

CEO Overconfidence, Digital Transformation, dan Strategic Risk-Taking : Pengaruhnya terhadap enterprise performance pada PT Hartadinata Abadi Tbk.

Muhammad Bayu Adinugroho

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: muhammadbayuadi26@gmail.com

Kata Kunci:

CEO overconfidence; digital transformation; strategic risk-taking; enterprise performance

Keywords:

CEO overconfidence; digital transformation; strategic risk-taking; enterprise performance

ABSTRAK

Hubungan antara overconfidence, transformasi digital, dan strategic risk-taking menjadi semakin relevan untuk dikaji secara mendalam dalam konteks peningkatan kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh CEO overconfidence, digital transformation, dan strategic risk-taking terhadap kinerja perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan objek studi PT Hartadinata Abadi Tbk (HRTA), sebuah perusahaan publik di industri perhiasan emas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan periode 2020–2024, yang dipublikasikan secara resmi melalui situs perusahaan dan Bursa Efek

Indonesia. Variabel-variabel dalam penelitian ini dioperasionalkan berdasarkan standar empiris dari literatur terdahulu, dengan indikator yang mencakup struktur investasi, pengeluaran teknologi, tingkat leverage, serta kinerja keuangan melalui ROA, ROE, dan pertumbuhan pendapatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kontribusi masing-masing variabel terhadap kinerja perusahaan, khususnya dalam konteks perusahaan yang beroperasi di sektor manufaktur perhiasan.

ABSTRACT

The relationship between overconfidence, digital transformation, and strategic risk-taking is becoming increasingly relevant to be studied in depth in the context of improving company performance. This study aims to examine the effect of CEO overconfidence, digital transformation, and strategic risk-taking on company performance. The study uses a quantitative explanatory approach with the object of study being PT Hartadinata Abadi Tbk (HRTA), a public company in the gold jewelry industry listed on the Indonesia Stock Exchange. The data used are secondary data obtained from the company's annual report and financial report for the period 2020–2024, which are officially published through the company's website and the Indonesia Stock Exchange. The variables in this study are operationalized based on empirical standards from previous literature, with indicators covering investment structure, technology spending, leverage level, and financial performance through ROA, ROE, and revenue growth. The results of this study are expected to provide a more comprehensive understanding of the contribution of each variable to company performance, especially in the context of companies operating in the jewelry manufacturing sector.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Bisnis global saat ini dihadapkan dengan keadaan yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi yang mana membuat perusahaan dituntut untuk mengambil keputusan strategis yang cepat, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan. Dinamika tersebut telah mendorong pergeseran fokus dari semata-mata faktor eksternal seperti fluktuasi pasar, tekanan regulasi, atau dinamika industri, ke faktor internal yang lebih bersifat kepemimpinan dan perilaku manajerial. Dalam konteks ini, karakteristik psikologis pemimpin puncak, khususnya *Chief Executive Officer* (CEO), memainkan peran sentral dalam menentukan arah kebijakan, struktur pengambilan risiko, dan kapasitas adaptif perusahaan. Salah satu aspek psikologis yang menonjol adalah *CEO overconfidence*, yaitu tingkat kepercayaan diri yang berlebihan seorang CEO terhadap akurasi penilaian, kemampuan pribadi, dan estimasi hasil dari keputusan yang diambil. Fenomena ini telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai studi manajemen strategis karena diyakini mempengaruhi arah, agresivitas, dan risiko dari kebijakan korporasi yang diambil (Burkhard et al., 2023).

CEO yang *overconfident* cenderung menilai peluang lebih tinggi daripada risiko, melakukan investasi berani, dan mengabaikan sinyal negatif dari lingkungan eksternal. Beberapa studi menunjukkan bahwa sifat ini dapat mendorong pertumbuhan dan keunggulan kompetitif, terutama dalam lingkungan bisnis yang membutuhkan kecepatan dan determinasi. Namun, sisi negatif dari *overconfidence* adalah kecenderungan membuat keputusan sub-optimal yang berisiko tinggi dan berpotensi merugikan dalam jangka panjang jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penting untuk memahami dalam kondisi apa *overconfidence* CEO berdampak positif terhadap kinerja perusahaan dan kapan justru dapat menimbulkan kerugian.

Beberapa tahun terakhir, transformasi digital menjadi katalis utama perubahan strategi dan model bisnis perusahaan. Transformasi ini mencakup integrasi teknologi digital seperti *artificial intelligence*, *big data*, *cloud computing*, dan *internet of things* ke dalam operasi inti perusahaan. Transformasi digital bukan hanya memerlukan investasi besar, tetapi juga mengubah cara kerja, struktur organisasi, serta budaya perusahaan. Pemimpin yang memiliki visi jangka panjang dan tingkat keyakinan diri tinggi sering kali menjadi pendorong utama proses ini (Liu et al., 2023). Namun demikian, keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada bagaimana organisasi mampu menyeimbangkan antara inovasi dan pengelolaan risiko.

Strategic risk-taking dalam konteks tersebut menjadi variabel penting yang berperan sebagai pemicu atau penghambat efektivitas keputusan CEO dan inisiatif transformasi digital. *Strategic risk-taking* merujuk pada kesiapan organisasi untuk mengambil keputusan berisiko tinggi yang berpotensi memberikan keuntungan kompetitif di masa depan. Perusahaan dengan tingkat *risk-taking* yang tinggi biasanya lebih agresif dalam mengambil peluang dan berani melakukan investasi besar meskipun ada ketidakpastian. Dalam hal ini, *risk-taking* bukan hanya mencerminkan perilaku manajemen, tetapi juga merupakan hasil dari budaya organisasi, struktur insentif, dan toleransi risiko secara institusional (Burkhard et al., 2023).

Hubungan antara overconfidence, digital transformation, dan risk-taking menjadi semakin penting untuk dikaji secara komprehensif dalam kaitannya dengan kinerja perusahaan. Sejauh ini, penelitian-penelitian sebelumnya cenderung membahas variabel-variabel ini secara parsial. Penelitian oleh (Zheng et al., 2025) menunjukkan bahwa CEO yang overconfident cenderung menjadi pengadopsi awal teknologi disruptif seperti artificial intelligence, namun dampaknya terhadap hasil bisnis tetap sangat bergantung pada kesiapan organisasi dalam mengelola risiko strategisnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh CEO overconfidence, transformasi digital dan strategic risk-taking terhadap kinerja perusahaan. Dengan memadukan perspektif perilaku kepemimpinan, inovasi strategis, dan manajemen risiko, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoretis dalam literatur manajemen strategis, khususnya dalam konteks organisasi modern yang terdigitalisasi dan dinamis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan tujuan untuk menguji pengaruh CEO overconfidence, digital transformation, serta strategic risk-taking terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini akan difokuskan pada satu objek studi, yaitu PT Hartadinata Abadi Tbk (HRTA), yang merupakan perusahaan publik yang bergerak di industri perhiasan emas dan telah tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan perusahaan ini didasarkan pada ketersediaan data yang konsisten dalam bentuk annual report dan laporan keuangan selama lima tahun terakhir, yaitu periode 2020 hingga 2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh secara langsung dari laporan tahunan dan laporan keuangan PT HRTA yang dipublikasikan secara resmi melalui situs perusahaan dan Bursa Efek Indonesia. Data tersebut mencakup informasi mengenai struktur investasi, pengeluaran untuk teknologi, tingkat leverage, dan indikator kinerja seperti Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), serta pertumbuhan pendapatan tahunan.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dirancang mengacu pada standar empiris dari literatur terdahulu. CEO overconfidence diukur berdasarkan pendekatan Malmendier dan Tate (2005), yakni dengan melihat sensitivitas investasi terhadap arus kas internal, di mana perusahaan dengan CEO yang overconfident cenderung berinvestasi secara agresif ketika memiliki dana internal yang memadai. Digital transformation diukur melalui indikator adopsi teknologi digital seperti penggunaan big data, artificial intelligence (AI), pembuatan aplikasi, keamanan digital, atau cloud computing, yang dapat diidentifikasi dari laporan tahunan atau catatan pengeluaran strategis perusahaan. Strategic risk-taking diukur dengan tingkat leverage perusahaan mengikuti penelitian yang dilakukan oleh Burkhard dkk. (2023) dengan pernyataan bahwa mendukung tingkat leverage perusahaan dapat digunakan sebagai indikator strategic risk-taking. Sedangkan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen diukur dari rasio keuangan utama, yaitu ROA, ROE, dan tingkat pertumbuhan pendapatan tahunan.

Pembahasan

CEO Overconfidence

Tabel 1. Data aktivitas investasi pada kas internal.

Tahun	Saldo Kas (Rp Juta)	Kas untuk Investasi (Rp Juta)	Proporsi Investasi thd Saldo Kas (%)
2020	419,366	60,592	14.45%
2021	50,404	23,913	47.43%
2022	62,477	84,581	135.35%
2023	106,023	58,154	54.86%
2024	292,625	191,090	65.31%

Sumber: Annual Report PT. HRTA, data diolah penulis.

Berdasarkan data kas internal dan kas yang digunakan untuk investasi oleh PT Hartadinata Abadi Tbk (PT HRTA) selama periode 2020 hingga 2024, dapat dianalisis kecenderungan CEO overconfidence dengan menggunakan pendekatan investment-cash flow sensitivity sebagaimana dikembangkan oleh Malmendier dan Tate (2005). Pendekatan ini menyatakan bahwa CEO yang overconfident cenderung melakukan investasi secara agresif ketika perusahaan memiliki kas internal yang cukup atau berlebih, karena mereka meyakini secara berlebihan bahwa keputusan mereka akan menghasilkan keuntungan yang tinggi, dan karena itu enggan bergantung pada pendanaan eksternal.

Data yang tersedia menunjukkan bahwa pada tahun 2022, perusahaan melakukan investasi sebesar Rp 84,581 juta, sementara saldo kas hanya Rp 62,477 juta. Ini berarti investasi perusahaan melebihi kas internalnya sendiri, dengan rasio sebesar 135,35%. Hal ini merupakan indikasi kuat bahwa CEO menunjukkan keyakinan diri yang tinggi (overconfidence), karena tetap mengambil keputusan investasi besar meskipun likuiditas internal terbatas. Pola ini kembali terlihat pada tahun 2024, ketika saldo kas meningkat signifikan menjadi Rp 292,625 juta dan kas untuk investasi juga melonjak menjadi Rp 191,090 juta, atau sekitar 65,31% dari saldo kas. Hal ini mencerminkan bahwa peningkatan kas internal direspons dengan peningkatan proporsional dalam belanja investasi, yang juga sesuai dengan karakteristik CEO overconfident.

Sebaliknya, pada tahun 2020 dan 2021, proporsi kas yang dialokasikan untuk investasi relatif rendah, masing-masing 14,45% dan 47,43%, yang mencerminkan sikap yang lebih berhati-hati atau konservatif dalam pengambilan keputusan investasi. Meskipun demikian, mulai tahun 2022 hingga 2024, terdapat tren konsisten peningkatan investasi seiring peningkatan kas internal, bahkan hingga melampaui kapasitas kas yang tersedia, yang secara teori menunjukkan tingginya sensitivitas investasi terhadap arus kas internal. Hal ini secara empiris dapat ditafsirkan sebagai bukti adanya CEO

overconfidence dalam pola pengambilan keputusan strategis di PT HRTA, terutama dalam konteks penggunaan dana internal untuk ekspansi atau investasi perusahaan.

Digital Transformtaion

Transformasi digital dalam beberapa penelitian dinyatakan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja perusahaan. Penggunaan teknologi seperti fintech, blockchain, dan AI meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat transaksi, serta memperluas akses layanan perusahaan (Sudarmanto et al., 2024). Hal ini mendorong peningkatan pendapatan, laba, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, digitalisasi memungkinkan inovasi produk dan perluasan pasar, termasuk menjangkau masyarakat yang sebelumnya sulit terlayani sebelumnya.

Tabel 2. Tabel pengukuran digital transformation.

Aktivitas Digitalisasi	Keterangan	Skor Digital	Aktivitas Digitalisasi
Tidak ada ekspansi digital	Tidak ada bukti inisiatif digital di tahun tsb	0	Tidak ada ekspansi digital
Ada 1 inisiatif digital (misal: aplikasi)	Minimal 1 aktivitas: aplikasi / website / rebranding digital	1	Ada 1 inisiatif digital (misal: aplikasi)
Ada ≥ 2 inisiatif digital	Aplikasi + platform baru + fitur teknologi	2	Ada ≥ 2 inisiatif digital
Ekspansi besar-besaran digital (multi-channel + integrasi)	Terdapat integrasi sistem internal, e-commerce, dll.	3	Ekspansi besar-besaran digital (multi-channel + integrasi)

Sumber: data diolah penulis

Digital transformation dalam penelitian ini diukur menggunakan skor kategorikal dari 0 hingga 3, berdasarkan tingkat inisiatif digital yang dilakukan oleh perusahaan dalam satu tahun tertentu. Skor ini memberikan pendekatan kuantitatif terhadap variabel yang sifatnya kualitatif, sehingga memudahkan pengolahan data dan analisis statistik.

Pada tingkat paling dasar (skor 0), perusahaan dianggap tidak melakukan ekspansi digital sama sekali, ditandai dengan tidak adanya bukti aktivitas digital seperti peluncuran aplikasi, situs web baru, atau kampanye digital dalam laporan tahunan. Skor 1 diberikan apabila perusahaan menjalankan minimal satu inisiatif digital, seperti pengembangan aplikasi mobile, peluncuran website, atau rebranding berbasis digital. Ini menunjukkan adanya kesadaran dan langkah awal menuju transformasi digital. Skor 2 menunjukkan adanya dua atau lebih inisiatif digital, misalnya kombinasi antara aplikasi dan platform digital baru, atau penambahan fitur teknologi seperti BullionProtect, yang mencerminkan adopsi teknologi dengan kompleksitas dan nilai strategis yang lebih

tinggi. Terakhir, skor tertinggi (skor 3) diberikan pada perusahaan yang melakukan ekspansi digital berskala besar dan terintegrasi, yang mencakup adopsi multi-channel, integrasi sistem internal, pengembangan e-commerce, dan infrastruktur teknologi lainnya. Tingkat ini mencerminkan perusahaan yang berada pada tahap digital maturity yang lebih tinggi dan berorientasi pada transformasi menyeluruh.

Tabel 3. Pengukuran skor digital perusahaan tahunan.

Tahun	Keterangan	Skor Digital
2020	1. Kolaborasi e-Commerce: Shopee 2. Penjualan Online via Instagram & HRTA.store	2
2021	1. Kolaborasi E-Commerce: Tokopedia 2. Peluncuran Produk Digital: EmasKITA & Kencana 3. Pop-Up Store Digital & Pameran Inovatif	3
2022	1. Pemanfaatan IDXnet dan SPE OJK untuk mendukung pelaporan dan keterbukaan informasi. 2. Pengembangan Sistem E-Commerce dan Aplikasi Digital 3. Operasi Perdagangan Melalui Platform Digital 4. Integrasi Digital dalam Strategi Komersial	3
2023	1. Ekspansi Penjualan Digital 2. Peluncuran Aplikasi Digital 3. Produk emas dilengkapi dengan BullionProtect	3
2024	1. Mendirikan e-commerce internal <i>emasku.co.id</i> untuk pembelian emas, akses harga real-time, dan transaksi aman. 2. Meluncurkan aplikasi khusus untuk <i>wholesaler</i> . 3. Implementasi teknologi SD-WAN untuk meningkatkan konektivitas jaringan kantor dan pabrik, serta mengurangi <i>downtime</i> operasional 4. Mengadopsi strategi <i>omni-channel</i> untuk menyatukan pengalaman pelanggan secara digital dan fisik	3

Sumber: Annual report, data diolah penulis

Berdasarkan data penilaian transformasi digital selama lima tahun terakhir (2020–2024), dapat disimpulkan bahwa PT Hartadinata Abadi Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat dan konsisten dalam mengembangkan strategi digital sebagai bagian dari model bisnisnya. Inisiatif digital perusahaan tampak berkembang secara progresif, dimulai dari kolaborasi awal dengan platform e-commerce eksternal dan kanal media sosial (tahun 2020), menuju penguatan digitalisasi saluran distribusi melalui peluncuran produk digital, partisipasi dalam pameran virtual, dan pengembangan

aplikasi internal (tahun 2021–2022). Selanjutnya, perusahaan memperluas cakupan transformasi digitalnya tidak hanya pada aspek pemasaran dan transaksi, tetapi juga pada sistem pelaporan, keamanan produk (seperti BullionProtect), dan integrasi sistem jaringan (SD-WAN) untuk efisiensi operasional. Tahun 2024 menunjukkan transformasi paling menyeluruh dengan kehadiran e-commerce internal, aplikasi untuk wholesaler, dan adopsi strategi omni-channel yang menyatukan pengalaman pelanggan di ruang digital dan fisik.

Skor digital secara umum bertahan di level tertinggi (3) selama empat tahun berturut-turut mencerminkan bahwa digitalisasi di PT Hartadinata bukan sekadar respons sementara, melainkan telah menjadi bagian dari strategi jangka panjang perusahaan. Data ini memperlihatkan bahwa perusahaan tidak hanya aktif melakukan transformasi digital, tetapi juga berhasil mengintegrasikannya ke dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari layanan pelanggan hingga infrastruktur operasional. Hal ini menunjukkan kematangan digital perusahaan dan kesiapan untuk bersaing di era bisnis yang semakin terdigitalisasi.

Strategic Risk Taking

Burkhard dkk. (2023) menyatakan bahwa mendukung tingkat leverage perusahaan dapat digunakan sebagai indikator strategic risk-taking. Sehingga pada penelitian ini indikator yang akan digunakan untuk Strategic Risk Taking adalah tingkat leverage.

Tabel 4. Tabel leverage.

Tahun	Liabilitas	Liabilities to Assets
2020	1,099,943	0.52%
2021	1,962,522	0.56%
2022	2,126,513	0.55%
2023	3,056,877	0.61%
2024	3,610,015	0.61%

Sumber: Annual report, data diolah penulis

Berdasarkan data liabilitas dan rasio liabilities to assets PT Hartadinata Abadi Tbk selama periode 2020 hingga 2024, terlihat adanya tren peningkatan penggunaan pendanaan berbasis utang yang cukup konsisten. Rasio liabilities to assets perusahaan meningkat dari 0,52% pada tahun 2020 menjadi 0,61% pada tahun 2023 dan bertahan di angka yang sama hingga tahun 2024. Peningkatan rasio ini mencerminkan adanya kecenderungan perusahaan untuk lebih agresif dalam memanfaatkan struktur pembiayaan eksternal, khususnya dalam bentuk liabilitas, sebagai upaya untuk mendukung ekspansi bisnis atau aktivitas strategis lainnya.

Jika ditinjau dari perspektif strategic risk-taking, pola ini menunjukkan bahwa perusahaan secara bertahap mulai menunjukkan keberanian untuk mengambil risiko yang lebih besar dalam menjalankan strategi pertumbuhan. Pada tahun-tahun awal

(2020–2021), leverage perusahaan masih tergolong rendah dan mencerminkan sikap yang relatif konservatif dalam pengambilan risiko. Namun, mulai tahun 2022 dan secara lebih nyata di tahun 2023 hingga 2024, rasio leverage menunjukkan lonjakan dan stabil pada tingkat yang lebih tinggi, sejalan dengan periode di mana perusahaan melakukan ekspansi digital yang signifikan, seperti pendirian e-commerce internal, peluncuran aplikasi wholesaler, serta penguatan infrastruktur digital.

Mengacu pada kerangka teori yang dijelaskan oleh Burkhard et al. (2023), leverage yang tinggi dapat dijadikan indikator bahwa perusahaan menunjukkan tingkat strategic risk-taking yang lebih besar, khususnya ketika utang digunakan untuk mendanai keputusan strategis jangka panjang, seperti investasi teknologi dan ekspansi pasar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa PT Hartadinata Abadi Tbk menunjukkan peningkatan karakter risk-taking strategis selama lima tahun terakhir, ditunjukkan melalui kenaikan leverage yang stabil dan konsisten dengan arah transformasi bisnis perusahaan.

Enterprise Performance

Enterprise performance atau kinerja perusahaan seringkali diproyeksikan dengan ROA. Return on Assets (ROA) merupakan salah satu indikator yang paling umum digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan karena mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA, semakin efektif manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menciptakan keuntungan. Menurut Kamruzzaman (2019), ROA banyak digunakan oleh manajer perusahaan sebagai tolak ukur utama dalam menilai performa keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Return on Equity (ROE) merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan karena mengukur seberapa besar laba yang dihasilkan perusahaan dari setiap unit ekuitas pemegang saham. ROE mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai ROE, maka semakin baik pula kinerja perusahaan karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang optimal dari modal sendiri (Murdiansyah I et al., 2020). Indikator ini juga sangat diperhatikan oleh investor, karena mencerminkan potensi pengembalian atas investasi yang dilakukan. Selain itu, ROE membantu dalam membandingkan kinerja antar perusahaan dalam industri yang sama, karena memberikan gambaran yang relatif terhadap kemampuan profitabilitas berdasarkan struktur permodalan masing-masing. Dengan demikian, ROE merupakan alat evaluasi yang krusial dalam menilai efektivitas manajemen dan prospek perusahaan di mata pemegang saham dan investor.

Salah satu indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan lainnya adalah laba bersih. Hal ini karena laba bersih mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan setelah seluruh biaya, beban, dan pajak dikurangkan dari pendapatan (Donald E et al., 2019). Kemudian juga laba usaha (*operating profit*) pada UMKM termasuk dalam indikator kinerja keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja secara keseluruhan (Handayati et al., 2023). Sehingga laba bersih dapat dikatakan sebagai salah satu proyeksi atau indikator dari kinerja perusahaan dalam konteks

penelitian ini. Kinerja perusahaan yang baik biasanya tercermin dari tren kenaikan laba bersih secara konsisten, yang menunjukkan keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan nilai tambah bagi pemegang saham. Selain itu, laba bersih juga menjadi pertimbangan penting bagi investor dan kreditor dalam menilai prospek dan risiko suatu perusahaan.

Tabel 5. Tabel nilai ROA, ROE, Laba Bersih.

Tahun	ROA	ROE	Laba Bersih
2020	6.01	12.54	170,627
2021	5.59	12.82	194,861
2022	6.6	14.75	253,253
2023	6.09	15.53	305,426
2024	7.43	18.84	442,536

Sumber: Annual report, data diolah penulis

Selama lima tahun terakhir (2020–2024), kinerja perusahaan menunjukkan tren yang positif berdasarkan indikator Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan laba bersih. Pada awal periode, tahun 2020 dan 2021, ROA mengalami sedikit penurunan dari 6,01% menjadi 5,59%, meskipun laba bersih meningkat dari 170.627 menjadi 194.861. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun efisiensi aset menurun, perusahaan masih mampu meningkatkan laba. ROE juga naik tipis dari 12,54% menjadi 12,82%, menandakan peningkatan pengembalian terhadap ekuitas meskipun belum signifikan.

Sejak tahun 2022 hingga 2024, kinerja perusahaan semakin membaik. ROA meningkat dari 6,6% pada 2022 menjadi 7,43% pada 2024, dan ROE tumbuh dari 14,75% menjadi 18,84% dalam periode yang sama. Laba bersih pun mengalami pertumbuhan konsisten dari 253.253 (2022) menjadi 442.536 (2024). Peningkatan ini menunjukkan perusahaan mampu mengelola aset dan modal secara lebih efisien dalam menghasilkan keuntungan. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa perusahaan mengalami peningkatan profitabilitas yang kuat dan stabil, mencerminkan pengelolaan yang efektif dan strategi pertumbuhan yang berhasil.

Pengaruh CEO Overconfidence, Digital Transformation, dan Strategic Risk-Taking terhadap Enterprise Performance

Tabel 6. Tabel nilai CEO Overconfidence, Digital Transformation, Strategic Risk-Taking, dan Enterprise Performance.

Tahun	CEO Overconfidence	Digital Performance	(Leverage) Liabilitas	ROA	ROE	Laba Bersih
2020	14.45%	2	1,099,943	6.01	12.54	170,627
2021	47.43%	3	1,962,522	5.59	12.82	194,861
2022	135.35%	3	2,126,513	6.6	14.75	253,253
2023	54.86%	3	3,056,877	6.09	15.53	305,426

2024	65.31%	3	3,610,015	7.43	18.84	442,536
------	--------	---	-----------	------	-------	---------

Sumber: Annual report, data diolah penulis

Berdasarkan data tahun 2020 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa CEO Overconfidence, Digital Transformation, dan Strategic Risk-Taking masing-masing memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Peningkatan CEO Overconfidence dari 14,45% pada tahun 2020 menjadi 135,35% pada tahun 2022, meskipun kemudian sedikit menurun pada 2023 dan 2024, menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang penuh keyakinan mampu mendorong pengambilan keputusan yang agresif dan berani. Hal ini tampak dari peningkatan laba bersih yang signifikan, dari 170.627 pada 2020 menjadi 253.253 pada 2022, dan terus naik hingga 442.536 pada 2024. Bersamaan dengan itu, Return on Equity (ROE) dan Return on Assets (ROA) juga menunjukkan tren yang positif, menandakan peningkatan efisiensi dan profitabilitas perusahaan.

Digital Transformation juga menunjukkan peran penting dalam mendorong performa perusahaan. Meskipun hanya meningkat dari level 2 ke 3 dan kemudian stabil, perubahan ini bertepatan dengan meningkatnya kinerja keuangan, yang mengindikasikan bahwa transformasi digital telah membantu perusahaan meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing. Digitalisasi kemungkinan besar telah mempercepat pengambilan keputusan dan meningkatkan inovasi dalam proses bisnis, sehingga mendukung pencapaian kinerja yang lebih tinggi.

Selain itu, Strategic Risk-Taking yang tercermin dari peningkatan liabilitas secara signifikan dari 1.099.943 pada tahun 2020 menjadi 3.610.015 pada tahun 2024 juga berkontribusi terhadap pertumbuhan laba dan efisiensi perusahaan. Kenaikan liabilitas ini mengindikasikan adanya keberanian perusahaan dalam mengambil risiko, seperti ekspansi atau investasi besar, yang pada akhirnya menghasilkan peningkatan laba bersih dan indikator keuangan lainnya. Peningkatan leverage yang selaras dengan kenaikan ROA dan ROE menunjukkan bahwa keputusan pengambilan risiko dilakukan secara strategis dan memberikan hasil yang positif. Sehingga secara keseluruhan ketiga variabel independen tersebut (CEO Overconfidence, Digital Transformation, dan Strategic Risk-Taking) berkontribusi secara signifikan dalam mendorong peningkatan kinerja perusahaan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil interpretasi data perusahaan dari tahun 2020 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa CEO Overconfidence, Digital Transformation, dan Strategic Risk-Taking memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (enterprise performance). CEO yang semakin overconfident tampak mendorong strategi yang lebih agresif dan berani, yang berdampak pada peningkatan laba, ROA, dan ROE. Transformasi digital, meskipun hanya meningkat secara numerik satu tingkat, tetap memberikan efek positif yang konsisten terhadap efisiensi dan daya saing perusahaan. Sementara itu, pengambilan risiko strategis yang diukur dari peningkatan leverage menunjukkan bahwa keberanian dalam mengambil keputusan keuangan berisiko dapat

meningkatkan hasil keuangan jika dikelola secara tepat. Sinergi antara ketiga variabel ini secara nyata berkontribusi pada peningkatan performa perusahaan dari tahun ke tahun.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel baru seperti budaya organisasi, tingkat persaingan pasar, atau kapabilitas teknologi untuk menangkap dinamika yang lebih luas dalam memengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu, pendekatan mediasi atau moderasi juga dapat diuji, misalnya dengan menjadikan strategic risk-taking atau digital transformation sebagai variabel mediasi antara CEO overconfidence dan kinerja perusahaan, guna memahami jalur pengaruh yang lebih kompleks. Penggunaan indikator kinerja yang lebih beragam seperti pertumbuhan pendapatan, pangsa pasar, atau tingkat inovasi juga perlu dipertimbangkan agar hasil penelitian lebih komprehensif. Metodologi kualitatif atau mixed methods dapat digunakan untuk menggali konteks pengambilan keputusan dan dinamika internal perusahaan secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Burkhard, B., Sirén, C., van Essen, M., Grichnik, D., & Shepherd, D. A. (2023). Nothing Ventured, Nothing Gained: A Meta-Analysis of CEO Overconfidence, Strategic Risk Taking, and Performance. *Journal of Management*, 49(8), 2629–2666.
- Donald E, K., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2019). *Intermediate Accounting*.
- Handayati, P., Hermawan, A., Rochayatun, S., Ratnawati, Nastiti, R. D., & Palil, M. R. (2023). The impact of corporate social responsibility on the performance of small and medium-sized enterprises can be mediated by innovation ability and learning orientation. *International Journal of Management and Sustainability*, 12(4), 635–650. <http://repository.uin-malang.ac.id/19300/>
- Liu, M., Li, C., Wang, S., & Li, Q. (2023). Digital transformation, risk-taking, and innovation: Evidence from data on listed enterprises in China. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(1), 100332. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100332>
- Malmendier, U., & Tate, G. (2005). Does overconfidence affect corporate investment? CEO overconfidence measures revisited. *European Financial Management*, 11(5), 649–659.
- Murdiansyah I, Lestari Y O, & Wahyuni N. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Agency Cost terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, VI(1), 108–123. <http://repository.uin-malang.ac.id/8973/>
- Sanjida, A., & Md. Fokhray, H. (2019). Improving the Efficiency of Mis Through the Retail Sector in Bangladesh. *DIU Journal of Business and Entrepreneurship*, 12(01), 62–79. <https://doi.org/10.36481/diujbe.v012i1.9caqbg11>
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <http://repository.uin-malang.ac.id/19648/>
- Zheng, B., Lin, Y. Y., Fong, V. H. I., & Huo, X. (2025). Exploring the influence of CEO overconfidence on innovation in artificial intelligence technology: a machine learning approach. *European Journal of Innovation Management*.