

ABSTRAK

Usaha pengolahan limbah pelepah sawit menjadi lidi memiliki potensi ekonomi dan lingkungan yang besar, namun masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses bahan baku, pengelolaan lingkungan yang belum optimal, tata kelola usaha yang belum terstruktur, serta penerapan strategi pemasaran hijau yang masih terbatas. Kondisi tersebut dapat memengaruhi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dan strategi pemasaran hijau terhadap keberlanjutan usaha pengolahan limbah pelepah sawit menjadi lidi di Kabupaten Langkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 151 pelaku usaha yang tersebar di Kecamatan Bahorok, Hinai, Secanggang, dan Wampu. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji *t*, uji *F*, dan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ESG berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,625 dan nilai signifikansi 0,001, sedangkan strategi pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,507 dan nilai signifikansi 0,009. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha dengan nilai *F* hitung sebesar 82,088 dan signifikansi 0,000. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,508 menunjukkan bahwa ESG dan strategi pemasaran hijau mampu menjelaskan 50,8% variasi keberlanjutan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan ESG dan strategi pemasaran hijau berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha pengolahan limbah pelepah sawit menjadi lidi.

Kata Kunci: *Environmental, Social, and Governance* (ESG), strategi pemasaran hijau, keberlanjutan usaha, limbah pelepah sawit, pengolahan lidi.

ABSTRACT

The oil palm frond waste processing business into broomsticks has significant economic and environmental potential but continues to face several challenges, including limited access to raw materials, suboptimal environmental management, unstructured business governance, and the limited implementation of green marketing strategies. These conditions may affect long-term business sustainability. This study aims to analyze the effect of the implementation of *Environmental, Social, and Governance* (ESG) principles and green marketing strategies on the sustainability of oil palm frond waste processing businesses in Langkat Regency. This study employed a quantitative approach involving 151 business owners from the districts of Bahorok, Hinai, Secanggang, and Wampu. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, *t*-test, *F*-test, and the coefficient of determination (*Adjusted R Square*). The results indicate that ESG has a positive and significant effect on business sustainability, with a regression coefficient of 0.625 and a significance value of 0.001. Green marketing strategy also has a positive and significant effect, with a regression coefficient of 0.507 and a significance value of 0.009. Simultaneously, both variables have a positive and significant effect on business sustainability, with an *F*-value of 82.088 and a significance level of 0.000. The *Adjusted R Square* value of 0.508 indicates that ESG and green marketing strategies explain 50.8% of the variation in business sustainability. This study concludes that the implementation of ESG principles and green marketing strategies plays an important role in enhancing the sustainability of oil palm frond waste processing businesses.

Keywords: Environmental, Social, and Governance (ESG), Green Marketing Strategy, Business Sustainability, Oil Palm Frond Waste, Broomstick Processing.