

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di era global yang semakin pesat membuat perusahaan perlu beradaptasi untuk mempertahankan daya saing di tengah perkembangan bisnis. Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan memperoleh laba dari sumber daya yang dimiliki, tetapi juga berupaya meningkatkan *financial performance* dan memaksimalkan nilai perusahaan guna menciptakan nilai tambah bagi investor serta mendukung peningkatan kesejahteraan pemegang saham (Mabruroh & Anwar, 2022). *financial performance* merupakan indikator utama dalam menilai kesehatan perusahaan serta menentukan prospek investasi (Sudianto, 2023). Memiliki kondisi keuangan yang sehat adalah tanggung jawab utama manajemen, namun keberlanjutan perusahaan juga bergantung pada aspek sosial dan lingkungan sebagai dasar penting agar perusahaan dapat tumbuh berkelanjutan serta bertahan dalam jangka panjang (Nurdy & Khusnah, 2023). Oleh karena itu, *financial performance* menjadi aspek penting bagi keberlanjutan perusahaan karena menentukan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, selain itu juga menjamin keberlanjutan perusahaan dengan menerapkan rencana inovasi hijau yang dapat meningkatkan pencapaian finansial dan nilai perusahaan sekaligus menjalankan kewajiban terhadap kelestarian lingkungan (Tuti et al., 2025).

Kendati demikian, masih banyak perusahaan yang hanya berfokus pada peningkatan *financial performance* saja dan sering mengabaikan dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya (Fitriyani & Mukti, 2025). Kondisi ini

turut terjadi dalam konteks perekonomian Indonesia, yaitu pada sektor *consumer non-cyclicals* memegang peranan penting dalam menjaga kestabilan ekonomi nasional karena menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat. Keberadaan perusahaan besar seperti PT Cisarua Mountain Dairy Tbk, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, dan PT Unilever Indonesia Tbk turut mendukung aktivitas ekonomi melalui kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan pekerjaan (Christmas *et al.*, 2024). Di sisi lain, sektor ini juga menanggung beban tanggung jawab lingkungan yang tidak ringan. Karena produk yang dihasilkan selalu dibutuhkan masyarakat dalam kondisi apapun, aktivitas produksinya berjalan terus-menerus dan dalam skala besar, yang menjadikan sektor ini stabil secara kinerja namun sekaligus berada di garis terdepan dalam tanggung jawab lingkungan (Wedari & Alfian, 2024). Karakteristik sektor ini juga cenderung stabil karena permintaannya tidak bergantung pada musim atau situasi tertentu. Meskipun produk yang dihasilkan dibutuhkan oleh masyarakat, namun dalam kegiatan proses produksinya tetap memiliki risiko menimbulkan limbah dan pencemaran lingkungan dalam skala besar (Wahyu, 2025).

Kenyataan di lapangan sudah terbukti bahwa perusahaan-perusahaan pada sektor ini menjadi penyumbang pencemaran sampah plastik terbanyak di Indonesia. Kasus pada PT Unilever Indonesia Tbk contohnya, dituding sebagai salah satu pencemar terbesar berdasarkan audit gerakan *Break Free from Plastic*, dengan 1.851 kemasan sekali pakai ditemukan. Greenpeace Indonesia menuntut tanggung jawab produsen melalui aksi damai di depan Graha PT Unilever Indonesia Tbk, Kawasan BSD, Tangerang, Banten, pada 20 Juni 2024. Meski PT Unilever

Indonesia Tbk berkomitmen mengurangi plastik murni, dengan target diturunkan dari 50% (2025) menjadi 30% (2026), sementara produksi miliaran kemasan sekali pakai masih tetap berlanjut. Hal ini menimbulkan keraguan publik atas keseriusan komitmen lingkungan yang membuat permintaan produknya menurun yang menyebabkan *financial performance* perusahaan ikut menurun dan publik menegaskan perlunya inovasi hijau yang nyata serta terukur (Mongabay, 2024)

Sejalan dengan kasus tersebut, ada fenomena nyata inovasi hijau yang mulai terlihat pada sektor ini, khususnya di industri makanan dan minuman di Indonesia yang terlihat dari tahun 2021 sampai sekarang, semakin dituntut untuk menerapkan praktik *green process innovation* dan *green product innovation* seiring meningkatnya kesadaran konsumen, investor, dan regulasi pemerintah. Contoh nyata ditunjukkan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi Packaging Plant Cikupa yang melalui *green process innovation* berhasil memanfaatkan limbah produksi dari tahun ke tahun menjadi sumber efisiensi. Strategi ini mampu menekan biaya produksi hingga hampir Rp 800 juta per tahun, menurunkan limbah lebih dari 50%, serta meningkatkan kualitas produk dan moral pekerja sehingga meningkatkan *financial performance* perusahaan. Fenomena serupa juga ditunjukkan oleh PT Nippon Indosari Corpindo yang melalui *green product innovation* mampu mengurangi penggunaan air dan mengolah produk kadaluarsa menjadi pakan ternak, sehingga memperkuat daya saing perusahaan. Hal ini, menunjukkan bahwa proses dan produk inovasi hijau tidak hanya berdampak pada reputasi lingkungan, tetapi juga secara langsung meningkatkan *financial performance* perusahaan (Antara, 2025).

Salah satu strategi yang berkembang dalam mendukung *financial performance* sekaligus mendorong keberlanjutan adalah inovasi hijau. Pemerintah Indonesia mendorong penerapan konsep ekonomi hijau melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 serta Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Industri, yang menetapkan kewajiban penerapan standar industri hijau. Melalui penerapan inovasi hijau memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional, mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan memperkuat keyakinan investor terhadap keberlanjutan usaha yang akan meningkatkan *financial performance* perusahaan (Leony *et al.*, 2025). Penerapan inovasi hijau tidak hanya menekan dampak lingkungan, tetapi juga mendorong terciptanya produk dan proses yang berorientasi pada keberlanjutan sehingga dapat mendorong peningkatan hasil finansial perusahaan (Ladista & Syaipudin, 2023). Hal ini sejalan dengan perspektif teori *Natural Resource Based View* bahwa penerapan *green process innovation* dan *green product innovation* dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif melalui peningkatan efisiensi biaya dan peluang memperluas pasar, sehingga berpotensi meningkatkan *financial performance* perusahaan (Sari, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, *green process innovation* merupakan bentuk kontribusi nyata terhadap pengelolaan limbah, pengurangan emisi, peningkatan efisiensi produksi melalui penerapan teknologi dan metode operasional yang lebih ramah lingkungan, yang tidak hanya menekan biaya operasional tetapi juga mendukung reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab pada lingkungan (Fernindhia & Susilawati, 2026). *Green process innovation* mengacu pada pembaruan maupun pengembangan proses produksi yang bertujuan

meningkatkan efisiensi serta menekan dampak lingkungan dan biaya operasional perusahaan (Khairani *et al.*, 2022).

Selain *green process innovation*, *green product innovation* mencerminkan langkah perusahaan dalam menciptakan produk atau barang yang ramah lingkungan yang dapat meningkatkan nilai pasar dan memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi persaingan global, sekaligus menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan (Millenia & Murwaningsari, 2023). Penerapan *green product innovation* ini mengacu pada pembaruan atau pengembangan produk yang ditujukan untuk meningkatkan hasil produksi perusahaan, dengan tetap menjaga dan memperhatikan kelestarian serta kebersihan lingkungan (Amalia, 2023). Kedua inovasi ini *green process innovation* dan *green product innovation* memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberlanjutan serta meningkatkan profitabilitas jangka panjang perusahaan (Leony *et al.*, 2025).

Keberhasilan penerapan kedua inovasi tersebut tidak terlepas dari peran pemimpin perusahaan, khususnya yang dikenal sebagai *green CEO*. Kepemimpinan ini mencerminkan kemampuan para pemimpin untuk menanamkan tanggung jawab lingkungan dalam strategi dan budaya perusahaan (Uroic *et al.*, 2025). Jika seorang CEO yang memiliki kekuasaan baik secara struktural maupun kepemilikan dapat berperan sebagai pengelola sekaligus pelindung perusahaan dan lingkungan. Dengan posisi tersebut, keputusan organisasi cenderung lebih mendukung praktik dan inovasi hijau (Shui *et al.*, 2022). Karakter pribadi, nilai-nilai, pengalaman, dan komitmen seorang CEO dapat memengaruhi pola pengambilan keputusan,

sehingga berdampak pada strategi dan aktivitas inovasi hijau perusahaan. Secara khusus, latar belakang dan komitmen hijau seorang CEO akan menjadi pengaruh besar terhadap tingkat inovasi hijau perusahaan (Hu & Shi, 2025).

Penelitian sebelumnya menemukan hasil yang beragam terkait *green process innovation* terhadap *financial performance*, sehingga menimbulkan adanya *research gap*. Penelitian yang dilakukan oleh Li (2022) dan Sari & Sumarna (2025) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif antara *green process innovation* terhadap *financial performance*. Kondisi tersebut dapat terjadi karena inovasi proses hijau membantu perusahaan meningkatkan efisiensi biaya, mengembangkan kemampuan produksi yang berwawasan lingkungan, serta membangun reputasi dan legitimasi yang lebih baik di masyarakat. Selain itu, penerapan inovasi hijau dapat meningkatkan kepercayaan investor yang semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam mengambil keputusan, sehingga berdampak pada peningkatan *financial performance*. Sebaliknya, penelitian oleh Fitriyani & Mukti (2025) dan Hendrawan & Suhartini (2025) menemukan bahwa *green process innovation* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *financial performance* karena inovasi ini umumnya memerlukan dana yang cukup besar pada tahap awal, terutama untuk pengadaan teknologi ramah lingkungan, pengembangan kompetensi tenaga kerja, dan penyesuaian sistem produksi. Sehingga, dapat membebani perusahaan dan pada akhirnya mengurangi peningkatan *financial performance*.

Penelitian sebelumnya juga menemukan hasil yang beragam terkait *green product innovation* terhadap *financial performance*, sehingga menimbulkan adanya *research gap*. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2023) dan Sari & Handayani

(2020) menemukan bahwa *green product innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial performance*. Hal ini disebabkan karena meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produk berwawasan lingkungan dapat mendorong pertumbuhan laba dan kinerja perusahaan yang tercermin melalui peningkatan ROA. Selain itu, efisiensi energi serta pemanfaatan bahan baku yang lebih ekonomis dapat membantu mengurangi biaya produksi sehingga, perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Sebaliknya, penelitian oleh Wijaya *et al* (2026) dan Dewanti & Saraswati (2026) menemukan bahwa *green product innovation* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial performance*. Hal ini disebabkan oleh tingginya biaya adopsi dan investasi peralatan ramah lingkungan serta waktu yang dibutuhkan *green product innovation* untuk menghasilkan manfaat finansial. Selain itu, penerapannya masih berorientasi pada kepatuhan regulasi dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam strategi operasional dan penciptaan nilai ekonomi, sehingga manfaat finansial belum terealisasi secara optimal. Kondisi ini menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan investasi hijau dan mendorong inovasi lingkungan tanpa mengabaikan *financial performance*.

Inkonsistensi hasil penelitian terdahulu juga mendorong penelitian ini untuk menambahkan variabel *green CEO* yang ditempatkan sebagai variabel moderasi dan keterbaruan penelitian ini. Kepemimpinan berorientasi lingkungan diyakini mampu memperkuat pengaruh *green process innovation* dan *green product innovation* terhadap *financial performance* perusahaan. Hal ini diduga, keberadaan CEO yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan atau lingkungan tidak hanya

berperan sebagai penggerak internal, tetapi juga sebagai pemicu yang dapat meningkatkan relevansi dan efektivitas strategi inovasi hijau dalam menciptakan nilai ekonomi. Lebih jauh, komitmen seorang *green ceo* terhadap praktik keberlanjutan akan membuat hubungan antara *green process innovation* dan *green product innovation* terhadap *financial performance* menjadi lebih signifikan, karena dukungan manajerial yang kuat dapat memastikan bahwa investasi pada teknologi ramah lingkungan, efisiensi energi, maupun pengelolaan limbah benar-benar terintegrasi ke dalam strategi bisnis. Hal ini sejalan dengan perspektif teori *upper echelons* menjelaskan bahwa karakteristik dan perspektif CEO menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk pilihan strategi serta arah kebijakan perusahaan.

Urgensi penelitian ini terletak pada posisi sektor consumer non-cyclicals di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional (Christmas *et al.*, 2024). Namun di sisi lain juga menjadi salah satu penyumbang pencemaran lingkungan terbesar, sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, kasus PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa permasalahan lingkungan dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan publik dan *financial performance* perusahaan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa *green process innovation* dan *green product innovation* telah menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan dalam menjaga kelangsungan usaha sekaligus mempertahankan *financial performance*. Sejalan dengan semakin berkembangnya penerapan kedua jenis inovasi tersebut dalam strategi perusahaan dan penelitian akademis, implikasinya terhadap *financial performance* perusahaan juga terus menjadi perhatian empiris yang berkelanjutan (Zhao *et al.*, 2026).

Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia karena memiliki kontribusi signifikan dalam perekonomian nasional. Namun, peningkatan aktivitas perusahaan juga berpotensi meningkatkan dampak lingkungan, sehingga mendorong perusahaan untuk menerapkan inovasi yang lebih berkelanjutan (Feronika & Sari, 2026). *Financial performance* perusahaan di sektor ini tidak hanya dipengaruhi oleh strategi bisnis konvensional, tetapi juga oleh praktik keberlanjutan melalui *green process innovation* dan *green product innovation* yang berfokus pada efisiensi energi, pengurangan limbah, serta penciptaan produk ramah lingkungan sesuai dengan tuntutan konsumen. Namun, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *green process innovation* dan *green product innovation* terhadap *financial performance* masih menunjukkan hasil yang beragam sehingga peneliti menambahkan *green CEO* sebagai variabel moderasi dan keterbaruan. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh *Green Process Innovation* dan *Green Product Innovation* terhadap *Financial Performance* dengan *Green CEO* sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di BEI Periode 2021–2024)”.

B. Batasan Masalah

Batasan – batasan pada penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berfokus pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021 – 2024.
2. Sumber data berasal dari laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *green process innovation* berpengaruh terhadap *financial performance*?
2. Apakah *green product innovation* berpengaruh terhadap *financial performance*?
3. Apakah *green ceo* memoderasi pengaruh *green process innovation* terhadap *financial performance*?
4. Apakah *green ceo* memoderasi pengaruh *green product innovation* terhadap *financial performance*?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *green process innovation* terhadap *financial performance*.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *green product innovation* terhadap *financial performance*.
3. Untuk menguji secara empiris peran *green ceo* sebagai variabel moderasi dalam pengaruh *green process innovation* terhadap *financial performance*.
4. Untuk menguji secara empiris peran *green ceo* sebagai variabel moderasi dalam pengaruh *green product innovation* terhadap *financial performance*.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi beberapa pihak:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu akuntansi dan manajemen, terutama terkait penerapan *green innovation* yang mencakup *green process innovation* dan *green product innovation* dalam kaitannya dengan *financial performance* perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas bukti empiris mengenai keterlibatan *green CEO* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara inovasi yang berorientasi pada lingkungan dan *financial performance*. Dengan demikian, temuan penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai keterkaitan antarvariabel dalam mendukung keberlanjutan perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan bagi peneliti berikutnya yang tertarik mengembangkan penelitian dengan tema sejenis, khususnya yang berkaitan dengan aspek keberlanjutan dan pencapaian kinerja perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam merumuskan dan menerapkan strategi bisnis yang berorientasi pada lingkungan melalui *green process innovation* dan *green product innovation* guna meningkatkan *financial performance*. Selain itu,

penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya peran *green ceo* sebagai variabel moderasi dalam mendukung keberhasilan implementasi inovasi ramah lingkungan, sehingga perusahaan dapat lebih optimal dalam mencapai keberlanjutan dan kinerja yang lebih baik.

b. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti mengenai *green process innovation*, *green product innovation*, serta *green CEO* dalam kaitannya dengan *financial performance*. Penelitian ini juga menjadi wadah untuk menerapkan pengetahuan akuntansi yang diperoleh selama perkuliahan sekaligus mengembangkan keterampilan peneliti dalam melaksanakan penelitian ilmiah secara sistematis.