

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Studi sebelumnya mengindikasikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki efek terhadap kinerja finansial industri manufaktur. Keterlibatan dalam CSR dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja keseluruhan perusahaan, terutama di sektor makanan dan minuman melalui metrik kinerja utama, seperti *Return on Assets* (ROA). Penelitian oleh Butar & Anastasya (2024) mengungkapkan bahwa CSR berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan di sektor tersebut. Selain CSR, praktik manajemen risiko yang baik juga berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan manufaktur untuk membantu dalam menemukan, mengelola, dan mengurangi risiko yang dapat mengganggu operasi, sehingga meningkatkan efisiensi dan stabilitas perusahaan, seperti pada penelitian Hudy (2024). Sementara itu, *Good Corporate Governance* (GCG) turut berperan dalam memengaruhi kinerja dan nilai perusahaan manufaktur. Struktur tata kelola yang kuat mampu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta mendukung dalam membuat pilihan strategis yang lebih unggul, sehingga Berperan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Temuan ini dikuatkan oleh penelitian Pramanaswari (2024). Dengan demikian, CSR, manajemen risiko, dan GCG berperan penting dalam meningkatkan performa keuangan entitas produksi, sekaligus menghasilkan dampak yang lebih bermakna terhadap hasil kinerja finansial sebuah perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terbukti memberi efek signifikan terhadap kinerja finansial suatu perusahaan, terutama di sektor pemrosesan dalam area pangan dan minuman. Studi yang telah dilaksanakan oleh Nabila & Sutjahyani,(2023) terhadap 7 perusahaan selama tahun 2019 hingga 2021 menemukan terdapat keterkaitan yang menguntungkan antara peningkatan pengungkapan CSR dengan peningkatan kinerja finansial suatu entitas dari segi finansial maupun dari segi non-finansia. Hal serupa disampaikan oleh W. A. B. Butar et al., (2024) berdasarkan penelitian terhadap 15 perusahaan selama tahun

2020 hingga 2022 yang mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR yang transparan dan konsisten meningkatkan reputasi serta kepercayaan stakeholder, yang pada titik tertentu memberikan pengaruh baik terhadap kinerja finansial suatu perusahaan. Dengan demikian, CSR yang direncanakan secara matang dan berkelanjutan tidak sekadar menjadi sarana dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan, akan tetapi sekaligus sebagai elemen kunci untuk mendorong perkembangan usaha dan kelangsungan perusahaan di tengah kompetisi industri yang semakin sengit.

Pengungkapan manajemen risiko, terutama di sektor manufaktur makanan dan minuman, memainkan peran krusial untuk meningkatkan kinerja finansial perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Nurjanah (2024) terhadap 26 selama tahun 2020 hingga 2023 menunjukkan bahwa pengelolaan manajemen risiko yang lebih efektif berkontribusi pada peningkatan hasil perusahaan. Selain itu, penelitian Almas & Novita (2024) yang melibatkan 35 perusahaan selama tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan bahwa penerapan manajemen risiko yang optimal mampu memperbaiki kinerja finansial perusahaan. Dengan demikian, manajemen risiko yang transparan dan efektif berpotensi mendorong peningkatan kinerja finansial perusahaan, terutama dalam industri pengolahan makanan dan minuman.

Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap kinerja finansial perusahaan dalam industri pengolahan pangan dan minuman, menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas yang tinggi dalam praktik GCG berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan. GCG merujuk pada sistem dan struktur yang memastikan pengelolaan perusahaan dilakukan dengan prinsip keterbukaan, keadilan, tanggung jawab, dan independensi. Penelitian oleh Yani (2023) terhadap 11 perusahaan selama periode 2013 hingga 2017, menemukan bahwa penerapan GCG berperan penting dalam menentukan kinerja keuangan suatu perusahaan. Selain itu, penelitian oleh W. O. Putri & Rahayu (2023) terhadap 12 perusahaan selama tahun 2018 hingga 2021 mendukung temuan ini, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi GCG yang efisien dapat memperbaiki kinerja finansial suatu perusahaan. Dengan demikian, GCG yang baik memberikan pengaruh yang menguntungkan terhadap peningkatan kinerja finansial suatu

perusahaan, baik dari segi keuangan maupun operasional, terutama dalam industri pangan dan minuman.

Secara keseluruhan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), manajemen risiko, dan *Good Corporate Governance* (GCG) terbukti mempengaruhi secara substansial peningkatan kinerja finansial perusahaan, terutama di industri pengolahan pangan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan dasar studi, pengungkapan CSR yang jelas dan konsisten dapat memperbaiki citra perusahaan, serta kepercayaan stakeholder, yang secara positif memengaruhi hasil keuangan dan aspek non-keuangan. Manajemen risiko yang dikelola secara efektif berhasil memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja perusahaan dengan menekan kemungkinan kerugian dan memastikan kelangsungan operasional. Selain itu, penerapan GCG yang transparan dan akuntabel membantu meningkatkan kinerja operasional dan keuangan perusahaan, sekaligus memperkuat kepercayaan investor dan stakeholder. Oleh karena itu, CSR yang terencana, manajemen risiko yang efektif, dan penerapan GCG yang baik berkontribusi secara substansial sebagai strategi dalam menunjang perkembangan dan kelangsungan perusahaan di tengah kompetisi yang semakin sengit.

B. Teori dan Kajian Pustaka

1. Teori Agensi

Teori agensi diperkenalkan oleh Alchian dan Demsetz pada tahun 1972, setelah itu diperluas oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 (Boewono & Sufiyati, 2024). Dalam penelitian Boewono & Sufiyati (2024), Alchian dan Demsetz, serta Jensen dan Meckling, menjelaskan hubungan agensi terjadi pada saat salah satu pihak mengontrak entitas lain untuk menyediakan layanan serta mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan di suatu perusahaan. Teori ini menguraikan interaksi antara pemilik (principal) dan manajemen (agen), di mana pemegang saham bertindak sebagai principal, sementara manajemen berfungsi sebagai agent yang mengelola perusahaan untuk mencapai tujuan principal. Kontrak kerja sama antara kedua belah pihak juga menjadi penting, karena menetapkan hak, kewajiban, dan tanggung jawab setiap pihak (Nopriyanto,

2024).

Menurut teori agensi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik dengan menyelaraskan kepentingan keduanya serta meningkatkan transparansi perusahaan. CSR juga efektif mengatasi asimetri informasi yang sering terjadi dalam hubungan agensi. Pengungkapan CSR dapat memperbaiki reputasi perusahaan dan mengurangi risiko terkait ekspektasi sosial dan lingkungan. CSR juga berperan dalam memperbaiki citra perusahaan dan berkontribusi pada performa keuangan. Mayndarto (2024) menambahkan bahwa perusahaan yang menunjukkan prestasi positif dalam hal lingkungan biasanya lebih transparan dalam melaporkan CSR, yang pada akhirnya dapat memperkuat kesetiaan pelanggan dan mengembangkan kinerja finansial perusahaan..

Corporate Social Responsibility (CSR) juga dapat menekan biaya agensi, meningkatkan komitmen karyawan, serta kesetiaan konsumen yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan keuntungan perusahaan. Kepemilikan oleh institusi memainkan peran krusial dalam menjamin CSR dijalankan secara strategis dan tidak disalahgunakan untuk kepentingan manajer. Menurut teori agensi, implementasi CSR yang baik di industri pengolahan makanan dan minuman dapat mempererat ikatan dengan pelanggan yang memperhatikan pengaruh sosial dan lingkungan, meningkatkan citra perusahaan, serta mendukung kinerja finansial melalui loyalitas konsumen yang lebih tinggi terhadap produk yang bertanggung jawab secara sosial.

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi diperkenalkan oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975 (Magfiroh et al., 2024). Dalam penelitian Magfiroh et al., (2024), Dowling dan Pfeffer menyatakan bahwa teori legitimasi adalah suatu persepsi yang diterima oleh masyarakat bahwa tindakan dan tujuan organisasi selaras dengan norma dan ekspektasi sosial yang ada. Teori ini berfokus pada bagaimana organisasi atau perusahaan memperoleh dan mempertahankan status sah di mata publik dan pemangku kepentingan, dengan menekankan pentingnya pengakuan sosial untuk menjaga keberlanjutan operasional dan reputasi mereka. Perusahaan dapat

memperoleh legitimasi dengan menyesuaikan diri pada nilai-nilai sosial dan prinsip yang dianut dalam lingkungan sosial. Studi oleh Herawati et al., (2023) mengindikasikan bahwa perusahaan yang mampu mempertahankan legitimasi sosial memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam jangka panjang, karena mereka mampu menjalin ikatan yang solid dengan para pemangku kepentingan serta memenuhi ekspektasi sosial yang terus berkembang.

Menurut teori legitimasi, manajemen risiko berperan penting dalam menjaga keselarasan dengan mengacu pada norma-norma sosial yang ada dalam komunitas. Penerapan manajemen risiko yang efektif memastikan bahwa tindakan perusahaan sesuai dengan agar para pemangku kepentingan, khususnya terkait dengan keterbukaan dan tanggung jawab dalam menghadapi risiko yang berkaitan dengan operasional, keuangan, dan lingkungan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan kebijakan manajemen risiko secara transparan cenderung memperoleh legitimasi yang lebih tinggi, yang berdampak positif pada reputasi dan keberlanjutan operasionalnya. Pengungkapan risiko lingkungan melalui laporan keberlanjutan sering digunakan untuk memperkuat legitimasi, terutama di sektor industri yang berdampak signifikan terhadap lingkungan (Suwarno & Hwihanus, 2024).

Gennari & Salvioni (2019) menegaskan bahwa pengelolaan risiko yang baik, termasuk risiko reputasi, memperkuat citra perusahaan sebagai organisasi yang memiliki kewajiban sosial dan moral, yang pada gilirannya meningkatkan dukungan masyarakat dan akses ke sumber daya ekonomi. Menurut teori legitimasi, implementasi manajemen risiko yang baik di industri pengolahan makanan dan minuman yang dapat memastikan produk yang aman dan memenuhi standar kesehatan serta regulasi. Hal ini berperan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan melalui pengurangan potensi kerugian dan penguatan daya saing di pasar.

3. Teori Signaling

Teori sinyal dalam dunia perusahaan diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973 melalui studi yang berjudul "*Job Market Signaling*" (Amanda et al., 2019). Dalam studi Amanda et al., (2019), Michael Spence menyatakan bahwa teori

ini menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih, seperti perusahaan, mengirimkan sinyal kepada pihak lain (seperti investor, konsumen, atau calon karyawan) untuk mengurangi ketidakpastian atau asimetri informasi. Signaling dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti pengungkapan laporan keuangan, kebijakan dividen, atau keputusan investasi, dengan tujuan memberikan informasi yang relevan dan dapat dipercaya kepada pihak luar mengenai kualitas atau prospek perusahaan. Perusahaan yang memberikan informasi keuangan yang lebih transparan atau melaporkan kinerja yang baik cenderung menunjukkan tanda-tanda yang baik terkait dengan kestabilan dan kemungkinan untuk berkembang. Penelitian oleh Asyari & Hernawati (2023) menunjukkan bahwa signaling yang baik dapat memperkuat kepercayaan investor serta mendukung perusahaan dalam menarik dana atau sumber daya, sementara sinyal yang buruk dapat mengarah pada penurunan minat investor.

Menurut teori signaling, penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) mencerminkan bagaimana pengelolaan yang efektif dapat memberikan indikasi yang menguntungkan bagi para penanam modal dan individu atau kelompok yang terlibat. Dalam teori ini, informasi yang diungkapkan perusahaan, seperti transparansi dalam pengelolaan keuangan dan tata kelola, berfungsi sebagai sinyal yang mengurangi perbedaan dalam akses komunikasi antara manajemen dan investor entitas. Hal ini memperkuat kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan serta harga sahamnya. Penelitian oleh Younas & Al-Faryan (2021) mengkonfirmasi bahwa penerapan GCG yang baik memberikan sinyal positif melalui pengungkapan transparan mengenai tata kelola perusahaan.

Selain itu, mekanisme GCG mencakup adanya dewan komisaris yang bersifat independen serta komite audit memperkuat pengawasan terhadap manajemen, mencegah manajemen laba, dan meningkatkan integritas laporan keuangan, yang menyampaikan pesan kepada pasar bahwa perusahaan dikelola dengan pendekatan yang transparan dan penuh tanggung jawab. Menurut teori signaling, implementasi GCG yang baik di industri produksi makanan dan minuman yang dapat memperbaiki tingkat kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lain, yang

pada akhirnya menambah daya tarik perusahaan di pasar serta memperbaiki kinerja keuangan dan nilai perusahaan secara keseluruhan, di mana transparansi dan akuntabilitas menjadi faktor kunci dalam menarik kepercayaan konsumen dan investor serta mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan

4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* pertama kali diperkenalkan oleh Howard R. Bowen dalam bukunya yang berjudul *Social Responsibilities of the Businessman*, yang diterbitkan pada tahun 1953 (Salsabila, 2023). Dalam penelitian Salsabila (2023), Howard R. Bowen menyatakan bahwa pentingnya perusahaan untuk memiliki kewajiban untuk memperhatikan efek sosial dari aktivitas yang dilakukan. CSR meliputi kewajiban perusahaan tentang peran terhadap aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi yang timbul akibat aktivitas operasional mereka, seperti donasi, pengurangan emisi karbon, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan infrastruktur. Seiring berjalannya waktu, CSR semakin mendapat perhatian global dan menjadi bagian integral dari strategi bisnis. Penelitian oleh Soto-Acosta et al., (2018) mengindikasikan bahwa perusahaan yang aktif dalam CSR lebih condong memiliki hubungan lebih kuat dengan konsumen, yang pada akhirnya memperkuat kesetiaan dan keuntungan dalam jangka panjang. Selain itu, Nopriyanto (2024) mengungkapkan bahwa CSR dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar yang semakin peduli terhadap keberlanjutan, meningkatkan daya saing, serta menarik investor yang lebih memperhatikan isu keberlanjutan.

Corporate Social Responsibility (CSR) berorientasi pada pencapaian harmoni di antara manfaat perusahaan dan manfaat positif bagi masyarakat serta lingkungan, sambil meningkatkan citra perusahaan, membuka peluang bisnis, memperkuat kepercayaan konsumen, dan membangun kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan masyarakat. Program CSR di sektor makanan dan minuman, seperti pengurangan penggunaan plastik, peningkatan kualitas gizi produk, dan pemberdayaan petani lokal, berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat serta memperkuat daya pikat perusahaan di hadapan pelanggan yang peduli terhadap keberlanjutan. Pengaruh CSR terhadap kinerja finansial suatu perusahaan dapat diamati dari indikator-indikator seperti operasional, reputasi,

kepuasan karyawan, dan respons pemegang saham. Sebaliknya, CSR tidak berpengaruh jika dilihat dari kinerja keuangan yang stagnan, ketidaksesuaian dengan tujuan bisnis, rendahnya partisipasi karyawan, respons pasar yang negatif, dan pengelolaan yang buruk, yang pada akhirnya dapat menjadikan CSR sebagai beban finansial atau merugikan reputasi perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat memberikan keuntungan jangka panjang seperti peningkatan reputasi, citra merek, dan menarik pelanggan yang menghargai tanggung jawab sosial. Selain itu, implementasi CSR yang efektif juga dapat memperbaiki reputasi, meningkatkan pendapatan, dan pangsa pasar, serta menarik investor yang melihat perusahaan dengan kepedulian sosial sebagai lebih berisiko rendah dan berkelanjutan. Manfaat dari implementasi CSR tidak dapat dirasakan secara langsung. Sebaliknya, dampaknya baru terlihat pada tahun-tahun berikutnya, yang mengindikasikan bahwa manfaat CSR membutuhkan waktu untuk berkontribusi terhadap keberlanjutan dan kinerja finansial suatu perusahaan. Dalam sektor pangan dan minuman, CSR yang berfokus pada keberlanjutan produk, pengurangan limbah, dan praktik produksi ramah lingkungan sangat relevan. Namun, jika tidak dikelola dengan baik, CSR dapat menimbulkan kerugian, seperti tekanan finansial, kerusakan reputasi, dan penurunan daya saing. Program CSR yang tidak efektif atau dianggap *greenwashing* dapat merusak kepercayaan publik, sementara ketidaksesuaian dengan strategi bisnis atau resistensi internal dapat mengganggu operasi perusahaan.

5. Manajemen Risiko

Konsep manajemen risiko diperkenalkan pertama kali oleh Henry Fayol pada tahun 1916 (Sarjana et al., 2022). Dalam penelitian Sarjana et al., (2022), Henry Fayol menyatakan bahwa manajemen risiko adalah proses organisasi untuk mengenali, mengevaluasi, dan mengelola berbagai risiko yang dapat menghambat pencapaian sasaran, seperti ketidakpastian finansial, tanggung jawab hukum, kesalahan dalam pengambilan keputusan strategis, kecelakaan, atau bencana alam. Dalam konteks perusahaan digital, fokus utamanya adalah menjaga keamanan teknologi informasi dan melindungi data dari ancaman. Penerapan manajemen risiko yang membantu perusahaan bertahan di pasar yang dinamis dan menghadapi

ketidakpastian. Penelitian Muhammad Asir et al., (2023) mengindikasikan bahwa penerapan manajemen risiko yang efektif dapat memperbaiki kinerja keuangan perusahaan dalam sektor yang berisiko tinggi, sementara Utami et al., (2024) berfokus pada signifikansi budaya manajemen risiko dalam memperkuat ketahanan terhadap ancaman yang muncul akibat elemen dari luar maupun dalam.

Manajemen risiko bertujuan untuk mengidentifikasi, mengurangi, dan mengelola risiko yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan, serta mendukung pengambilan keputusan dengan menyediakan informasi tentang dampak risiko (W. O. Putri & Rahayu, 2023). Dalam perusahaan manufaktur makanan dan minuman, manajemen risiko penting untuk mengurangi kerugian finansial dan operasional, meningkatkan efisiensi rantai pasokan, serta menjaga kualitas dan keamanan produk. Indikator manajemen risiko meliputi fluktuasi harga, kualitas produk, dan strategi mitigasi yang efektif. Manajemen risiko menjadi faktor penting terhadap kinerja finansial suatu perusahaan dilihat dari kemampuannya dalam mengantisipasi dan menangani risiko yang muncul, yang berkontribusi pada kelancaran operasional dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Sebaliknya, manajemen risiko tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan jika perusahaan kurang pelaksanaan dalam strategi mitigasi yang tepat, ketidakmampuan dalam mengidentifikasi risiko dengan akurat, atau jika perusahaan tidak memiliki kesadaran atau komitmen yang cukup untuk mengelola risiko secara proaktif, yang akhirnya tidak memberikan dampak signifikan dapat menyebabkan gangguan dan ketidakefisienan kinerja keuangan perusahaan.

Manajemen risiko yang efektif sangat penting untuk mengurangi kerugian finansial, memastikan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing. Dengan mengidentifikasi risiko terkait kualitas produk, regulasi keamanan pangan, dan gangguan pasokan, perusahaan dapat mengurangi biaya tak terduga serta meningkatkan kepatuhan dan reputasi yang berpotensi memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu, manajemen risiko membantu perusahaan mengatasi fluktuasi harga bahan baku, kendala distribusi, dan perubahan permintaan pasar, yang mendukung pengambilan keputusan strategis. Namun, apabila tidak ditangani dengan tepat, manajemen risiko dapat menyebabkan dampak negatif, seperti

pelanggaran terhadap peraturan, kerusakan citra perusahaan, serta kerugian finansial yang menjadi faktor penting buruk terhadap kinerja finansial suatu perusahaan.

6. *Good Corporate Governance* (GCG)

Konsep *Good Corporate Governance* (GCG) diperkenalkan oleh Komite Cadbury pada tahun 1992 melalui laporan yang dikenal sebagai *Cadbury Report* (Sudarmanto et al., 2021). Dalam penelitian Sudarmanto et al., (2021), Komite Cadbury menjelaskan bahwa GCG merupakan sekumpulan sistem dan prosedur yang diterapkan oleh sebuah perusahaan untuk mengatur dan mengawasi operasi serta proses pengambilan keputusan dengan pendekatan yang jelas, adil, dan bertanggung jawab. Penerapan GCG yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor, keberlanjutan perusahaan, serta kesejahteraan pemangku kepentingan. Dasar-dasar utama dari GCG mencakup keterbukaan, pertanggungjawaban, kewajiban, kemandirian, dan keadilan. Di Indonesia, penerapan GCG semakin diperkuat melalui regulasi yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mulai beroperasi sejak tahun 2001. Penerapan GCG yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan, mengurangi risiko bisnis, serta memperbaiki kinerja jangka panjang, mendukung keberlanjutan bisnis, dan memperkuat kemampuan perusahaan untuk bersaing di tingkat internasional (Pakpaham et al., 2024).

Good Corporate Governance (GCG) memiliki tujuan untuk memperbaiki efisiensi, mengembangkan transparansi, dan memastikan pertanggungjawaban, serta menghasilkan nilai jangka panjang bagi individu yang memiliki saham dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan. GCG juga mengelola konflik kepentingan, kepatuhan hukum, dan meminimalkan kerugian. Dalam sektor makanan dan minuman, penerapan GCG dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, mempermudah akses modal, mengurangi risiko hukum, dan memperbaiki reputasi perusahaan. Selain itu, GCG menjadi faktor penting terhadap kinerja finansial suatu perusahaan tercermin dalam pengungkapan Return on Assets (ROA) dan proporsi efektivitas dalam operasi entitas. Aspek-aspek seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab sosial, dan independensi dewan direksi juga membuktikan pengaruh GCG dalam memperbaiki pengelolaan dan efisiensi

operasional, yang berpotensi meningkatkan kinerja finansial. Sebaliknya, GCG tidak akan berpengaruh jika tidak diterapkan secara konsisten atau apabila faktor eksternal seperti regulasi, tren konsumen, dan fluktuasi harga bahan baku lebih dominan dalam mempengaruhi kinerja.

Good Corporate Governance (GCG) yang positif dan dapat memperbaiki secara optimal pengelolaan entitas, memperbaiki transparansi, serta memperkuat hubungan dengan pemegang saham dan pihak terkait lainnya secara bersama-sama meningkatkan prestasi finansial perusahaan secara berkelanjutan. Penerapan GCG yang efektif dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, seperti meningkatkan kepercayaan investor, mengelola risiko, efisiensi operasional, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi, yang berdampak pada kinerja finansial dan jangka panjang. Namun, jika diterapkan secara tidak tepat atau berlebihan, GCG menimbulkan kerugian, seperti biaya implementasi yang tinggi, pengambilan keputusan yang lambat, dan potensi konflik kepentingan. Selain itu, penerapan GCG tanpa mempertimbangkan budaya perusahaan atau fleksibilitas dapat menyebabkan resistensi internal dan menurunkan motivasi karyawan, sementara terlalu fokus pada regulasi dapat mengalihkan perhatian dari inovasi dan respons cepat terhadap perubahan pasar.

7. Kinerja Keuangan Perusahaan

Konsep kinerja perusahaan diperkenalkan oleh Robert Kaplan dan David Norton melalui pendekatan yang dikenal sebagai *Balanced Scorecard* pada tahun 1992 (Subhan, 2024). Dalam penelitian Subhan (2024), Kaplan dan Norton menegaskan bahwa evaluasi kinerja perusahaan selain memperhatikan aspek keuangan, juga harus mencakup pandangan dari pelanggan, proses internal, serta aspek pembelajaran dan perkembangan. Sementara itu, menurut Callahan pada tahun 2007, kinerja keuangan perusahaan mengacu pada hasil yang berhasil dicapai oleh perusahaan, yang diukur dalam bentuk nilai moneter dan umumnya dilaporkan melalui dokumen keuangan perusahaan. Contoh indikator kinerja keuangan meliputi pendapatan dan ukuran kinerja keuangan perusahaan (Rahayu, 2020). Kinerja finansial suatu perusahaan melibatkan seberapa berhasil dan hemat sumber

daya perusahaan tersebut dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan, yang dapat diukur melalui indikator seperti profitabilitas, pertumbuhan pendapatan, kepuasan pelanggan, dan pengelolaan sumber daya manusia serta keuangan. Salah satu indikator yang kerap dipakai adalah Return on Assets (ROA), yang mengindikasikan tingkat keefektifan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang diperoleh dari kekayaan yang dimiliki. Penelitian oleh Tiara & Garnida (2023) menunjukkan bahwa kinerja dapat ditingkatkan melalui inovasi dan kepemimpinan yang efektif, sementara Day et al., (2023) menekankan peran teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi operasional.

Kinerja keuangan perusahaan bertujuan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas operasional yang mendukung pencapaian tujuan jangka panjang. Proses ini mencakup pengelolaan sumber daya, pengambilan keputusan strategis, dan pengendalian untuk meningkatkan produktivitas serta daya saing. Pengukuran kinerja yang akurat sangat penting dalam sektor manufaktur makanan dan minuman untuk merencanakan strategi yang efektif, seperti pengendalian kualitas dan pengelolaan rantai pasokan. Penelitian Dharma et al. (2023) menunjukkan bahwa pengukuran kinerja memberikan umpan balik penting untuk pengembangan karyawan. Terdapat beberapa elemen yang menunjukkan dampak positif terhadap kinerja, termasuk usia perusahaan, ukuran perusahaan, dan rasio likuiditas, yang dapat dilihat melalui indikator seperti ROA, menurut Sofiani & Siregar (2022).

Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR), manajemen risiko, dan *Good Corporate Governance* (GCG) mengandung peran yang substansial dalam meningkatkan kinerja finansial suatu perusahaan. CSR yang dikelola secara efektif dapat memperbaiki citra perusahaan dan mempererat kerjasama dengan pihak-pihak terkait, yang memberikan dampak baik terhadap kinerja jangka panjang. Manajemen risiko yang efisien juga menguatkan konsistensi dan profitabilitas perusahaan, sementara penerapan GCG yang terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan dapat memperkuat kepercayaan dari para investor. Integrasi CSR, manajemen risiko, dan GCG sangat penting bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar dan regulasi yang semakin ketat.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Teori agensi menggambarkan interaksi yang terjadi di antara pemilik bisnis (prinsipal) dan manajer (agen) dalam pada saat membuat pilihan yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang mencakup kewajiban korporasi berkaitan dengan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan usahanya manajer diharapkan untuk bertindak demi kepentingan pemegang saham dengan menerapkan praktik CSR yang berkelanjutan. Hal ini penting agar keputusan yang diambil dapat memberikan manfaat jangka panjang, seperti peningkatan reputasi perusahaan, menarik konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan, serta mengurangi risiko hukum. Di sektor manufaktur makanan dan minuman, penerapan CSR yang dijalankan melalui pengelolaan yang efektif, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan citra merek, dan menggugah perhatian pelanggan yang semakin bertambah peka dengan isu-isu yang berkaitan dengan masyarakat dan ekosistem.

Berbagai penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya keterkaitan yang menguntungkan antara CSR dan kinerja finansial perusahaan, khususnya dalam industri pangan dan minuman. Tyas & Hwihanus (2024) menemukan bahwa perusahaan yang secara aktif menerapkan praktik CSR dapat memperbaiki kinerja finansial dan operasional suatu perusahaan, yang berdampak positif pada penjualan dan keuntungan. Penelitian Nopriyanto (2024) juga menunjukkan bahwa investasi dalam CSR tidak hanya memperbaiki citra perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional yang berujung pada dampak positif terhadap kinerja finansial suatu entitas secara keseluruhan.

Penerapan CSR terhadap kinerja finansial suatu perusahaan di industri pengolahan pangan dan minuman sangat diperlukan, terutama karena meningkatnya perhatian masyarakat berkaitan dengan isu-isu lingkungan dan sosial. Perusahaan yang mengabaikan komitmen sosial berisiko kehilangan pangsa pasar serta reputasi. Dengan demikian, studi ini memiliki sasaran untuk

mengidentifikasi seberapa jauh dampak CSR terhadap kinerja finansial perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan strategi CSR untuk mencapai tujuan bisnisnya, dengan fokus pada pengaruh menguntungkan yang berkelanjutan terhadap kinerja finansial suatu perusahaan.

H1: Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2. Pengaruh Manajemen Risiko terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengelola risiko agar bisa menjaga legitimasi dalam pandangan para pihak yang berkepentingan. Manajemen risiko merupakan proses identifikasi, penilaian, dan pengelolaan risiko yang dapat berdampak pada realisasi sasaran perusahaan. Dalam hal ini, Enterprise Risk Management (ERM) berfungsi untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengatur risiko yang dapat berdampak pada kinerja finansial perusahaan. Penerapan ERM yang efektif memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi dan mengurangi potensi kerugian, meningkatkan kepercayaan investor dan konsumen, serta memperkuat legitimasi perusahaan. Hal ini sangat penting, terutama di sektor makanan dan minuman yang sangat kompetitif, di mana manajemen risiko berperan dalam memastikan kepatuhan terhadap peraturan, mengelola fluktuasi harga bahan baku, dan mengatasi risiko reputasi.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa implementasi ERM berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Irwansyah & Sebrina (2024) menemukan bahwa perusahaan yang mengadopsi ERM secara komprehensif mengalami peningkatan signifikan dalam kinerja finansial dan operasional. Sementara itu, Noptian & Cahyaningtyas (2024) mengungkapkan bahwa perusahaan di sektor makanan dan minuman yang menerapkan ERM berhasil mengurangi risiko keuangan dan reputasi, yang berujung pada peningkatan efisiensi dan keuntungan. ERM memungkinkan perusahaan untuk mengelola ketidakpastian dan memanfaatkan peluang yang ada, Selain untuk mengurangi risiko, juga bertujuan untuk meraih hasil bisnis yang lebih optimal.

Penerapan ERM terhadap kinerja finansial perusahaan di perusahaan mengenai sektor makanan dan minuman memiliki peranan yang sangat krusial guna

mencapai kinerja keuangan perusahaan secara optimal. Mengingat berbagai risiko yang ada di industri ini, seperti fluktuasi harga bahan baku, masalah regulasi, dan risiko kualitas produk, pendekatan proaktif dalam manajemen risiko melalui ERM memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Penelitian oleh Mukhlis et al., (2024) mengindikasikan bahwa entitas yang mengimplementasikan prinsip ERM memiliki keahlian yang lebih unggul dalam beradaptasi dengan perubahan di pasar serta kebutuhan konsumen. Melalui pengelolaan risiko yang efisien, entitas dapat mengurangi gangguan operasional, mengembangkan efisiensi, serta menjaga kualitas dan rasa puas pelanggan. Dengan demikian, fokus utama studi ini adalah untuk melakukan penilaian pelaksanaan pengelolaan risiko yang berbasis pada ERM dalam upaya meningkatkan kinerja finansial suatu perusahaan. Hal ini diharapkan bahwa tidak hanya akan memperbaiki kinerja keuangan, namun juga bisa memperkuat kemampuan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

H2: Manajemen risiko berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

3. Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Teori signaling menunjukkan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih, seperti perusahaan, mengirimkan sinyal kepada pihak lain untuk mengurangi ketidakpastian atau asimetri informasi. Dalam konteks *Good Corporate Governance* (GCG) perusahaan mengirimkan pesan positif kepada pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan regulator. GCG merujuk pada serangkaian prinsip dan upaya yang ditujukan untuk menjamin keterbukaan, pertanggungjawaban, dan kewajiban dalam pengelolaan suatu perusahaan. Penerapan GCG yang baik meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan kinerja finansial perusahaan. Di sektor makanan dan minuman, GCG menjadi sinyal bahwa perusahaan berkomitmen terhadap kualitas produk, dasar-dasar etika dalam bisnis dan kewajiban sosial perusahaan meningkatkan reputasi serta menarik lebih banyak investasi. Penerapan GCG yang efektif juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional dan pengelolaan risiko, yang sangat penting untuk perusahaan manufaktur di sektor ini, mengingat tantangan terkait kualitas produk dan

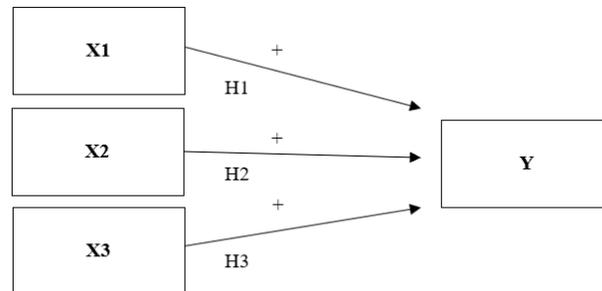
kepatuhan terhadap regulasi yang ketat.

Berbagai penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya keterkaitan yang menguntungkan antara GCG dan kinerja keuangan perusahaan. GCG, yang meliputi prinsip transparansi, akuntabilitas, dan pengelolaan risiko, berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan, terutama di industri makanan dan minuman. Penelitian oleh Yuliana et al., (2024) dan Nugraha & Wahyudi, (2024) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengimplementasikan GCG secara efektif mengalami perbaikan dalam kinerja keuangan, nilai perusahaan, serta kepuasan orang atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam suatu proyek atau keputusan, yang memperkuat kemampuan kompetitif di pasar. Di sektor manufaktur makanan dan minuman, GCG juga berdampak pada peningkatan produktivitas dan pengendalian kualitas, yang sangat penting untuk memenuhi tuntutan dari konsumen terhadap produk yang berkualitas tinggi dan aman.

Penerapan GCG terhadap kinerja finansial perusahaan dalam industri makanan dan minuman sangat penting untuk diteliti guna meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Meskipun hasil penelitian menunjukkan dampak positif, tantangan dalam implementasi GCG secara konsisten masih ada. Peningkatan kesadaran di kalangan manajemen dan karyawan, serta memperhatikan faktor eksternal seperti regulasi dan tuntutan konsumen, penting untuk memaksimalkan dampak positif GCG terhadap kinerja finansial suatu perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu menganalisis bagaimana GCG mempengaruhi kinerja keuangan sebuah perusahaan di industri makanan dan minuman serta mengidentifikasi tantangan dalam implementasinya, khususnya dalam sektor manufaktur yang memerlukan pengawasan ketat terhadap kualitas dan proses produksi.

H3: Good Corporate Governance (GCG) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

X1 = *Corporate Social Responsibility (CSR)*

X2 = *Manajemen Risiko*

X3 = *Good Corporate Governance (GCG)*

Y = *Kinerja Keuangan Perusahaan*

