PENERBIT GMS
CV. GARUDA MAKMUR SEJAHTERA
Jl. Garuda I, No.8, Beji timur, Depok 16422. Telp: 0816904160

No : 2-PGMS/01/2026
Lampiran : Dummy Book
Perihal : Permohonan ISBN / Barcode E-Book

Kepada:
Yth. Kepala Pusat Bibliografi dan Pengolahan Bahan Perpustakaan
Perpustakaan Nasional RI

Kami atas nama,
Penerbit : CV. Garuda Makmur Sejahtera
Penanggung jawab : Yatmoko Baroto
Admin : Rio Fadel Falery

Mengajukan permohonan ISBN untuk:

Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan: Implikasi terhadap Reputasi dan Nilai Perusahaan Berbasis Market Capitalisation

Kepengarangan : Yatmoko Baroto, ST., MM. Prof. Dr. I Gusti Ketut Agung Ulupui, S.E., M.Si., Ak. dan Dr. Etty Gurendrawati, M.Si., Ak.

Link/akses : www.penerbitgms.com/buku_2.pdf
Ketersediaan buku : Tersedia Online (www.penerbitgms.com)

Bersama ini kami lampirkan dummy buku dan surat pernyataan keaslian karya dari penulis.
Penerbit dan penanggung jawab terhadap isi buku dan bersedia menanggung segala bentuk risiko yang terjadi jika ada permasalahan setelah buku tersebut diterbitkan.

Demikian permohonan ini kami ajukan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Depok, 8 Januari 2026

Yatmoko Baroto

CV. GARUDA MAKMUR SEJAHTERA

PENERBIT GMS
CV. GARUDA MAKMUR SEJAHTERA
Jl. Garuda I, No.8, Beji timur, Depok 16422. Telp: 0816904160

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama (*) : Yatmoko Baroto
Alamat : Jl. Walet I, No.18, Depok, Jawa Barat.
NIK : 3276062001710006
Telp./HP : 0817739325

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

Judul : **Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan: Implikasi terhadap Reputasi dan Nilai Perusahaan Berbasis Market Capitalisation**
Penulis (**) : Yatmoko Baroto, IGKA Ulupui, E Gurendrawati

adalah benar merupakan karya asli yang dibuat untuk diterbitkan dan disebarluaskan secara umum, melalui:

Penerbit : CV. Garuda Makmur Sejahtera
Alamat : Jl. Garuda I, No.8, Beji, Depok, Jawa Barat 16422 Telp. 0816904160

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya serta akan menjadi pertanggungjawaban kami jika terdapat penyalahgunaan dan akibat yang ditimbulkannya.

Depok, 24 Februari 2026
Penanggung Jawab Penerbit

CV. GARUDA MAKMUR SEJAHTERA

Yatmoko Baroto

Penulis

METERAI TEMPEL 10000

Yatmoko Baroto

BUKU RFERENSI

PARADIGMA KEBERLANJUTAN DALAM STRATEGI PERUSAHAAN: IMPLIKASI TERHADAP REPUTASI DAN NILAI PERUSAHAAN BERBASIS MARKET CAPITALISATION

Y BAROTO, IGKA ULUPUI, E GURENDRAWATI

2026

PENERBIT CV. GARUDA MAKMUR SEJAHTERA

Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan: Implikasi Terhadap Reputasi dan Nilai Perusahaan Berbasis Market Capitalisation

Yatmoko Baroto, IGKA Ulupui E Gurendrawati

Penerbit CV. Garuda Makmur Sejahtera
2026

Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan:
Implikasi Terhadap Reputasi dan Nilai Perusahaan Berbasis Market Capitalisation

Yatmoko Baroto, IGKA Ulupui, E Gurendrawati

Desain Sampul

Desainer Sampul : Yatmoko Baroto
Editor : Slamet Abdul Azis
Desiner : Tim Penerbit GMS

Ukuran Buku

viii , 257 hlm, Uk: 15.5 x 23 cm
ISBN Buku : xxxx xxxxx xxxx
ISBN e-Book : xxxx xxxx xxxxx

Pencetakan dan Produksi

Cetakan Pertama, Februari 2026

Hak Cipta

Hak Cipta 2026, Pada Penulis
Isi di luar tanggung jawab percetakan

Penerbit

Penerbit GMS
Alamat: Jl. Garuda No8, Depok, Jawa Barat
Telepon: 0816904160
Email: admin@penerbitgms.com
Website: www.penerbitgms.com

KATA PENGANTAR

Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan: Implikasi terhadap Reputasi dan Nilai Perusahaan Berbasis Market Capitalisation

Dalam lanskap ekonomi global yang semakin kompleks dan saling terintegrasi, strategi korporasi tengah mengalami pergeseran paradigma yang bersifat fundamental. Orientasi manajerial yang pada dekade sebelumnya didominasi oleh efisiensi operasional dan optimalisasi laba jangka pendek kini mulai bergerak menuju pendekatan yang lebih komprehensif dan berjangka panjang. Perusahaan tidak lagi dipahami semata sebagai entitas ekonomi otonom yang berfokus pada penciptaan keuntungan finansial, melainkan sebagai bagian integral dari sistem sosial dan ekologis yang menuntut akuntabilitas substantif. Dalam konteks transformasi tersebut, muncul sebuah diskursus krusial mengenai bagaimana praktik keberlanjutan berkontribusi terhadap penciptaan nilai ekonomi serta sejauh mana legitimasi sosial berperan sebagai fondasi dalam menopang valuasi perusahaan di pasar modal.

Buku ini disusun sebagai respons atas kebutuhan teoretis dan praktis untuk memahami keberlanjutan melalui perspektif manajemen strategis. Selama ini, komitmen terhadap keberlanjutan kerap direduksi menjadi aktivitas simbolik yang terpisah dari strategi inti organisasi, seperti pelaporan formal atau program tanggung jawab sosial yang bersifat ad hoc. Meskipun kesadaran terhadap isu lingkungan dan sosial semakin meningkat, masih terdapat kesenjangan pemahaman mengenai mekanisme kausal yang menjelaskan bagaimana praktik Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (Environmental, Social, and Governance/ESG) dapat bertransformasi menjadi sinyal strategis yang memengaruhi persepsi investor dan pada akhirnya tercermin dalam nilai perusahaan berbasis kapitalisasi pasar.

Melalui buku berjudul ***Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan: Implikasi terhadap Reputasi dan Nilai Perusahaan Berbasis Market Capitalisation***, penulis berupaya menjembatani kesenjangan konseptual tersebut. Buku ini mengajak pembaca untuk menelusuri evolusi pemikiran keberlanjutan, dari kewajiban normatif yang bersifat kepatuhan menuju instrumen strategis dalam penciptaan nilai perusahaan. Keberlanjutan tidak diposisikan sebagai beban biaya yang menggerus profitabilitas, melainkan sebagai investasi jangka panjang yang membentuk aset tak berwujud, memperkuat reputasi korporasi, serta menopang keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam kerangka ini, integritas dan konsistensi praktik keberlanjutan dipahami sebagai sinyal kualitas perusahaan yang direspons oleh pasar melalui stabilitas dan pertumbuhan market capitalisation.

Struktur buku ini dirancang secara sistematis untuk mengurai mekanisme pembentukan nilai tersebut. Pembahasan diawali dengan penguatan landasan paradigmatik, khususnya pergeseran orientasi dari pendekatan berbasis pemegang saham (shareholder-oriented) menuju pendekatan berbasis pemangku kepentingan (stakeholder-oriented) yang mendefinisikan ulang konsep keberhasilan perusahaan. Selanjutnya, buku ini mengkaji peran reputasi korporasi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan tindakan keberlanjutan yang autentik dengan ekspektasi pasar modal. Dalam konteks ini, reputasi tidak hanya berfungsi sebagai aset simbolik, tetapi juga sebagai instrumen proteksi terhadap risiko dan volatilitas di pasar yang semakin sensitif terhadap informasi non-keuangan.

Karya ini merupakan sebuah sintesis teoretis yang berupaya merajut berbagai perspektif konseptual, mulai dari teori pemangku kepentingan, teori legitimasi, hingga pandangan berbasis sumber daya (resource-based view), ke dalam satu kerangka analitis yang koheren. Tujuan utama penyusunan buku ini adalah menyajikan model terintegrasi yang relevan bagi pengembangan khazanah keilmuan di bidang manajemen strategis, sekaligus memberikan pijakan analitis bagi para pengambil keputusan korporasi dalam menavigasi risiko dan peluang yang melekat pada agenda ESG. Setiap pembahasan

teoretis diupayakan untuk senantiasa dihubungkan dengan implikasi manajerial, sehingga terdapat kesinambungan antara pemikiran konseptual dan praktik strategis di tingkat organisasi.

Pada akhirnya, buku ini menawarkan sebuah perspektif holistik dalam memahami keberhasilan perusahaan di era kontemporer. Aset yang paling menentukan tidak lagi terbatas pada aset berwujud yang tercantum dalam laporan keuangan, melainkan mencakup legitimasi, kepercayaan, dan reputasi yang dibangun melalui praktik keberlanjutan yang kredibel dan konsisten. Kemampuan perusahaan dalam mengelola aset tak berwujud tersebut menjadi faktor pembeda antara organisasi yang sekadar mampu bertahan dan perusahaan yang sanggup bertumbuh secara tangguh dan berkelanjutan.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pemikir dan peneliti terdahulu yang kontribusi ilmiahnya telah menjadi fondasi penting bagi pengembangan argumen dalam buku ini. Semoga karya ini dapat memberikan sumbangan bermakna bagi pengembangan ilmu manajemen serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, dan praktisi yang berkomitmen dalam membangun ekosistem bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Depok, Februari 2026
Penulis

Daftar Isi

KATA PENGANTAR 1
BAB 1: Evolusi Paradigma Keberlanjutan dalam Strategi Perusahaan 10
Abstrak Bab 10
Pendahuluan Bab 11
1.1. Perkembangan Konsep Keberlanjutan dalam Ilmu Manajemen 14
1.2. Dari Shareholder-Oriented ke Stakeholder-Oriented Firm 19
1.3. Keberlanjutan sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif 24
1.4 Paradigma Triple Bottom Line dan Integrasi Strategis 28
1.5 Transformasi Keberlanjutan dari Biaya menjadi Investasi 32
1.6 Kritik dan Debat Akademik tentang Keberlanjutan Korporasi 35
1.7 Sistematika dan Arah Penulisan Buku 38
BAB 2. Landasan Teoretis Keberlanjutan dalam Perspektif Perusahaan 41
Abstrak Bab 41
Pendahuluan Bab 41
2.1. Stakeholder Theory 44
2.2 Legitimacy Theory 46
2.3. Resource-Based View dan Natural Resource-Based View 48
2.4. Signaling Theory dalam Praktik Keberlanjutan 51
2.5. Institutional Theory dan Tekanan Lingkungan Eksternal 54
2.6. Integrasi Multiteori dalam Studi Keberlanjutan 57
BAB 3. Keberlanjutan dalam Perumusan dan Implementasi Strategi Korporasi 60
Abstrak Bab 60
Pendahuluan Bab 61
3.1. Keberlanjutan dalam Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan 62
3.2. Integrasi ESG dalam Strategi Korporasi 66
3.3. Model Strategi Keberlanjutan Proaktif vs Reaktif 70
3.4. Tata Kelola Keberlanjutan dalam Organisasi 74
3.5. Pengambilan Keputusan Strategis Berbasis Keberlanjutan 77
3.6. Tantangan Implementasi Strategi Keberlanjutan 81
BAB 4. Pengukuran dan Pelaporan Keberlanjutan Perusahaan 84
Abstrak Bab 84

Pendahuluan Bab 85
4.1. Evolusi Pelaporan Keberlanjutan 86
4.2. Standar Global Pelaporan ESG 90
4.3. Indikator Kinerja Keberlanjutan Perusahaan 96
4.4. Materialitas dan Relevansi Informasi ESG 100
4.5. Assurance dan Kredibilitas Laporan Keberlanjutan 105
4.6. Isu Greenwashing dan Risiko Reputasi 108
BAB 5. Reputasi Perusahaan dalam Perspektif Strategis 112
Abstrak Bab 112
Pendahuluan Bab 113
5.1.Konsep dan Dimensi Reputasi Perusahaan 114
5.2. Reputasi sebagai Aset Strategis 119
5.3. Determinan Reputasi Perusahaan 123
5.4. Hubungan Keberlanjutan dan Persepsi Publik 127
5.5. Media, Opini Publik, dan Reputasi ESG 130
5.6. Manajemen Reputasi Berbasis Keberlanjutan 135
BAB 6. Keberlanjutan sebagai Sinyal Pembentuk Reputasi 140
Abstrak Bab 140
Pendahuluan Bab 141
6.1. Keberlanjutan dalam Perspektif Signaling Theory 142
6.2. ESG Disclosure dan Persepsi Investor 146
BAB 7. Konsep Nilai Perusahaan dan Market Capitalisation 151
Abstrak Bab 151
Pendahuluan Bab 151
7.1. Konsep Nilai Perusahaan dalam Keuangan Korporasi 152
7.2. Market Capitalisation sebagai Indikator Nilai 156
7.3. Faktor Penentu Market Capitalisation 160
7.4. Perbedaan Market Value dan Book Value 164
7.5. Sensitivitas Nilai Pasar terhadap Informasi Non-Keuangan 167
7.6. Keterbatasan Market Capitalisation 171
BAB 8. Pengaruh Strategi Keberlanjutan terhadap Nilai Perusahaan 176
Abstrak Bab 176

Pendahuluan Bab 176
8.1. Mekanisme Transmisi Keberlanjutan ke Nilai Perusahaan 177
8.2. Peran Investor dan Pasar Modal 182
8.3. Keberlanjutan dan Cost of Capital 186
8.4. Keberlanjutan, Risiko, dan Stabilitas Nilai Pasar 190
8.5. Bukti Empiris Global 195
8.6. Variasi Dampak antar Sektor Industri 199
BAB 9. Reputasi sebagai Mekanisme Mediasi antara Keberlanjutan dan Nilai Perusahaan 205
Abstrak Bab 205
Pendahuluan Bab 205
9.1. Konseptualisasi Model Mediasi 206
9.2. Hubungan Keberlanjutan–Reputasi 209
9.3. Reputasi–Nilai Perusahaan 213
9.4. . Perspektif Investor dan Stakeholder 217
9.5. Bukti Empiris Model Mediasi 221
9.6. Implikasi Strategis bagi Manajemen 226
BAB 10. 231
Abstrak Bab 231
Pendahuluan Bab 232
10.1. Integrasi Keberlanjutan dalam Kebijakan Perusahaan 232
10.2. Peran Manajemen Puncak 236
10.3. Tata Kelola dan Pengawasan Keberlanjutan 240
10.4. Komunikasi Strategi Keberlanjutan 244
10.5. Pengelolaan Risiko dan Peluang ESG 247
10.6. Keberlanjutan dalam Perspektif Jangka Panjang 250
BAB 11. Kesimpulan dan Arah Pengembangan Paradigma Keberlanjutan 253
Abstrak Bab 253
Pendahuluan Bab 254
11.1. Sintesis Temuan Konseptual 254
11.2. Relevansi Global dan Universalitas Model 258
11.3. Penutup 262