

PENGARUH PENGUNGKAPAN GREEN PRODUCT INNOVATION DAN GREENPROCESS INNOVATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAANNurilia Perucha Sari^a, Susi Handayani^b^aJurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia^bJurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia**ABSTRAK**

Pada era sekarang dimana perekonomian semakin berkembang pesat, tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan khususnya di Indonesia. Mengingat proses bisnis perusahaan – perusahaan besar yang tidak ramah lingkungan membuat polusi udara dan pencemaran lingkungan yang dapat berdampak pada *global warming*. Pada penelitian kali ini bertujuan untuk menguji apakah inovasi pada proses dan produk yang ramah lingkungan mampu memberikan dampak yang baik bagi kinerja suatu emiten di sektor manufaktur di Indonesia. Pengambilan populasi dalam penelitian yaitu keseluruhan emiten yang bergerak pada industri manufaktur sejak tahun 2014 hingga 2017. Setelah dilakukan pemilihan sampel dengan metode *purposive sampling*, didapatkan sebanyak 481 sampel periode pengamatan yang didapatkan melalui laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit dan tercantum pada Bursa Efek Indonesia. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk yang ramah lingkungan memiliki efek yang positif pada kinerja perusahaan, sedangkan pada inovasi proses yang ramah lingkungan sendiri tidak mampu mempengaruhi peningkatan kinerja suatu perusahaan.

Kata Kunci: *Green Product Innovation; Green Process Innovation; Kinerja Perusahaan***THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT INNOVATION AND GREEN PROCESS INNOVATION ON COMPANY PERFORMANCE****ABSTRACT**

In the current era where the economy is growing rapidly, of course it is a challenge for every company, especially in Indonesia. Given the business processes of large companies that are not environmentally friendly, air pollution and environmental pollution can have an impact on global warming. This research aims to examine whether innovations in environmentally friendly processes and products can have a good impact on the performance of an issuer in the manufacturing sector in Indonesia. Population used in the study is that all listed companies which engaged in the manufacturing industry from 2014 to 2017. After selecting the sample with a purposive sampling method, 481 samples on the observation period were obtained through audited company financial statements and listed on the Indonesia Stock Exchange. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study showed that the innovation of environmentally friendly products has a positive effect on company performance, while the innovation of environmentally friendly processes alone is not able to influence the improvement of a company's performance.

Keywords: *Green Product Innovation; Green Process Innovation; Company Performance***PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian dunia, khususnya di Indonesia sendiri lambat laun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan peningkatan tersebut tentunya juga akan berdampak pada pemanasan global sebagai akibat dari aktivitas perindustrian itu sendiri yang tidak ramah lingkungan. Selain itu, perkembangan perekonomian tersebut tentunya berdampak negatif terhadap penggunaan bahan bakar yang digunakan. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut tentunya pihak

*corresponding author's email :Nuriliasari@mhs.unesa.ac.id

perusahaan khususnya bagi sektor manufaktur diharapkan mampu menciptakan suatu inovasi produk yang ramah lingkungan (*green innovation*) (Ulfah & Ikbal, 2012) (Chen & Chang, 2013).

Beberapa perusahaan mancanegara sendiri telah melaksanakan program penggunaan produk yang ramah lingkungan seperti *The Body Shop*. Aksi tersebut tentunya merupakan salah satu bentuk nyata upaya yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam upayanya untuk menerapkan *green innovation*. *Green innovation* merupakan teknologi baru yang merujuk pada produk atau proses produksi yang berguna untuk mendorong terjadinya efisiensi energi, pengurangan tingkat polusi, dan penggunaan sampah untuk didaur ulang. *Green innovation* sendiri berfungsi untuk mengurangi pengaruh negatif masalah lingkungan yang ditimbulkan dari proses produksi konvensional dan menciptakan persaingan yang kompetitif bagi perusahaan sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara ekonomis (Ar, 2012) (Chen & Chang, 2013).

Pada dasarnya *green innovation* dibagi menjadi dua bagian yaitu *green product innovation* dan *green process innovation*. *Green product innovation* merupakan sebuah upaya perusahaan dalam menghasilkan produk baru yang ramah lingkungan yang mengacu pada prinsip 3R (*Reduce*, *Reuse* dan *Recycle*) (Ar, 2012). Menurut (Ar, 2012) sendiri *green product innovation* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan. Menurutnya perusahaan yang meningkatkan *green product innovation* melalui inovasi produk yang berbasis lingkungan akan memberikan keuntungan padapeningkatan pertumbuhan jumlah konsumen sehingga memberikan dampak pada peningkatan penjualan. Namun sebaliknya, menurut (Fitriani, 2015) *green product innovation* sendiri belum bisa dijadikan acuan untuk mengetahui peningkatan kinerja suatu perusahaan karena pengembangan produk sendiri tentunya juga harus mengetahui kondisi pasar dan keinginan para konsumennya. Perusahaan harus memberikan pandangan tentang produk barunya yang ramah lingkungan yang dapat memberikan *value* yang lebih baik sehingga konsumen merasa tertarik untuk mencobanya yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Sedangkan *green process innovation* adalah suatu aktivitas operasional perusahaan yang dalam melakukan proses produksinya memperhatikan beberapa aspek yakni penghematan energi, pengolahan limbah, sumber daya dan juga mempertimbangkan pengaruh terhadap ekologi dari proses tersebut (Chen & Chang, 2013). Adanya upaya yang dilakukan oleh perusahaan atas penerapan *green process innovation* tersebut memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan seperti beban operasional perusahaan yang minimal, penggunaan bahan bakar minimum, penghematan listrik serta efisiensi dalam penggunaan mesin yang berdampak pada penghematan biaya pabrikasi yang lebih murah. Penurunan beban pabrikasi tersebut akan memberikan dampak terhadap penurunan beban operasional secara keseluruhan. Menurunnya beban operasional perusahaan dapat mendorong terjadinya peningkatan laba. *Green process innovation* memberikan pengaruh positif pada perusahaan yang tidak mampu mengembangkan produk. Volume penjualan yang stagnan dapat diimbangi dengan upaya untuk meminimumkan beban produksi, sehingga peningkatan laba masih dapat diperoleh perusahaan. Adanya peningkatan laba tersebut akan ikut mendorong kinerja pada perusahaan. Sejalan dengan teori legitimasi yang mengungkapkan bahwa perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitimasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *green process innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013).

Hal tersebut didukung oleh hasil penemuan yang dilakukan oleh (Fitriani, 2015) yang menemukan bahwa *green process innovation* dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Menurutnya perusahaan yang menerapkan *green process innovation* melalui upaya penghematan listrik dan penggunaan energi akan mengalami penurunan biaya produksi. Penurunan biaya produksi tersebut dihasilkan dari adanya penurunan beban produksi, sehingga beban operasional akan menurun. Penurunan beban operasional tersebut memiliki dampak terhadap peningkatan laba perusahaan sehingga kinerja perusahaan ikut meningkat. Namun menurut (Chen & Chang, 2013) dan (Ar, 2012) mengungkapkan bahwa *green process innovation* tidak dapat dijadikan acuan dalam peningkatan kinerja perusahaan dikarenakan produk yang dibuat tidak terlihat bagaimana usaha perusahaan dalam memproses produk dengan menggunakan *green process innovation*, oleh karena itu, antara *green process innovation* tidak ada pengaruh positif dengan meningkatkan kinerja perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu kondisi dimana saat sistem nilai entitas selaras dengan sistem nilai secara umum dimana masyarakat jadi bagian tersebut yang jika ada perbedaan nyata/potensial pada kedua sistem nilai, sehingga menjadikan kendala untuk organisasi (Deegan, 2002). Perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitimasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *green process innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013).

Perusahaan mengaplikasikan manajemen berbasis lingkungan melalui upaya penciptaan budaya organisasi berbasis lingkungan merupakan langkah lanjut bagi perusahaan hendaknya mengadopsi nilai serta norma yang berlaku di masyarakat dan juga budayanya. Nilai serta norma lingkungan adalah salah satu bentuk nilai dalam masyarakat yang harus diserap oleh perusahaan guna menciptakan budaya organisasi berbasis lingkungan (Chen, Lai, & Wen, 2006).

Kinerja Perusahaan

Salah satu indikator yang digunakan oleh para *stakeholder* untuk mengetahui besar kecilnya laba yang mampu diperoleh oleh suatu emiten yaitu dengan melihat indikator kinerja perusahaannya. Kinerja perusahaan dalam hal ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu kinerja yang berasal dari kegiatan operasional dan kinerja keuangan perusahaan. Pada bagian kinerja operasional sendiri berasal dari kegiatan operasional, kemudian juga dilihat dari tatanan hirarki manajemen dalam organisasi, serta standar kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Pada bagian ini, lebih menekankan pada konsep non-keuangan, misalnya target pasar yang diinginkan, kemudian produk yang diciptakan, kualitas dari produk yang diciptakan, dan efisiensi dan efektivitas dari strategi pemasaran yang diterapkan. Sedangkan kinerja keuangan merupakan sesuatu yang lebih mengarah pada proses pelaporan keuangan yang dibentuk oleh perusahaan selama periode berjalan (Suta, 2007).

Green Innovation

Green innovation tidak bertentangan dengan misi inovasi konvensional yaitu menaikkan produktivitas, mengurangi biaya, serta menambah peluang pasar yang baru. *Green innovation* tidak hanya memiliki misi menaikkan kinerja perusahaan akan tetapi juga berupaya mengurangi dampak pada lingkungan masyarakat dan menaikkan prospek kompetitif pada perusahaan. Nilai yang positif pada *green innovation* yaitu mengubah sampah hasil produksi (limbah) menjadi sebuah barang yang layak untuk dijual dan mampu berdampak pada kenaikan laba perusahaan (Chen & Chang, 2013). *Green innovation* terbagi menjadi dua yaitu *technical* dan *organization innovation*. *Technical* dibagi dua yaitu *green product innovation* dan *green process innovation* (Rennings & Rammer, 2011).

Green Product Innovation

Green Product Innovation ialah pembaruan produk yang ramah terhadap lingkungan yang berdampak positif pada lingkungan yang lebih baik dari pada produk yang konvensional. Tidak hanya lebih baik dari pada nilai yang ekonomis tapi juga lebih baik jika dilihat dari sisi keramahan lingkungan, efisiensi pada pemakaian energi serta bahan baku, mengurangi polusi dan mengurangi limbah (Qamarullah & Widowati, 2015). *Green product innovation* mampu lebih baik dari pada produk konvensional apabila dilihat dari keramahan lingkungannya (Soylu & Dumville, 2011).

Green product innovation ini juga sebenarnya memiliki beberapa tujuan utama seperti meminimalisir beban terhadap lingkungan karena penciptaan *Green product innovation* ini sendiri yakni memberikan partisipasi untuk mengurangi efek pada pemanasan global (Chen et al., 2006). Selain itu tentunya juga peningkatan laba yang lebih tinggi dari sebelumnya dikarenakan dapat mengurangi penggunaan sumber daya, sehingga timbulnya efisiensi pengalokasian anggaran pada beban operasional perusahaan yang berdampak pada peningkatan laba perusahaan (Fitriani, 2015).

Green Process Innovation

Green process innovation merupakan pemakaian teknologi dan proses produksi yang ramah padalingkungan yang berguna dalam rangka menghasilkan sebuah barang serta pelayanan yang tidak memberikan dampak negatif kepada masyarakat dan juga pada lingkungan. Penerapan *green process* dapat diperoleh melalui pemakaian teknologi (Chen & Chang, 2013). Selain itu menurut (Zahari, 2015) *green process innovation* merupakan pemakaian teknologi dan proses produksi yang ramah pada lingkungan yang berguna dalam rangka menghasilkan sebuah barang serta pelayanan yang tidak memberikan dampak negatif kepada masyarakat dan juga pada lingkungan.

Pengaruh pengungkapan *Green Process Innovation* tentang pengungkapan dan transparansi, merupakan informasi yang hendaknya dilaporkan dan sajikan sesuai standar kualitas akuntansi yang berkualitas. Dengan adanya laporan yang berkualitas maka dapat menunjukkan kondisi riil yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan *Green Product Innovation* Terhadap Kinerja Perusahaan

Green product innovation merupakan sebuah upaya perusahaan dalam menghasilkan produk baruyang ramah lingkungan yang mengacu pada prinsip 3R (*Reduce, Reuse dan Recycle*) (Ar, 2012). Menurut (Ar, 2012; Küçükoğlu dan Pınar, 2015; Chang, 2011) sendiri *green product innovation* memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan. Menurutnya perusahaan yang meningkatkan *green product innovation* melalui inovasi produk yang berbasis lingkungan akan memberikan keuntungan pada peningkatan pertumbuhan jumlah konsumen sehingga memberikan dampak pada peningkatan penjualan. Sesuai dengan teori legitisasi dimana perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitisasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *green process innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013).
H₁: Pengungkapan *Green Product Innovation* Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Perusahaan

Pengaruh Pengungkapan *Green Process Innovation* Terhadap Kinerja Perusahaan

Adanya upaya yang dilakukan oleh perusahaan atas penerapan *green process innovation* tersebut memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan seperti beban operasional perusahaan yang minimal, penggunaan bahan bakar minimum, penghematan listrik serta efisiensi dalam penggunaan mesin yang berdampak pada penghematan biaya pabrikasi yang lebih murah. Penurunan beban pabrikasi tersebut akan memberikan dampak terhadap penurunan beban operasional secara keseluruhan. Menurunnya beban operasional perusahaan dapat mendorong terjadinya peningkatan laba. *Green process innovation* memberikan pengaruh positif pada perusahaan yang tidak mampu mengembangkan produk. Volume penjualan yang stagnan dapat diimbangi dengan upaya untuk meminimumkan beban produksi, sehingga peningkatan laba masih dapat diperoleh perusahaan. Adanya peningkatan laba tersebut akan ikut mendorong kinerja pada perusahaan. Hal tersebut didukung oleh hasil penemuan yang dilakukan oleh (Fitriani, 2015) dan (Küçükoğlu & Pınar, 2015) yang menemukan bahwa *green process innovation* dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Menurutnya perusahaan yang menerapkan *green process innovation* melalui upaya penghematan listrik dan penggunaan energi akan mengalami penurunan biaya produksi. Penurunan biaya produksi tersebut dihasilkan dari adanya penurunan beban produksi, sehingga beban operasional akan menurun. Penurunan beban operasional tersebut memiliki dampak terhadap peningkatan laba perusahaan sehingga kinerja perusahaan ikut meningkat.

H₂ : Pengungkapan *Green Process Innovation* Berpengaruh Positif Terhadap KinerjaPerusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif yang merupakan suatu metode penelitian yang di dalamnya terdapat kumpulan data instrumen penelitian, adanya populasi dan sampel penelitian, dan statistik untuk menguji suatu hipotesis dalam penelitian dengan menggunakan teknik analisis data kuantitatif (Sugiyono, 2013). Analisis data pada penelitian kali ini menggunakan teknis analisis regresi linear berganda, dimana dalam langkah – langkah pengujiannya menggunakan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi untuk mendapatkan data yang sesuai dalam langkah penelitian (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini yaitu menguji pengaruh *green product innovation* dan *green process innovation* terhadap kinerja perusahaan. Adapun sampel penelitian yaitu dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* dengan kriteria yakni perusahaan manufaktur yang melaporkan menyajikan laporan keuangan yang dilaporkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan memberikan data yang lengkap. Adapun proksi perhitungan masing – masing variabel dalam penelitian adalah *green product innovation*, *greenprocess innovation*, dan kinerja perusahaan.

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN**Uji Asumsi Klasik**

Berikut di bawah ini adalah hasil dari keseluruhan pengujian asumsi klasik diantaranya seperti uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi:

Tabel 1: Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Uji Normalitas	Uji Heterokedastisitas	Uji Multikolinearitas		Uji Autokorelasi
			Tolerance	VIF	
PRODUCT		0,899	0,726	1,377	
	0,057				2,055
PROCESS		0,174	0,726	1,377	

Sumber : output SPSS diolah penulis

Hasil di atas menunjukkan model regresi linier menunjukkan data sudah didistribusikan dengan normal yang diketahui dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan jika data residual pada hasil pengujian dengan model regresi telah terdistribusi normal. Selanjutnya uji heterokedastisitas, sesuai tabel 1 diatas nilai signifikansi (Sig) dari seluruh variabel memperoleh nilai lebih dari 0,05, Jadi kesimpulannya adalah data dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Pengujian ketiga yaitu pada pengujian multikolinearitas, mode I regresi yang telah terbangun tidak mengalami kendala multikolinieritas. Hal tersebut digambarkan dari nilai *tolerance* menunjukkan > dari 0,1 dan nilai VIF yang < dari 10. Terakhir, Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak mengalami gejala autokorelasi. Nilai dU pada tabel menunjukkan nilai 1,854, nilai dW 2,055 dan nilai 4 – dU adalah 2,146. Nilai dW yang ada di antara dU dan 4-dU merupakan data terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Hipotesis Signifikansi T

Tabel 2: Hasil Pengujian Signifikansi T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.021	.008		2.505	.013
PRODUCT	.060	.015	.214	4.061	.000
PROCESS	-.016	.015	-.055	-1.044	.297

Sumber : output SPSS diolah penulis

Sesuai pada tabel 2 diperoleh kesimpulan bahwa *green product innovation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini bisa diketahui dari nilai signifikansi perhitungan *green product innovation (Product)* sebesar 0,000 artinya tingkat signifikansi atau nilai hitung dari taraf kepercayaan dengan nilai 0,05. Nilai koefisien regresi inovasi produk yang ramah lingkungan (GPI) sebesar 0,060, sehingga inovasi produk yang ramah lingkungan (GPI) memiliki pengaruh yang baik pada kinerja yang diukur dengan menggunakan rasio *return on assets* dan mampu mendorong peningkatan kinerja perusahaan manufaktur. Sesuai nilai signifikansi hitung dan koefisien regresi diketahui *green product innovation* berdampak positif pada kinerja perusahaan dan terbukti sangat signifikan. Hal tersebut menggambarkan hipotesis pertama menyatakan bahwa inovasi produk yang ramah lingkungan berdampak baik atas kinerja telah dibuktikan dan bisa diterima.

Kemudian pada hipotesis kedua yaitu meneliti tentang hubungan atau dampak dari penerapan inovasi proses produksi yang ramah lingkungan tidak dapat memberikan pengaruh pada hasil kinerja dari suatu emiten dengan ditunjukkan hasil pengujian signifikan sebesar 0,297 yang lebih besar dari nilai yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Sehingga membuat hipotesis kedua yaitu tentang dampak dari penerapan inovasi atas proses produksi tidak dapat mempengaruhi meningkatnya kinerja perusahaan/emiten.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan *Green Product Innovation* Terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pada pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *green product innovation* berdampak positif terhadap kinerja perusahaan manufaktur dikarenakan menurut hasil *survey* yang telah dilakukan oleh pihak WWF Indonesia pada tahun 2017 menunjukkan bahwa konsumen merasa sadar dengan efek negatif dari pemanasan global, serta berupaya untuk ikut serta atau berkontribusi dalam pelestarian lingkungan. Dengan demikian semakin tinggi nya minat para konsumen terhadap produk – produk ramah lingkungan akan berdampak pada peningkatan laba dan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan ROA yang diperoleh perusahaan karena rendahnya biaya (*cost*) produksi akibat penghematan penggunaan energi dan bahan baku yang mudah ditemukan, dan murah, sehingga dengan penekanan *cost* tersebut mampu menciptakan laba yang lebih maksimal selain dari pengurangan beban pajak bagi perusahaan yang berasal dari potongan harga untuk penanaman modal di bidang-bidang usaha tertentu atau di daerah – daerah tertentu melalui program restrukturisasi permesinan. Sejalan dengan teori legitisasi yang menjelaskan bahwa teori legitisasi yang mengungkapkan bahwa perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitisasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *green process innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013). Dengan demikian secara tidak langsung perusahaan akan mengubah pemikiran masyarakat bahwa penerapan produk yang ramah lingkungan merupakan sebagai upaya dari perusahaan untuk turut meramaikan kegiatan sosial yaitu berupa pengurangan efek negatif dari pemanasan global.

Pengaruh Pengungkapan *Green Process Innovation* Terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa *green process innovation* tidak dapat mempengaruhi naik turunnya suatu kinerja perusahaan karena terdapat faktor – faktor lain yang menghambatnya seperti mahalnya biaya produksi, peraturan yang belum mewajibkan, serta perusahaan juga harus memiliki anggaran lebih untuk pendanaan riset karena proses daur ulang juga membutuhkan keahlian khusus. Dalam hal ini kinerja perusahaan sendiri diukur dengan menggunakan rasio perputaran aset (*return on assets*) dimana kinerja perusahaan tersebut dapat dikatakan baik apabila laba yang dihasilkan oleh perusahaan semakin tinggi terhadap penggunaan aset perusahaan yang dimiliki. Dalam artian seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menciptakan laba atau profit yang tinggi bagi perusahaan. Dalam hal ini apabila *green process innovation* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan tentunya pemanfaatan proses produksi dengan teknologi yang ramah lingkungan belum mampu menunjang peningkatan laba perusahaan. Tentunya perusahaan juga harus melihat faktor – faktor lain untuk mendukung dari *green process innovation* tersebut agar laba yang dihasilkan juga semakin tinggi. Teori legitimasi sendiri menjelaskan bahwa perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitimasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *greenprocess innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013). Namun, dengan mahalnya biaya pada proses yang lebih ramah lingkungan sehingga mengakibatkan harga jual produk itupun ikut meningkat yang mengakibatkan rendahnya minat beli pada produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat di tarik kesimpulan bahwasejalan dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa teori legitimasi yang mengungkapkan bahwa perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitimasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *greenprocess innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013). Dengan demikian secara tidak langsung perusahaan akan mengubah pemikiran masyarakat bahwa penerapan produk yang ramah lingkungan merupakan sebagai upaya dari perusahaan untuk turut meramaikan kegiatan sosial yaitu berupa pengurangan efek negatif dari pemanasan global dengan cara mengganti produk lama dengan produk baru yang lebih ramah terhadap lingkungan, dan mendorong kesadaran masyarakat untuk turut serta aktif dalam program sosial tersebut dengan cara membantu beralih pada produk ramah lingkungan tersebut.

Selanjutnya pada hipotesis kedua, hasil pengujian serta analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *green process innovation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada kinerja perusahaan manufaktur. Teori legitimasi sendiri menjelaskan bahwa perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan gampang memperoleh legitimasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan *green product innovation* dan *greenprocess innovation*, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2013). Namun, dengan mahalnya biaya pada proses yang lebih ramah lingkungan sehingga mengakibatkan harga jual produk itupun ikut meningkat yang mengakibatkan rendahnya minat beli pada produk tersebut.

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yakni hendaknya dalam menunjang langkah penerapan *greenprocess innovation* untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara menambahkan control variabel seperti ukuran perusahaan, karena mahalnya biaya pada proses yang ramah lingkungan menyebabkan tidak semua perusahaan mampu untuk melakukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrestya, W. (2012). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 8 (2), 1–26.
- Ar, I. M. (2012). The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability : The Moderating Role of Managerial Environmental Concern. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 854–864.
- Chang, C. H. (2011). The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 361–370.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Chen, Y.-S., & Chang, K.-C. (2013). The Nonlinear Effect of Green Innovation on The Corporate Competitive Advantage. *Qual and Quant*, (47), 271–286.
- Chen, Y.-S., Lai, S.-B., & Wen, C.-T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339.
- Deegan, C. (2002). An Examination of The Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP From 1983-1997 A Test of Legitimacy Theory. *Accounting Auxliting & Accountability Journal*, 15, 312–343.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). ORGANIZATIONAL LEGITIMACY : Social Values and Organizational Behavior. *Journals Digital Publishing*, 18, 122–136.
- Fitriani, L. K. (2015). Analisis Green Innovation Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Produk dan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik Pada UKM Batik Ciwaringin Kabupaten Cirebon). *Journal of Management and Business Review*, 12, 105–125.
- Freeman, E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 32.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accounting Journal*, 8(2), 47–77.
- Küçükoğlu, M. T., & Pınar, R. İ. (2015). Positive Influences of Green Innovation on Company Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1232–1237.
- Paramitha. (2012). Pengaruh Green Innovation Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8, 132–139.
- Qamarullah, D. H., & Widowati, D. (2015). Analisis Pengaruh Green Innovation Terhadap Green Product Competitive Advantage Pada Perum Perhutani. *Jurnal Manajemen Trisakti (E-Journal)*, 2 (1), 45–60.
- Rennings, K., & Rammer, C. (2011). The Impact of Regulation-Driven Environmental Innovation on Innovation Success and Firm Performance. *Industry and Innovation*, 18, 255–283.
- Soylu, K., & Dumville, J. C. (2011). Design for environment : The greening of product and supply chain. *Maritime Economics & Logistics*, 13, 29–43.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suta, I. P. G. (2007). *Kinerja Pasar Perusahaan Publik di Indonesia: Suatu Analisis Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bakti.
- Ulfah, Y., & Iqbal, M. (2012). Konsep Baru Total Quality Environment Management (TQEM) Untuk Menguji Kinerja Lingkungan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 3 (1), 59–68.
- Zahari, F. M. (2015). Determinants And Consequences Of Green Innovation Adoption: A Study On ISO 14001 Manufacturing Firms In Malaysia. *Thesis, Universiti Sains Malaysia*.
-