

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Environmental, Social, dan Governance* (ESG) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q), serta mengeksplorasi peran moderasi mekanisme tata kelola perusahaan (komisaris independen dan independensi komite audit) dan intensitas pemasaran dalam hubungan tersebut. Sampel penelitian mencakup 38 perusahaan nonkeuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024, dengan total 190 observasi. Data ESG diperoleh dari basis data Refinitiv Eikon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja ESG secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q. Lebih lanjut, mekanisme tata kelola internal, yaitu proporsi komisaris independen dan independensi komite audit, terbukti tidak mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan ESG dan nilai perusahaan. Namun, penelitian ini menemukan bukti bahwa intensitas pemasaran memoderasi secara negatif dan signifikan hubungan antara pengungkapan ESG terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mendukung argumen mengenai skeptisisme pasar yaitu investor dan pemangku kepentingan cenderung mencurigai perusahaan dengan pengeluaran pemasaran yang agresif menggunakan isu ESG sebagai alat pencitraan semu (*greenwashing*) atau bentuk inefisiensi alokasi sumber daya (biaya agensi) yang pada akhirnya menurunkan penilaian pasar terhadap perusahaan.

**Kata Kunci:** ESG, Nilai Perusahaan, Tata Kelola Perusahaan, Intensitas Pemasaran, *Greenwashing*, Bursa Efek Indonesia.

## ***ABSTRACT***

*This study aims to examine and analyze the effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) disclosure on company value (Tobin's  $Q$ ), as well as explore the moderating role of corporate governance mechanisms (independent commissioners and audit committee independence) and marketing intensity in this relationship. The research sample includes 38 non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2020–2024, with a total of 190 observations. ESG data was obtained from the Refinitiv Eikon database. The results show that individual ESG performance disclosures do not have a significant effect on company value as measured by Tobin's  $Q$ . Furthermore, internal governance mechanisms, namely the proportion of independent commissioners and the independence of the audit committee, were found to be unable to moderate the relationship between ESG disclosures and company value. However, this study found evidence that marketing intensity negatively and significantly moderates the relationship between ESG disclosure and company value. This finding supports the argument of market skepticism, namely that investors and stakeholders tend to suspect companies with aggressive marketing expenditures of using ESG issues as a tool for greenwashing or a form of resource allocation inefficiency (agency costs), which ultimately lowers the market's assessment of the company.*

**Keywords:** *ESG, Firm Value, Corporate Governance, Advertising Intensity, Greenwashing, Indonesia Stock Exchange.*