



# 16.74%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 1 JUL 2025, 3:44 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 IDENTICAL	 CHANGED TEXT	 QUOTES
0.12%	16.61%	0.09%

## Report #27284741

PENGARUH GREEN INNOVATION, ECO- EFFICIENCY DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2019 – 2023) SKRIPSI Anisya Indria Putri 2021011018 PROGRAM STUDI AKUNTANSI I FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2025 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Di masa kini, salah satu isu global yang paling penting adalah perubahan iklim. Kepedulian masyarakat sekitar, pemerintah, dan pelaku bisnis terhadap lingkungan kian semakin meningkat. Hal ini mendorong bisnis untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dari kegiatan operasi mereka dan mencari cara untuk mengurangnya. Perusahaan harus mengendalikan dan mengurangi kegiatan operasional yang berpotensi untuk merusak lingkungan. Karena dengan dilakukannya kegiatan tersebut tanpa adanya kendali dari perusahaan, maka hal tersebut akan menyebabkan rusaknya lingkungan dan jika tidak ada tindakan yang mencegah kegiatan tersebut maka akan menyebabkan bencana alam yang dapat merugikan semua pihak. Menurut (Hapsoro & Falih, 2020) bencana alam bisa mengakibatkan gangguan rantai operasional perusahaan dan menyebabkan terjadinya kerugian pada perusahaan. Selain itu dampak negatif yang timbul dari aktivitas operasi perusahaan berupa pencemaran lingkungan yang nantinya dapat menimbulkan masalah di sekitar wilayah perusahaan, dan pencemaran lingkungan inilah yang membuat

keseimbangan lingkungan berubah. Nilai suatu perusahaan adalah salah satu ukuran penting yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mempertahankan operasinya. Menurut Yumiasih dan Isbanah (2017), nilai suatu perusahaan menunjukkan nilai masa depan yang diharapkan dari perusahaan, yang dihitung berdasarkan laba saat ini atau potensi peningkatan laba di masa mendatang. Investor lebih percaya pada kinerja dan stabilitas masa depan suatu perusahaan ketika nilainya meningkat. Akibatnya, nilai menjadi alat penting untuk menilai daya saing suatu perusahaan dan kinerjanya. **1** Nilai perusahaan adalah jumlah uang yang akan diterima apabila perusahaan dijual (Jatmiko, 2020). Nilai perusahaan menunjukkan seberapa baik manajemen mengelola aset, operasional, dan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peningkatan arus kas atau pendapatan dapat menarik investor. Kinerja keuangan, reputasi, dan tanggung jawab sosial perusahaan juga memengaruhi nilai perusahaan. Faktor keberlanjutan seperti inovasi hijau ( green innovation ), efisiensi lingkungan ( eco-efficiency ), dan kinerja lingkungan menjadi komponen penting dalam bisnis modern yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk mendorong bisnis dalam menerapkan praktik berkelanjutan dan meningkatkan nilai mereka, pemerintah dan lembaga internasional telah menetapkan standar dan regulasi. Perusahaan yang mematuhi peraturan ini cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi karena mereka dianggap lebih transparan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Tabel 1.1 menunjukkan diagram nilai Tobin's Q perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019–2023. Nilai Tobin's Q digunakan sebagai proksi untuk mengukur nilai perusahaan, yang dihitung dengan membandingkan nilai pasar perusahaan terhadap nilai buku asetnya. Diagram tersebut menggambarkan fluktuasi nilai Tobin's Q dari beberapa perusahaan, seperti AAU, ANJT, SIMP, SSMS, JPFA, dan UNSP, selama lima tahun. Variasi nilai Tobin's Q ini mencerminkan perbedaan persepsi pasar terhadap prospek pertumbuhan dan stabilitas perusahaan. Sebagai contoh, nilai Tobin's Q yang

tinggi ( $>1$ ) menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang dapat disebabkan oleh keunggulan kompetitif, reputasi, atau praktik keberlanjutan yang diadopsi perusahaan. Sebaliknya, nilai Tobin's Q yang rendah ( $<1$ ) mengindikasikan bahwa pasar kurang percaya terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai di masa depan. Fluktuasi nilai Tobin's Q tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi makro dan pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), tetapi juga oleh praktik pengelolaan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Dalam konteks bisnis berkelanjutan, nilai perusahaan merupakan indikator kunci yang mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan tradisional seperti laba atau arus kas, tetapi juga oleh faktor non-keuangan seperti inovasi hijau (green innovation), efisiensi lingkungan (eco-efficiency), dan kinerja lingkungan. Dalam konteks isu lingkungan yang semakin penting, investor dan pemangku kepentingan lainnya cenderung memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang menerapkan praktik berkelanjutan, karena hal ini dianggap dapat mengurangi risiko jangka panjang dan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi tolok ukur yang komprehensif untuk menilai dampak dari praktik-praktik keberlanjutan terhadap persepsi pasar dan kepercayaan investor. Selain itu, penggunaan Tobin's Q sebagai pengukur nilai perusahaan dipilih karena kemampuannya untuk mencakup aset tidak berwujud seperti reputasi, inovasi, dan tanggung jawab lingkungan, yang tidak tercermin dalam laporan keuangan konvensional. Hal ini sejalan dengan teori sinyal (signaling theory), di mana perusahaan yang mengadopsi praktik ramah lingkungan dapat mengirimkan sinyal positif kepada pasar tentang komitmen mereka terhadap keberlanjutan, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menganalisis hubungan antara green innovation, eco-efficiency, kinerja lingkungan, dan nilai perusahaan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang bagaimana praktik

keberlanjutan dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan di sektor consumer non-cyclicals . Beberapa penelitian menunjukkan bahwa green innovation, eco-efficiency, dan kinerja lingkungan dapat memengaruhi nilai perusahaan. **9** Konsep ini sejalan dengan prinsip ekonomi sirkular, yang menekankan pentingnya penggunaan kembali dan daur ulang. Namun, hasil penelitian mengenai dampak green innovation terhadap nilai perusahaan masih beragam. Misalnya, Xie et al. (2022) menemukan bahwa inovasi hijau tidak berpengaruh signifikan atau bahkan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dalam jangka pendek. Sebaliknya, Agustina et al. (2019) dan Damas et al. (2021) menyatakan bahwa inovasi hijau dapat meningkatkan nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah. **81** Meskipun green innovation, eco-efficiency , dan kinerja lingkungan menawarkan banyak manfaat, ada beberapa masalah saat menerapkannya. Mengadopsi teknologi ramah lingkungan dan mengubah proses produksi merupakan masalah utama pada awalnya. Selain itu, ada kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk yang ramah lingkungan. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu memberikan insentif bagi perusahaan yang berkomitmen menerapkan praktik berkelanjutan, sementara perusahaan perlu meningkatkan edukasi kepada konsumen tentang manfaat produk ramah lingkungan. Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Studi kasus PT Multi Bintang Indonesia dan PT Unilever Indonesia menunjukkan bahwa turunnya nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kinerja dan persepsi investor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis, khususnya dalam memahami hubungan antara green innovation, eco-efficiency , kinerja lingkungan, dan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, yang pada akhirnya akan

meningkatkan nilai perusahaan. Untuk merealisasikan bisnis secara berkelanjutan, perusahaan perlu mengadopsi praktik-praktik yang ramah lingkungan, seperti inovasi hijau (green innovation), efisiensi lingkungan (eco-efficiency), dan menjaga kinerja lingkungan. Inovasi hijau tidak jauh berbeda dari inovasi konvensional. Menciptakan keunggulan kompetitif sambil mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan adalah hal yang membedakannya (Agustina et al., 2019). 78 Upaya perusahaan untuk mengembangkan teknologi, prosedur, atau produk baru yang ramah lingkungan disebut inovasi hijau (green innovation). Menurut Agustina et al. (2019), tujuan dari inovasi hijau adalah untuk memperoleh keunggulan kompetitif sambil mengurangi dampak yang merugikan bagi lingkungan. 9 Ini sesuai dengan prinsip ekonomi sirkular, yang menekankan betapa pentingnya penggunaan kembali, daur ulang, dan pengurangan limbah. Perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungan mereka dengan menerapkan inovasi hijau, yang dapat berdampak pada nilai perusahaan. 1 Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Indonesia, jumlah sampah negara akan meningkat menjadi 68,5 juta ton pada tahun 2021, dengan timbunan sampah plastik meningkat sebesar 17% dibandingkan tahun sebelumnya. 97 Hal ini mendorong perusahaan untuk mengambil langkah konkret dalam mengurangi dampak lingkungan. Salah satu contohnya adalah PT Unilever Indonesia Tbk, yang memperkenalkan Refill Station dengan sistem antarmuka dari Algramo. 58 87 Langkah ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan investor. Salah satu contoh nyata penerapan inovasi hijau yaitu Refill Station yang diperkenalkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk ini, memungkinkan konsumen untuk mengisi ulang produk-produk Unilever dengan kemasan yang dapat digunakan kembali, sehingga mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Di hari ketika Refill Station pertama kali diluncurkan, saham PT Unilever Indonesia Tbk mengalami peningkatan sebesar 1.04% (Unilever.co.id, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi hijau tidak hanya memberikan manfaat lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui

peningkatan kepercayaan investor dan konsumen. Fenomena ini membuktikan bahwa green innovation dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, langkah ini juga sejalan dengan upaya pemerintah untuk mengurangi sampah plastik, seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri LHK No. 75 Tahun 2019 tentang peta jalan pengurangan sampah oleh produsen. **53** Dengan demikian, inovasi hijau tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga memberikan keuntungan ekonomi bagi perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan pandangan mengenai dampak inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian oleh Agustina et al. (2019) dan Damas et al. (2021) menunjukkan bahwa green innovation dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Perbedaan hasil ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah. Studi kasus PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa green innovation dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan citra dan kepercayaan investor. Meskipun green innovation menawarkan banyak manfaat, penerapannya tidak lepas dari tantangan. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk ramah lingkungan juga menjadi hambatan. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu memberikan insentif bagi perusahaan yang berkomitmen menerapkan inovasi hijau, sementara perusahaan perlu meningkatkan edukasi kepada konsumen tentang manfaat produk ramah lingkungan. Langkah penting menuju bisnis yang berkelanjutan adalah inovasi hijau. **70** Perusahaan dapat mengurangi dampak mereka terhadap lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan nilai mereka dengan menerapkan inovasi hijau. Studi kasus yang dilakukan oleh Unilever Indonesia menunjukkan bahwa produk ramah lingkungan seperti Refill Station tidak hanya mengurangi penggunaan plastik tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan. Tantangan seperti kurangnya kesadaran masyarakat dan biaya tinggi masih perlu ditangani. Diharapkan penelitian ini akan membantu perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis,

terutama tentang bagaimana inovasi hijau berhubungan dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, bisnis mungkin lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Penerapan green innovation dalam operasi bisnis sering kali dikaitkan dengan biaya operasional yang tinggi. Hal ini merupakan salah satu faktor terpenting bagi perusahaan untuk mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan. Namun, konsep eco-efficiency (efisiensi ekologis) dikembangkan sebagai solusi yang lebih dari sekadar mendorong pertumbuhan, tetapi juga membantu bisnis meminimalkan biaya operasional dengan tetap memperhatikan lingkungan. Menurut Fabiola & Khusnah (2022), eco-efficiency tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi bisnis. Dengan menerapkan eco-efficiency, perusahaan dapat mengurangi biaya dan polusi dari proses produksi yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan sentimen positif dari masyarakat. Eco-efficiency didefinisikan sebagai sebuah konsep yang mengintegrasikan efisiensi energi dan air untuk meminimalkan limbah dari proses produksi (Kementerian Lingkungan Hidup, 2003). Konsep ini bertujuan untuk mengembangkan prinsip-prinsip ekonomi sekaligus mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Eco-efficiency dapat digunakan sebagai strategi bisnis untuk mengurangi dampak lingkungan sekaligus meningkatkan nilai bisnis. Salah satu indikator terpenting untuk menilai eco-efficiency adalah sertifikasi ISO 14001, yang merupakan standar internasional untuk sistem manajemen lingkungan. Perusahaan yang telah berhasil mendapatkan sertifikasi ISO 14001 telah menerapkan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Damas et al., 2021). Pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai peraturan untuk mendorong perusahaan-perusahaan untuk menerapkan efisiensi lingkungan. **99** Salah satunya adalah Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. 75 tahun 2019. Peraturan ini mewajibkan produsen untuk mengurangi persentase sampah dari produk mereka sebesar 30% pada tahun 2030. Namun, masih banyak produsen yang belum sepenuhnya berkomitmen untuk memenuhi target ini. Melalui peraturan dan

kebijakan ini, pemerintah dapat meningkatkan kesadaran dan komitmen bisnis terhadap lingkungan. Salah satu contoh nyata penerapan eco-efficiency dapat dilihat dari tindakan PT Kalbe Farma Tbk, perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang bergerak di bidang farmasi dan kesehatan. PT Kalbe Farma Tbk telah berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan melalui berbagai inisiatif, seperti pengelolaan limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun), penggunaan energi terbarukan, dan pengurangan emisi karbon. Pada tahun 2021, PT Kalbe Farma Tbk berhasil mengurangi emisi karbon yang dihasilkan dan meningkatkan efisiensi energi melalui penggunaan panel surya di beberapa fasilitas produksinya (Kalbe Sustainability Report, 2021). Selain itu, PT Kalbe Farma Tbk juga menerapkan prinsip 3R; reduce (mengurangi), reuse (memanfaatkan kembali), dan recycle (mendaur ulang) yang bertujuan untuk meminimalkan limbah yang dibuang ke tempat pembuangan akhir (TPA). Melalui program ini, perusahaan berhasil mendaur ulang limbah padat dan mengolah limbah B3 secara bertanggung jawab. **58 83** Tindakan ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan investor. Berdasarkan laporan keuangan PT Kalbe Farma Tbk, nilai saham perusahaan mengalami peningkatan dalam kurun waktu satu tahun setelah implementasi program tersebut. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penerapan eco-efficiency dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan nilai perusahaan. Penelitian pada kasus PT Kalbe Farma Tbk menunjukkan bahwa eco-efficiency dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Satrio & Kunto (2020), eco-efficiency berdampak positif terhadap nilai perusahaan karena bisnis yang sadar lingkungan lebih mungkin untuk menarik investor dan pelanggan. Hal ini berkaitan dengan fenomena yang terjadi di PT Kalbe Farma Tbk, dimana tindakan ramah lingkungan yang mereka lakukan berhasil meningkatkan kepercayaan investor dan menurunkan nilai saham. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Damas et al., (2021) mengindikasikan bahwa eco-efficiency tidak memiliki dampak yang nyata

terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah. Meskipun eco-efficiency menawarkan banyak manfaat, penggunaannya tidak bebas dari risiko. Salah satu kendala utama adalah tingginya biaya awal untuk mengadopsi sistem manajemen lingkungan dan teknologi ramah lingkungan, seperti ISO 14001. Selain itu, kurangnya transparansi dan akuntabilitas dari beberapa perusahaan juga menjadi penghalang. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah harus meningkatkan kesadaran dan dukungan bagi perusahaan yang berdedikasi untuk menerapkan efisiensi lingkungan. Selain itu, masyarakat juga harus aktif dalam mempromosikan produk ramah lingkungan. Eco-efficiency adalah konsep penting yang tidak hanya melindungi lingkungan tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi bisnis. Melalui penerapan eco-efficiency, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi polusi dan pencemaran, serta meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut penelitian terhadap kasus PT Kalbe Farma Tbk, tindakan lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai sahamnya. Namun, beberapa hal seperti biaya yang tinggi dan transparansi yang rendah masih perlu diperhatikan. Diharapkan penelitian ini akan membantu memajukan pengetahuan dan praktik bisnis, terutama dalam memahami hubungan antara eco-efficiency dan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik-praktik bisnis yang kuat dan ramah lingkungan. Kinerja lingkungan telah menjadi isu krusial di era pembangunan yang semakin pesat, di mana kegiatan bisnis tidak hanya ditujukan untuk menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi juga untuk mengurangi dampak lingkungan yang merugikan. Di sisi lain, dalam praktiknya, masih banyak perusahaan yang mengabaikan lingkungannya, seperti yang terlihat pada kasus pencemaran sungai oleh perusahaan makanan dan minuman di Indonesia. Fenomena ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja lingkungan tidak hanya penting untuk kelestarian alam tetapi juga untuk menjaga reputasi dan nilai

perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih dalam mengenai kinerja lingkungan dan pengaruhnya terhadap bisnis. Kinerja lingkungan didefinisikan sebagai hasil dari sistem manajemen lingkungan yang terkait dengan penilaian lingkungan hidup, seperti pencemaran, limbah, dan efisiensi sumber daya (ISO 14001:2015). Konsep ini sejalan dengan teori Triple Bottom Line yang dikembangkan oleh Elkington (1999) yang menekankan pentingnya keseimbangan di antara tiga faktor utama, yaitu profit (manfaat ekonomi), people (manfaat sosial), dan planet (manfaat lingkungan). **69** Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Indonesia memiliki banyak undang-undang yang mengatur lingkungan, seperti Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 2021 dan Undang-Undang No. 32 Tahun 2009. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mendapatkan kepercayaan diri dan perusahaan yang gagal mendapatkan kemampuan untuk memperbaiki diri. Standar seperti ISO 14001 dan Global Reporting Initiative (GRI) juga digunakan di seluruh dunia untuk mengawasi dan mengevaluasi praktik kerja lingkungan.

**51** Salah satu contoh nyata yang menunjukkan pentingnya kinerja lingkungan adalah kasus yang melibatkan tiga perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia, yaitu PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), dan PT Wings Surya. Ketiga perusahaan ini digugat oleh kelompok Perempuan Pejuang Kali Surabaya (PPKS) karena dianggap telah melanggar hukum dan menyebabkan kerusakan lingkungan. Dampak dari gugatan ini terlihat pada penurunan harga saham GOOD sebesar 75 rupiah menjadi Rp. 1.290 per lembar, atau melemah sebesar 5,81%, sehari sebelum penutupan pasar pada tanggal 22 September 2020 (IDN Financials, 2020). Kasus ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang buruk tidak hanya merugikan lingkungan, tetapi juga dapat merusak reputasi dan nilai perusahaan. Meskipun sudah ada berbagai peraturan dan program seperti PROPER, Indonesia masih terus menghadapi tantangan dalam mengatasi kerusakan lingkungan yang disebabkan

oleh kegiatan bisnis. Sistem pengendalian lingkungan yang efektif harus mencakup pengendalian lingkungan yang kuat, pengungkapan, dan pengukuran terhadap kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan produksi. Dalam skala global, negara-negara seperti Amerika Serikat telah menerapkan peraturan yang ketat melalui Securities and Exchange Commission (SEC), sementara standar internasional seperti ISO 14001 dan GRI 2016 digunakan sebagai pedoman pengelolaan lingkungan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, Indonesia harus memperkuat sistem tata kelola lingkungannya, termasuk melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Menurut penelitian oleh Pratama et al., (2020), kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung lebih dipercaya oleh investor dan konsumen. Namun, penelitian lain oleh Uy & Hendrawati (2020) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah. **73** Kinerja lingkungan merupakan faktor penting yang mempengaruhi reputasi dan nilai perusahaan, selain berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Melalui program-program seperti PROPER dan standar internasional seperti ISO 14001, perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungan dan mengurangi stres karyawan. Di sisi lain, isu-isu seperti transparansi dan akuntabilitas perlu diperhatikan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi pada kemajuan pengetahuan dan praktik bisnis, terutama dalam memahami hubungan antara praktik kerja lingkungan dan nilai-nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik-praktik bisnis yang kuat dan ramah lingkungan. **7 11 17** Berdasarkan fenomena dan research gap dari uraian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian, yaitu: **1** “Pengaruh Green Innovation, Eco-Efficiency dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan **7 11 17** 1.2 Rumusan Masalah Sehubungan dengan beberapa hal yang telah dijabarkan di

bagian latar belakang, penelitian ini mengangkat beberapa rumusan masalah, yaitu: a. Apakah Green Innovation berpengaruh terhadap nilai perusahaan? b. 7 Apakah Eco-Efficiency berpengaruh terhadap nilai perusahaan? c. 10 11 17 Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? d. 7 10 11 90 Apakah Green Innovation, Eco-Efficiency dan kinerja lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan? 10 1.3 Tujuan Penelitian Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan bukti empiris terkait: a. Pengaruh Green Innovation terhadap nilai perusahaan b. Pengaruh Eco-Efficiency terhadap nilai perusahaan c. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan d. Pengaruh Green Innovation, Eco-Efficiency, dan Kinerja Lingkungan secara simultan terhadap nilai perusahaan? 88 1.4 Manfaat Penelitian Adapun manfaat dari penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktik yakni sebagai berikut: 1.4 1 Manfaat Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan konseptual bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya dan memberikan wawasan akademis tentang green innovation, eco- efficiency, kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. 1.4.2 Manfaat Praktis a. Bagi Peneliti Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena yang diteliti, dan membuka jalan untuk penelitian lanjutan di bidang yang sama. b. Bagi Pembaca Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan informasi yang dapat digunakan untuk memperluas pengetahuan mengenai topik akuntansi lingkungan khususnya mengenai green innovation, eco- efficiency, kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. c. Bagi Perusahaan Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang berharga untuk meningkatkan praktik bisnis dan mengoptimalkan kinerja bisnis. 18 103 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 2. 18 103 1 Landasan Teori 2.1 1 Teori Legitimasi ( Legitimacy Theory ) Legitimasi dinilai penting bagi suatu perusahaan karena legitimasi masyarakat terhadap perusahaan merupakan unsur strategis bagi perkembangan perusahaan di masa depan. Untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan melakukan

kegiatan sosial dan lingkungan melalui publikasi laporan sosial dan lingkungan yang mempunyai dampak akuntansi terhadap pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. <sup>14</sup> Menurut Dowling & Pfeffer., (1975) mengatakan bahwa teori legitimasi merupakan teori positif yang didasarkan pada adanya kontrak sosial. Kontrak sosial ini merupakan harapan masyarakat yang tersurat dan tersirat mengenai bagaimana perusahaan harus berperilaku untuk menjamin kelangsungan hidup mereka di masa depan. <sup>98</sup> Oleh karena itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat. Operasional bisnis harus konsisten dengan harapan masyarakat. Masyarakat terus-menerus mengevaluasi dan menilai kinerja lingkungan dari pihak berwenang dan perusahaan, sehingga rencana aktivitas operasional dan kegiatan bisnis harus sejalan dengan harapan masyarakat. Teori legitimasi ini konsisten dengan kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan pada hakikatnya mencakup kenyataan bahwa suatu perusahaan yang memperoleh manfaat dari lingkungan tempat ia beroperasi tidak hanya mengejar keuntungan sebesar-besarnya, namun juga mengakui kenyataan bahwa keberadaannya berada dalam risiko demi menghormati lingkungan hidup. Informasi yang menjelaskan penanganan dan kinerja lingkungan harus disediakan. Ketika suatu organisasi menghadapi ancaman terhadap legitimasinya, maka organisasi tersebut dapat menggunakan empat strategi legitimasi. Secara khusus: Alternatifnya, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan (1) Justifikasi kepada para pemangku kepentingan atas tujuan dan niat organisasi untuk meningkatkan kinerja organisasi melalui perubahan organisasi, dan (2) Mengubah persepsi terhadap organisasi tanpa mengubah kinerja organisasi yang sebenarnya. (3) Hal ini juga dapat mengalihkan perhatian Anda dari apa yang sebenarnya terjadi penting. Memanipulasi persepsi pemangku kepentingan dan (4) Untuk mengubah ekspektasi luar terhadap kinerja perusahaan, gunakan pendekatan untuk mengaitkan masalah dengan masalah terkait lainnya. Membuat informasi perusahaan tersedia bagi publik, seperti pengungkapan dalam laporan tahunan, adalah cara terbaik untuk mencapai keempat strategi tersebut. Dalam penelitian ini, teori

legitimasi dikaitkan dengan kepedulian lingkungan terhadap perusahaan ketika menerapkan proses operasionalnya. Dengan menjaga lingkungan, perusahaan dapat memenuhi kepentingan masyarakat, sehingga mempengaruhi penerimaannya dari masyarakat dan investor. Selain itu, perusahaan memiliki kemampuan untuk terus berkembang di masa depan, yang ditunjukkan oleh nilai perusahaan. Inovasi hijau, efisiensi lingkungan, dan kinerja lingkungan dapat ditanamkan dalam operasi bisnis untuk menunjukkan kepedulian lingkungan.

### 2.1.2 Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen memberikan petunjuk kepada investor atau pemegang saham tentang kondisi dan peluang perusahaan. **101** Teori sinyal pertama kali dikembangkan pada tahun 1973 oleh seorang bernama Spence. Teori sinyal menjelaskan bagaimana manajer sebagai pihak pemberi sinyal mengkomunikasikan sinyal mengenai informasi keuangan kepada penerima sinyal, dalam hal ini pihak eksternal. Teori signaling merupakan landasan teori yang mendasari hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. Misalnya, laporan laba perusahaan yang meningkat dapat dianggap sebagai sinyal baik karena menunjukkan bahwa bisnis tersebut berjalan dengan baik. **16** Sebaliknya laba yang dilaporkan akan menurun., berarti perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang buruk dan hal ini dianggap sebagai pertanda buruk (Mariani dan Suryani, 2018). **2** Perusahaan dapat menggunakan berbagai bentuk sinyal untuk mengkomunikasikan kualitas dan prospek mereka kepada pasar. Sinyal-sinyal ini dapat berupa pengungkapan sukarela (voluntary disclosure) dalam laporan tahunan atau sustainability report, perolehan sertifikasi seperti ISO 14001, atau partisipasi dalam program penilaian kinerja lingkungan seperti PROPER. Pengungkapan informasi ini bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan investor, sekaligus membedakan perusahaan yang benar-benar berkomitmen pada praktik berkelanjutan dengan yang tidak. Teori sinyal juga menjelaskan mengapa investor mungkin tidak merespons secara instan terhadap sinyal-sinyal lingkungan. Investor cenderung memprioritaskan sinyal

yang langsung terkait dengan kinerja keuangan jangka pendek, sementara sinyal seperti green innovation dan eco-efficiency seringkali baru menunjukkan dampaknya dalam jangka panjang. Selain itu, konsistensi dalam pengiriman sinyal juga penting. Perusahaan yang secara konsisten mengungkapkan komitmen lingkungannya dari tahun ke tahun akan lebih dipercaya dibandingkan yang hanya sesekali melakukannya. Dalam penelitian ini, teori sinyal mengacu pada penyediaan informasi yang dilakukan manajer perusahaan kepada pemegang saham. Manajer perusahaan sebagai pihak yang menginguinkan pembiayaan dari investor harus menjaga stabilitas nilai perusahaan dengan mengirimkan sinyal kepada investor mengenai kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberi sinyal mengenai kondisi keuangan perusahaan pada saat itu sebagai pengungkapan informasi kepada investor.

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mengacu pada keadaan tertentu yang telah dicapai suatu perusahaan, yang menentukan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan melalui berbagai aktivitas yang dilakukan dari awal hingga saat ini. Menurut Yumiasih & Isbanah (2017), nilai perusahaan adalah pertumbuhan yang diharapkan dari suatu bisnis dan ditentukan oleh profitabilitas saat ini atau potensi pertumbuhan di masa depan pada tingkat bunga yang sesuai. Peningkatan harga saham suatu perusahaan berpotensi menciptakan keuntungan yang signifikan bagi investor saham. Ketika nilai perusahaan meningkat, begitu pula kepercayaan pemegang saham, karena nilai perusahaan yang tinggi menggarisbawahi kepercayaan investor terhadap pertumbuhan dan stabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Nilai perusahaan digunakan untuk menentukan nilai pasar perusahaan dan untuk membantu investor dalam menentukan sikap investasinya. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi biasanya disebut sebagai perusahaan besar dan menarik perhatian berbagai pemangku kepentingan penting, seperti analis, investor, dan pemerintah. Hal ini terkait dengan teori Sinyal. Menurut teori ini, perusahaan dapat memberikan informasi keuangan dan non-keuangan kepada pelanggannya untuk menunjukkan seberapa lama bisnis

beroperasi dan seberapa tua bisnis itu. Dengan cara ini, perusahaan yang berkinerja tinggi dapat menjadi hal yang baik bagi investor untuk mengetahui modalitasnya. Tobin's Q sebuah rasio yang menunjukkan perkiraan pasar keuangan tentang nilai hasil pengembangan dari setiap nilai investasi di masa depan, dapat digunakan untuk menghitung nilai perusahaan. Menurut Tobin (1969), rasio Tobin's Q membandingkan nilai pasar (atau harga saham) perusahaan dengan nilai penggantian asetnya, memberikan gambaran yang lebih akurat tentang daya tarik perusahaan di mata investor. Ini membuat rasio ini dianggap sebagai salah satu indikator terbaik. Kekuatan Tobin's Q terletak pada kemampuannya untuk menentukan nilai perusahaan tidak hanya berdasarkan laporan keuangan internal, namun juga pada persepsi pasar terhadap umur perusahaan. Tobin's Q tidak hanya menilai rasio keuangan konvensional seperti Return on Assets (ROA) atau ROE (Return on Equity), yang hanya didasarkan pada data akuntansi, tetapi juga menilai aset tidak berwujud seperti inovasi, reputasi perusahaan, dan kepedulian lingkungan. Hal ini membuat Tobin's Q menjadi alat yang lebih komprehensif untuk menilai kinerja bisnis, terutama dalam konteks penelitian yang meneliti faktor-faktor seperti Inovasi Hijau, Efisiensi Lingkungan, dan Kinerja Lingkungan, yang merupakan indikator yang tidak dapat diandalkan untuk meningkatkan nilai perusahaan. 2 Nilai Tobin's Q yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang mencerminkan kepercayaan investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya, nilai Tobin's Q yang kurang dari 1 menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih rendah daripada nilai bukunya, yang dapat menjadi sinyal negatif bagi investor. Dalam konteks penelitian ini, Tobin's Q digunakan sebagai alat untuk mengukur nilai perusahaan karena kemampuannya untuk mencerminkan aset tidak berwujud seperti inovasi hijau (green innovation), efisiensi lingkungan (eco-efficiency), dan kinerja lingkungan. Faktor-faktor ini tidak tercermin dalam laporan keuangan tradisional, tetapi memiliki

dampak signifikan terhadap nilai pasar perusahaan. Green innovation, eco-efficiency, dan kinerja lingkungan merupakan faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi dan kepercayaan investor.

9 Konsep ini sejalan dengan prinsip ekonomi sirkular, yang menekankan pentingnya penggunaan kembali dan daur ulang. Sementara itu, eco-efficiency berfokus pada penggunaan sumber daya secara efisien untuk meminimalkan limbah dan polusi, yang dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Fabiola & Khusnah, 2022). Dengan demikian, green innovation, eco-efficiency, dan kinerja lingkungan tidak hanya memberikan manfaat lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan reputasi perusahaan.

2.1.4 Green Innovation Menurut Agustia et al. (2019), inovasi hijau adalah proses, teknik, sistem, atau teknologi yang dikembangkan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan yang disebabkan oleh bisnis tertentu. Inovasi hijau, yang juga dikenal sebagai inovasi lingkungan, adalah proses mengembangkan, menciptakan, atau meningkatkan produk atau proses yang menghasilkan pengurangan degradasi lingkungan secara signifikan. Konsep ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mempertimbangkan perubahan dalam manajemen, budaya organisasi, dan strategi bisnis untuk mencapai kesuksesan. Inovasi hijau mengacu pada teknologi, praktik, sistem, dan proses produksi baru yang dimaksudkan untuk mengurangi pencemaran lingkungan, seperti emisi karbon, polusi industri, dan konsumsi siang hari yang berlebihan.

Menurut teori, green innovation didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi hijau dan kelestarian yang mendorong keselarasan antara pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial, dan perlindungan lingkungan. Teori ini berawal dari konsep Triple Bottom Line (Elkington, 1999), yang menekankan pentingnya menyeimbangkan tiga faktor bisnis utama: keuntungan (manfaat ekonomi), manusia (manfaat sosial), dan lingkungan (manfaat lingkungan). Dengan menerapkan inovasi hijau, bisnis tidak hanya belajar tentang kesuksesan finansial tetapi juga menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan

dan masyarakat umum. **48 76** Tujuan utama dari green innovation adalah untuk membantu bisnis mengembangkan strategi untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Selain itu, inovasi ramah lingkungan juga bertujuan untuk meningkatkan peraturan lingkungan, meningkatkan pentingnya manajemen, dan meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan menggunakan strategi ramah lingkungan untuk mencapai daya saing, memenuhi permintaan pasar, dan mengurangi risiko pemangku kepentingan, seperti investor, konsumen, dan pemerintah. Pada akhirnya, inovasi hijau diyakini akan berdampak positif pada nilai perusahaan. **53 82** Inovasi hijau tidak hanya bermanfaat bagi bisnis, tetapi juga bagi masyarakat umum dan lingkungan secara keseluruhan. **77** Inovasi hijau dapat meningkatkan efisiensi operasional, menurunkan biaya produksi, dan menciptakan peluang pasar baru bagi bisnis. Bisnis yang menerapkan inovasi hijau lebih sadar lingkungan dan lebih efisien dalam menggunakan sumber daya, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai bisnis. Selain itu, inovasi hijau dapat meningkatkan loyalitas konsumen, terutama di kalangan generasi muda yang lebih sadar lingkungan. **80** Dari perspektif lingkungan, green innovation membantu mengurangi polusi, emisi gas rumah tangga, dan kerusakan lingkungan. Menurut teori sosial, green innovation dapat menciptakan peluang kerja baru di industri kesehatan, meningkatkan standar hidup masyarakat umum, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan. Secara keseluruhan, inovasi hijau merupakan pendekatan holistik yang menggabungkan faktor sosial, lingkungan, dan ekonomi. Melalui penerapan inovasi hijau, bisnis dapat berkontribusi lebih dari sekadar pembangunan mereka juga dapat meningkatkan penjualan, reputasi, dan nilai mereka di pasar. Oleh karena itu, inovasi hijau menjadi semakin penting di era degradasi lingkungan dan perubahan iklim yang semakin sulit untuk diabaikan.

2.1.5 Eco-Efficiency Eco-efficiency, yang berasal dari istilah “efisiensi ekonomi ekologis, adalah konsep desain yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas sekaligus menurunkan biaya melalui peningkatan produktivitas lingkungan (Meutia et al., 2019). Konsep ini didasarkan pada prinsip

ekonomi lingkungan yang membatasi kerusakan lingkungan dari kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk membangun keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan kerusakan lingkungan. Efisiensi lingkungan mengacu pada prinsip memproduksi lebih banyak barang dengan sumber daya yang lebih sedikit, yang berarti memaksimalkan hasil ekonomi dengan meminimalkan penggunaan energi, bahan baku, dan tenaga kerja. Hal ini sejalan dengan teori ekonomi sirkular yang menekankan pentingnya perencanaan jangka panjang, penggunaan kembali, dan pengurangan limbah dalam menciptakan sistem produksi dan konsumsi yang kuat. Pada dasarnya, eco-efficiency bertujuan untuk mencapai efisiensi ekonomi dengan mengurangi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan produksi dan konsumsi. Hal ini mencakup metode praktis seperti menentukan kemasan ulang, memanfaatkan produk kembali, dan menentukan limbah ulang produk. Pendekatan ini mempertimbangkan dampak lingkungan dari setiap tahap, termasuk emisi karbon, konsumsi energi, dan limbah yang dihasilkan. Dengan demikian, eco-efficiency bukan hanya tentang efektivitas biaya tetapi juga tentang degradasi ekologi. Eco-efficiency juga menggunakan analisis biaya-manfaat lingkungan untuk menilai dampak ekonomi terhadap lingkungan. Hal ini menyoroti perkembangan biaya internal (seperti biaya produksi) dan eksternal (seperti biaya pencemaran dan lingkungan). Perusahaan dapat membuat pernyataan yang lebih tegas mengenai lingkungan dan masyarakat dengan mengurangi biaya eksternal. Selain itu, eco-efficiency sangat penting dalam membantu semua pemangku kepentingan, termasuk komunitas bisnis, pemerintah, masyarakat umum, dan konsumen, untuk mencapai efisiensi ekonomi dan perlindungan lingkungan. Eco-efficiency memiliki banyak manfaat, baik bagi bisnis maupun lingkungan. Bagi bisnis, eco-efficiency dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan penjualan. Selain itu, eco-efficiency dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak investor dan pelanggan yang tertarik dengan isu-isu jangka panjang. **48 Tujuan utama**

dari eco-efficiency adalah untuk mengembangkan prinsip-prinsip ekonomi sekaligus mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. Pengembangan produk dan proses yang lebih efisien, pemanfaatan sumber daya yang berkelanjutan, dan pengurangan limbah adalah semua contoh dari hal ini. Bisnis yang menerapkan keefisienan lingkungan tidak hanya dapat meningkatkan profitabilitas mereka, tetapi juga dapat mendorong kemajuan. Selain itu, eco-efficiency bertujuan untuk mengurangi jumlah perhatian yang diberikan pada masalah lingkungan, seperti konsumen yang semakin sadar akan pentingnya produk yang ramah lingkungan, investor yang mempertimbangkan faktor ESG (Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola), dan lembaga pemerintah yang menegakkan hukum lingkungan yang ketat. Dalam arti luas, eco-efficiency adalah pendekatan strategis yang mengintegrasikan faktor lingkungan dan ekonomi untuk menciptakan sistem produksi dan konsumsi yang lebih kuat (WBCSD, 1992). Dengan memahami dan menerapkan eco-efficiency, perusahaan dan organisasi dapat mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial.

9 Hal ini menjadikan eco-efficiency sebagai salah satu faktor terpenting dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan ( Sustainable Development Goals/ SDGs) yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). 2.1.6 Kinerja Lingkungan Berdasarkan tanggung jawab lingkungan, tujuan lingkungan, dan standar lingkungan yang telah ditetapkan, sistem manajemen lingkungan menilai aspek lingkungan dan kinerja lingkungan (ISO 14001). Kinerja lingkungan mengacu pada tingkat dampak atau kerusakan yang ditimbulkan oleh kegiatan bisnis perusahaan, seperti bagaimana perusahaan menggunakan air, energi, dan energi matahari. Untuk meningkatkan produktivitas lingkungan, perusahaan harus menerapkan langkah-langkah sistematis untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti mengurangi limbah, mengoptimalkan penggunaan energi, dan menerapkan teknologi lingkungan (Chasbiandani et al., 2019). Perbaikan terus-menerus diperlukan karena tingkat kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas bisnis suatu perusahaan dapat menurunkan

kinerja lingkungannya. PROPER adalah instrumen kebijakan yang dirancang untuk mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas lingkungan hidup melalui evaluasi kerja yang transparan dan akuntabel (KLHK, 2023). 45 49 74 Kriteria

PROPER menilai perusahaan dalam berbagai kategori, dimulai dengan emas (kinerja terbaik), diikuti oleh hijau, biru, merah, dan hitam (kinerja terburuk).

32 60 Kriteria PROPER juga mencakup ASPEK untuk pengendalian pencemaran air, emisi udara, limbah B3 (bahan berbahaya dan beracun), analisis dampak lingkungan (AMDAL), dan penerapan sistem manajemen lingkungan (ISO 14001).

Secara teori, kinerja lingkungan didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi berkelanjutan dan ekonomi hijau, yang menekankan pentingnya keselarasan antara pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan keselarasan sosial. Konsep ini terkait dengan Triple Bottom Line (Elkington, 1997), yang menyatakan bahwa perusahaan harus memprioritaskan tiga faktor dalam operasi mereka: keuntungan (manfaat ekonomi), manusia (manfaat sosial), dan lingkungan (manfaat lingkungan). Peningkatan kinerja lingkungan memiliki banyak keuntungan bagi bisnis dan masyarakat umum. Bagi bisnis, kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, dan mengurangi risiko hukum yang berkaitan dengan aktivitas lingkungan. Hal ini memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan bisnis dan membuka peluang baru, terutama di era saat konsumen semakin peduli dengan masalah lingkungan (Chasbiandani et al., 2019). Bagi masyarakat dan lingkungan, meningkatkan kinerja lingkungan berarti meningkatkan kesadaran akan polusi, pencemaran, dan kerusakan ekosistem. Tujuan utama dari peningkatan dan perbaikan kinerja lingkungan adalah untuk memastikan bahwa bisnis dapat beroperasi secara berkelanjutan dengan meminimalkan dampak lingkungan yang merugikan. Hal ini merupakan upaya untuk menegakkan peraturan lingkungan hidup, mengurangi emisi karbon, dan menerapkan praktik-praktik bisnis yang teguh. Selain itu, kinerja lingkungan bertujuan untuk mengurangi risiko yang dihadapi oleh para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat umum, dan investor, yang semakin menekankan transparansi dan

akuntabilitas dalam pengelolaan lingkungan (KLHK, 2021). Pengukuran kinerja lingkungan berfungsi sebagai indikator keberhasilan dan kemajuan dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Perusahaan dapat mengevaluasi diri secara obyektif dan mengidentifikasi bidang- bidang yang perlu mendapat perhatian dengan menggunakan alat bantu seperti PROPER. Selain itu, kinerja lingkungan juga dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk mengkomunikasikan komitmen perusahaan terhadap kepentingan pemangku kepentingan. Secara keseluruhan, kinerja lingkungan merupakan indikator penting yang menunjukkan seberapa baik perusahaan telah mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam kegiatan operasinya. Dengan terus meningkatkan kinerja lingkungan, perusahaan tidak hanya dapat memenuhi persyaratan peraturan dan harapan pemangku kepentingan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan keberlanjutan dan pelestarian lingkungan untuk generasi mendatang. **26** 2.2

Penelitian Terdahulu 2.3 Perbedaan dengan Penelitian Saat Ini Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait pengaruh Green Innovation, Eco-Efficiency, dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Perbedaan utama terletak pada periode waktu penelitian, objek penelitian, serta variabel yang digunakan. Penelitian ini menggunakan data dari perusahaan consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023, serta perusahaan yang telah mengikuti program PROPER sebagai bagian dari evaluasi kinerja lingkungan mereka. **16** Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan sampel dari sektor industri yang berbeda atau dalam periode waktu yang lebih pendek. **66** Selain itu, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan, tetapi juga melihat pengaruhnya secara simultan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur terkait hubungan antara inovasi hijau ( Green Innovation ), efisiensi lingkungan ( Eco- Efficiency ) dan

kinerja lingkungan terhadap peningkatan nilai perusahaan, khususnya dalam konteks perusahaan consumer non-cyclicals di Indonesia. **57** 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian ini dapat menjelaskan atau mendeskripsikan bagaimana variabel independen yang terdiri dari green Innovation (X1), eco-efficiency (X2), dan kinerja lingkungan (X3) mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y).

Di bawah ini kami memberikan gambaran umum tentang kerangka

konseptual penelitian ini. 2.5 Hipotesis 2.5.1 Pengaruh Green Innovation

Terhadap Nilai Perusahaan Kepatuhan lingkungan merupakan poin utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Dengan memperkenalkan inovasi yang ramah lingkungan, perusahaan disebut tidak hanya fokus pada kepentingan individu korporasi, namun juga memperkenalkan praktik baik ke dalam proses bisnis perusahaan berupa kepatuhan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan inovasi hijau dipandang lebih ramah lingkungan dan lebih efisien dalam penggunaan sumber daya, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Informasi mengenai teknologi hijau terbukti mempengaruhi harga saham. Hal ini merupakan sinyal baik yang dikirimkan perusahaan kepada pasar modal (Xie et al., 2022). **8** Menurut teori

legitimasi, kepatuhan terhadap peraturan lingkungan hidup dapat bermanfaat untuk kelangsungan hidup masyarakat. Penerapan green innovation bermanfaat untuk kelangsungan hidup masyarakat. Salah satu hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah green Innovation dapat meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaannya. Mengurangi dampak lingkungan dianggap sebagai hal yang baik oleh masyarakat termasuk investor, karena naiknya kepercayaan terhadap perusahaan dan berpengaruh terhadap tingkatan nilai perusahaan. Selain itu, teori sinyal mengatakan bahwa kehadiran informasi tentang suatu perusahaan bisa menentukan nilai perusahaan pelapor. Penerapan inovasi hijau bisa menjadi informasi berharga untuk para investor. Saat sebuah perusahaan menerapkan inovasi hijau, investor merasa semakin percaya diri dan berpikir bahwa perusahaan tersebut dapat berkembang kedepannya karena kelebihan kompetitifnya. Menurut Rizki & Hartanti,

(2021) nilai perusahaan dapat ditingkatkan oleh valuasi investor. **1** Pernyataan tersebut dipererat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Husnaini & Tjahjadi, (2021) bahwa proses green innovation berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. **1 59** Hasil penelitian tersebut sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Agustia et al., (2019), Fabiola & Khusnah, (2022), dan Damas et al., (2021) yang menyatakan bahwa green innovation berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. **1 14 26 41 42**

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan:  $H_1$ : Green innovation berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2.5 **2** Pengaruh Eco-Efficiency

Terhadap Nilai Perusahaan Di era sekarang ini masyarakat lebih memilih dan melihat perusahaan yang secara sukarela bertanggung jawab terhadap lingkungan dari setiap aktivitas operasionalnya. Eco-efficiency adalah upaya perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab lingkungannya dengan menggabungkan efisiensi ekonomi dan lingkungan. Dengan adanya upaya dan jawab terhadap lingkungan dengan menerapkan prinsip eco-efficiency maka perusahaan bisa ditempatkan pada posisi yang bagus. **8** Menurut teori legitimasi, kepatuhan terhadap peraturan lingkungan hidup memberikan manfaat untuk kelangsungan hidup masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa upaya dilakukan untuk meminimalkan dampak lingkungan terhadap proses bisnis. Menurut Aulia & Hadinata (2019), teori legitimasi berfokus pada perusahaan yang menjalankan operasinya sesuai dengan peraturan lingkungan yang berlaku. Perusahaan ini menerapkan eco-efficiency sebagai bagian dari sistem pengelolaan lingkungan. Eco-efficiency membantu perusahaan mencapai tujuan lingkungan dan keuangan. Perusahaan dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan produktivitasnya dengan menerapkan efisiensi lingkungan, yang mencakup pengurangan emisi karbon, penggunaan energi terbarukan, dan optimalisasi bahan baku. Hal ini tidak hanya memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial, tetapi juga membantu menghindari sanksi regulasi dan meningkatkan daya saing di pasar. Dengan memperoleh legitimasi dari masyarakat, pemerintah, dan investor, perusahaan yang menerapkan Eco-Efficiency

dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan dalam jangka panjang. **20** Teori ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya oleh Aviyanti & Isbanah., (2019) dan Danang Satrio, (2020) yang mengatakan bahwa eco-efficiency berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dan didukung oleh hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan: H<sub>2</sub>: Eco-efficiency berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### 2.5.3 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan manajemen kinerja lingkungan adalah kepatuhan yang menyeluruh dan menyeluruh terhadap undang-undang dan persyaratan lingkungan hidup. Kinerja lingkungan suatu perusahaan diukur dari Berapa besar kerusakan yang diakibatkan oleh kegiatan usaha, dan bagaimana limbah yang dihasilkan dari kegiatan produksi dibuang? Kinerja lingkungan suatu perusahaan dikatakan baik jika dampak kerusakan lingkungannya lebih kecil. Sebaliknya jika kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan lingkungan hidup suatu perusahaan menimbulkan banyak dampak negatif, maka kinerja lingkungan hidup perusahaan tersebut dianggap buruk (Chasbiandani et al., 2019). Semakin bertanggung jawab suatu perusahaan terhadap kelestarian lingkungan, maka semakin baik citranya. **7 49** Ini terjadi karena perusahaan memenuhi kontrak sosial dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan diterima baik oleh masyarakat. **8** Menurut teori legitimasi, perusahaan akan berusaha memenuhi tanggung jawabnya terhadap lingkungan melalui kegiatan pengelolaan lingkungan dengan harapan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan tanggapan positif dari stakeholder. Perusahaan harus mampu meningkatkan pengelolaan lingkungannya jika mereka ingin meningkatkan nilai perusahaan. Dengan mengelola kinerja lingkungan, perusahaan diharapkan dapat menjaga keseimbangan lingkungan dalam semua proses bisnisnya, termasuk aktivitas, produk, dan layanan, sehingga perusahaan dapat mencapai kinerja yang unggul dan meningkatkan penjualan dan profitabilitas dalam jangka panjang. Studi sebelumnya oleh Wirawati et al. (2020) dan Pratama et al. (2020) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan menguntungkan nilai perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian

sebelumnya, hipotesis yang diajukan adalah:  $H_3$ : Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2.5 4 Pengaruh Green Innoavtion, Eco-Efficiency dan Kinerja Lingkungan Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan Dalam dunia bisnis modern, isu keberlanjutan semakin menjadi perhatian utama, baik bagi pemangku kepentingan internal maupun eksternal. Perusahaan yang menerapkan inovasi hijau ( green innovation ), efisiensi lingkungan ( eco-efficiency ), dan kinerja lingkungan yang baik memiliki potensi untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Hal ini karena ketiga faktor tersebut tidak hanya mendukung keberlanjutan lingkungan tetapi juga mencerminkan tata kelola yang baik dan kepatuhan terhadap regulasi, yang pada akhirnya menarik perhatian investor dan meningkatkan kepercayaan publik. Menurut teori legitimasi, perusahaan yang mampu menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan melalui inovasi hijau dan efisiensi operasionalnya akan mendapatkan pengakuan yang lebih baik dari masyarakat, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, teori sinyal juga mendukung bahwa pengungkapan informasi terkait keberlanjutan akan memberikan sinyal positif kepada investor, yang pada akhirnya meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Agustina et al. (2019) dan Damas et al. (2021) menemukan bahwa green innovation dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan keunggulan kompetitif. Studi oleh Satrio & Kunto (2020) menunjukkan bahwa eco-efficiency memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena membantu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas. Sementara itu, menurut Pratama et al., (2020) mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan yang baik berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kombinasi faktor-faktor tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis:  $H_4$ : Green Innovation, Eco-Efficiency , dan Kinerja Lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3 40 55

75 BAB III METODE PENELITIAN 3.1 Jenis Penelitian Metode kuantitatif

digunakan untuk mengolah data sekunder dari laporan tahunan perusahaan. Sugiyono (2022) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian di

mana variabel penelitian dinyatakan secara numerik dan digunakan untuk menunjukkan kebenaran teori. Untuk mengetahui hubungan antara angka dalam data penelitian, kriteria digunakan untuk menentukan nilai perusahaan sebagai variabel independen, inovasi hijau, efisiensi lingkungan, dan kinerja lingkungan sebagai variabel dependen. 3.2 Objek Penelitian Dalam penelitian ini, objek yang diteliti pada penelitian ini adalah nilai perusahaan, green innovation, eco-efficiency dan kinerja lingkungan pada perusahaan consumer non-cyclicals menyajikan laporan tahunan dan laporan keuangan pada situs resmi perusahaan untuk rentang waktu 2019 hingga 2023.

18 55 86 104 3.3 Populasi dan Sampel 3.3 55 1 Populasi Populasi adalah semua subjek dan/atau objek yang menjadi fokus penelitian. Populasi dalam penelitian didasarkan pada objek penelitian, yang memiliki data dan atribut yang memiliki karakteristik dan variasi unik yang ditetapkan oleh peneliti. 1 5

8 13 14 16 19 29 31 33 38 39 47 52 Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan konsumen non-cyclical yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023. 3.3 2 Sampel Peneliti memilih metode purposive sampling karena dianggap memiliki korelasi signifikan dengan karakteristik populasi yang telah diketahui sebelumnya (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Kriteria berikut digunakan: a. Perusahaan yang melaporkan laporan tahunan ( annual report ) dan/ atau laporan keuangan perusahaan consumer non-cyclicals tahun 2019 – 2023 secara lengkap b. Perusahaan consumer non-cyclicals yang mengungkapkan laporan keberlanjutannya ( sustainability report ) pada periode 2019 - 2023 c. Perusahaan consumer non-cyclicals yang mengikutsertakan pada program PROPER pada periode 2019 – 2023 Studi ini menggunakan 80 data observasi perusahaan yang diperoleh telah dikumpulkan penulis. 2 Sampel terdiri dari 16 perusahaan yang terdaftar di BEI, dengan periode pengamatan

penelitian selama 5 (lima) tahun dari 2019 – 2023. Berikut adalah daftar perusahaan yang memenuhi kriteria sampel yaitu: 3.4 Teknik Penelitian

a. Data penelitian didapatkan dari laporan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan oleh masing-masing perusahaan consumer non-cyclicals

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). 13 28 31 52 93 Laporan tahunan perusahaan dapat diakses di situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). dan situs resmi perusahaan. b. 62 Penting untuk meningkatkan kualitas penelitian dengan membaca literatur yang relevan, seperti tesis, buku, artikel, jurnal, dan karya ilmiah lainnya, dan memperoleh pemahaman mendalam tentang teori yang relevan. 3.5 Variabel Penelitian 3.5.1 Variabel Dependen 3.5 79 1.1 Nilai Perusahaan (Y) Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan. Menurut (Wardani & Sa'adah, 2020), nilai perusahaan mengacu pada respon investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam kaitannya pada harga saham, dan ketika harga saham meningkat maka dapat memberikan kekayaan yang maksimal kepada pemegang saham. Dengan meningkatnya nilai suatu saham maka akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan rasa percaya investor terhadap perusahaan. Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Jika rasio ini semakin besar sebesar maka nilai perusahaan akan semakin besar karena menunjukkan kepercayaan pasar terhadap perusahaan sebesar. Di mana, jika nilai Tobin's Q lebih besar dari 1, maka perusahaan menerima laba lebih tinggi dibandingkan belanja modalnya. Namun jika kurang dari 1 maka perusahaan dianggap belum mengupayakan nilai pasarnya (Anni'Mah et al., 2020). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai pasarnya ( market value ) karena nilai pasar ini mencerminkan persepsi investor terhadap semua aset perusahaan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Jika investor percaya bahwa perusahaan memiliki merk yang kuat, inovasi yang unggul dan kepeduliannya terhadap lingkungan, mereka akan bersedia membayar lebih untuk saham perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Misalnya, perusahaan yang menerapkan inovasi hijau dan keefektifan lingkungan cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor. Selain itu, Tobin's Q memungkinkan peneliti untuk membandingkan kinerja perusahaan dari tahun ke tahun. Peningkatan nilai Tobin's Q dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa kinerja keuangan

perusahaan semakin membaik, yang meningkatkan ekspektasi investor terhadap pertumbuhan investasi. 41 64 Dengan menggunakan rasio Tobins'Q, rumus berikut adalah:  $Tobins'Q = \frac{MVS + D}{TA}$  Keterangan : MVS : Total market value (Harga saham penutupan x jumlah saham yang beredar akhir tahun). D : Total book value of liabilities TA : Total assets 3.5.2

Variabel Independen 3.5.2.1 Green Innovation ( $X_1$ ) Teknologi atau perubahan baru dalam proses produksi yang mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dikenal sebagai inovasi hijau. Ini mengurangi polusi, daur ulang limbah, efisiensi energi, dan desain produk yang ramah lingkungan. 20 91 68 Studi ini mengevaluasi inovasi hijau dengan melihat laporan keberlanjutan perusahaan yang dibuat sesuai dengan standar Global Reporting Initiative (GRI) (GRI, 2021). Penelitian ini menggunakan analisis konten untuk mengevaluasi laporan keberlanjutan berbasis GRI. Indikator GRI dinilai dengan skor 0-3 berdasarkan tingkat kepatuhan dan inovasi hijau yang diadopsi perusahaan Tonay, C., & Murwaningsari, E. (2022). Data yang terdapat dalam laporan keberlanjutan dikumpulkan, kemudian dianalisis untuk menilai sejauh mana perusahaan mengadopsi praktik green innovation. Hasil analisis konten ini akan digunakan untuk memberikan skor atau gradasi terhadap kinerja green innovation perusahaan.  $GIN = \frac{\text{Total Item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah keseluruhan item di tiap elemen}} \times 100\%$  Keterangan: GIN = Green Innovation 3.5.2.2 Eco-Efficiency ( $X_2$ ) Eco-Efficiency diukur dengan partisipasi perusahaan dalam program sertifikasi ISO 14001. Sumber seperti laporan tahunan dan keberlanjutan dapat memberikan informasi tentang partisipasi suatu perusahaan dalam ISO 20 32. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Panggau dan Septiani (2017), efisiensi lingkungan dapat diukur dengan menggunakan summy. Perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 menerima nilai 1, sedangkan perusahaan yang tidak memilikinya menerima nilai 0. 3.5.2.3 Kinerja Lingkungan ( $X_3$ ) Kinerja lingkungan dapat diartikan sebagai kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). 5 Kinerja lingkungan merupakan indikator bahwa suatu perusahaan telah mengadopsi akuntansi lingkungan. Tujuan utama

perusahaan tidak hanya sekedar mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya saja, tetapi juga memikul tanggung jawab terhadap kondisi sosial dan perekonomian masyarakat secara keseluruhan, khususnya badan usaha milik negara, dan tidak lepas dari tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Mariani & Suryani, 2018). Kinerja lingkungan Perusahaan akan dinilai dari keberhasilan keikutsertaannya dalam program PROPER, salah satu inisiatif Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mengupayakan penyelenggaraan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup melalui sarana inform

5 29

43 44 45 84 si. Sistem penilaian PROPER ini menggunakan 5 warna dalam pemeringkatan yakni warna emas, hijau, biru, merah dan hitam (www.menlhk.go id).

3.6 Operasional Variabel Dalam penelitian ini, tiap variabelnya telah menggunakan pengukurannya masing – masing. Berikut adalah tabel pengukuran variabel, yaitu: 3.7 Analisis Data Dalam penelitian ini peneliti

menggunakan data sekunder. Data yang digunakan diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi. Salah satu metode dokumentasi adalah dengan menyalin dan mengarsipkan data dari sumber tertentu. Data yang digunakan peneliti berupa laporan tahunan dan laporan keuangan dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2 61 23. Seluruh data yang

diterima dari BEI diolah menggunakan software EVie s 12. Tujuan dari pengolahan data yang dilakukan adalah untuk mengetahui dampak green innovation, eco-efficiency dan kinerja lingkungan terhadap nilai per

96

usahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena angka digunakan untuk mengukur antar var

abe . 3.7.1 Estimasi Model Regresi Model regresi data panel mencakup kombinasi informasi dari data time series dan data cross-sect onal. Ada tiga model untuk memperkirakan regresi data panel: 1. Common Effect 2. Fixed Effect 3. Random

Effect a. Uji Chow b. Uji Hausman c. Uji Lagrange Multiplier 3.7.2 Statistik Deskript 5

18 22 31 89 f 3.7.2.1 Uji Asumsi Klasik Salah satu syarat untuk

melakukan penelitian ini adalah melakukan pengujian asumsi kla ik. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa masalah regresi data konsisten, tidak bias, dan memiliki keakuratan yang diharapkan dari estima 18 27 34 35 36 44 86 92 i. Uji

normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas digunakan oleh peneliti untuk menguji hipotesis k 27 28 34 44 asi 10 14 28 29 36 50 63 95 . 3.7.2.2 Uji Normalitas Uji normalitas menentukan apakah variabel penelitian berdistribusi normal. Untuk mengetahui hasilnya, kita dapat mengacu pada nilai signifikansi probabilitas sesuai dengan persyaratan beriku 13 22 : 3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan dalam varians residu dari masing-masing variabel penelitian. Dalam situasi berikut, uji heteroskedastisitas dapat diselesaikan dengan mempertimbangkan nilai probabilitas 3.7.2.4 Uji Multikolinearitas Uji multikolinearitas mencari hubungan antar variabel independen. Apakah terjadi multikolinieritas pada model regresi dapat ditentukan dengan menggunakan matriks korelasi hubungan antar variabel. Konvensi mengatakan bahwa hasil pengujian ditentukan oleh nilai korelasi masing-masing variabel independe 6 . 3.7.3 Uji Hipotesis Pada Uji Hipotesis, peneliti melaksanakan Uji Analisis Linear Data Panel, Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>), Uji Signifikansi Simultan (Uji f), dan Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).

3.7.3.1 Uji Analisis Linear Data Panel Uji regresi linier untuk data panel menunjukkan bagaimana variabel independen dan dependen berinteraksi satu sama lain; jika ada nilai variabel independen, uji regresi linier untuk data panel bertujuan untuk menemukan nilai variabel dependennya juga. Selain itu, uji regresi linier untuk data panel menentukan arah hubungan antara variabel independen dan depend 1 5 nnya. Rumusan persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  $Y = \alpha + \beta_1 GI + \beta_2 EE + \beta_3 KL + \epsilon$

ε Keterangan : Y : Kinerja keuangan α : Konstanta β<sub>123</sub> : Koefisien Regresi GI : Green Innovation EE : Eco-Efficiency KL : Kinerja Lingkungan 3

4 18 21 27 28 38 40 42 43 50 67 ε : Error 3.7.3.2 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk menentukan seberapa baik suatu model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Dengan menggunakan dasar atau kriteria keputusan yang digunakan dalam ujian ini, peneliti dapat mengartikan bahwa ketika nilai koefisien meningkat

dan mendekati 1, peneliti dapat mengartikan bahwa kekuatan variabel independen memberikan suatu alasan yang mengarah pada peningkatan keberadaan variabel dependen. Sebaliknya, ketika nilai koefisien menurun dan mendekati 0, peneliti dapat mengartikan bahwa kekuatan variabel independen semakin memperburuk keberadaan variabel dependen. 3.7.3.3 Uji signifikansi Simultan (Uji F) Uji signifikansi bersama dilakukan untuk menilai secara bersama signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dan dikaitkan dengan kriteria 3.7.3.4 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Uji signifikansi parsial hipotesis atau uji-t dilakukan untuk memungkinkan evaluasi nilai signifikansi parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan kriteria BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA 4.1 Deskripsi Data Penelitian Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana variabel independen masing-masing berdampak pada variabel dependen selama periode 2019–2023. Data yang digunakan untuk analisis dikumpulkan dari sumber sekunder, termasuk Situs web terpercaya seperti laporan tahunan, laporan berkelanjutan, jurnal ilmiah, dll. Kriteria untuk pengambilan purposive sampling adalah sebagai berikut: 4.2 Analisis Statistik Deskriptif Green Innovation (X1) menunjukkan rata-rata sebesar 1.15 yang bernilai positif, yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan telah mengimplementasikan green innovation baik secara narasi, gambar, tabel dan jumlah dan yang dikeluarkan untuk keberlanjutan meskipun dengan tingkat yang bervariasi. Sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 2.37 dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2023 yang mengungkapkan green innovation secara narasi dan detail gambar maupun tabel didalam Sustainability Report. Kemudian untuk nilai minimum sebesar 0.12 dimiliki oleh PT Tigaraksa Satria Tbk tahun 2019 yang tidak menjelaskan secara lengkap mengenai indikator dalam green innovation pada sustainability report perusahaan. Dengan standar deviasi 0.45 nilai tersebut dibawah dari nilai rata-rata yang

REPORT #27284741

mana menunjukkan tidak ada data yang menyimpang ataupun bias. Eco-Efficiency (X2) pada variabel ini diketahui memiliki nilai rata-rata sebesar 0.74 yang bernilai positif, di mana nilai tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 74% perusahaan consumer non-cyclicals telah bersertifikasi ISO 140001. Kemudian untuk nilai maksimum sebesar 1.00 yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan secara konsisten mempertahankan nilai 1 untuk sertifikasi. Sementara itu, nilai minimum sebesar 0.00 yang dimiliki oleh PT Tigaraksa Satria Tbk, PT Astra Agro Lestari Tbk, dan PT Smart Tbk yang tidak memiliki sertifikasi ISO 140001 selama periode penelitian. Kemudian nilai standar deviasi sebesar 0.43. angka tersebut masih dibawah nilai rata-rata variabel yang mana tidak ada data yang menyimpang. Kinerja lingkungan (X3) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3.40 dengan skala nilai 0-5, di mana hal tersebut mencerminkan bahwa sebagian besar perusahaan berada pada kategori biru hingga emas dalam penelitian PROPER. Untuk nilai tertinggi yaitu PT Austindo Nusantara Tbk yang mendapatkan peringkat hijau ditahun 2019 kemudian di tahun 2020-2023 secara konsisten mendapatkan peringkat emas. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kesadaran yang tinggi dalam upaya untuk meningkatkan kinerja lingkungan. Sedangkan nilai terendah diperoleh sebesar 3, di mana nilai tersebut diperoleh dari banyaknya perusahaan consumer non-cyclicals yang mendapatkan peringkat biru terus-menerus selama periode penelitian. Hal ini memperlihatkan bahwa perusahaan yang mendapatkan peringkat biru secara terus-menerus perlu melakukan evaluasi untuk meningkatkan kepeduliannya terhadap kinerja lingkungan dengan dibuktikannya peningkatan nilai PROPER ditahun-tahun selanjutnya. Dengan standar deviasi sebesar 0.59, nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya data yang bias dan menyimpang. Nilai perusahaan (Y) sebagai variabel dependen mencatat nilai rata-rata sebesar 2.09 dengan standar deviasi sebesar 1.95, mengindikasikan adanya variasi yang cukup besar antar perusahaan. Nilai maksimum sebesar 7.56 diperoleh PT Unilever Tbk tahun 2019, menunjukkan bahwa

pasar menilai perusahaan tersebut memiliki hampir 7.5 kali lipat nilai buku asetnya. Di sisi lain, nilai minimum sebesar 0.33 diperoleh PT Ultrajaya Milk Industry & Tra Tbk tahun 2023, yang mencerminkan kondisi dimana nilai pasar perusahaan hanya sepertiga dari nilai buku asetnya. Standar deviasi yang hampir menyamai nilai rata-ratanya mempertegas adanya ketimpangan dalam penilaian pasar. Variasi yang cukup signifikan ini menunjukkan bahwa investor tampaknya menggunakan standar yang berbeda-beda untuk menilai bisnis di sektor yang sama. Berbagai faktor, seperti reputasi merek, strategi pemasaran, atau bahkan persepsi publik tentang masing-masing perusahaan, dapat memengaruhi fenomena ini.

4.3 Pemilihan Model Regresi  
Pemilihan Model Regresi untuk menentukan model mana yang paling tepat dan optimal dalam pengujian ini. Terdapat beberapa model seperti common effect, fixed effect, dan random effect digunakan sebagai pendekatan dalam studi data panel untuk pengujian. Adapun 3 pengujian yang akan digunakan antara lain Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier. Berikut ini ialah beberapa teknik yang digunakan:

a. Common Effect Model b. Fixed Effect Model c. Random Effect Model

Berikut ini akan disajikan uji pemilihan model yang membantu peneliti dalam menentukan model regresi apa yang akurat untuk digunakan sebagai pengolahan data panel, berdasarkan hasil dari ketiga model yang telah dijelaskan diatas. 4.3.1 Uji Chow Untuk menentukan model yang paling sesuai dalam penelitian ini, dilakukan Uji Chow dengan memeriksa nilai profitabilitas

Cross-Section F. Sebagai berikut: a. Jika nilai probabilitas lebih dari 0.05 digunakan Common Effect Model b. Jika nilai probabilitas kurang dari 0.05 digunakan Fixed Effect Model Hasil dari tabel Uji Chow menunjukkan bahwa Cross-section F menghasilkan nilai Prob sebesar  $0.0000 < 0.05$ , maka hal ini menunjukkan bahwa Fixed Effect Model (FEM) yang terbaik untuk pemilihan model. 4.3.2 Uji Hausman Uji Hausman digunakan untuk menentukan apakah Fixed Effect Model (FEM) atau Random Effect Model (REM) yang lebih tepat untuk data panel ini, dengan memeriksa nilai profitabilitas Cross Section random.

Sebagai berikut: a. Jika nilai probabilitas lebih dari 0.05 digunakan Random Effect Model b. Jika nilai probabilitas kurang dari 0.05 digunakan Fixed Effect Model Hasil dari tabel Uji Hausman menunjukkan bahwa Cross- section random menghasilkan nilai Prob sebesar 0.0897 > 0.05, maka hal ini membuktikan bahwa Random Effect Model (REM) yang terpilih sebagai model terbaik. 4.3.3 Uji Lagrange Multiplier Uji Lagrange Multiplier (LM) digunakan untuk menentukan model yang lebih tepat antara Random Effect Model (REM) dan Common Effect Model (CEM). Uji ini didasarkan pada hasil uji Breusch-Pagan Cross-section . a. Jika nilai probabilitas lebih dari 0.05, maka menggunakan Common Effect Model (CEM). b. Jika nilai probabilitas kurang dari 0.05, maka menggunakan Random Effect Model (REM). Karena nilai probabilitas untuk uji Breusch-Pagan pada bagian cross-section kurang dari 0.05 yaitu 0.0000. maka model yang lebih tepat untuk digunakan adalah Random Effect Model (REM) dibandingkan dengan Common Effect Model (CEM). Setelah melalui berbagai macam pengujian, yaitu uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier, maka dapat disimpulkan hasil dari pemilihan model data panel dalam bentuk tabel. Tabel yang disajikan ini menampilkan model yang terpilih sebagai model yang terbaik serta sesuai untuk data penelitian. Berdasarkan pada tabel 4. 9 hasil pengujian model regresi data panel, maka didapatkan Random Effect Model (REM) yang paling tepat dan akurat untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Oleh karena itu, model utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Random Effect Model (REM). 4.4 Uji sumsi Klasik 4.4.1 Uji Normalitas Untuk menguji kesesuaian data dengan distribusi normal, maka dari itu penelitian ini menerapkan Uji Normalitas. Dalam Uji Normalitas, interpretasi hasil uji didasarkan atas nilai probabilitas (P-value). a. Nilai P-value > 0.05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal b. Sedangkan nilai P-value < 0.05 menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dan ditampilkan pada gambar, diperoleh nilai Jarque-Bera sebesar 2.019 dengan Probabilitas sebesar

0.364. dari uji normalitas didapatkan nilai probabilitas yang melebihi batas signifikansi 0.05, kemudian dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Maka dari itu, penelitian sudah memenuhi syarat untuk melanjutkan untuk ke tahap 47 85 elanjutnya.

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mendeteksi hubungan antar variabel independen. Matriks korelasi hubungan antar variabel dapat digunakan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas pada model regresi. Batas yang digunakan dalam uji ini adalah koefisien korelasi  $< 0.9$ . Jika hasil koefisien korelasi antar variabel kurang dari angka tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada masalah dalam multikolinearitas. Berdasarkan tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Korelasi koefisien antara GI dan EE adalah sebesar  $0.363125 < 0.9$
- Korelasi koefisien antara GI dan KL adalah sebesar  $0.007538 < 0.9$
- Korelasi koefisien antara EE dan KL adalah sebesar  $0.297441 < 0.9$

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak memiliki gejala multikolinearitas karena nilai uji menunjukkan lebih rendah dari 0.9. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diuji tidak berkorelasi begitu kuat, sehingga analisis dapat dilanjutkan tanpa adanya kekhawatiran akan adanya bias yang disebabkan oleh multikolinearitas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan dalam varians residu dari masing-masing variabel penelitian. Dalam situasi berikut, uji heteroskedastisitas dapat diselesaikan dengan mempertimbangkan nilai probabilitas:

- Apabila data tidak heteroskedastisitas dan nilai signifikansi atau probabilitas  $> 0.05$  maka hipotesis diterima.
- Jika data heteroskedastisitas mempunyai nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0.05$  maka hipotesis ditolak.

Berdasarkan tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas, nilai Prob. Chi-Square adalah sebesar  $0.0578 > 0.05$ . Oleh karena itu, nilai dari uji ini lebih besar dari 0.05 maka hipotesis diterima.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Analisis Regresi Linear Data Panel

Hasil pengujian

menunjukkan bahwa, dibandingkan dengan Model Efek Biasa (CEM), Random Effect Model (REM) adalah model yang paling cocok untuk menganalisis data panel dalam

63 penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa REM memberikan interpretasi regresi data panel yang lebih baik. Berdasarkan tabel

tersebut, maka dapat diketahui persamaan model regresi yaitu:  $Y = 1.379463 + 0.154921 \cdot GI + 0.091390 \cdot EE - 0.196255 \cdot KL + e$  Dengan demikian

dapat diimplementasikan sebagai berikut: 1. Nilai konstanta menunjukkan

sebesar 1.379463 maka terdapat pengaruh yang sama dari X1, X2, dan X3, oleh karena itu variabel Y akan memberikan peningkatan. 2. Nilai

koefisien pada Green Innovation (X1) adalah sebesar 0.154921 nilai tersebut menghasilkan nilai yang positif. Maka dari itu, variabel green innovation terhadap nilai perusahaan adalah searah. Jika meningkatkan 1

point variabel green innovation, maka variabel nilai perusahaan meningkat menjadi 0.154921. 3. Nilai koefisien pada Eco-Efficiency (X2) adalah sebesar 0.091390 nilai tersebut menghasilkan nilai yang positif.

Maka dari itu, variabel eco-efficiency terhadap nilai perusahaan adalah searah. Jika meningkatkan 1 point variabel eco-efficiency, maka variabel nilai perusahaan meningkat menjadi 0.091390. 4. Nilai

koefisien pada Kinerja Lingkungan (X3) adalah sebesar -0.196255 nilai tersebut menghasilkan nilai yang negatif. Maka dari itu, variabel kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan tidak searah. Jika

meningkatkan 1 point variabel kinerja lingkungan, maka akan mengurangi variabel nilai perusahaan sebesar 0.196255.

4.5.2 Uji Koefisiensi

Determinasi (R<sup>2</sup>) Dengan menggunakan dasar atau kriteria keputusan yang digunakan dalam pengujian ini, yang peneliti lihat dari nilai Adjusted R-squared berkisar antara 0 dan 1. Di mana nilai yang semakin tinggi

dan mendekati 1 dapat mengartikan bahwa kekuatan variabel independen memberikan suatu alasan. Hal ini mengarah pada peningkatan keberadaan variabel dependen. Dengan nilai Adjusted R-squared yang mendekati maka

dapat mengartikan bahwa kekuatan variabel independen semakin melemahkan keberadaan variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.12 Hasil Uji

Koefisiensi Determinasi, diperoleh nilai Adjusted R-squared sebesar 0.19 atau 0.616897.

Hal ini diindikasikan bahwa variabel green innovation, eco-efficiency, dan kinerja lingkungan secara bersama-sama mampu menjelaskan nilai perusahaan mencapai 60%, sementara sisanya sebesar 40% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

4.5.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji f) Uji signifikansi bersama dilakukan untuk menilai secara bersama signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dan dikaitkan dengan kriteria sebagai berikut: a. Jika nilai prob. (

F-statistic) > 0.05, maka variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. b. Jika nilai prob. ( F-statistic ) < 0.05, maka variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan dari tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji f), maka diperoleh nilai Prob ( F-statistic ) sebesar

0.000000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel independen, yaitu inovasi hijau, efisiensi lingkungan, dan kinerja lingkungan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Hasil uji tersebut lebih kecil dari 0.05.

4.5.4 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Nilai signifikansi parsial masing-masing variabel independen dibandingkan dengan variabel dependen dapat dinilai melalui uji signifikansi parsial hipotesis, juga dikenal sebagai uji-t. Nilai signifikansi hipotesis ditolak jika lebih dari 0.05, yang berarti bahwa variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0.05, hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) adalah sebagai

berikut: 1. Variabel Green Innovation memberikan nilai t-statistic sebesar 0.781 dengan nilai Prob sebesar 0.437 > 0.05 sehingga Green Innovation tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan atau H1 ditolak. 2. Variabel Eco-Efficiency memberikan nilai t-statistic sebesar -0.955 dengan nilai Prob sebesar 0.342 > 0.05 sehingga Eco-Efficiency tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan atau H2 ditolak. 3. Variabel Kinerja Lingkungan menghasilkan nilai t-statistic sebesar -2.626 dengan nilai Prob sebesar  $0.010 < 0.05$  sehingga Kinerja Lingkungan memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan atau H3 diterima. 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak e-views 12, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan seb

**23** gai berikut: 4.6.1 Pengaruh Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan (H1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa green innovation tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan nilai uji t sebesar 0.437 ( p-value lebih dari 0.05). Hasilnya menunjukkan bahwa green innovation yang dilakukan perusahaan belum secara efektif meningkatkan nilainya. Salah satu faktor utama yang menyebabkan hipotesis ini ditolak antara lain, biaya yang tinggi untuk menerapkan inovasi hijau yang belum diimbangi dengan peningkatan pendapatan jangka pendek, seperti pengembangan teknologi ramah lingkungan atau modifikasi proses produksi. Berdasarkan Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif, rata-rata skor green innovation perusahaan sampel hanya mencapai 1.15 dari skala 0-3, dengan nilai maksimum 2.375 (PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2023) dan minimum 0.125 (PT Tigaraksa Satria Tbk tahun 2019). Rendahnya skor ini menunjukkan implementasi green innovation yang masih terbatas di kalangan perusahaan consumer non - cyclicals . Contoh nyata dapat dilihat pada PT Unilever Indonesia Tbk yang menerapkan Refill Station sebagai bentuk green innovation. Meskipun skor green innovation-nya termasuk tinggi (2.375 di tahun 2023), nilai Tobin's Q perusahaan ini justru menurun dari 16.35 di tahun 2019 menjadi 8.88 di tahun 2023. Fenomena ini mendukung argumen Damas et al. (2021) bahwa biaya awal untuk pengembangan green innovation seringkali mengurangi profitabilitas jangka pendek, sehingga belum direspon positif oleh pasar. Selain itu, standar deviasi green innovation yang relatif rendah (0.458) menunjukkan keseragaman skor antar perusahaan, sementara nilai minimum 0.125 mengindikasikan masih ada perusahaan yang hampir tidak mengungkapkan

inisiatif hijau dalam laporannya. Ditinjau dari Teori Legitimasi, hasil ini menunjukkan bahwa green innovation saja belum cukup untuk membangun legitimasi sosial yang kuat bagi perusahaan. Meskipun green innovation menunjukkan upaya perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungannya, mereka tidak memiliki kinerja lingkungan yang terukur (seperti peringkat PROPER) dan pengungkapan yang menyeluruh. Akibatnya, ini tidak memenuhi harapan stakeholder akan tanggung jawab lingkungan yang menyeluruh. Menurut teori legitimasi, perusahaan harus membuat cerita yang lebih kuat tentang green innovation untuk meningkatkan nilai perusahaan dan manfaat sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti & N. Budi, 2024) dan (Xie et al. 2022) menunjukkan bahwa green innovation tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun penelitian yang dilakukan oleh (Rizki & Hartanti., 2021) menunjukkan bahwa green innovation berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa green innovation seringkali memerlukan waktu untuk dapat dihargai oleh pasar. Dalam realitanya, perusahaan harus mendukung green innovation dengan strategi komunikasi yang lebih baik dan pengukuran dampak yang lebih terukur untuk membangun legitimasi yang lebih kuat di mata stakeholder. Selain itu, perusahaan harus mempertimbangkan komponen pendukung lainnya, seperti insentif regulasi dan edukasi pasar, agar mereka dapat memaksimalkan potensi green innovation dalam menciptakan nilai perusahaan.

#### 4.6.2 Pengaruh Eco-Efficiency Terhadap Nilai Perusahaan (H2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dengan nilai uji t sebesar 0,342 ( $p\text{-value} > 0.05$ ), eco-efficiency tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Beberapa faktor yang menyebabkan hipotesis ini ditolak termasuk biaya awal yang tinggi untuk mencapai efisiensi lingkungan (seperti sertifikasi ISO 14001 dan teknologi ramah lingkungan) belum sepenuhnya diimbangi dengan manfaat ekonomi jangka pendek, kurangnya apresiasi pasar terhadap praktik efisiensi lingkungan karena standar pengukuran yang tidak seragam atau pengungkapan informasi yang terbatas, dan kurangnya insentif regulasi yang optimal bagi perusahaan

yang telah mencapai eco-efficiency melalui ISO 14001. Insentif yang dimaksud adalah dalam bentuk penghargaan bagi perusahaan yang telah berhasil menerapkan eco-efficiency dalam aktivitas perusahaannya, dan juga pemerintah dapat memberikan insentif pajak bagi perusahaan yang berhasil mengimplementasikan eco-efficiency. Dengan adanya insentif yang diberikan oleh pemerintah, dapat memicu perusahaan untuk menerapkan eco-efficiency dalam kegiatannya. Selain itu, adanya insentif dalam bentuk penghargaan dapat menarik perhatian investor sehingga berpengaruh pada nilai perusahaan untuk mencapai efisiensi lingkungan. Ditinjau dari perspektif Teori Legitimasi, hasil ini menunjukkan bahwa praktik eco-efficiency saja belum cukup kuat untuk membangun legitimasi sosial yang memadai bagi perusahaan. Meskipun eco-efficiency mencerminkan upaya efisiensi sumber daya tanpa diiringi oleh inovasi lingkungan yang terlihat ( green innovation ) atau kinerja lingkungan yang terukur (melalui program seperti PROPER), upaya ini tidak memenuhi harapan pemangku kepentingan akan tanggung jawab lingkungan yang menyeluruh. Menurut teori legitimasi, agar perusahaan dapat diakui sebagai bagian dari kontrak sosial dengan masyarakat, mereka harus membuat narasi yang lebih kuat dan dapat diukur untuk mengkomunikasikan praktik keefektifan lingkungan mereka. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti (Damas et al., 2021) dan (Xie et al., 2022) yang menyatakan bahwa eco-efficiency tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dampak eco-efficiency terhadap nilai perusahaan seringkali tidak langsung dan memerlukan waktu untuk dihargai oleh pasar. Dalam praktiknya, ini berarti bahwa perusahaan harus melengkapi praktik eco-efficiency dengan strategi pengungkapan yang lebih baik dan inisiatif keberlanjutan yang lebih terlihat, sehingga mereka dapat membangun legitimasi yang lebih kuat di mata stakeholder.

#### 4.6.3 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan (H3)

Hasil analisis regresi data panel menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai uji t sebesar 0.010

( $p$ -value < 0.05), sehingga hipotesis (H3) yang menyatakan adanya pengaruh positif kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik-praktik pengelolaan lingkungan yang baik secara konsisten memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Beberapa faktor kunci yang mendukung diterimanya hipotesis ini antara lain: pertama, semakin tingginya kesadaran investor terhadap isu-isu keberlanjutan membuat perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik dianggap sebagai investasi yang lebih rendah risiko dan lebih menarik untuk jangka panjang. Ketiga, kinerja lingkungan yang baik menciptakan reputasi positif yang tidak hanya meningkatkan loyalitas konsumen tetapi juga mengurangi biaya modal perusahaan melalui penurunan risiko reputasi dan regulasi. Ditinjau dari perspektif Teori Legitimasi, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa perusahaan perlu secara aktif memenuhi "kontrak sosial" dengan masyarakat dan seluruh pemangku kepentingannya untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi. Kinerja lingkungan yang baik berfungsi sebagai sinyal kuat bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memiliki komitmen terhadap kelestarian lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Legitimasi yang diperoleh melalui kinerja lingkungan ini kemudian termanifestasi dalam peningkatan nilai perusahaan, sebagaimana diukur melalui Tobin's Q. Teori Legitimasi juga menjelaskan mengapa perusahaan-perusahaan semakin gencar mengungkapkan kinerja lingkungan mereka dalam laporan tahunan dan sustainability report, praktik ini tidak hanya berfungsi sebagai alat akuntabilitas tetapi juga sebagai strategi untuk mempertahankan citra positif dan menghindari berbagai ancaman seperti protes masyarakat, boikot konsumen, atau sanksi regulasi. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Wirawati et al., 2020), (Mardani & Wuryani, 2019) dan (Pratama et al., 2020) yang menyimpulkan bahwa kinerja lingkungan memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai perusahaan melalui beberapa mekanisme. Pertama, dengan meningkatkan kepercayaan stakeholder yang

kemudian berdampak pada peningkatan harga saham. Kedua, melalui peningkatan efisiensi operasional yang dihasilkan dari praktik-praktik pengelolaan lingkungan yang baik. Ketiga, melalui pengurangan berbagai biaya tersembunyi ( hidden costs ) yang berkaitan dengan risiko lingkungan. Dalam konteks yang lebih luas, hasil penelitian ini mendukung pandangan bahwa praktik pengelolaan lingkungan yang baik tidak hanya bermanfaat bagi kelestarian ekosistem, tetapi juga merupakan investasi strategis yang dapat menciptakan nilai tambah ekonomi bagi perusahaan dalam jangka panjang. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa perusahaan perlu mengintegrasikan aspek-aspek lingkungan secara lebih holistik dalam strategi bisnis mereka, tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi tetapi sebagai bagian dari penciptaan nilai perusahaan yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil observasi data penelitian, implementasi PROPER menunjukkan tingkat konsistensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan penerapan standar GRI dan ISO 14001. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti PROPER diinisiasi secara langsung oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) sehingga memiliki legitimasi kuat, perusahaan yang berpartisipasi aktif dalam PROPER mendapatkan insentif dan apresiasi dari pemerintah, seperti kemudahan perizinan, dan pengakuan publik, sehingga mendorong kepatuhan yang lebih besar serta regulasi dalam PROPER dirancang dengan mempertimbangkan kondisi perekonomian Indonesia, membuatnya lebih realistis dan feasible untuk diadopsi oleh perusahaan.

#### 4.6.4 Pengaruh Green Innovation, Eco-Efficiency dan Kinerja Lingkungan Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan (H4)

Hasil uji signifikansi simultan menunjukkan bahwa green innovation, eco-efficiency, dan kinerja lingkungan secara keseluruhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai probabilitas 0.000 102 p-value < 0.05). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H4) diterima. Hasilnya menunjukkan bahwa, secara keseluruhan, ketiga komponen keberlanjutan ini memiliki pengaruh yang pada peningkatan nilai perusahaan. Beberapa komponen penting yang mendukung hipotesis ini termasuk manajemen

lingkungan yang baik, efisiensi sumber daya, dan inovasi hijau yang menghasilkan keunggulan kompetitif berkelanjutan, tumbuhnya permintaan pasar untuk produk dan praktik bisnis yang berkelanjutan, serta pengakuan investor terhadap perusahaan yang mengintegrasikan elemen lingkungan dalam kegiatan operasinya. Ditinjau melalui lensa Teori Legitimasi, hasil ini memperkuat argumen bahwa perusahaan perlu mendapatkan legitimasi sosial dengan memenuhi harapan stakeholders akan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan. Suatu sistem legitimasi yang komprehensif terdiri dari green innovation, eco-efficiency, dan kinerja lingkungan yang baik. Green innovation menunjukkan komitmen untuk pembaruan berkelanjutan, eco-efficiency menunjukkan efisiensi pemanfaatan sumber daya alam, dan kinerja lingkungan menunjukkan kepatuhan terhadap norma sosial dan peraturan. Ketiganya bekerja sama secara sinergis untuk meningkatkan posisi perusahaan dalam "kontrak sosial" dengan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan stakeholder. Pada akhirnya, ini akan menguntungkan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Damas et al., 2021) dan (Agustia et al., 2019), yang menunjukkan bahwa berbagai penerapan keberlanjutan memberikan dampak lebih besar dibandingkan ketika diterapkan secara parsial. Menurut teori legitimasi, karena kesadaran lingkungan semakin meningkat, perusahaan harus membangun dan mempertahankan legitimasinya melalui kepatuhan minimal (kinerja lingkungan), inovasi proaktif (green innovation), dan optimalisasi berkelanjutan (eco-efficiency). Ketiga elemen ini membentuk narasi legitimasi yang kuat, yang sulit ditiru oleh kompetitor. Dalam arti nyata, perusahaan harus membuat strategi keberlanjutan yang menggabungkan tiga komponen ini untuk meningkatkan manfaatnya baik bagi lingkungan maupun bagi penciptaan nilai pemegang saham. BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Di bawah ini adalah hasil dari pengujian data dan diskusi tentang bagaimana inovasi hijau, efisiensi lingkungan, dan kinerja lingkungan memengaruhi nilai perusahaan: 1. Green Innovation (X1) tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan

pada perusahaan sektor consumer non- cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas green innovation sebesar  $0.4371 > 0.05$ . Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti biaya implementasi yang tinggi, kurangnya pengungkapan manfaat ekonomi secara optimal kepada investor, dan waktu yang dibutuhkan untuk melihat dampaknya dalam jangka panjang. Namun green innovation mencerminkan upaya perusahaan dalam mengurangi dampak lingkungan, akan tetapi pasar belum sepenuhnya menghargai sebagai faktor penentu nilai perusahaan dalam jangka pendek.

2. Eco-Efficiency (X2) juga tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer non- cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0.3428 > 0.05$ . Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kurangnya apresiasi pasar terhadap praktik efisiensi lingkungan, tingginya biaya awal untuk sertifikasi ISO 14001, dan insentif regulasi yang belum optimal. Hasil ini menyatakan bahwa upaya efisiensi lingkungan belum secara langsung diterjemahkan menjadi peningkatan 12 24 37 ilai perusahaan.

3. Kinerja Lingkungan (X3) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer non- cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil dari uji t menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0.0106 < 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi, di mana kinerja lingkungan yang baik dapat mengurangi risiko reputasi, memperkuat citra perusahaan, sehingga akan berdampak positif pada 12 24 ilai perusahaan.

4. Variabel green innovation, eco-efficiency dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer non- cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Meskipun green innovation dan eco-efficiency tidak memiliki pengaruh secara parsial, namun kombinasi ketiganya menunjukkan bahwa integrasi praktik keberlanjutan yang holistik (inovasi, efisiensi dan kinerja terukur) dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian Penelitian yang dilakukan tak terlepas dari keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti menemukan beberapa keterbatasan selama melakukan penelitian, antara lain: 1. Selama observasi data, masih terdapat beberapa perusahaan yang belum memenuhi syarat purposive sampling, seperti tidak menerbitkan sustainability report selama masa penelitian yaitu tahun 2019 – 2023. 2. Tingginya jumlah perusahaan yang tereliminasi selama proses seleksi sampel. 3. Pada variabel Green Innovation masih terdapat dimensi GRI standar yang kurang lengkap atau bahkan tidak diungkapkan dalam Annual Report maupun Sustainability Report .

5.3 Saran Berdasarkan pada pembahasan penelitian, hasil penelitian, serta keterbatasan penelitian, peneliti ingin memberikan saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini: 1. Peneliti selanjutnya a.

Penelitian selanjutnya dapat mencakup sektor lain di luar consumer non-cyclicals, seperti pertambangan, atau energi, untuk melihat apakah temuan serupa berlaku di industri yang lebih beragam. b. Menggunakan data dengan rentang waktu yang lebih panjang (misalnya 10 tahun) untuk mengamati dampak jangka panjang green innovation dan eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. 2. Perusahaan a. Perusahaan perlu lebih transparan dalam mengungkapkan manfaat ekonomi dari green innovation dan eco-efficiency dalam annual report atau sustainability report untuk menarik minat investor. b. Karena kinerja lingkungan (PROPER) terbukti berpengaruh signifikan, perusahaan harus berkomitmen meningkatkan peringkat PROPER (dari biru ke hijau/emas) untuk meningkatkan kepercayaan investor. 3. Pemerintah a. Memberikan insentif fiskal (pajak, subsidi) atau non-fiskal (penghargaan) bagi perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 atau peringkat PROPER tinggi. b. Memperkuat aturan terkait pelaporan lingkungan ( environmental disclosure ) dan menetapkan standar yang jelas untuk pengukuran eco-efficiency dan green innovation . c. Mendorong Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk memasukkan kriteria ESG ( Environmental, Social, Governance ) dalam penilaian perusahaan, sehingga investor lebih memperhatikan aspek keberlanjutan. 4. Investor a.

REPORT #27284741

Prioritaskan investasi pada perusahaan dengan peringkat PROPER Hijau atau Emas, karena penelitian membuktikan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. b. Sebagai pemegang saham, investor dapat mendorong manajemen untuk Menyajikan data kuantitatif dampak green innovation dan eco-efficiency (misalnya, pengurangan emisi atau pe



REPORT #27284741

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>1.7%</b> eprints.iain-surakarta.ac.id <a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7755/1/SKRIPSI_RISKI%20ARUM%20SUKMAW..">https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7755/1/SKRIPSI_RISKI%20ARUM%20SUKMAW..</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.91%</b> revenue.lppmbinabangsa.id <a href="https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/476/340...">https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/476/340...</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.9%</b> repository.stei.ac.id <a href="http://repository.stei.ac.id/9137/4/BAB%203.pdf">http://repository.stei.ac.id/9137/4/BAB%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.81%</b> repository.stei.ac.id <a href="http://repository.stei.ac.id/7352/4/BAB%203.pdf">http://repository.stei.ac.id/7352/4/BAB%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.78%</b> repositori.uin-alauddin.ac.id <a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id/29009/1/90400119019_VERAWATI.pdf">http://repositori.uin-alauddin.ac.id/29009/1/90400119019_VERAWATI.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.76%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6654/10/BAB%20IV.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6654/10/BAB%20IV.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.71%</b> senapan.upnjatim.ac.id <a href="https://senapan.upnjatim.ac.id/index.php/senapan/article/download/230/41">https://senapan.upnjatim.ac.id/index.php/senapan/article/download/230/41</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.62%</b> repositori.uin-alauddin.ac.id <a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id/28467/1/90400120026_RINDI%20ANTIKA%2...">http://repositori.uin-alauddin.ac.id/28467/1/90400120026_RINDI%20ANTIKA%2...</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.61%</b> repository.mediapenerbitindonesia.com <a href="http://repository.mediapenerbitindonesia.com/454/1/K%20231%20-%20%28FIN..">http://repository.mediapenerbitindonesia.com/454/1/K%20231%20-%20%28FIN..</a>	●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
10. 0.61%	eskripsi.usm.ac.id <a href="https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2019/B.231.19.0181/B.231.19.0181-1..">https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2019/B.231.19.0181/B.231.19.0181-1..</a>	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.59%	slims.stiebankbpdjateng.ac.id <a href="https://slims.stiebankbpdjateng.ac.id/slims/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=35&amp;b...">https://slims.stiebankbpdjateng.ac.id/slims/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=35&amp;b...</a>	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.58%	ejournal.areai.or.id <a href="https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/download/228/379/1299">https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/download/228/379/1299</a>	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.57%	repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47418/1/ADITA%20...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47418/1/ADITA%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.5%	digilib.unila.ac.id <a href="http://digilib.unila.ac.id/85466/3/Widia%20Lorenza_Skripsi%20%28tanpa%20pe..">http://digilib.unila.ac.id/85466/3/Widia%20Lorenza_Skripsi%20%28tanpa%20pe..</a>	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.49%	repository.stei.ac.id <a href="http://repository.stei.ac.id/5965/4/III.pdf">http://repository.stei.ac.id/5965/4/III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.49%	repository.unhas.ac.id <a href="http://repository.unhas.ac.id/31302/2/A062202035_tesis_01-08-2023%20bab%2...">http://repository.unhas.ac.id/31302/2/A062202035_tesis_01-08-2023%20bab%2...</a>	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.48%	repository.unismabekasi.ac.id <a href="http://repository.unismabekasi.ac.id/5106/2/BAB%20I.pdf">http://repository.unismabekasi.ac.id/5106/2/BAB%20I.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.45%	repository.unissula.ac.id <a href="http://repository.unissula.ac.id/27741/1/31401800066_fullpdf.pdf">http://repository.unissula.ac.id/27741/1/31401800066_fullpdf.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
19. 0.44%	rayyanjurnal.com <a href="https://rayyanjurnal.com/index.php/mantap/article/viewFile/5749/pdf">https://rayyanjurnal.com/index.php/mantap/article/viewFile/5749/pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.43%	pdfs.semanticscholar.org <a href="https://pdfs.semanticscholar.org/15a1/bc2226d26dd06c003ebf2e2652f9a067ba...">https://pdfs.semanticscholar.org/15a1/bc2226d26dd06c003ebf2e2652f9a067ba...</a>	●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
21.	0.43% kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/15818/5/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/15818/5/BAB_III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.41% journal.arimbi.or.id <a href="https://journal.arimbi.or.id/index.php/Rimba/article/download/1622/1843/7884">https://journal.arimbi.or.id/index.php/Rimba/article/download/1622/1843/7884</a>	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.41% dinastires.org <a href="https://dinastires.org/JAFM/article/download/1679/1362/12011">https://dinastires.org/JAFM/article/download/1679/1362/12011</a>	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.41% digilib.uinsgd.ac.id <a href="https://digilib.uinsgd.ac.id/107335/5/5_bab1.pdf">https://digilib.uinsgd.ac.id/107335/5/5_bab1.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.4% repositori.untidar.ac.id <a href="https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=26948&amp;bid=11499">https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=26948&amp;bid=11499</a>	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.39% eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9249/17/9.%20BAB%202.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9249/17/9.%20BAB%202.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.39% eprints.umg.ac.id <a href="http://eprints.umg.ac.id/1159/4/BAB%20III%20ok.pdf">http://eprints.umg.ac.id/1159/4/BAB%20III%20ok.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.38% repositori.uma.ac.id <a href="https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/20076/1/188330004%20...">https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/20076/1/188330004%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.38% eskripsi.usm.ac.id <a href="https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2018/B.231.18.0068/B.231.18.0068-1..">https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2018/B.231.18.0068/B.231.18.0068-1..</a>	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.37% repository.tazkia.ac.id <a href="https://repository.tazkia.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=37440&amp;bid=2579">https://repository.tazkia.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=37440&amp;bid=2579</a>	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.37% penerbitgoodwood.com <a href="https://penerbitgoodwood.com/index.php/gaar/article/download/3537/1067/20..">https://penerbitgoodwood.com/index.php/gaar/article/download/3537/1067/20..</a>	●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
32.	<b>0.36%</b> <a href="http://etheses.uingusdur.ac.id">etheses.uingusdur.ac.id</a>	●
	<a href="http://etheses.uingusdur.ac.id/7995/1/4318016_Cover_Bab%20I%20%26%20Ba...">http://etheses.uingusdur.ac.id/7995/1/4318016_Cover_Bab%20I%20%26%20Ba...</a>	
INTERNET SOURCE		
33.	<b>0.36%</b> <a href="https://oaj.jurnalhst.com">oaj.jurnalhst.com</a>	●
	<a href="https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jikm/article/download/2612/2622/2615">https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jikm/article/download/2612/2622/2615</a>	
INTERNET SOURCE		
34.	<b>0.36%</b> <a href="https://repository.um-surabaya.ac.id">repository.um-surabaya.ac.id</a>	●
	<a href="https://repository.um-surabaya.ac.id/812/4/BAB_III.pdf">https://repository.um-surabaya.ac.id/812/4/BAB_III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
35.	<b>0.35%</b> <a href="http://repository.stei.ac.id">repository.stei.ac.id</a>	●
	<a href="http://repository.stei.ac.id/1103/4/BAB%20III.pdf">http://repository.stei.ac.id/1103/4/BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
36.	<b>0.35%</b> <a href="http://repo.darmajaya.ac.id">repo.darmajaya.ac.id</a>	●
	<a href="http://repo.darmajaya.ac.id/12003/8/BAB%20III%20%281%29.pdf">http://repo.darmajaya.ac.id/12003/8/BAB%20III%20%281%29.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
37.	<b>0.34%</b> <a href="https://jonedu.org">jonedu.org</a>	●
	<a href="https://jonedu.org/index.php/joe/article/download/8316/6453/">https://jonedu.org/index.php/joe/article/download/8316/6453/</a>	
INTERNET SOURCE		
38.	<b>0.33%</b> <a href="https://jurnal.stie-aas.ac.id">jurnal.stie-aas.ac.id</a>	●
	<a href="https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jjie/article/download/12480/pdf">https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jjie/article/download/12480/pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
39.	<b>0.31%</b> <a href="https://journal.ibs.ac.id">journal.ibs.ac.id</a>	●
	<a href="https://journal.ibs.ac.id/index.php/JEMP/article/download/382/362/932">https://journal.ibs.ac.id/index.php/JEMP/article/download/382/362/932</a>	
INTERNET SOURCE		
40.	<b>0.31%</b> <a href="https://repo.stie-pembangunan.ac.id">repo.stie-pembangunan.ac.id</a>	●
	<a href="https://repo.stie-pembangunan.ac.id/613/1/19622071.pdf">https://repo.stie-pembangunan.ac.id/613/1/19622071.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
41.	<b>0.3%</b> <a href="https://e-journal.unmas.ac.id">e-journal.unmas.ac.id</a>	●
	<a href="https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juara/article/download/6183/5568">https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juara/article/download/6183/5568</a>	
INTERNET SOURCE		
42.	<b>0.29%</b> <a href="https://journal.unjani.ac.id">journal.unjani.ac.id</a>	●
	<a href="https://journal.unjani.ac.id/index.php/portofolio/article/download/214/101/">https://journal.unjani.ac.id/index.php/portofolio/article/download/214/101/</a>	



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
43.	0.29% namara-feb.unpak.ac.id	●
	<a href="https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/article/download/101/74/77">https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/article/download/101/74/77</a>	
INTERNET SOURCE		
44.	0.29% repo.stie-pembangunan.ac.id	●
	<a href="https://repo.stie-pembangunan.ac.id/575/1/19622139.pdf">https://repo.stie-pembangunan.ac.id/575/1/19622139.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
45.	0.28% jurnal.untirta.ac.id	●
	<a href="https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4457/3214">https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4457/3214</a>	
INTERNET SOURCE		
46.	0.28% revenue.lppmbinabangsa.id	●
	<a href="https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/848/483...">https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/848/483...</a>	
INTERNET SOURCE		
47.	0.28% epub.imandiri.id	●
	<a href="http://epub.imandiri.id/repository/docs/TaSkripsi/Skripsi%20Riznielda%203720...">http://epub.imandiri.id/repository/docs/TaSkripsi/Skripsi%20Riznielda%203720...</a>	
INTERNET SOURCE		
48.	0.28% repository.ub.ac.id	●
	<a href="https://repository.ub.ac.id/1901/1/Teuku%20Muhammad%20Faiz%20Ghazian.p...">https://repository.ub.ac.id/1901/1/Teuku%20Muhammad%20Faiz%20Ghazian.p...</a>	
INTERNET SOURCE		
49.	0.27% journal.ppmi.web.id	●
	<a href="https://journal.ppmi.web.id/index.php/jdedte/article/download/1629/1573/169...">https://journal.ppmi.web.id/index.php/jdedte/article/download/1629/1573/169...</a>	
INTERNET SOURCE		
50.	0.27% repository.stei.ac.id	●
	<a href="http://repository.stei.ac.id/8936/4/BAB%203.pdf">http://repository.stei.ac.id/8936/4/BAB%203.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
51.	0.26% journal.yrpiiku.com	●
	<a href="https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/7267/3968/38172">https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/7267/3968/38172</a>	
INTERNET SOURCE		
52.	0.26% owner.polgan.ac.id	●
	<a href="https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/download/2337/1445/13514">https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/download/2337/1445/13514</a>	
INTERNET SOURCE		
53.	0.25% mutuinstitute.com	●
	<a href="https://mutuinstitute.com/post/proses-pelaksanaan-program-proper/">https://mutuinstitute.com/post/proses-pelaksanaan-program-proper/</a>	



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
54. 0.25%	owner.polgan.ac.id <a href="https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/download/2668/1585/14595">https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/download/2668/1585/14595</a>	●
INTERNET SOURCE		
55. 0.25%	eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6209/24/10.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6209/24/10.%20BAB%20III.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
56. 0.25%	repository.usbypkp.ac.id <a href="https://repository.usbypkp.ac.id/1611/11/BAB%20IV.pdf">https://repository.usbypkp.ac.id/1611/11/BAB%20IV.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
57. 0.25%	eprints.umg.ac.id <a href="http://eprints.umg.ac.id/2259/2/Bab%20II.pdf">http://eprints.umg.ac.id/2259/2/Bab%20II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
58. 0.24%	jurnal.lenteranusa.id <a href="https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/margin/article/download/734/514/3228">https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/margin/article/download/734/514/3228</a>	●
INTERNET SOURCE		
59. 0.23%	oaj.jurnalhst.com <a href="https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jed/article/download/9356/10539/11774">https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jed/article/download/9356/10539/11774</a>	●
INTERNET SOURCE		
60. 0.22%	eprints.umm.ac.id <a href="https://eprints.umm.ac.id/10637/3/BAB%20II.pdf">https://eprints.umm.ac.id/10637/3/BAB%20II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
61. 0.21%	repository.unbara.ac.id <a href="https://repository.unbara.ac.id/2259/5/BAB%20III%20-%20Furqon%20Setyawan..">https://repository.unbara.ac.id/2259/5/BAB%20III%20-%20Furqon%20Setyawan..</a>	●
INTERNET SOURCE		
62. 0.21%	lppm.umus.ac.id <a href="https://lppm.umus.ac.id/mengeksplorasi-kebaruan-dalam-penelitian-bagaiman...">https://lppm.umus.ac.id/mengeksplorasi-kebaruan-dalam-penelitian-bagaiman...</a>	●
INTERNET SOURCE		
63. 0.19%	jseh.unram.ac.id <a href="https://jseh.unram.ac.id/index.php/jseh/article/view/798/316">https://jseh.unram.ac.id/index.php/jseh/article/view/798/316</a>	●
INTERNET SOURCE		
64. 0.18%	plj.ac.id <a href="https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrakt/article/download/1048/676/4163">https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrakt/article/download/1048/676/4163</a>	●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
65.	0.17% repo.darmajaya.ac.id <a href="http://repo.darmajaya.ac.id/19551/11/BAB%20V%20Theresia%20.pdf">http://repo.darmajaya.ac.id/19551/11/BAB%20V%20Theresia%20.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
66.	0.17% ejournal-polnam.ac.id <a href="https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/download/2740...">https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/download/2740...</a>	●
INTERNET SOURCE		
67.	0.17% jurnal.polban.ac.id <a href="https://jurnal.polban.ac.id/akuntansi/article/view/2241/1761">https://jurnal.polban.ac.id/akuntansi/article/view/2241/1761</a>	●
INTERNET SOURCE		
68.	0.17% repository.unhas.ac.id <a href="http://repository.unhas.ac.id/3639/2/A062181004_tesis%20I%20%26%20II.pdf">http://repository.unhas.ac.id/3639/2/A062181004_tesis%20I%20%26%20II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
69.	0.16% www.lifecycleindonesia.com <a href="https://www.lifecycleindonesia.com/single-post/lcadalamproper">https://www.lifecycleindonesia.com/single-post/lcadalamproper</a>	●
INTERNET SOURCE		
70.	0.16% owner.polgan.ac.id <a href="https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/download/2429/1429/13493">https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/download/2429/1429/13493</a>	●
INTERNET SOURCE		
71.	0.16% core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/25487464.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/25487464.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
72.	0.15% ulilalbabinstitute.id <a href="https://ulilalbabinstitute.id/index.php/EKOMA/article/download/7400/5678/152...">https://ulilalbabinstitute.id/index.php/EKOMA/article/download/7400/5678/152...</a>	●
INTERNET SOURCE		
73.	0.15% ojs.pseb.or.id <a href="https://ojs.pseb.or.id/index.php/jmeh/article/download/648/507/1259">https://ojs.pseb.or.id/index.php/jmeh/article/download/648/507/1259</a>	●
INTERNET SOURCE		
74.	0.15% www.journal.unrika.ac.id <a href="https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/download/2253/1577">https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/download/2253/1577</a>	●
INTERNET SOURCE		
75.	0.14% repository.poltekpar-nhi.ac.id <a href="http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/2395/3/PA_201923265_BAB%20III.pdf">http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/2395/3/PA_201923265_BAB%20III.pdf</a>	●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
76. 0.14%	id.linkedin.com <a href="https://id.linkedin.com/pulse/peluang-ekonomi-hijau-dengan-teknologi-menuju..">https://id.linkedin.com/pulse/peluang-ekonomi-hijau-dengan-teknologi-menuju..</a>	●
INTERNET SOURCE		
77. 0.14%	jurnaluniv45sby.ac.id <a href="https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/download/3818/3365/13..">https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/download/3818/3365/13..</a>	●
INTERNET SOURCE		
78. 0.14%	journal.uinjkt.ac.id <a href="https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/download/43911/pdf">https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/download/43911/pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
79. 0.13%	digilib.esaunggul.ac.id <a href="https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-7053-BAB1.pdf">https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-7053-BAB1.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
80. 0.13%	opini.unisma.ac.id <a href="https://opini.unisma.ac.id/teknologi-hijau-solusi-inovatif-untuk-menyelamatkan..">https://opini.unisma.ac.id/teknologi-hijau-solusi-inovatif-untuk-menyelamatkan..</a>	●
INTERNET SOURCE		
81. 0.13%	jurnalpost.com <a href="https://jurnalpost.com/peran-teknologi-hijau-dalam-mewujudkan-lingkungan-y...">https://jurnalpost.com/peran-teknologi-hijau-dalam-mewujudkan-lingkungan-y...</a>	●
INTERNET SOURCE		
82. 0.12%	mbnconsulting.id <a href="https://mbnconsulting.id/ide-bisnis-ramah-lingkungan/">https://mbnconsulting.id/ide-bisnis-ramah-lingkungan/</a>	●
INTERNET SOURCE		
83. 0.12%	ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id <a href="https://ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id/index.php/JurnalPublisitas/article/do..">https://ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id/index.php/JurnalPublisitas/article/do..</a>	●
INTERNET SOURCE		
84. 0.12%	journal.uii.ac.id <a href="https://journal.uii.ac.id/NCAF/article/download/27304/14643/83558">https://journal.uii.ac.id/NCAF/article/download/27304/14643/83558</a>	●
INTERNET SOURCE		
85. 0.12%	eksishum.untara.ac.id <a href="https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum/article/download/40/29">https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum/article/download/40/29</a>	●
INTERNET SOURCE		
86. 0.12%	digilib.unila.ac.id <a href="http://digilib.unila.ac.id/7988/113/BAB%20III.pdf">http://digilib.unila.ac.id/7988/113/BAB%20III.pdf</a>	● ●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE		
87.	<b>0.11%</b> penerbitgoodwood.com <a href="https://penerbitgoodwood.com/index.php/rambis/article/download/3705/1216...">https://penerbitgoodwood.com/index.php/rambis/article/download/3705/1216...</a>	●
INTERNET SOURCE		
88.	<b>0.11%</b> digilib.esaunggul.ac.id <a href="https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-22324-BAB1.Image.M...">https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-22324-BAB1.Image.M...</a>	●
INTERNET SOURCE		
89.	<b>0.11%</b> kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/10408/5/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/10408/5/BAB_III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
90.	<b>0.11%</b> repositori.uma.ac.id <a href="https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/15354/2/168320245%20-%20...">https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/15354/2/168320245%20-%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
91.	<b>0.1%</b> journal.moestopo.ac.id <a href="https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jakpi/article/download/4627/1765">https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jakpi/article/download/4627/1765</a>	●
INTERNET SOURCE		
92.	<b>0.1%</b> repository.umy.ac.id <a href="https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/35087/7.%20BAB%20...">https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/35087/7.%20BAB%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
93.	<b>0.1%</b> jurnal.fea.uniba-bpn.ac.id <a href="https://jurnal.fea.uniba-bpn.ac.id/index.php/JATF/article/download/47/31/231">https://jurnal.fea.uniba-bpn.ac.id/index.php/JATF/article/download/47/31/231</a>	●
INTERNET SOURCE		
94.	<b>0.1%</b> ejournal.uksw.edu <a href="https://ejournal.uksw.edu/persi/article/download/11693/3028/55575">https://ejournal.uksw.edu/persi/article/download/11693/3028/55575</a>	●
INTERNET SOURCE		
95.	<b>0.09%</b> lib.ui.ac.id <a href="https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/old7/122097-T%2025963-Analisis%20Peningk...">https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/old7/122097-T%2025963-Analisis%20Peningk...</a>	●
INTERNET SOURCE		
96.	<b>0.09%</b> archive.umsida.ac.id <a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6927/49693/..">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/6927/49693/..</a>	●
INTERNET SOURCE		
97.	<b>0.09%</b> manajemens2.umsida.ac.id <a href="https://manajemens2.umsida.ac.id/green-business-bisnis-ramah-lingkungan/">https://manajemens2.umsida.ac.id/green-business-bisnis-ramah-lingkungan/</a>	●



REPORT #27284741

INTERNET SOURCE

98. **0.08%** [digilib.unila.ac.id](http://digilib.unila.ac.id)

<http://digilib.unila.ac.id/125/4/BAB%20II.pdf>



INTERNET SOURCE

99. **0.08%** [jurnal.iaidukandangan.ac.id](https://jurnal.iaidukandangan.ac.id)

<https://jurnal.iaidukandangan.ac.id/index.php/annahdah/article/download/37...>



100.

INTERNET SOURCE

**0.07%** [repository.radenfatah.ac.id](https://repository.radenfatah.ac.id)

<https://repository.radenfatah.ac.id/18072/3/BAB%20III.pdf>



101.

INTERNET SOURCE

**0.07%** [repository.iainkudus.ac.id](http://repository.iainkudus.ac.id)

<http://repository.iainkudus.ac.id/11989/5/5.%20BAB%20II.pdf>



102.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [www.academia.edu](https://www.academia.edu)

[https://www.academia.edu/52085544/KESAN\\_PENGGUNAAN\\_GRAFIK\\_DINAMIK\\_..](https://www.academia.edu/52085544/KESAN_PENGGUNAAN_GRAFIK_DINAMIK_..)



103.

INTERNET SOURCE

**0.04%** [repository.upnvj.ac.id](http://repository.upnvj.ac.id)

<http://repository.upnvj.ac.id/34341/2/AWAL.pdf>



104.

INTERNET SOURCE

**0.02%** [repository.fe.unj.ac.id](http://repository.fe.unj.ac.id)

[http://repository.fe.unj.ac.id/12514/5/SKRIPSI\\_FITRIA%20CAHYANI\\_BAB%20III.p...](http://repository.fe.unj.ac.id/12514/5/SKRIPSI_FITRIA%20CAHYANI_BAB%20III.p...)



105.

INTERNET SOURCE

**0.02%** [eskripsi.usm.ac.id](https://eskripsi.usm.ac.id)

<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2018/B.111.18.0162/B.111.18.0162-0..>



● QUOTES

0.09% slims.stiebankbpdjateng.ac.id

<https://slims.stiebankbpdjateng.ac.id/slims/index.php?p=fstream-pdf&fid=35&b...>