and call for future research. *Journal of Accounting Literature*. <https://doi.org/10.1108/JAL-11-2023-0201>.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Investor, P. B. (2024). *J r a k*, 14(03), 605–622. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i3.33033>.

Keberlanjutan, P. A. (2025). *J o l r*, 1(2), 431–439.

Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223–249.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.

Norman, W., & Macdonald, C. (2004). Getting to the bottom of “triple bottom line.” *Wayne Norman and Chris MacDonald*, 14(2), 243–262.

Nyilasy, G., Gangadharbatla, H., & Paladino, A. (2014). Perceived greenwashing: The interactive effects of green advertising and corporate environmental performance on consumer reactions. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 693–707.

Page, A., & Utami, N. (2025). Financial literacy and green investment decisions among Gen Z in Yogyakarta. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research (JABTER)*, 4(6), 985–995. <https://doi.org/10.54408/jabter.v4i6.496>.

Pong, H. K. (2024). The influence of environmental, social, and governance (ESG) perception on investor trust and brand relationship quality: A study among retail investors in Hong Kong.

Ragunandan, A., & Rajgopal, S. (2022). Do ESG funds make stakeholder-friendly investments? *Review of Accounting Studies*, 27(3), 822–863.

## RESEARCH ARTICLE

- Rajesh Babu N, & E Rajamanickam. (2025). Financial transparency and responsible investment: Examining the role of financial literacy and cognitive biases in shaping millennial investment behaviour in Telangana. 32, 1797–1805.
- Sitorus, L. M., & Febrianto, S. (2024). Dinamika penerapan standar akuntansi keberlanjutan dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas keuangan. *GEOFORUM. Jurnal Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 3, 119–129. <https://doi.org/10.30598/geoforumvol3iss2pp119-129>.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>.
- Subedi, D. P., & Bhandari, D. R. (2024). Impact of psychological factors on investment decisions in Nepalese share market: A mediating role of financial literacy. 02(02), 124–138.
- Transparency in Reporting. (2025). *Sustainability Directory*.
- Wahyu, D., Awanda, P., Bagus, I., & Bayangkara, K. (1945). Akuntansi keberlanjutan dan pengungkapan ESG pada PT Unilever Indonesia dan PT Pertamina sebagai perusahaan pemenang ASRRAT.
- Walker, K., & Wan, F. (2012). The harm of symbolic actions and green-washing: Corporate actions and communications on environmental performance and their financial implications. *Journal of Business Ethics*, 109(2), 227–242.
- Xu, M., Kei, Y., Geng, R., Liu, Z., & Potter, A. (2025). Greenwashing and market value of firms: An empirical study. *International Journal of Production Economics*, 284, 109606. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2025.109606>.
- Zheng, Z. (2024a). The impact of ESG report transparency on investor behavior. 0, 151–156. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/129/2024.18396>.
- Zheng, Z. (2024b). The impact of ESG report transparency on investor behavior. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 129(1), 151–156.
- Zhong, M., Zhu, Y., Li, R., & Liu, Z. R. (2025). ESG greenwashing and retail investor criticisms. *Research in International Business and Finance*, 103034.