

Intisari

Penerapan Environmental, Social, and Governance (ESG) di Indonesia masih belum optimal, salah satunya akibat rendahnya pemahaman perusahaan terhadap prinsip keberlanjutan dan belum jelasnya faktor internal yang mendorong manajer mengambil keputusan yang mendukung ESG. Penelitian ini menguji pengaruh jenis insentif dan tata nilai organisasi terhadap keputusan ESG melalui eksperimen laboratoris dengan desain faktorial 2×2, dilengkapi survei persepsi untuk menangkap evaluasi responden terhadap skenario yang diberikan. Partisipan diperlakukan dengan kombinasi insentif finansial atau nonfinansial serta nilai organisasi berbasis lingkungan atau finansial, kemudian diminta membuat keputusan terkait program ESG.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan ESG, sementara tata nilai organisasi berbasis lingkungan secara konsisten meningkatkan kecenderungan pengambilan keputusan yang mendukung keberlanjutan. Survei persepsi menguatkan temuan tersebut: responden menilai nilai organisasi berbasis lingkungan sebagai pendorong yang lebih kuat dibandingkan insentif. Temuan ini menunjukkan bahwa orientasi nilai organisasi berperan lebih besar daripada mekanisme insentif dalam membentuk keputusan ESG.

Penelitian ini menegaskan pentingnya menanamkan tata nilai lingkungan sebagai fondasi budaya organisasi untuk memperkuat keputusan ESG, sekaligus memberi arah bagi perancangan kebijakan internal yang selaras dengan tujuan keberlanjutan perusahaan.

Keywords: ESG, insentif, tata nilai organisasi, eksperimen, pengambilan keputusan

Abstract

The implementation of Environmental, Social, and Governance (ESG) practices in Indonesia remains suboptimal, partly due to companies' limited understanding of sustainability principles and the lack of clarity regarding internal factors that drive managers to make decisions supportive of ESG. This study examines the effects of incentive types and organizational values on ESG-related decisions through a laboratory experiment employing a 2×2 factorial design, complemented by a perception survey to capture respondents' evaluations of the presented scenarios. Participants were exposed to combinations of financial or non-financial incentives and organizational values oriented toward environmental or financial priorities, and were then asked to make decisions related to ESG programs.

The results indicate that incentives do not have a significant effect on ESG decisions, whereas organizational values oriented toward environmental concerns consistently increase the likelihood of sustainability-supportive decision-making. The perception survey reinforces these findings, showing that respondents perceive environmentally oriented organizational values as a stronger driver than incentives. These findings suggest that organizational value orientation plays a more substantial role than incentive mechanisms in shaping ESG decisions.

This study underscores the importance of embedding environmental values as a foundation of organizational culture to strengthen ESG decision-making, while also providing guidance for the design of internal policies aligned with corporate sustainability objectives.

Keywords: *ESG, incentives, organizational values, experiment, decision-making*