

**PENGARUH *GREEN PRODUCT INNOVATION*,
GREEN PROCESS INNOVATION, DAN KINERJA
KEUANGAN TERHADAP KEUNGGULAN
KOMPETITIF PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR BARANG KONSUMSI**

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



OLEH :

**NURHALIMAH HANDAYANI
1901036215
S1 AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pengaruh *Green Product Innovation, Green Process Innovation*, dan Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi

Nama Mahasiswa : Nurhalimah Handayani

NIM : 1901036215

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1-Akuntansi

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Menyetujui,

Samarinda, 03 Juli 2023
Dosen Pembimbing



Ferry Diyanti, S.E., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSRA
NIP. 19830228 200604 2 002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mulawarman



Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si
NIP. 19620513 198811 2 001

Lulus Tanggal Ujian : 13 Juni 2023

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product Innovation*, *Green Process Innovation*, dan Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi
Nama : Nurhalimah Handayani
NIM : 1901036215
Hari : Selasa
Tanggal Ujian : 13 Mei 2023

TIM PENGUJI

1. Ferry Diyanti, S.E., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSRA
NIP. 19830228 200604 2 002
2. Dr. Fibriyani Nur Khairin, S.E., M.SA., Ak., CA., CSP., CIOaR
NIP. 19850204 200912 2 007
3. Dr. Hj. Anisa Kusumawardani, S.E., M.Si., CSRS., CSRA
NIP. 19771107 200012 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar ustaka.

Apabila ternyata dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur penjiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 05 Juni 2023



Nurhafimah Handayani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurhalimah Handayani
NIM : 1901036125
Program Studi : S1-Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman**. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh *Green Product Innovation, Green Process Innovation, dan Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif pada Perusahaan Manufaktur Sektir Barang Konsumsi*”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini kepada UPT Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Samarinda

Tanggal: 11 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Nurhalimah Handayani

NIM. 1901036215

RIWAYAT HIDUP



Nurhalimah Handayani, lahir di Sangatta Provinsi Kalimantan Timur pada tanggal 03 Mei 2001. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Handoko Putro dan Ibu Suryani. Pada tahun 2006 penulis memulai pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Sangatta. Kemudian, pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Yayasan Pendidikan Prima Swarga Bara (YPPSB) Sangatta Utara, Kutai Timur hingga lulus pada tahun 2013. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Yayasan Pendidikan Prima Swarga Bara (YPPSB) Sangatta Utara, Kutai Timur hingga lulus pada tahun 2016. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Sangatta Utara, Kutai Timur hingga lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, penulis diterima menjadi mahasiswa Strata 1 (S1) Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Kemudian pada tahun 2022, penulis melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Teluk Pandan Kabupaten Kutai Timur Provinsi Kalimantan Timur.

Samarinda, 11 Juli 2023

Nurhalimah Handayani

ABSTRAK

Nurhalimah Handayani, 2023. **Pengaruh *Green Product Innovation*, *Green Process Innovation* dan Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia)**. Dibawah bimbingan Ibu Ferry Diyanti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh *green product innovation*, *green process innovation* dan kinerja keuangan terhadap keunggulan kompetitif. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 140 sampel penelitian yang sesuai dari 28 perusahaan dari periode 2017-2021. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat analisis SPSS versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, *green product innovation* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif, dan *green process innovation* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Kata Kunci: *green product innovation*, *green process innovation*, kinerja keuangan, keunggulan kompetitif.

ABSTRACT

*Nurhalimah Handayani, 2023. **Influence of Green Product Innovation, Green Process Innovation and Financial Performance on Competitive Advantage (Empirical Study of Manufacturing Companies in the Consumer Good Industry Sector listed on the Indonesia Stock Exchange)**. Under the guidance of Mrs. Ferry Diyanti. This study aims to analyze and describe the effect of green product innovation, green process innovation and financial performance on competitive advantage. This study used a purposive sampling method and obtained 140 research samples that met the criteria from 28 companies from the 2017-2021 period. This study uses multiple linear regression analysis with SPSS version 25. The results of the analysis show that financial performance has a positive and significant effect on competitive advantage, green product innovation has a positive and insignificant effect on competitive advantage, and green process innovation has a negative and significant effect on competitive advantage.*

Keywords: *green product innovation, green process innovation, financial performance, competitive advantage*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunianya dan limpahan rahmat serta hidayah juga pertolongan kepada hamba-Nya. Sholawat dan salam tidak lupa penulis hanturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Green Product Innovation*, *Green Process Innovation*, dan Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi”**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak menghadapi kendala dan kesulitan, namun berkat bantuan dan dukungan serta pengarahan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktunya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abdunnur, M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Mulawarman.
3. Ibu Dwi Risma Deviyanti, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr. H. Zaki Fakhroni, Ak., CA., CTA., CFrA., CIQAR selaku Koordinator Program Studi S1-Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

5. Ibu Ferry Diyanti, SE., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSRA selaku dosen pembimbing, terima kasih telah memberikan bimbingan, waktu, ilmu serta nasihat yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Iskandar, SE., M.Si., Ak., CA selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan serta nasihat selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Kedua orang tua tersayang dan tercinta yaitu Bapak Handoko Putro dan Ibu Suryani Jappi. Kepada ibu tercinta terima kasih tiada henti mendoakan penulis sehingga penulis selalu bersemangat dalam mengerjakan skripsi karena mengingat nasihat yang telah diberikan. Kepada bapak tercinta terima kasih atas segala usaha dan kerja kerasnya sehingga selalu berusaha agar selalu memberikan yang terbaik, baik materi maupun fasilitas untuk penulis dan selalu mendoakan penulis serta selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak-kakak penulis yaitu Kak Nur, Mas Deden, Mas Rafli, dan Dicky terima kasih karena selalu memberikan semangat kepada penulis dan telah menjadi pendengar yang baik, serta motivasi yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

10. Teman seperjuangan yaitu Sindi Novita, Adhalia Fatonah, Putri Dwisya, Wellawati, Risda Amalia, Ernawati, Rani Eliyna dan Kak Asnita terima kasih telah menjadi teman yang baik, selalu berjuang bersama selama masa perkuliahan dari awal perkuliahan sampai sekarang selalu memberikan semangat dan dukungan serta selalu mendengar keluh kesah penulis dan memberikan bantuan kepada penulis semoga kita bisa berjuang bersama-sama sampai akhir.

11. Teman-teman terdekat penulis yaitu Anggita Suci, Ni'matiya Ananda, Radiva Sabrina, Amalia Putri, Kak Nurul dan Kak Meli terima kasih selalu menyemangati penulis dan menjadi pendengar yang baik sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.

12. Kepada seluruh member NCT terutama Mark Lee dan Haechan, Wonwoo Seventeen, dan seluruh member BTS terima kasih karena selalu menjadi penyemangat sekaligus sumber kebahagiaan penulis selama pembuatan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Demikian kata pengantar dari penulis, semoga semua bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan kebaikan pula dari Allah SWT, serta skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi yang berkepentingan. Penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan.

Samarinda, 05 Juni 2023

Nurhalimah Handayani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Stakeholder	8
2.1.2 <i>Green Product Innovation</i>	10
2.1.3 <i>Green Process Innovation</i>	11
2.1.4 Kinerja Keuangan	12
2.1.5 Keunggulan Kompetitif	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	23
2.4.1 Pengaruh <i>green product innovation</i> terhadap keunggulan kompetitif	23
2.4.2 Pengaruh <i>green process innovation</i> terhadap keunggulan kompetitif	24
2.4.3 Pengaruh kinerja keuangan terhadap keunggulan kompetitif.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Variabel Dependen (Y).....	28
3.1.2 Variabel Independen <i>Green Product Innovation</i>	28
3.1.3 Variabel Independen <i>Green Process Innovation</i>	30
3.1.4 Variabel Independen Kinerja Keuangan.....	31
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34

3.5 Alat Analisis Data.....	34
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	34
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.5.3 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil.....	40
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	40
4.1.2 Analisis Data	41
4.1.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	42
4.1.3.1 Uji Normalitas	42
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	44
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas	44
4.1.3.4 Uji Autokorelasi	45
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.1.5 Uji F.....	48
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.1.7 Uji Hipotesis (Uji t)	49
4.2 Pembahasan	50
4.2.1 Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap Keunggulan Kompetitif.	50
4.2.2 Pengaruh <i>Green Process Innovation</i> terhadap Keunggulan Kompetitif.....	52
4.2.3 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif	54
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Penyaringan Sampel.....	33
Tabel 4.1 Objek Penelitian.....	40
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Sebelum Data Outlier	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Setelah Data Outlier.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	45
Tabel 4.7 Hasil Analisis Linier Berganda.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	22
Gambar 2.2 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan.....	63
Lampiran 2 Jumlah Data yang Diolah	63
Lampiran 3 Perhitungan Pengukuran Variabel Penelitian	67
Lampiran 4 Hasil Output SPSS versi 25	85
Lampiran 5 Output Plagiasi (Turnitin).....	89

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah mengubah berbagai paradigme bisnis dan membuka arus pasar menjadi lebih bebas dan lebih luas. Untuk dapat bertahan di era globalisasi yang telah berubah, memuaskan konsumen, dan memperoleh profit yang tinggi diperlukan keunggulan kompetitif. Hal ini dapat diciptakan melalui keunggulan produk, pelayanan, harga, maupun aspek lainnya yang menjadi alasan konsumen memilih royal ke produk barang maupun jasa dari suatu perusahaan.

Menurut Dehghanan dan Bakhshandeh (2014) isu-isu terkait dengan lingkungan telah meningkatkan perhatian seluruh dunia terutama pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh manusia, seperti sampah rumah tangga dan sampah dari aktivitas industri yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar serta aktivitas negatif lainnya. Berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan ini menjadi salah satu aspek lainnya yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Salah satu cara yang dapat diraih oleh setiap perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif serta tidak tergerus oleh dinamika perusahaan adalah dengan inovasi. Inovasi bukanlah hanya sekedar tujuan, melainkan proses terus menerus yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang dinamis. Bagi perusahaan, inovasi dapat dipandang sebagai sebuah produk yang diperlukan untuk mempertahankan proses organisasional. Inovasi bertumpu pada pendekatan sumber daya yang diposisikan sebagai dasar dalam meraih keunggulan kompetitif, dimana

suatu perusahaan mampu untuk memperoleh pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, inovasi telah menjadi kekuatan penting untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Green innovation adalah teknologi baru yang mengacu pada produk atau proses produksi yang berguna untuk mendorong efisiensi energi, mengurangi polusi, dan mendaur ulang limbah. *Green innovation*, sendiri mengurangi dampak negatif masalah lingkungan yang timbul dari proses produksi tradisional dan menciptakan persaingan yang kompetitif sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnisnya secara finansial (Chang & Chen, 2013). Menurut Cheng *et al* (2014) untuk menciptakan perusahaan yang ramah lingkungan dapat dilakukan dengan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan efisiensi energi, seperti membuat, memodifikasi desain, mengembangkan dan mengolah produk ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan yang dapat terurai. Pentingnya ramah terhadap lingkungan bagi perusahaan adalah perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungan, mendapatkan keunggulan kompetitif serta mendapatkan kepercayaan para *stakeholder* dan *shareholder*. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk mulai menerapkan *Green innovation*.

Pada dasarnya *green innovation* dibagi menjadi dua bagian yaitu *green product innovation* dan *green process innovation*. *Green product innovation* berfokus pada peningkatan signifikan barang atau jasa untuk mengurangi dampak ekologi dan lingkungan dari energi dan sumber daya material serta polusi dan limbah beracun (Dibrell & Moeller, 2011). Tujuan dari *green product innovation*

adalah untuk mengurangi dampak lingkungan dengan merancang dan memodifikasi produk (Salvadó *et al.*, 2014). Menurut Ar (2012), *green product innovation* sendiri berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Menurutnya, perusahaan yang meningkatkan *green product innovation* melalui inovasi produk ramah lingkungan akan diuntungkan dengan peningkatan jumlah konsumen, sehingga akan mempengaruhi pertumbuhan penjualan. Sebaliknya menurut Fitriani (2015), *green product innovation* tidak dapat dijadikan tolak ukur untuk meningkatkan kinerja perusahaan, karena pengembangan produk itu sendiri juga harus mengetahui kondisi pasar dan keinginan konsumen. Perusahaan perlu mempresentasikan visinya tentang produk ramah lingkungan baru yang dapat menawarkan nilai yang lebih baik sehingga konsumen tertarik untuk mencobanya, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Green process innovation merupakan kegiatan operasional perusahaan, yang memperhatikan beberapa aspek dalam proses produksinya, yaitu penghematan energi, pengolahan limbah, sumber daya dan pertimbangan dampak proses terhadap ekologi (Chang & Chen, 2013). Upaya perusahaan dalam menerapkan *green process innovation* membawa manfaat yang jelas bagi perusahaan, seperti biaya operasional perusahaan yang minimal, konsumsi bahan bakar yang minimal, penghematan listrik dan efisiensi penggunaan mesin yang mempengaruhi biaya produksi. Pengurangan biaya produksi berdampak pada pengurangan total biaya operasional. Penurunan biaya operasional perusahaan dapat mendorong peningkatan laba.

Green process innovation berdampak positif bagi perusahaan yang tidak dapat mengembangkan produk. Volume penjualan yang stagnan dapat dikompensasikan dengan berusaha meminimalkan biaya produksi agar perusahaan terus memperoleh laba. Pertumbuhan laba juga memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban dalam mempertimbangkan akibat dari operasionalnya terhadap *stakeholders*, dan perusahaan tidak boleh hanya berfokus terhadap peningkatan keuntungan saja.

Pernyataan tersebut didukung oleh penemuan Fitriani (2015) yang menyatakan bahwa *green process innovation* dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Menurutnya, perusahaan yang menerapkan *green process innovation* dengan cara menghemat listrik dan menggunakan energi akan mengalami penurunan biaya produksi. Penurunan biaya produksi yang terjadi disebabkan oleh adanya penurunan biaya produksi, sehingga biaya operasional perusahaan menjadi turun. Penelitian yang dilakukan oleh Küçükoğlu & Pınar (2015) juga menyatakan bahwa penghematan biaya produksi perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan berupa peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Penurunan biaya operasional akan mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan sehingga kinerja perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Akan tetapi, menurut Chang & Chen (2013) dan Ar (2012) menunjukkan bahwa *green process innovation* tidak dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk meningkatkan kinerja perusahaan karena produk yang diproduksi tidak menunjukkan bagaimana upaya perusahaan untuk meningkatkan *green process innovation*, sehingga

terkadang *green process innovation* tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

Dalam upaya menghasilkan keunggulan kompetitif, sumber daya yang digunakan oleh perusahaan harus langka, berharga, tidak dapat dibandingkan, tidak dapat diperjualbelikan serta tidak dapat ditiru. Sumber daya yang dimaksud tersebut adalah semua aset perusahaan, kapabilitas, proses bisnis organisasi, karakteristik perusahaan, pengetahuan serta sumber daya yang berada dibawah kendali perusahaan (Ma, 2000). Kinerja keuangan adalah keadaan keuangan suatu perusahaan, yang telah dianalisis dengan alat analisa keuangan yang mencerminkan baik buruknya kinerja keuangan suatu perusahaan selama suatu periode (Gani & Machmud, 2020). Kinerja yang unggul dapat dilihat dari kemampuan keuangan yang baik seperti adanya peningkatan keuntungan dan peningkatan penjualan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dapat terlihat dari perolehan laba yang diatas rata-rata dan unggul dalam kegiatan operasinya, secara tidak langsung keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut baik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fabiola dan Khusnah (2022) menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Dalam penelitian ini pemilihan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi bertujuan karena perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi memiliki dampak yang besar terhadap pengelolaan lingkungan dan sosial dan sektor barang konsumsi dipilih karena perusahaan memproduksi produk kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dengan tingginya

permintaan tersebut berdampak pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang optimal.

Berdasarkan permasalahan dan hubungan variabel yang telah dijelaskan secara umum, perlu dilakukan pengujian untuk membuktikan hal tersebut. Maka ditarik sebuah judul penelitian yaitu, Pengaruh *Green Product Innovation*, *Green Process Innovation* dan Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *green product innovation* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif?
2. Apakah *green process innovation* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif?
3. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh *green product innovation* terhadap keunggulan kompetitif.
2. Untuk menguji pengaruh *green process innovation* terhadap keunggulan kompetitif.

3. Untuk menguji pengaruh kinerja keuangan terhadap keunggulan kompetitif.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris dalam hal memperkuat teori legitimasi untuk menjelaskan hubungan antara pengaruh *green product innovation*, *green process innovation* dan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris dengan adanya kesadaran perusahaan pentingnya menerapkan *green product innovation* dan *green process innovation* untuk kelanjutan perusahaan itu sendiri.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait kegiatan keberlanjutan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan dalam membuat keputusan investasi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Penelitian ini menggunakan teori yang diperkenalkan pertama kali oleh Freeman pada tahun 1984. Freeman menjelaskan bahwa *stakeholders theory* adalah teori yang berfokus pada kesejahteraan *stakeholders* dan membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak. Pengungkapan informasi keuangan dan lingkungan merupakan salah satu upaya yang dapat mempengaruhi persepsi *stakeholders* tentang perusahaan. Adams & McNicholas (2007) berpendapat bahwa pengungkapan informasi keuangan dan lingkungan merupakan informasi yang sangat penting bagi perusahaan yang dapat mengubah persepsi dan ekspektasi *stakeholders* terhadap perusahaan. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya harus memprioritaskan dan mengungkapkan masalah lingkungan yang terjadi dalam annual report atau sustainability report.

Freeman (2005) berpendapat bahwa perusahaan akan mendapatkan dukungan dari *stakeholders* jika perusahaan mengungkapkan informasi mengenai lingkungan. Hal tersebut didukung oleh *stakeholders theory* dimana semakin kuat hubungan perusahaan dengan *stakeholders*, maka semakin baik bisnis perusahaan dan begitu juga sebaliknya. Pentingnya perusahaan memperhatikan pihak-pihak yang berkepentingan, karena hal tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada seluruh *stakeholders*. Teori *stakeholders* juga menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban dalam mempertimbangkan akibat dari operasionalnya terhadap para *stakeholder*, dan perusahaan tidak boleh hanya

berfokus pada peningkatan keuntungan saja (Rankin *et al.*, 2018). Dalam hal ini tentunya perusahaan wajib memperhatikan kesejahteraan *stakeholders* yang memberikan pengaruh dalam keberlangsungan hidup.

Menurut Gray *et al.*, (1997) kelangsungan bisnis memerlukan dukungan pemangku kepentingan dan bahwa perusahaan harus memperhatikan sikap pemangku kepentingan untuk memenuhi keinginan pemangku kepentingan. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan serta harapan *stakeholders* adalah menyampaikan informasi tentang hasil dan kegiatan perusahaan. Pemberian informasi ini penting untuk mendapatkan dukungan serta persetujuan dari *stakeholders* (Rankin *et al.*, 2018). Mengabaikan kepentingan *stakeholders* dapat mencemari citra publik perusahaan, yang akan mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan.

Pengungkapan *green product innovation* dan *green process innovation* adalah salah satu informasi yang dapat disediakan oleh perusahaan. Informasi lainnya yang dapat disediakan oleh perusahaan adalah kinerja keuangan perusahaan. Pengungkapan *green product innovation* dan *green process innovation* berguna untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholders* eksternal, karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chang & Chen, 2013). Sedangkan pengungkapan kinerja keuangan berguna untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholders* internal untuk menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Semakin besar kekuatan pemangku kepentingan, semakin banyak upaya yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, sehingga

ketika keunggulan kompetitif perusahaan meningkat maka akan semakin kuat untuk menyeimbangkan kekuatan perusahaan.

2.1.2 Green Product Innovation

Green product innovation yaitu inovasi produk perusahaan yang tujuannya untuk meningkatkan produksi sekaligus menyelamatkan lingkungan, seperti mendaur ulang produk, menghilangkan bahan yang akan menimbulkan pencemaran, mengurangi dan memilih bahan baku yang lebih ramah lingkungan (Kivimaa & Kautto, 2010). Perusahaan berfokus pada peningkatan kualitas produk dengan *green product innovation* untuk mengurangi dampak lingkungan dari sumber daya energi dan material serta polusi dan limbah beracun dengan menerapkan pendekatan *cradle to grave* yaitu akses di mana produk di produksi, dikemas, disimpan, didaur ulang, diproses dan ditimbun (Dibrell & Moeller, 2011). *Green product innovation* memiliki tujuan untuk menciptakan, memodifikasi, dan mengembangkan produk yang lebih ramah dengan menggunakan bahan-bahan yang dapat terurai secara alami dalam proses produksi untuk mengurangi pencemaran lingkungan dan meningkatkan efisiensi energi (Chang & Chen, 2013).

Menurut Fitriani (2015), manfaat *green product innovation* adalah penghematan penggunaan sumber daya alam dan energi, pengurangan bahan beracun dalam produksi, meminimalkan polusi dan limbah, serta meminimalkan dampak lingkungan dari produk yang berbahaya selama produksi. Dengan menerapkan inovasi produk ramah lingkungan, produk yang dihasilkan perusahaan dapat meningkatkan minat konsumen, sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Selain itu, dengan berinvestasi dalam inovasi produk ramah lingkungan

dapat membantu perusahaan dalam mencegah adanya protes lingkungan dan mengembangkan peluang pasar baru sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain dan mencapai kesuksesan dengan produk ramah lingkungan baru untuk perusahaan (Chiou *et al.*, 2011).

2.1.3 Green Process Innovation

Green process innovation adalah inovasi proses yang ramah lingkungan, yang memperbaiki proses dan sistem produksi perusahaan untuk menghasilkan produk dengan mengurangi dampak negatif lingkungan seperti penghematan energi, pencegahan polusi dan daur ulang limbah (Qi *et al.*, 2012). Penerapan *Green process innovation* dapat dilakukan melalui teknologi (Chang & Chen, 2013). *Green process innovation* berfokus pada proses produksi yang dapat mengurangi emisi polutan, pencemaran limbah dan kerusakan lingkungan dengan tujuan mempengaruhi sistem produksi untuk meminimalkan beban lingkungan dengan dukungan peralatan baru atau peralatan yang dimodifikasi (Cainelli *et al.*, 2015).

Tujuan dari *green process innovation* adalah untuk mengurangi energi, mengurangi emisi air dan udara, meningkatkan sumber daya dan mengubah energy menjadi bio energi selama proses produksi perusahaan dalam menghasilkan produk yang ramah lingkungan (Kivimaa & Kautto, 2010). Li *et al* (2017), berpendapat bahwa *green process innovation* berkaitan dengan *green product innovation* karena *green process innovation* memerlukan alat dan mesin baru atau alat yang dimodifikasi untuk melakukan proses kerja dan manajemen untuk meningkatkan kualitas produk ramah lingkungan melalui perubahan desain produk dan perbaikan serta perancangan produk ramah lingkungan. Dengan menerapkan *green process*

innovation dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan keunggulan kompetitif dengan mencapai kesuksesan dalam pembuatan produk ramah lingkungan dan meningkatkan keuntungan perusahaan (Wong, 2012).

2.1.4 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan suatu perusahaan adalah penentuan ukuran tertentu yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (Sudiyatno, 2010). Investor dapat menggunakan informasi tentang kinerja keuangan suatu perusahaan untuk melihat bagaimana perusahaan dapat mempertahankan investasinya di perusahaan tersebut atau mencari peluang lain. Pengukuran juga dilakukan untuk memperlihatkan kepada investor, konsumen ataupun masyarakat umum bahwa kredibilitas perusahaan baik.

Menurut Sucipto (2003) adalah definisi ukuran tertentu yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Untuk menggambarkan kinerja suatu perusahaan, analisis keuangan melihat kondisi perusahaan untuk mengetahui apakah kondisi perusahaan baik atau buruk selama suatu periode, yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut. Dengan cara ini sumber daya perusahaan dapat digunakan secara optimal dalam menghadapi persaingan dan perubahan lingkungan. Brigham dan Huston (2010) mengatakan bahwa analisis terhadap laporan keuangan meliputi:

1. Membandingkan kinerja perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.
2. Evaluasi kecenderungan posisi keuangan perusahaan sepanjang waktu.

Penggunaan laporan keuangan dalam mengevaluasi kinerja didasarkan pada informasi akuntansi yang mencerminkan nilai sumber daya yang diperoleh dari kegiatan usaha perusahaan, serta sumber daya yang dikorbankan oleh manajer untuk menjalankan kegiatan usaha perusahaan. Pentingnya laporan keuangan sebagai informasi dalam mengevaluasi kegiatan perusahaan mengharuskan laporan keuangan tahunan mencerminkan keadaan perusahaan yang sebenarnya pada saat tertentu, sehingga keputusan yang terkait dengan perusahaan dapat diambil dengan benar.

2.1.5 Keunggulan Kompetitif

Menurut Prakosa (2005) keunggulan kompetitif atau *competitive advantage* merupakan peluang untuk bertemu pelanggan ketika mereka memiliki perbedaan yang konsisten dalam karakteristik utama produk yang dihasilkan dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing. Yang dimana perbedaan tersebut merupakan efek langsung dari kesenjangan atau kemampuan antara produsen dan pesaing. Perusahaan yang terlibat dalam inovasi berkelanjutan dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Grant (1999) mendefinisikan keunggulan kompetitif ketika dua perusahaan bersaing (dalam hal pasar dan pelanggan yang sama), ketika satu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif atas perusahaan lain jika memperoleh laba yang lebih banyak. Hal yang serupa dikatakan oleh Porter dan Linde (1995) dalam bukunya bahwa, keunggulan bersaing adalah suatu usaha untuk menciptakan nilai pelanggan yang lebih baik dari pesaing baik dalam melakukan aktivitas tertentu

secara ekonomis atau dengan kualitas pelayanan yang lebih baik atau kombinasi dari aktivitas ekonomi dan kualitas pelayanan, dibandingkan dengan pesaing.

Hitt *et al.*, (2016) mengatakan bahwa keunggulan kompetitif sebagai kemampuan perusahaan untuk menggunakan sumber daya dan terlibat dalam pencapaian tujuan akhir yang ditetapkan. Keunggulan mampu memotivasi perusahaan untuk menciptakan dan menggunakan peluang dan sumber daya eksternal yang dimiliki organisasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Chen *et al* (2006) melakukan penelitian mengenai pengungkapan *green innovation* terhadap *competitive advantage* di perusahaan Taiwan. Penelitian ini menggunakan *paired sample t-test* dengan variabel *green innovation* sebagai variabel independen dan *competitive advantage* sebagai variabel dependen. Penelitian ini menghasilkan bahwa investasi dalam *green product innovation* dan *green process innovation* sangat membantu bisnis.

Fitriani (2015) melakukan penelitian *green innovation* dengan UKM Batik sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis *stepwise regression*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *green innnovation* sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing produk serta kinerja pemasaran sebagai variabel dependen. Hasil dari penelitian ini adalah *green product innovation* tidak memberikan kontribusi positif terhadap keunggulan kompetitif produk dan kinerja pasar. Sedangkan untuk *green process innovation* memberikan kontribusi positif terhadap keunggulan kompetitif produk akan tetapi tidak dengan

kinerja pasar. Keunggulan bersaing produk berdampak positif terhadap kinerja pasar.

Barmara (2017) melakukan penelitian *green innovation* terhadap *competitive advantage*. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen air mineral merek AQUA. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *green product innovation* dan *green process innovation* sebagai variabel independen sedangkan untuk variabel dependen menggunakan *competitive advantage*. Penelitian ini menggunakan Analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan *green product innovation* dan *green process innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage*.

Mariyamah & Handayani (2019) melakukan penelitian terhadap *green innovation* sebagai variabel independen dan *economic performance* sebagai variabel dependen dengan tambahan variabel moderasi yaitu *enviromental management accounting*. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta berpartisipasi dalam PROPER. Penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi dan akuntansi manajemen lingkungan tidak dapat memoderasi hubungan antara *Green Innovation* dengan Kinerja ekonomi.

Xie *et al* (2019) melakukan penelitian pada *green product innovation* dan *green process innovation* sebagai variabel independen, *corporate financial performance* sebagai variabel dependen dan *green subsidies* serta *green image* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

Objek dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efek moderasi yang dihasilkan dari variabel *green subsidies* tidak mendukung hubungan *green product innovation* dan *corporate financial performance*.

Sari dan Handayani (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menguji apakah inovasi dan proses produk yang ramah lingkungan mampu memberikan dampak yang baik bagi kinerja emiten di sektor manufaktur Indonesia. Pada penelitian ini *green product innovation* dan *green process innovation* menjadi variabel independen dan kinerja perusahaan menjadi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pada penelitian ini adalah *green product innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan sedangkan *green process innovation* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Sellitto *et al* (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mendefinisikan bagaimana *green innovation* mendukung *competitive advantage* pada perusahaan *furniture* yang terletak di Selatan Brazil sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitiannya adalah *green innovation* yang terfokus terhadap operasi dan proses tidak berpengaruh positif terhadap *competitive enablers* tetapi berpengaruh positif terhadap *competitive advantage*; *green innovation* yang berfokus terhadap produk dan pelanggan serta *eco-efficiency* berpengaruh terhadap *competitive enablers*; *competitive enablers* yang berdasarkan hanya pada produk dan pelanggan serta *eco-efficiency* berpengaruh positif terhadap *competitive advantage*.

Fabiola dan Khusnah (2022) melakukan penelitian *green innovation* dan kinerja keuangan sebagai variabel independen dan keunggulan perusahaan serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Objek pada penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya adalah *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif; *green innovation* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan; keunggulan kompetitif berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan; dan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu maka peneliti mencoba untuk membuat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan menambahkan variabel kinerja keuangan sebagai variabel independen dan keunggulan kompetitif sebagai variabel dependennya. Penelitian ini juga menggunakan *annual report* sebagai sumber data untuk variabel *green product innovation* dan *green process innovation*.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	<i>The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan / (Chen et al., 2006)</i>	<i>green innovation (X)</i> <i>corporate advantage (Y)</i>	<i>paires simple t-test</i>	<i>green product innovation dan green process Innovation</i> berhubungan positif dengan <i>corporate advantage</i> perusahaan. Investasi dalam

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
				<i>green product innovation</i> sangat membantu bisnis. Hasil penelitian ini berpendapat bahwa bisnis harus menyadari nilai dan posisi yang benar dari <i>green innovation</i> .
2.	Analisis <i>Green Innovation</i> dampaknya terhadap Keunggulan bersaing Produk dan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik pada UKM Batik Ciwaringin Kabupaten Cirebon) / (Fitriani, 2015)	<i>green innovation</i> (X), keunggulan bersaing produk; kinerja pemasaran (Y)	<i>stepwise regression</i>	<i>green product innovation</i> tidak berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif produk dan kinerja pasar. <i>green process innovation</i> berdampak positif terhadap keunggulan kompetitif produk, akan tetapi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. Keunggulan produk berpengaruh positif terhadap kinerja pasar.
3.	Analisis Pengaruh Green Product Innovation dan Green Process Innovation	<i>green product innovation</i> dan <i>green process</i>	regresi linier berganda	<i>green product innovation</i> dan <i>green process</i>

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	terhadap Competitive Advantage / (Barmara, 2017)	<i>innovation</i> (X); <i>competitive advantage</i> (Y)		<i>innovation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>competitive advantage</i> .
4.	Pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap <i>Economic Performance</i> dengan <i>Enviromental Management Accounting</i> sebagai variabel Moderasi / (Mariyamah & Handayani, 2019)	<i>green Innovation</i> (X); <i>economic performance</i> (Y); <i>enviromental management accounting</i> (Moderasi)	<i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	<i>green innovation</i> berpengaruh positif terhadap <i>economic performance</i> dan <i>enviromental management accounting</i> tidak dapat memoderasi hubungan antara <i>green innovation</i> dengan <i>economic performance</i> .
5.	<i>Green Process Innovation, Green Product Innovation and Corporate Financial Performance: A content Analysis Method</i> / (Xie et al., 2019)	<i>green process innovation,</i> <i>green product innovation</i> (X); <i>corporate financial performance</i> (Y)	<i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	Efek moderasi dari <i>green subsidies</i> pada hubungan <i>green product innovation</i> dan <i>financial performance</i> perusahaan berpengaruh negatif.
6.	Pengaruh Pengungkapan <i>Green Product Innovation</i> dan <i>Green Process Innovation</i> terhadap Kinerja Perusahaan / (Sari & Handayani, 2020)	<i>green product innovation</i> dan <i>green process innovation</i> (X); kinerja perusahaan (Y)	analisis regresi linier berganda	<i>green product innovation</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, sedangkan <i>green</i>

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
				<i>process innovation</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
7.	<i>Green Innovation and Competitive Advantage in a Furniture Industrial Cluster: A Survey and Structural Model / (Sellitto et al., 2020)</i>	<i>green innovation (X); competitive advantage (Y)</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	<i>green innovation</i> yang terfokus terhadap operasi dan proses tidak berpengaruh positif terhadap <i>competitive enablers</i> , akan tetapi berpengaruh positif terhadap <i>competitive advantage</i> , <i>green innovation</i> yang berfokus terhadap produk dan pelanggan serta <i>eco-efficiency</i> berpengaruh terhadap <i>competitive enablers</i> , <i>competitive enablers</i> yang berdasarkan hanya pada produk dan pelanggan serta <i>eco-efficiency</i> berpengaruh positif terhadap <i>competitive advantage</i> .

No	Judul/Penulis/Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
8.	Pengaruh <i>Green Innovation</i> dan Kinerja Keuangan pada <i>Competitive Advantage</i> dan Nilai Perusahaan / (Fabiola & Khusnah, 2022)	<i>green innovation</i> (X1) dan kinerja keuangan (X2); <i>competitive advantage</i> (Y1) dan nilai perusahaan (Y2)	analisis regresi linier berganda	<i>green innovation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, <i>green innovation</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>green innovation</i> berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan; kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, dan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

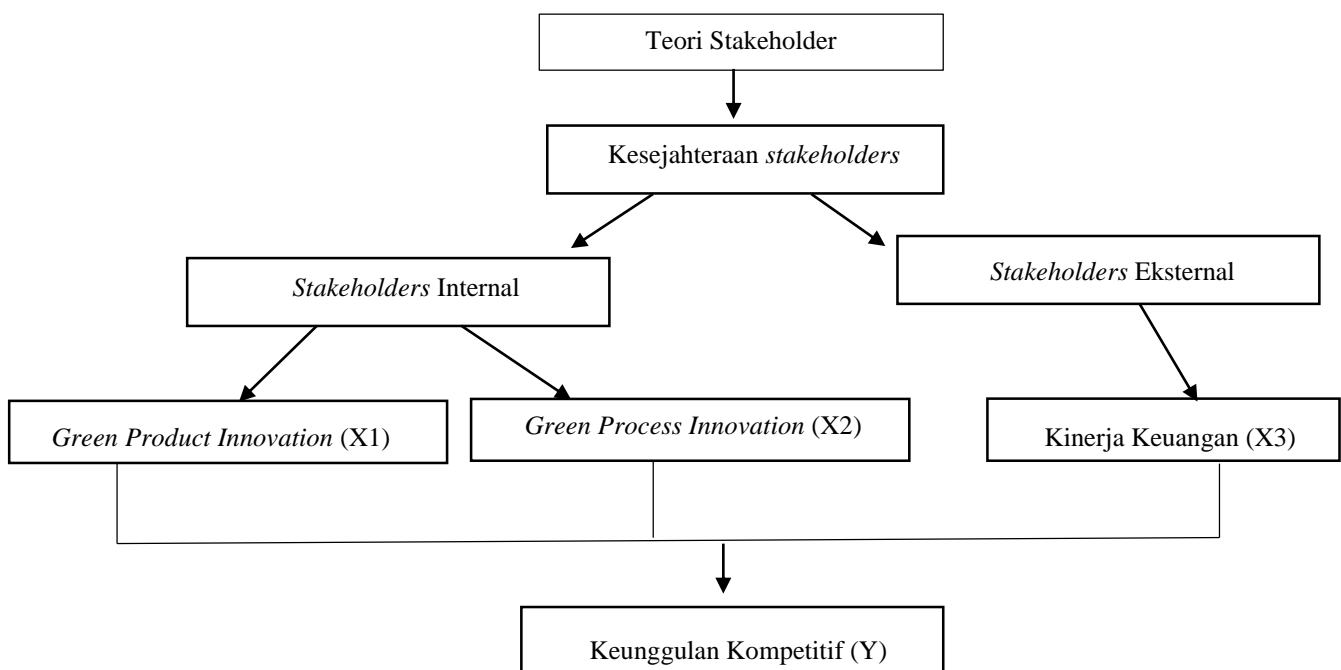
Sumber: Review berbagai artikel, 2022

2.3 Kerangka Konseptual

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban dalam mempertimbangkan akibat dari operasionalnya terhadap para *stakeholder*, perusahaan tidak boleh hanya berfokus pada peningkatan keuntungan saja (Rankin *et al.*, 2018). Secara teori, *stakeholders* perusahaan bukan hanya mementingkan diri sendiri, akan tetapi juga harus memberikan manfaat terhadap para *stakeholders* lainnya.

Menurut Gray *et al.*, (1997) kelangsungan bisnis memerlukan dukungan pemangku kepentingan dan bahwa perusahaan harus memperhatikan sikap pemangku kepentingan untuk memenuhi keinginan pemangku kepentingan. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan serta harapan *stakeholders* adalah menyampaikan informasi tentang hasil dan kegiatan perusahaan.

Pengungkapan *green product innovation*, *green process innovation* dan kinerja keuangan merupakan informasi yang dapat disediakan oleh perusahaan. Semakin besar kekuatan pemangku kepentingan, semakin banyak upaya yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Kerangka konseptual yang sudah diuraikan peneliti diatas dapat digambarkan pada bagan dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konsep
 Sumber: Review Berbagai Artikel, 2022

2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Dari penjelasan yang sudah disampaikan di latar belakang mengenai hubungan antar variabel, keterkaitan variabel dengan teori yang digunakan, serta kerangka konsep yang sudah dijabarkan sebelumnya. Sehingga ditarik hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh *green product innovation* terhadap keunggulan kompetitif

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban dalam mempertimbangkan akibat dari operasionalnya terhadap para *stakeholder*, perusahaan tidak boleh hanya berfokus pada peningkatan keuntungan saja (Rankin *et al.*, 2018). Secara teori, para *stakeholders* perusahaan bukan hanya mementingkan diri sendiri, akan tetapi juga harus memberikan manfaat terhadap para *stakeholders* lainnya. Perusahaan perlu terlibat dengan masyarakat sebagai salah satu *stakeholders* eksternal. Salah satu cara agar perusahaan terlibat dengan masyarakat adalah dengan perusahaan menerapkan *green product innovation*.

Green product innovation mengacu pada ide-ide inovatif yang mengarah pada kegiatan desain produk manufaktur serta pemasaran dari suatu produk, akan tetapi desain tersebut harus ramah lingkungan (Baumann *et al.*, 2002). Menurut Soyulu dalam Johansson dan Sundin (2014), *green product innovation* adalah produk dengan karakteristik lingkungan yang baik, yang secara signifikan mengungguli produk konvensional lainnya. Produk ini mengungguli produk konvensional lainnya dalam hal total produk, siklus hidup energi dan bahan baku yang digunakan, pencemaran yang dihasilkan baik dari polusi udara, air dan limbah tanah serta memperhatikan aspek lingkungan (*Product Survey - Greenpeace*, 2011).

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Barmara (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menekankan pada kegiatan pengembangan desain produk ramah lingkungan yang meliputi produk yang menggunakan sedikit atau tanpa bahan pencemar yang berbahaya, tidak merusak lingkungan, produk yang menggunakan kemasan ramah lingkungan dan produk yang menggunakan bahan yang dapat didaur ulang, sehingga hal tersebut yang menjadikan produk berbeda dari perusahaan lain untuk mendapatkan pasar yang lebih luas dan mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Ini adalah strategi yang tepat untuk menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat meningkat yang nantinya akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Salah satu manfaat utama dari *green product innovation* adalah penghematan biaya serta energi karena peralatan yang lebih efisien merupakan cara untuk mencapai keunggulan kompetitif, yaitu ketika pendapatan yang diperoleh perusahaan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Dari teori dan penelitian terdahulu diambil kesimpulan bahwa *green product innovation* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, berikut hipotesis yang diajukan.

H₁: *Green product innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

2.4.2 Pengaruh *green process innovation* terhadap keunggulan kompetitif

Menurut Gray *et al.*, (1997) kelangsungan bisnis memerlukan dukungan pemangku kepentingan dan bahwa perusahaan harus memperhatikan sikap pemangku kepentingan untuk memenuhi keinginan pemangku kepentingan. Salah

satu cara untuk memenuhi kebutuhan serta harapan *stakeholders* adalah menyampaikan informasi tentang hasil dan kegiatan perusahaan. Pemberian informasi ini penting untuk mendapatkan dukungan serta persetujuan dari *stakeholders* (Rankin *et al.*, 2018). Pengungkapan *green product innovation* dan *green process innovation* dapat memenuhi keinginan para *stakeholders*.

Green process innovation sebagai kegiatan proses yang ramah lingkungan atau kegiatan bagaimana industri atau perusahaan peduli terhadap lingkungan dengan memperhatikan beberapa aspek dalam pelaksanaan perencanaan produksi yang dilakukan seperti penghematan terhadap penggunaan energi, sumber daya yang digunakan, limbah serta perhatian terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan (2011). Penelitian yang dilakukan oleh Sellitto *et al* (2020), menyatakan bahwa *green process innovation* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Fabiola dan Khusnah (2022) menyatakan bahwa *green process innovation* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Green process innovation yang dilakukan dengan baik oleh perusahaan akan menciptakan produk yang ramah lingkungan dan pada akhirnya akan menjadi faktor pendorong keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Karena dengan *green process innovation* limbah dapat dikurangi dan didaur ulang serta energi digunakan dalam cara yang lebih efisien akan menciptakan keuntungan bagi perusahaan dari sisi efisiensi biaya dan menjadikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Dari teori dan penelitian terdahulu dapat diambil kesimpulan bahwa *green process innovation* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, berikut hipotesis yang diajukan.

H₂ : *Green process innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

2.4.3 Pengaruh kinerja keuangan terhadap keunggulan kompetitif

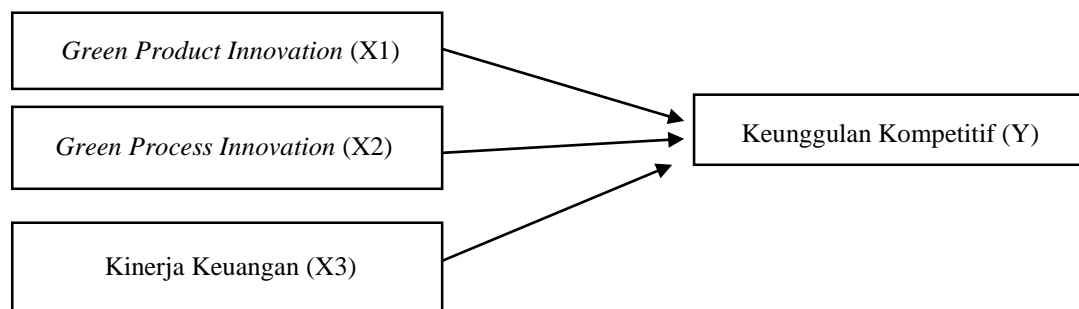
Teori *stakeholder* mengatakan bahwa semua *stakeholders* berhak untuk memperoleh informasi tentang kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu yang dapat mempengaruhi *stakeholders* dalam pengambilan keputusan. Menurut Rawi (2010) *stakeholders* adalah orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh beberapa keputusan, kebijakan ataupun operasi perusahaan. Teori ini mengatakan bahwa keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan akan mengalami peningkatan seiring dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders* nya.

Peningkatan kinerja keuangan tentunya diimbangi dengan peningkatan keunggulan kompetitif pengelolaan sumber daya manusia di perusahaan. Keunggulan bersaing suatu perusahaan dapat meningkatkan perlindungan terhadap lingkungan dengan menerapkan pengelolaan lingkungan. Perusahaan dapat menambah nilai bisnis dengan menerapkan program lingkungan dengan benar. Kinerja keuangan yang baik mencerminkan keuangan perusahaan yang sehat sehingga dapat menjadi pertimbangan investor. Penelitian yang dilakukan oleh Fabiola dan Khusnah (2022) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap Keunggulan kompetitif.

Dalam teori dan penelitian terdahulu diambil kesimpulan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, berikut hipotesis yang diajukan.

H₃: Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2 Model Penelitian

Sumber: Peneliti, 2022

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.1.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif adalah kondisi dimana ketika pendapatan yang diperoleh perusahaan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Keunggulan kompetitif dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *asset utilization capability*. Dalam buku Brigham dan Houston (2010) *asset utilization capability* digunakan karena dapat menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan kepemilikan asetnya untuk menghasilkan pendapatan. Menurut Brigham (2010) *asset utilization capability* dapat dihitung dengan menggunakan rumus rasio perputaran aset. Rumus *asset utilization capability*:

$$\begin{array}{l} \textit{Asset Utilization Capability} \\ \textit{(calculated by total assets turnover ratio)} \end{array} = \frac{\textit{Sales}}{\textit{Total Asset}}$$

3.1.2 Variabel Independen *Green Product Innovation*

Green product innovation atau inovasi produk ramah lingkungan adalah sebuah inovasi yang dilakukan pada sebuah produk dengan mempertimbangkan dampak lingkungan salah satunya seperti penggunaan bahan yang dapat di daur ulang. *Green product innovation* memiliki karakteristik yang dimana karakteristik ini mempunyai nilai yang baik bagi lingkungan, sehingga dapat mengungguli produk konvensional lainnya. Tujuan utama dari *green product innovation* ini antara lain meminimalisir adanya beban terhadap lingkungan. Pada penelitian ini,

pengungkapan *green product innovation* mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Barmara (2017) dan Xie *et al* (2019) dengan melihat beberapa indikator pada *annual report* perusahaan pada bagian tanggung jawab sosial perusahaan dan produk. Karena tidak semua perusahaan melaporkan biaya yang terkait dengan inovasi produk ramah lingkungan, hal ini biasanya terjadi karena perusahaan tidak memiliki departemen *research and development* khusus. Perusahaan dapat melakukan pengembangan terkait beberapa produk ramah lingkungan yang dapat dikembangkan langsung oleh departemen produksi dan desain produk.

Perusahaan tidak diwajibkan untuk melaporkan biaya yang terkait dengan *research and development*, tetapi perusahaan dapat menggunakan pengungkapan yang terdapat dalam *annual report* perusahaan. Beberapa indikator untuk membuktikan bahwa perusahaan telah melakukan *green product innovation* adalah:

1. Produk menggunakan sedikit atau tanpa polusi atau material yang berbahaya.
2. Produk yang tidak membahayakan lingkungan.
3. Produk menggunakan kemasan ramah lingkungan.
4. Produk menggunakan bahan yang dapat di daur ulang.
5. Membuat perubahan pada desain produk untuk menghindari polusi atau senyawa beracun dalam proses produksi.

Adapun nilai untuk setiap indikatornya yaitu nilai 0, jika perusahaan tidak mengungkapkan item dan nilai 1, jika perusahaan mengungkapkan item. Setelah itu, nilai setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan dijumlah dan dibagi dengan

jumlah item pengungkapan. Rumus untuk menghitung *Green Product Innovation* adalah sebagai berikut:

$$Green\ Product\ Innovation = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan:

$\sum X_j$: Jumlah item yang diungkapkan oleh Perusahaan

N_j : Jumlah item Pengungkapan

3.1.3 Variabel Independen *Green Process Innovation*

Green process innovation atau inovasi proses ramah lingkungan adalah sebuah cara baru perusahaan dalam pemakaian teknologi dalam memperhatikan dampak terhadap lingkungan di setiap prosesnya. *Green process innovation* memiliki tujuan yaitu untuk membuktikan sejauh mana perusahaan dalam melakukan inovasi terkait dengan proses produksi untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Dalam penelitian ini, pengungkapan *green process innovation* mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Barmara (2017) dan Xie *et al* (2019) dengan melihat beberapa indikator yang terdapat pada *annual report* perusahaan pada bagian proses produksi, limbah, dan tabel penggunaan energi. Karena tidak semua perusahaan melaporkan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan produksinya, maka dapat dilihat dari sisi pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Beberapa indikator untuk membuktikan bahwa perusahaan telah pengungkapan *green process innovation* adalah sebagai berikut:

1. Proses produksi menggunakan sedikit sumber daya seperti (plastik, listrik dan lain-lain).
2. Komponen atau material dalam proses produksi dapat di daur ulang atau rekondisi.
3. Proses produksi memakai teknologi baru untuk menghemat energi, air, dan limbah.
4. Merancang proses produksi dengan memperdulikannya dampak dari lingkungan.
5. Mengadakan kampanye lingkungan (*environmental campaigns*).

Adapun nilai untuk setiap indikatornya yaitu nilai 0, jika perusahaan tidak mengungkapkan item dan nilai 1, jika perusahaan mengungkapkan item. Setelah itu, nilai setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan dijumlah dan dibagi dengan jumlah item pengungkapan. Rumus untuk menghitung *green process innovation* adalah sebagai berikut:

$$Green\ Process\ Innovation = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan:

$\sum X_j$: Jumlah item yang diungkapkan oleh Perusahaan

N_j : Jumlah item Pengungkapan

3.1.4 Variabel Independen Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah gambaran atau kondisi keuangan sebuah perusahaan pada periode tertentu. Selain itu kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset perusahaan. Pengukuran

dalam kinerja keuangan dilakukan untuk memperlihatkan kepada investor, konsumen, masyarakat umum bahwa kredibilitas perusahaan dalam kondisi yang baik.

Pada penelitian ini pengukuran kinerja keuangan diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA). ROA adalah salah satu pengukuran akuntansi standar pada kinerja keuangan yang biasa digunakan dalam literatur yang terkait dengan *green innovation*. Penggunaan ROA menunjukkan hasil dari kejadian secara spesifik baik itu di masa lalu atau masa kini. Penggunaan ROA dalam penelitian ini dikarenakan, ROA karena perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang dipilih menjadi objek penelitian memiliki jumlah asset yang besar ditambah dengan perusahaan yang menerapkan *green product innovation* dan *green process innovation* akan menambah jumlah asset yang dimiliki perusahaan, sehingga apakah asset yang telah dimiliki oleh perusahaan ini dapat efektif untuk memperoleh laba dan kinerja keuangan akan mempengaruhi keunggulan kompetitif. ROA didapat dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan jumlah keseluruhan aset perusahaan (Kurniati & Saifi, 2018). Rumus untuk *Return on Assets* (ROA) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021. Jumlah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi selama 5 (lima) tahun

berturut-turut adalah sebanyak 45 perusahaan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan harapan agar sampel yang didapatkan sesuai dengan kriteria yang diperlukan. Adapun kriteria yang harus dipenuhi dalam penentuan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
2. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang memiliki laporan keuangan lengkap serta *annual report* lengkap.
3. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang tidak melaporkan laba dalam thun waktu pengamatan

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan tersebut, berikut adalah data penyaringan sampel:

Tabel 3.1 Penyaringan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021	45
2.	Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang tidak memiliki data lengkap sesuai kebutuhan peneliti	(8)
3.	Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang tidak melaporkan laba dalam tahun pengamatan	(9)
	Jumlah perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian	28
	Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian 28 x 5 tahun pengamatan	140

Sumber: Data Diolah, 2022

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Seluruh data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dan bersumber dari www.idx.co.id. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data informasi keuangan serta data yang

bersumber dari *annual report* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub-sektor makanan dan minuman.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan dan *annual report* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

3.5 Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan program SPSS *version 25* untuk mengolah data. Sedangkan model analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, dan menggunakan model regresi berganda. Analisis model regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018). Adapun beberapa persyaratan dalam model regresi berganda yaitu uji asumsi klasik, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas.

3.5.1 Statistik Deskriptif

Dalam statistik deskriptif akan digunakan untuk dapat memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dengan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum, varian, sum range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2018).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik pada model regresi linier digunakan untuk dapat mengetahui apakah model regresi baik atau tidak (Ghozali, 2018). Tujuan pengujian dalam asumsi klasik yaitu untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Pada uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas.

1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini menguji normalitas digunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah ada model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi yang apabila variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Dasar analisis yang digunakan pada uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi \geq dari (0,05) maka dapat disimpulkan distribusi data dinyatakan normal.
- b. Jika nilai signifikansi $<$ dari (0,05) maka dapat disimpulkan distribusi data dinyatakan tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Dalam uji multikolinearitas bertujuan agar dapat mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas) (Ghozali, 2018). Akibat dari uji multikolinearitas ialah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai korelasi antar variabel

independen, jika korelasi antara variabel independen sangat tinggi maka mengindikasikan adanya multikolinearitas. Santoso (2000) mengatakan bahwa jika nilai VIF kurang dari 5 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan jika nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Analisa yang akan digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan terkena heteroskedastisitas tidak dapat digunakan grafik scatterplot (Ghozali, 2018).

4. Uji Autokorelasi

Dalam uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi apakah ada atau tidaknya autokorelasi adalah digunakannya Run Test. Apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dapat disimpulkan bahwa residual adalah acak atau random. Run Test dapat digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). Dasar pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi menurut Ghozali (2018) yaitu:

- a. Apabila Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 5% atau 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa data residual terjadi secara tidak acak (sistematis).
- b. Apabila Asymp. Sig (2-tailed) lebih dari 5% atau 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa data residual terjadi secara acak (*random*).

3.5.3 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel independen atau lebih juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan juga variabel dependen (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu keunggulan kompetitif sedangkan untuk variabel independennya adalah *green product innovation*, *green process innovation* dan kinerja keuangan. Untuk itu persamaan dalam menguji hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian ini yaitu:

$$\text{Keunggulan Kompetitif} = \alpha + \beta_1 GP + \beta_2 GI + \beta_3 KK + e$$

Keterangan:

- α : Y bila $X_1, X_2, X_3 = 0$
- β : Koefisien regresi
- GP : *Green Product Innovation*
- GI : *Green Process Innovation*
- KK : Kinerja Keuangan

e : Error term

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien yang rendah berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi dapat naik atau turun apabila variabel independen ditambahkan dalam model.

3. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Dalam uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau variabel independen secara bersama-sama yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat atau variabel dependennya (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini akan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%). Adapun ketentuan pada keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu:

- a. Nilai signifikan F jika $\leq 0,05$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel dependen (Y).
- b. Nilai signifikan F jika $> 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel dependen (Y).

4. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Dalam uji statistic t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam

penelitian ini akan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%). Adapun ketentuan pada keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu:

- a. Bila signifikansinya bernilai $> 0,05$ serta koefisien regresinya bernilai positif, maka hipotesis dinyatakan ditolak.
- b. Bila signifikansinya bernilai $> 0,05$ serta koefisien regresinya bernilai negatif, maka hipotesis dinyatakan ditolak.
- c. Bila signifikansinya bernilai $\leq 0,05$ serta koefisien regresinya bernilai positif, maka hipotesis dinyatakan diterima.
- d. Bila signifikansinya bernilai $\leq 0,05$ serta koefisien regresinya bernilai negatif, maka hipotesis dinyatakan ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Deskripsi Data Penelitian

Populasi penelitian yaitu perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Sampel yang didapatkan berdasar hasil seleksi yaitu sejumlah 28 perusahaan. Objek penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1 Objek Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk
2.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
5.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
6.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
7.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
9.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
10.	MYORA	Mayora Indah Tbk
11.	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
12.	SKBM	Sekar Bumi Tbk
13.	SKLT	Sekar Laut Tbk
14.	TBL	Tunas Baru Lampung Tbk
15.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk
16.	GGRM	Gudang Garam Tbk
17.	HMSP	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk
18.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
19.	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
20.	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
21.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
22.	MERK	Merck Indonesia Tbk
23.	PYFA	Pyridam Farma Tbk
24.	SIDO	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk
25.	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
26.	KINO	Kino Indonesia Tbk
27.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
28.	WOOD	Integra Indocabinet Tbk

4.1.2 Analisis Data

4.1.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Dilakukan analisis ini guna untuk melihat penjabaran deskriptif variabel penelitian terkait angka mean (rata-rata), maksimum, dan minimum. Penjabaran statistic deskriptif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Green Product Innovation</i>	140	.20000	1.00000	.6214286	.22337687
<i>Green Process Innovation</i>	140	.20000	1.00000	.7800000	.23785613
Kinerja Keuangan	140	.00002	.92100	.1173234	.11805717
Keunggulan Kompetitif	140	.09861	3.15746	1.1259664	.55577098
Valid N (listwise)	140				

Sumber: Output SPSS 25

1. Nilai rata-rata (*mean*) *green product innovation* adalah 0,6214286 dimana sebesar 0,22337687 nilai standar deviasinya, dan sebesar 1,00000 nilai maksimalnya oleh perusahaan Campina Ice Cream Tbk, Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Unilever Indonesia Tbk , Sariguna Primatirta Tbk , Akasha Wira Internasional Tbk, Kino Indonesia Tbk, Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk, serta sebesar 0,20000 nilai minimumnya oleh perusahaan Darya Varia Laboratoria Tbk.
2. Nilai rata-rata (*mean*) *green process innovation* adalah 0,7800000 dimana sebesar 0,23785613 nilai standar deviasinya, dan sebesar 1 nilai maksimalnya oleh perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk, Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, Kalbe Farma Tbk, Unilever Indonesia, Aksha Wira Internasional Tbk, Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, Indofood Sukses

Makmur Tbk, Tunas Baru Lampung Tbk, Darya Varia Laboratoria Tbk, Handjaya Mandala Sampoerna Tbk, Indofarma (Persero) Tbk, Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk, Sariguna Primatirta Tbk, Buyung Poetra Sembada Tbk, Mayora Indah Tbk, Kino Indonesia Tbk, Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, Delta Djakarta Tbk, serta sebesar 0,20000 nilai minimumnya oleh perusahaan Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, perusahaan Sekar Bumi Tbk, perusahaan Sekar Laut Tbk dan Pyridam Farma Tbk.

3. Nilai rata-rata (*mean*) kinerja keuangan adalah 0,1173234 dimana sebesar 0,11805017 nilai standar deviasinya, dan sebesar 0,92100 nilai maksimalnya oleh perusahaan Merck Indonesia Tbk, serta sebesar 0,00002 nilai minimumnya oleh perusahaan Kino Indonesia Tbk.
4. Nilai rata-rata (*mean*) keunggulan kompetitif yaitu 1,1259664 dimana sebesar 0,55577098 nilai standar deviasinya, dan sebesar 3,15746 nilai maksimalnya oleh perusahaan Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, serta sebesar 0,09861 nilai minimumnya oleh perusahaan Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Tujuan dari dilaksanakannya pengujian normalitas ialah untuk melihat apakah variabel dependen dan independen dalam model regresinya memiliki distribusi normal atau sebaliknya. Pengujian memanfaatkan uji *Kolmogorov Smirnov*, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Sebelum Data Outlier

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.51776153
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.079
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Sumber: Output SPSS 25

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel dependen keunggulan kompetitif menunjukkan nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual mempunyai distribusi yang tidak normal, hal ini dikarenakan *Asymp.Sig.* < 0,05. Untuk dapat memperbaiki data residual tersebut diperlukan upaya *outliers* pada data untuk menghasilkan data residual yang berdistribusi normal. *Outlier* data *casewise* pada penelitian ini berjumlah 4 sampel dikarenakan memiliki nilai ekstrim sehingga N pada penelitian ini menjadi 136 data.

Tabel 4.4 Uji Normalitas Setelah Data Outlier

		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41817383
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.041
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c
a Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS 25

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada tabel 4.4 setelah dilakukan eliminasi *outlier* menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,075 \geq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, karena hasilnya lebih $\geq 0,05$.

4.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian multikolinearitas berguna untuk melihat korelasi antar variabel independen pada model regresi. Berdasarkan data yang dijabarkan dalam tabel 4.5, didapatkan tolerance untuk tiap variabelnya bernilai melebihi 0,1 serta VIF bernilai kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak timbul multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Green Product Innovation</i>	.763	1.311
	<i>Green Process Innovation</i>	.716	1.397
	Kinerja Keuangan	.847	1.180

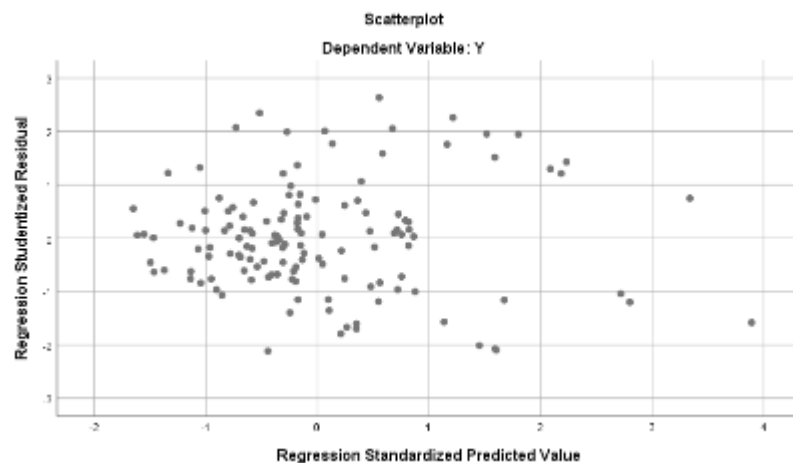
Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas didapat nilai tolerance tiap variabel bernilai lebih besar dari 0,10 ($Tolerance > 0,10$) serta VIF bernilai kurang dari 10 ($VIF < 10$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak timbul gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat persamaan atau perbedaan varian antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Berdasarkan gambar di bawah, diketahui bahwa sebaran titik-titik data menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0,

titik tidak mengumpul sebatas di bawah atau di atas, titik tersebar tidak berpola, serta pola titiknya tidak tersebar menggelombang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak timbul heteroskedastisitas.



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS 25

4.1.3.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan yang berlangsung diantara semua variabel yang tersusun berdasarkan rangkaian waktu. Dilakukannya uji autokorelasi untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu jika pengambilan keputusan signifikansinya bernilai $> 0,05$ maka dinyatakan tidak timbul autokorelasi, sedangkan bila signifikansinya bernilai $< 0,05$ maka dinyatakan timbul autokorelasi. Tabel dibawah adalah hasil dari Uji Autokorelasi pada penelitian ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00281
Cases < Test Value	68
Cases \geq Test Value	68
Total Cases	136

	Unstandardized Residual
Number of Runs	72
Z	.516
Asymp. Sig. (2-tailed)	.606
a Median	

Sumber: Output SPSS 25

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa, nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,606. Dari hasil yang tersebut dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi, karena nilai signifikansinya $> 0,05$.

4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 25 untuk analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.252	.137		9.113	.000
	<i>Green Product Innovation</i>	.096	.185	.045	.519	.605
	<i>Green Process Innovation</i>	-.627	.185	-.307	-3.397	.001
	Kinerja Keuangan	2.406	.405	.493	5.936	.000

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil pengujian persamaan regresi yang terbentuk dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e \dots\dots\dots 4.1$$

$$Y = 1,252 + 0,096X_1 - 0,627X_2 + 2,406X_3 + e \dots\dots\dots 4.2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Konstanta (α)

Nilai konstanta (α) adalah sebesar 1,25 menyatakan bahwa apabila semua variabel independen yaitu *green product innovation*, *green process innovation* dan kinerja keuangan sama dengan 0 maka nilai prediksi keunggulan kompetitif adalah sebesar 1,25.

2. Koefisien Regresi X_1

Nilai koefisien regresi *green product innovation* adalah sebesar 0,096 arah positif yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan dalam pengungkapan *green product innovation*, maka keunggulan kompetitif akan mengalami kenaikan sebesar 0,096.

3. Koefisien Regresi X_2

Nilai koefisien regresi *green process innovation* adalah sebesar $-0,62$ arah negatif yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan dalam pengungkapan *green process innovation*, maka keunggulan kompetitif akan mengalami penurunan sebesar $-0,62$.

4. Koefisien Regresi X_3

Nilai koefisien regresi kinerja keuangan adalah sebesar 2,406 arah positif, yang mengindikasikan bahwa jika terjadi peningkatan dalam kinerja keuangan, maka keunggulan kompetitif akan mengalami kenaikan sebesar 2,406.

4.1.5 Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji semua hipotesis variabel independen terhadap variabel dependen, dan berdasarkan hasil dibawah ini didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$, artinya model regresi penelitian ini dikatakan layak serta untuk mengukur nilai aktual statistik dianggap tepat.

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.936	3	2.312	12.928	.000 ^b
	Residual	23.607	132	.179		
	Total	30.544	135			

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji kelayakan dengan uji F pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai F yang dihasilkan adalah sebesar 12,928 dan nilai signifikannya sebesar 0,000. Nilai signifikan $\leq 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga kesimpulannya adalah model regresi layak untuk digunakan dengan istilah lain *green product innovation*, *green process innovation*, dan kinerja keuangan dapat memprediksi pengaruhnya pada keunggulan kompetitif.

4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji dan melihat berapa persen (korelasinya). Koefisien determinasi yang dipakai dalam penelitian ini memakai nilai *Adjusted R Square*. Nilai *Adjusted R Square* dalam tabel dibawah ini senilai 0,210, artinya variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen

tergolong rendah yakni sebesar 21% sementara 79% sisanya dapat dijelaskan dengan variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 ^a	.227	.210	.42290

Sumber: Output SPSS 25

4.1.7 Uji Hipotesis (Uji t)

Hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji signifikansi satu parameter (uji statistik-t) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen dapat menjelaskan varian variabel dependen itu sendiri. Uji-t dilakukan dengan menguji signifikansi dan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Tingkat signifikansi yaitu 5%, jika tingkat signifikansinya lebih rendah dari 0,05 ($\leq 5\%$) maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Akan tetapi sebaiknya, jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($> 5\%$) maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Hasil serta penjelasan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.252	.137		9.113	.000
	<i>Green Product Innovation</i>	.096	.185	.045	.519	.605
	<i>Green Process Innovation</i>	-.627	.185	-.307	-3.397	.001
	Kinerja Keuangan	2.406	.405	.493	5.936	.000

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, dapat diuraikan dalam penjelasan sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk variabel *green product innovation* memiliki koefisien regresi sebesar 0,096 dengan nilai signifikansi sebesar 0,605. Karena nilai signifikansinya $> 0,05$ dan koefisien regresinya positif maka dinyatakan bahwa H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *green product innovation* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
2. Hasil uji t untuk variabel *green process innovation* memiliki koefisien regresi sebesar -0,627 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansinya $\leq 0,05$ dan koefisien regresinya negatif maka dinyatakan bahwa H_2 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *green process innovation* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
3. Hasil uji t untuk variabel kinerja keuangan memiliki koefisien regresi sebesar 2,406 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansinya $\leq 0,05$ dan koefisien regresinya positif maka dinyatakan bahwa H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Green Product Innovation* terhadap Keunggulan Kompetitif.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *green product innovation* terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari hasil hipotesis yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,096

dan nilai signifikan sebesar 0,605 artinya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hasil tersebut tidak mendukung perumusan hipotesis dalam penelitian ini sehingga H_1 ditolak.

Dilihat dari hasil penelitian antara variabel *green product innovation* dengan keunggulan kompetitif pada penelitian ini tidak sejalan dengan prediksi teoritis. Dalam teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan harus memenuhi klaim atau keinginan dari para *stakeholders*. Keinginan dari para *stakeholders* eksternal sudah terpenuhi yakni dengan pengungkapan *green product innovation* dalam laporan tahunan setiap perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian ini, akan tetapi keinginan dari para *stakeholders* internal terkait dengan keuntungan atau kenaikan dalam penjualan tidak terpenuhi. Hubungan antara perusahaan dengan *stakeholders* dibangun berdasarkan konsep kebermanfaatan yang dapat membangun kerjasama untuk bisa membangun kesinambungan usaha perusahaan. Mengabaikan kepentingan *stakeholders* dapat mencemari citra publik perusahaan yang akan mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan.

Sebagai bukti kita dapat melihat dari tabulasi perhitungan *green product innovation*. Dari hasil tersebut kita dapat mengetahui bahwa rata-rata perusahaan hanya mampu menerapkan 2 indikator, yaitu produk menggunakan sedikit atau tanpa polusi atau material berbahaya dan produk yang tidak membahayakan lingkungan, karena rata-rata perusahaan belum menemukan bahan pengganti plastik yang cocok untuk produk mereka terutama untuk makanan dan minuman. Bukti lainnya dapat dilihat dari perusahaan Campina Ice Cream Tbk yang telah memenuhi semua indikator *green product innovation* secara sangat baik, akan tetapi

hasil keunggulan kompetitif tertinggi diperoleh perusahaan Wilmar Cahaya Indonesia Tbk yang penerapan *green product innovation*nya masih kurang. Ini membuktikan bahwa *green product innovation* tidak dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif.

Penelitian ini memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, karena dalam penelitian ini keunggulan kompetitif memiliki definisi pendapatan yang diperoleh perusahaan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan dan diukur menggunakan *Asset Utilization Capability*, sedangkan dalam penelitian sebelumnya definisi keunggulan kompetitif adalah kemampuan atau kelebihan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga perusahaan tersebut lebih unggul, serta pengukuran yang digunakan menggunakan *ROIC*, sehingga hasil yang didapat berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hasil penelitian ini memiliki hasil yang bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Barmara (2017), Sellitto *et al.* (2020), dan Fabiola & Khusnah (2022) yang menyatakan bahwa *green product innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Akan tetapi hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2015) yang menyatakan bahwa *green product innovation* tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif.

4.2.2 Pengaruh *Green Process Innovation* terhadap Keunggulan Kompetitif.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan didapatkan ada pengaruh negatif dan signifikan *green process innovation* terhadap keunggulan kompetitif, hal ini dapat

dilihat dari hasil hipotesis yang menunjukkan nilai signifikan 0,001 artinya angka tersebut lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Oleh karena itu hasil tersebut menolak perumusan hipotesis dalam penelitian, H_2 ditolak.

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa hubungan kontraktual antara manajemen tidak hanya terjadi pada para pemegang saham (*stakeholders* internal) melainkan juga terjadi dengan pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders* eksternal). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholders* atau para pemangku kepentingan dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan mereka, terutama *stakeholders* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pelanggan, dan pemilik. Penerapan *green process innovation* sebagai bukti kepedulian perusahaan terhadap lingkungan tentunya membuat para *stakeholders* eksternal mendapatkan apa yang mereka inginkan. Akan tetapi *stakeholders* internal yang memiliki keinginan terkait dengan keuntungan atau kenaikan penjualan tidak dapat terpenuhi, karena hasil membuktikan bahwa dengan diterapkan *green process innovation* di perusahaan tidak dapat menaikkan penjualan perusahaan.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bertolak belakang dengan hipotesisnya, yang disebabkan oleh adanya penurunan penjualan pada beberapa perusahaan, akan tetapi total aset setiap tahun yang dimiliki perusahaan mengalami kenaikan bahkan stabil. Hal ini dapat dilihat di laporan keuangan tahun 2020 dan 2021, karena pada tahun tersebut pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan *lockdown* akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan terjadinya penurunan

penjualan, akan tetapi aset yang dimiliki perusahaan mengalami kenaikan bahkan stabil, dimana total aset ini digunakan dalam memproksikan keunggulan kompetitif.

Beberapa perusahaan yang mengalami penurunan di beberapa tahun tersebut antara lain ada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk, Campina Ice Cream Tbk, Sariguna Primatirta Tbk, Buyung Poetra Sembada Tbk, Handjaya Mandala Sampoerna Tbk, Kino Indonesia Tbk, Merck Indonesia Tbk, Mayora Indah Tbk, Nippon Indosari Corporindo Tbk, Sekar Laut Tbk, dan Tempo Scan Pasific Tbk. Sebagai bukti dengan salah satu perusahaan yang menerapkan *green process innovation* dengan baik yaitu perusahaan Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk mendapatkan keunggulan kompetitif paling rendah. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Barmara (2017), Sellitto *et al.* (2020), dan Fabiola & Khusnah (2022) yang menyatakan bahwa *green procees innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

4.2.3 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Keunggulan Kompetitif.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan didapatkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kinerja keuangan dengan keunggulan kompetitif, hal ini dapat dilihat dari hasil hipotesis yang menunjukkan nilai signifikan 0,003, artinya angka tersebut lebih rendah dibandingkan 0,05. Oleh karena itu, hasil tersebut menerima perumusan hipotesis dalam penelitian H_3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diukur menggunakan *ROA* dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini mendukung teori *stakeholders*. Dalam teori *stakeholders* menyatakan bahwa di dalam perusahaan apabila sumber dayanya dikelola dengan baik maka, akan meningkatkan laba perusahaan sehingga dapat membuat kemakmuran bagi para *stakeholders*. Kinerja keuangan merupakan hal yang sangat penting bagi para *stakeholders*, karena para *stakeholders* dapat menganalisis perkembangan perolehan keuntungan yang dimiliki perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Perusahaan yang memiliki hubungan baik dengan para *stakeholders* akan membuat usahanya berjalan dengan baik karena mendapatkan dukungan.

Kinerja yang unggul dapat dilihat dari kemampuan keuangan yang baik seperti adanya peningkatan keuntungan dan peningkatan penjualan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan baik yang terlihat dari perolehan labanya yang diatas rata-rata dan unggul dalam kegiatan operasinya secara tidak langsung keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut baik. Bukti ini dapat dilihat pada perusahaan Wilmar Cahaya Indonesia Tbk yang memperoleh angka keunggulan kompetitif di tahun 2021 dengan angka 3,16. Situasi ini tentunya akan menjadi daya tarik bagi investor untuk tempat berinvestasi karena memberikan masa depan yang cerah. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan akan mampu mencetak pendapatan yang tinggi melalui asset yang dimiliki. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fabiola dan Khusnah (2022) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Green product innovation* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Perusahaan yang telah menerapkan *green product innovation* belum tentu memiliki keunggulan kompetitif yang baik, karena dari hasil yang diperoleh dengan diterapkannya *green product innovation* tidak dapat menaikkan penjualan perusahaan.
2. *Green process innovation* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Penerapan *green process innovation* nyatanya tidak dapat menaikkan penjualan perusahaan sehingga keunggulan kompetitif yang dihasilkan rendah. Hal ini dapat dilihat dimana terdapat perusahaan yang telah menerapkan *green process innovation* dengan baik akan tetapi perusahaan tersebut memiliki hasil keunggulan kompetitif yang paling rendah diantara perusahaan-perusahaan yang lain.
3. Kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Kinerja yang unggul dapat dilihat dari kemampuan keuangan yang baik seperti adanya peningkatan keuntungan dan peningkatan penjualan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan akan mampu dalam mencetak pendapatan yang tinggi melalui asset yang dimiliki.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan sebaiknya dapat meningkatkan penerapan *green product innovation* karena dengan penerapan *green product innovation* produk yang dimiliki perusahaan tersebut menjadi sumber daya yang tidak mudah ditiru dan tentunya akan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya:

- a. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas objek penelitian dan periode tahun penelitian sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih luas dan lebih baik
- b. Bagi peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan variabel lain, seperti *green management innovation*, *environmental management accounting*, dan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C. A., & McNicholas, P. (2007). Making a difference: Sustainability reporting, accountability and organisational change. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 20(3), 382–402. <https://doi.org/10.1108/09513570710748553>
- Amores-Salvadó, J., Castro, G. M. De, & Navas-López, J. E. (2014). Green corporate image: Moderating the connection between environmental product innovation and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 83, 356–365. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.07.059>
- Ar, I. M. (2012). The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 854–864. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.144>
- Barmara, Y. A. (2017). *Analisis Pengaruh Green Product Innovation dan Green Process Innovation Terhadap Competitive Advantage*. 1–10.
- Baumann, H., Boons, F., & Bragd, A. (2002). Mapping the green product development field.pdf. *Journal of Cleaner Production*, 10, 409–425.
- Brigham, H. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Essentials of Financial Management*. Salemba Empat.
- Cainelli, G., De Marchi, V., & Grandinetti, R. (2015). Does the development of environmental innovation require different resources? Evidence from Spanish manufacturing firms. *Journal of Cleaner Production*, 94, 211–220. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.02.008>
- Chang, C. H., & Chen, Y. S. (2013). Green organizational identity and green innovation. *Management Decision*, 51(5), 1056–1070. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2011-0314>
- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9025-5>
- Cheng, C. C. J., Yang, C. L., & Sheu, C. (2014). The link between eco-innovation and business performance: A Taiwanese industry context. *Journal of Cleaner Production*, 64, 81–90. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.050>
- Chiou, T. Y., Chan, H. K., Lettice, F., & Chung, S. H. (2011). The influence of greening the suppliers and green innovation on environmental performance and competitive advantage in Taiwan. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(6), 822–836. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2011.05.016>
- Dehghanan, B. (2014). The Mediating effects of green trust and perceived

- behavioral control on the direct determinants of intention to purchase green products in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 256–265. <https://doi.org/10.5901/MJSS.2015.V6N4P256>
- Dibrell, C., & Moeller, M. (2011). The impact of a service-dominant focus strategy and stewardship culture on organizational innovativeness in family-owned businesses. *Journal of Family Business Strategy*, 2(1), 43–51. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2011.01.004>
- Fitriani, L. K. (2015). Keunggulan Bersaing Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik Pada Ukm Batik Ciwaringin Kabupaten Cirebon). *Journal of Management and Business Review*, 12, No.2, 105–125.
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (2005). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*, March 2018. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Gray, R., Dey, C., Owen, D., Evans, R., & Zadek, S. (1997). Struggling with the praxis of social accounting: Stakeholders, accountability, audits and procedures. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (Vol. 10, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/09513579710178106>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Dipenogoro.
- Johansson, G., & Sundin, E. (2014). Lean and green product development: Two sides of the same coin? *Journal of Cleaner Production*, 85, 104–121. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.04.005>
- Kivimaa, P., & Kautto, P. (2010). Making or breaking environmental innovation?: Technological change and innovation markets in the pulp and paper industry. *Management Research Review*, 33(4), 289–305. <https://doi.org/10.1108/01409171011030426>
- Küçükoğlu, M. T., & Pinar, R. İ. (2015). Positive Influences of Green Innovation on Company Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1232–1237. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.261>
- Kurniati, R. A., & Saifi, M. (2018). Pengaruh Employee Stock Ownership Program (ESOP) dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(2), 150–157.
- Li, D., Zheng, M., Cao, C., Chen, X., Ren, S., & Huang, M. (2017). The impact of legitimacy pressure and corporate profitability on green innovation: Evidence from China top 100. *Journal of Cleaner Production*, 141, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.123>
- Ma, H. (2000). Competitive advantage and firm performance. *Competitiveness Review*, 10(2), 15–32. <https://doi.org/10.1108/eb046396>
- Mariyamah, & Handayani, S. (2019). Pengaruh Green Innovation Terhadap

- Economic Performance Dengan Environmental Management Accounting Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 16(2), 105–123.
- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, and R. E. H. (2016). Dominant logic. In *Musical Times* (Vol. 143, Issue 1878). <https://doi.org/10.2307/1004421>
- Michaela, R. et al. (2018). *Contemporary Issues in Accounting, 2nd Edition*. WILEY.
- Porter, M. E., & Linde, C. Van Der. (1995). Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118.
- Prakosa, B. (2005). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO)*, Volume 2(Nomor 1), 35–57.
- Product Survey - Greenpeace.* (2011). <https://www.yumpu.com/en/document/read/17865136/product-survey-greenpeace>
- Putri Fabiola, V., & Khusnah, H. (2022). Pengaruh Green Innovation Dan Kinerja Keuangan Pada Competitive Advantage Dan Nilai Perusahaan Tahun 2015-2020. *Media Mahardhika*, 20(2), 295–303. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i2.346>
- Qi, G., Zeng, S., Li, X., & Tam, C. (2012). Role of Internalization Process in Defining the Relationship between ISO 14001 Certification and Corporate Environmental Performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(3), 129–140. <https://doi.org/10.1002/csr.258>
- Rawi, M. (2010). KEPEMILIKAN MANAJEMEN, KEPEMILIKAN INSTITUSI, LEVERAGE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Symposium Nasional Akuntansi*, 13(1), 104–116.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Sari, N. P., & Handayani, S. (2020). Pengaruh Pengungkapan Green Product Innovation dan Green Process Innovation Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 9(1), 1–8.
- Sellitto, M. A., Camfield, C. G., & Buzuku, S. (2020). Green innovation and competitive advantages in a furniture industrial cluster: A survey and structural model. *Sustainable Production and Consumption*, 23, 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.04.007>
- Sri Mutiara Gani, A., & Machmud, R. (2020). JAMBURA SCIENCE OF MANAGEMENT The Influence of Intellectual Capital on the Profitability of Banking Companies. *Jsm*, 2(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jsm>

- Sucipto. (2003). *penilaian kinerja keuangan - USU Library - Universitas Sumatera* ... <https://www.yumpu.com/id/document/read/36249524/penilaian-kinerja-keuangan-usu-library-universitas-sumatera->
- Sudiyatno, B. (2010). *187-Article Text-373-1-10-20120131*.
- Wong, S. K. S. (2012). The influence of green product competitiveness on the success of green product innovation: Empirical evidence from the Chinese electrical and electronics industry. *European Journal of Innovation Management*, *15*(4), 468–490. <https://doi.org/10.1108/14601061211272385>
- Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of Business Research*, *101*(June 2018), 697–706. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.010>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan:

DAFTAR PERUSAHAAN

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk
2.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
5.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
6.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
7.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
9.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
10.	MYORA	Mayora Indah Tbk
11.	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
12.	SKBM	Sekar Bumi Tbk
13.	SKLT	Sekar Laut Tbk
14.	TBL	Tunas Baru Lampung Tbk
15.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk
16.	GGRM	Gudang Garam Tbk
17.	HMSP	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk
18.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
19.	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
20.	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
21.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
22.	MERK	Merck Indonesia Tbk
23.	PYFA	Pyridam Farma Tbk
24.	SIDO	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk
25.	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
26.	KINO	Kino Indonesia Tbk
27.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
28.	WOOD	Integra Indocabinet Tbk

Lampiran 2. Jumlah data yang sudah diolah

Tahun	X1	X2	X3	Y
2017	0.40000	0.80000	0.04551	0.95723
	0.80000	0.60000	0.03585	0.78009
	0.40000	0.20000	0.07713	3.05732
	0.80000	0.80000	0.10910	0.93004
	0.40000	0.60000	0.20865	0.57972
	0.40000	0.40000	0.08313	2.09583
	0.80000	0.80000	0.11206	1.12610

Tahun	X1	X2	X3	Y
	0.40000	0.80000	0.05766	0.79396
	0.80000	1.00000	0.52670	1.35045
	0.40000	0.80000	0.10934	1.39561
	0.40000	0.40000	0.02969	0.54634
	0.40000	0.20000	0.01595	1.13460
	0.40000	0.20000	0.03610	1.43676
	0.40000	0.80000	0.06818	0.62523
	0.60000	1.00000	0.13880	0.94275
	0.20000	0.40000	0.09888	0.96024
	0.40000	0.60000	0.11617	1.24784
	0.40000	0.80000	0.29370	2.29692
	0.60000	0.80000	0.05441	1.00514
	0.40000	0.60000	0.03741	0.97623
	0.40000	1.00000	0.14764	1.21460
	0.60000	0.60000	0.17081	0.68713
	0.40000	0.80000	0.16902	0.81497
	0.80000	0.40000	0.07496	1.28656
	0.80000	1.00000	0.37049	2.17939
	0.60000	0.80000	0.03312	1.20455
	0.40000	0.40000	0.04461	0.45139
	0.40000	0.20000	0.04467	1.39757
2018	0.40000	1.00000	0.06009	0.92422
	1.00000	0.80000	0.06168	0.95704
	0.60000	0.40000	0.07926	3.10476
	0.80000	0.80000	0.07586	0.99661
	0.40000	0.60000	0.22194	0.58615
	0.60000	0.60000	0.11886	1.88547
	1.00000	1.00000	0.13556	1.11774
	1.00000	1.00000	0.05140	0.76027
	0.80000	1.00000	0.42388	1.23717
	0.40000	0.80000	0.10007	1.36774
	0.40000	0.40000	0.02894	0.62965
	0.40000	0.60000	0.00901	1.10305
	0.40000	0.40000	0.04276	1.39842
	0.40000	1.00000	0.04678	0.52723
	0.60000	1.00000	0.12628	0.09861
	0.40000	1.00000	0.11924	1.01000

Tahun	X1	X2	X3	Y
	0.40000	0.60000	0.11278	1.38512
	0.40000	1.00000	0.29051	2.29048
	0.60000	0.80000	0.04247	0.78793
	0.40000	0.80000	0.04984	1.00544
	0.60000	1.00000	0.13762	1.16136
	0.60000	0.80000	0.92100	0.48448
	0.40000	1.00000	0.19890	0.82792
	0.80000	0.40000	0.06866	1.28185
	1.00000	1.00000	0.46660	2.14117
	0.60000	0.80000	0.04073	1.11932
	0.40000	0.40000	0.05274	0.45799
	0.40000	0.20000	0.04516	1.33887
2019	0.60000	1.00000	0.10200	0.92987
	1.00000	0.80000	0.07258	0.97298
	0.60000	0.40000	0.15466	2.24032
	0.80000	1.00000	0.10501	0.87434
	0.40000	0.60000	0.22287	0.58005
	0.60000	0.80000	0.12222	1.94778
	1.00000	1.00000	0.13847	1.09268
	1.00000	1.00000	0.06136	0.79620
	0.80000	1.00000	0.41632	1.28114
	0.40000	0.80000	0.10775	1.31457
	0.40000	0.60000	0.05052	0.71272
	0.40000	0.60000	0.00053	1.15619
	0.40000	0.40000	0.05683	1.61993
	0.40000	1.00000	0.03807	0.49146
	0.60000	1.00000	0.15675	0.94169
	0.40000	1.00000	0.12120	0.99074
	0.60000	0.60000	0.13835	1.40531
	0.80000	1.00000	0.26956	2.08348
	0.80000	0.80000	0.00087	0.51221
	0.40000	0.80000	0.10980	0.99640
	0.60000	1.00000	0.12522	1.11689
	0.60000	0.80000	0.08685	0.82640
	0.40000	1.00000	0.22884	0.86907
	0.80000	0.40000	0.07108	1.31305
	1.00000	1.00000	0.35802	2.07864
	0.60000	0.80000	0.02103	1.07237

Tahun	X1	X2	X3	Y
	0.40000	0.40000	0.03951	0.38709
	0.40000	0.20000	0.04897	1.29524
2020	0.80000	1.00000	0.14163	0.70231
	1.00000	0.80000	0.04053	0.88017
	0.60000	0.60000	0.11605	2.31975
	1.00000	1.00000	0.10128	0.74194
	0.40000	0.80000	0.10074	0.44578
	0.60000	1.00000	0.04194	1.29359
	1.00000	1.00000	0.07162	0.45025
	1.00000	1.00000	0.05365	0.50100
	0.80000	1.00000	0.09824	0.68274
	0.80000	1.00000	0.10609	1.23762
	0.40000	0.60000	0.03787	0.72145
	0.40000	0.60000	0.00306	1.78979
	0.40000	0.60000	0.05495	1.62006
	0.40000	1.00000	0.03503	0.55906
	0.60000	1.00000	0.12676	0.68166
	0.40000	1.00000	0.08158	0.92097
	0.60000	0.60000	0.09781	1.46407
	0.80000	1.00000	0.17275	1.86063
	0.80000	0.80000	0.00116	0.56974
	0.60000	1.00000	0.02163	0.76588
	0.80000	1.00000	0.12407	1.02430
	0.60000	0.80000	0.07732	0.70529
	0.80000	1.00000	0.24263	0.86645
	0.80000	0.80000	0.09164	1.20470
	1.00000	1.00000	0.34885	2.09268
	0.60000	0.80000	0.10685	1.23514
	0.40000	0.40000	0.05284	0.49901
	0.40000	0.40000	0.09670	1.21360
2021	1.00000	1.00000	0.20379	0.71702
	1.00000	0.80000	0.08722	0.88832
	0.80000	0.60000	0.11021	3.15746
	1.00000	1.00000	0.13404	0.81852
	0.80000	1.00000	0.14365	0.56358
	0.60000	1.00000	0.01267	0.94387
	1.00000	1.00000	0.06691	0.48112
	1.00000	1.00000	0.06247	0.55390

Tahun	X1	X2	X3	Y
	0.80000	1.00000	0.22787	0.84657
	0.80000	1.00000	0.06080	1.40100
	0.40000	0.80000	0.06713	0.78440
	0.60000	0.60000	0.01508	1.95282
	0.40000	0.80000	0.09506	1.52605
	0.40000	1.00000	0.03756	0.75755
	0.60000	1.00000	0.17238	0.89331
	0.40000	1.00000	0.07034	0.91130
	0.60000	0.60000	0.06231	1.38812
	0.80000	1.00000	0.13443	1.86238
	0.80000	0.80000	0.01632	0.72396
	1.00000	1.00000	0.00002	0.74375
	0.80000	1.00000	0.12592	1.02316
	0.80000	0.80000	0.12829	1.03715
	1.00000	1.00000	0.30988	0.98821
	0.80000	0.80000	0.09102	1.16488
	1.00000	1.00000	0.30197	2.07389
	0.60000	0.80000	0.09353	1.44550
	0.40000	0.80000	0.07871	0.79640
	0.40000	0.60000	0.00680	0.78208

Lampiran 3. Perhitungan pengukuran variabel penelitian:

1. Tabulasi perhitungan *green product innovation*

$$Green\ Product\ Innovation = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan:

$\sum X_j$: Jumlah item yang diungkapkan oleh Perusahaan

N_j : Jumlah item Pengungkapan

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI
2017				
1	ADES	2	5	0.40000
2	CAMP	4	5	0.80000
3	CEKA	2	5	0.40000
4	CLEO	4	5	0.80000
5	DLTA	2	5	0.40000
6	HOKI	2	5	0.40000
7	ICBP	4	5	0.80000
8	INDF	2	5	0.40000
9	MLBI	4	5	0.80000
10	MYORA	2	5	0.40000
11	ROTI	2	5	0.40000
12	SKBM	2	5	0.40000
13	SKLT	2	5	0.40000
14	TBL	2	5	0.40000
15	ULTJ	3	5	0.60000
16	DVLA	1	5	0.20000
17	GGRM	2	5	0.40000
18	HMSP	2	5	0.40000
19	KAEF	3	5	0.60000
20	KINO	2	5	0.40000
21	KLBF	2	5	0.40000
22	MERK	3	5	0.60000
23	SIDO	2	5	0.40000
24	TSPC	4	5	0.80000
25	UNVR	4	5	0.80000
26	WIIM	3	5	0.60000
27	WOOD	2	5	0.40000
28	PYFA	2	5	0.40000
2018				
29	ADES	2	5	0.40000
30	CAMP	5	5	1.00000
31	CEKA	3	5	0.60000
32	CLEO	4	5	0.80000
33	DLTA	2	5	0.40000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI
34	HOKI	3	5	0.60000
35	ICBP	5	5	1.00000
36	INDF	5	5	1.00000
37	MLBI	4	5	0.80000
38	MYORA	2	5	0.40000
39	ROTI	2	5	0.40000
40	SKBM	2	5	0.40000
41	SKLT	2	5	0.40000
42	TBL	2	5	0.40000
43	ULTJ	3	5	0.60000
44	DVLA	2	5	0.40000
45	GGRM	2	5	0.40000
46	HMSP	2	5	0.40000
47	KAEF	3	5	0.60000
48	KINO	2	5	0.40000
49	KLBF	3	5	0.60000
50	MERK	3	5	0.60000
51	SIDO	2	5	0.40000
52	TSPC	4	5	0.80000
53	UNVR	5	5	1.00000
54	WIIM	3	5	0.60000
55	WOOD	2	5	0.40000
56	PYFA	2	5	0.40000
2019				
57	ADES	3	5	0.60000
58	CAMP	5	5	1.00000
59	CEKA	3	5	0.60000
60	CLEO	4	5	0.80000
61	DLTA	2	5	0.40000
62	HOKI	3	5	0.60000
63	ICBP	5	5	1.00000
64	INDF	5	5	1.00000
65	MLBI	4	5	0.80000
66	MYORA	2	5	0.40000
67	ROTI	2	5	0.40000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI
68	SKBM	2	5	0.40000
69	SKLT	2	5	0.40000
70	TBL	2	5	0.40000
71	ULTJ	3	5	0.60000
72	DVLA	2	5	0.40000
73	GGRM	3	5	0.60000
74	HMSP	4	5	0.80000
75	KAEF	4	5	0.80000
76	KINO	2	5	0.40000
77	KLBF	3	5	0.60000
78	MERK	3	5	0.60000
79	SIDO	2	5	0.40000
80	TSPC	4	5	0.80000
81	UNVR	5	5	1.00000
82	WIIM	3	5	0.60000
83	WOOD	2	5	0.40000
84	PYFA	2	5	0.40000
2020				
85	ADES	4	5	0.80000
86	CAMP	5	5	1.00000
87	CEKA	3	5	0.60000
88	CLEO	5	5	1.00000
89	DLTA	2	5	0.40000
90	HOKI	3	5	0.60000
91	ICBP	5	5	1.00000
92	INDF	5	5	1.00000
93	MLBI	4	5	0.80000
94	MYORA	4	5	0.80000
95	ROTI	2	5	0.40000
96	SKBM	2	5	0.40000
97	SKLT	2	5	0.40000
98	TBL	2	5	0.40000
99	ULTJ	3	5	0.60000
100	DVLA	2	5	0.40000
101	GGRM	3	5	0.60000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI
102	HMSP	4	5	0.80000
103	KAEF	4	5	0.80000
104	KINO	3	5	0.60000
105	KLBF	4	5	0.80000
106	MERK	3	5	0.60000
107	SIDO	4	5	0.80000
108	TSPC	4	5	0.80000
109	UNVR	5	5	1.00000
110	WIIM	3	5	0.60000
111	WOOD	2	5	0.40000
112	PYFA	2	5	0.40000
2021				
113	ADES	5	5	1.00000
114	CAMP	5	5	1.00000
115	CEKA	4	5	0.80000
116	CLEO	5	5	1.00000
117	DLTA	4	5	0.80000
118	HOKI	3	5	0.60000
119	ICBP	5	5	1.00000
120	INDF	5	5	1.00000
121	MLBI	4	5	0.80000
122	MYORA	4	5	0.80000
123	ROTI	2	5	0.40000
124	SKBM	3	5	0.60000
125	SKLT	2	5	0.40000
126	TBL	2	5	0.40000
127	ULTJ	3	5	0.60000
128	DVLA	2	5	0.40000
129	GGRM	3	5	0.60000
130	HMSP	4	5	0.80000
131	KAEF	4	5	0.80000
132	KINO	5	5	1.00000
133	KLBF	4	5	0.80000
134	MERK	4	5	0.80000
135	SIDO	5	5	1.00000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI
136	TSPC	4	5	0.80000
137	UNVR	5	5	1.00000
138	WIIM	3	5	0.60000
139	WOOD	2	5	0.40000
140	PYFA	2	5	0.40000

2. Tabulasi perhitungan *green process innovation*

$$\text{Green Process Innovation} = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan:

$\sum X_j$: Jumlah item yang diungkapkan oleh Perusahaan

N_j : Jumlah item Pengungkapan

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI-2
2017				
1	ADES	4	5	0.80000
2	CAMP	3	5	0.60000
3	CEKA	1	5	0.20000
4	CLEO	4	5	0.80000
5	DLTA	3	5	0.60000
6	HOKI	2	5	0.40000
7	ICBP	4	5	0.80000
8	INDF	4	5	0.80000
9	MLBI	5	5	1.00000
10	MYORA	4	5	0.80000
11	ROTI	2	5	0.40000
12	SKBM	1	5	0.20000
13	SKLT	1	5	0.20000
14	TBL	4	5	0.80000
15	ULTJ	5	5	1.00000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI-2
16	DVLA	2	5	0.40000
17	GGRM	3	5	0.60000
18	HMSP	4	5	0.80000
19	KAEF	4	5	0.80000
20	KINO	3	5	0.60000
21	KLBF	5	5	1.00000
22	MERK	3	5	0.60000
23	SIDO	4	5	0.80000
24	TSPC	2	5	0.40000
25	UNVR	5	5	1.00000
26	WIIM	4	5	0.80000
27	WOOD	2	5	0.40000
28	PYFA	1	5	0.20000
2018				
29	ADES	5	5	1.00000
30	CAMP	4	5	0.80000
31	CEKA	2	5	0.40000
32	CLEO	4	5	0.80000
33	DLTA	3	5	0.60000
34	HOKI	3	5	0.60000
35	ICBP	5	5	1.00000
36	INDF	5	5	1.00000
37	MLBI	5	5	1.00000
38	MYORA	4	5	0.80000
39	ROTI	2	5	0.40000
40	SKBM	3	5	0.60000
41	SKLT	2	5	0.40000
42	TBL	5	5	1.00000
43	ULTJ	5	5	1.00000
44	DVLA	5	5	1.00000
45	GGRM	3	5	0.60000
46	HMSP	5	5	1.00000
47	KAEF	4	5	0.80000
48	KINO	4	5	0.80000
49	KLBF	5	5	1.00000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI-2
50	MERK	4	5	0.80000
51	SIDO	5	5	1.00000
52	TSPC	2	5	0.40000
53	UNVR	5	5	1.00000
54	WIIM	4	5	0.80000
55	WOOD	2	5	0.40000
56	PYFA	1	5	0.20000
2019				
57	ADES	5	5	1.00000
58	CAMP	4	5	0.80000
59	CEKA	2	5	0.40000
60	CLEO	5	5	1.00000
61	DLTA	3	5	0.60000
62	HOKI	4	5	0.80000
63	ICBP	5	5	1.00000
64	INDF	5	5	1.00000
65	MLBI	5	5	1.00000
66	MYORA	4	5	0.80000
67	ROTI	3	5	0.60000
68	SKBM	3	5	0.60000
69	SKLT	2	5	0.40000
70	TBL	5	5	1.00000
71	ULTJ	5	5	1.00000
72	DVLA	5	5	1.00000
73	GGRM	3	5	0.60000
74	HMSP	5	5	1.00000
75	KAEF	4	5	0.80000
76	KINO	4	5	0.80000
77	KLBF	5	5	1.00000
78	MERK	4	5	0.80000
79	SIDO	5	5	1.00000
80	TSPC	2	5	0.40000
81	UNVR	5	5	1.00000
82	WIIM	4	5	0.80000
83	WOOD	2	5	0.40000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI-2
84	PYFA	1	5	0.20000
2020				
85	ADES	5	5	1.00000
86	CAMP	4	5	0.80000
87	CEKA	3	5	0.60000
88	CLEO	5	5	1.00000
89	DLTA	4	5	0.80000
90	HOKI	5	5	1.00000
91	ICBP	5	5	1.00000
92	INDF	5	5	1.00000
93	MLBI	5	5	1.00000
94	MYORA	5	5	1.00000
95	ROTI	3	5	0.60000
96	SKBM	3	5	0.60000
97	SKLT	3	5	0.60000
98	TBL	5	5	1.00000
99	ULTJ	5	5	1.00000
100	DVLA	5	5	1.00000
101	GGRM	3	5	0.60000
102	HMSP	5	5	1.00000
103	KAEF	4	5	0.80000
104	KINO	5	5	1.00000
105	KLBF	5	5	1.00000
106	MERK	4	5	0.80000
107	SIDO	5	5	1.00000
108	TSPC	4	5	0.80000
109	UNVR	5	5	1.00000
110	WIIM	4	5	0.80000
111	WOOD	2	5	0.40000
112	PYFA	2	5	0.40000
2021				
113	ADES	5	5	1.00000
114	CAMP	4	5	0.80000
115	CEKA	3	5	0.60000
116	CLEO	5	5	1.00000

No.	Kode Saham	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan	Jumlah item pengungkapan	GPI-2
117	DLTA	5	5	1.00000
118	HOKI	5	5	1.00000
119	ICBP	5	5	1.00000
120	INDF	5	5	1.00000
121	MLBI	5	5	1.00000
122	MYORA	5	5	1.00000
123	ROTI	4	5	0.80000
124	SKBM	3	5	0.60000
125	SKLT	4	5	0.80000
126	TBL	5	5	1.00000
127	ULTJ	5	5	1.00000
128	DVLA	5	5	1.00000
129	GGRM	3	5	0.60000
130	HMSP	5	5	1.00000
131	KAEF	4	5	0.80000
132	KINO	5	5	1.00000
133	KLBF	5	5	1.00000
134	MERK	4	5	0.80000
135	SIDO	5	5	1.00000
136	TSPC	4	5	0.80000
137	UNVR	5	5	1.00000
138	WIIM	4	5	0.80000
139	WOOD	4	5	0.80000
140	PYFA	3	5	0.60000

3. Tabulasi perhitungan kinerja keuangan

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Laba Setelah Pajak	Total Aset	100%	Kinerja Keuangan
2017					
1	ADES	Rp 38,242,000	Rp 840,236,000	100%	0.04551

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Laba Setelah Pajak	Total Aset	100%	Kinerja Keuangan
2	CAMP	Rp 43,421,734	Rp 1,211,184	100%	0.03585
3	CEKA	Rp 107,420,886	Rp 1,392,636	100%	0.07713
4	CLEO	Rp 1,272,314	Rp 11,661,908	100%	0.10910
5	DLTA	Rp 279,772,635	Rp 1,340,842	100%	0.20865
6	HOKI	Rp 47,964,112	Rp 576,963,542	100%	0.08313
7	ICBP	Rp 3,543,173	Rp 31,619,514	100%	0.11206
8	INDF	Rp 5,097,264	Rp 88,400,877	100%	0.05766
9	MLBI	Rp 1,322,067	Rp 2,510,078	100%	0.52670
10	MYORA	Rp 1,630,953	Rp 14,915,849	100%	0.10934
11	ROTI	Rp 135,364,021	Rp 4,559,573	100%	0.02969
12	SKBM	Rp 25,880,464	Rp 1,623,027	100%	0.01595
13	SKLT	Rp 22,970,715	Rp 636,284,210	100%	0.03610
14	TBL	Rp 978,696,000	Rp 14,354,225	100%	0.06818
15	ULTJ	Rp 718,402,000	Rp 5,175,896	100%	0.13880
16	DVLA	Rp 162,249,293	Rp 1,640,886	100%	0.09888
17	GGRM	Rp 7,755,347	Rp 66,759,930	100%	0.11617
18	HMSP	Rp 12,670,534	Rp 43,141,063	100%	0.29370
19	KAEF	Rp 331,707,917	Rp 6,096,148	100%	0.05441
20	KINO	Rp 121,129,837	Rp 3,237,595	100%	0.03741
21	KLBF	Rp 2,453,251	Rp 16,616,239	100%	0.14764
22	MERK	Rp 144,677,294	Rp 847,006,544	100%	0.17081
23	SIDO	Rp 533,799,000	Rp 3,158,198	100%	0.16902
24	TSPC	Rp 557,339,581	Rp 7,434,900	100%	0.07496
25	UNVR	Rp 7,004,562	Rp 18,906,413	100%	0.37049
26	WIIM	Rp 40,589,790	Rp 1,225,712	100%	0.03312
27	WOOD	Rp 171,431,807	Rp 3,843,002	100%	0.04461
28	PYFA	Rp 7,127,402	Rp 159,563,931	100%	0.04467
2018					
29	ADES	Rp 52,958,000	Rp 881,275,000	100%	0.06009
30	CAMP	Rp 61,947,295	Rp 1,004,275	100%	0.06168
31	CEKA	Rp 92,649,656	Rp 1,168,956	100%	0.07926
32	CLEO	Rp 63,261,752	Rp 833,933,861	100%	0.07586
33	DLTA	Rp 338,129,985	Rp 1,523,517	100%	0.22194
34	HOKI	Rp 90,195,136	Rp 758,846,556	100%	0.11886
35	ICBP	Rp 4,658,781	Rp 34,367,153	100%	0.13556
36	INDF	Rp 4,961,851	Rp 96,537,796	100%	0.05140
37	MLBI	Rp 1,224,807	Rp 2,889,501	100%	0.42388

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Laba Setelah Pajak	Total Aset	100%	Kinerja Keuangan
38	MYORA	Rp 1,760,434	Rp 17,591,706	100%	0.10007
39	ROTI	Rp 127,171,436	Rp 4,393,810	100%	0.02894
40	SKBM	Rp 15,954,632	Rp 1,771,365	100%	0.00901
41	SKLT	Rp 31,954,131	Rp 747,293,725	100%	0.04276
42	TBL	Rp 764,380,000	Rp 16,339,916	100%	0.04678
43	ULTJ	Rp 701,607,000	Rp 5,555,871	100%	0.12628
44	DVLA	Rp 200,651,968	Rp 1,682,821	100%	0.11924
45	GGRM	Rp 7,793,068	Rp 69,097,219	100%	0.11278
46	HMSP	Rp 13,538,418	Rp 46,602,420	100%	0.29051
47	KAEF	Rp 401,792,808	Rp 9,460,427	100%	0.04247
48	KINO	Rp 179,025,676	Rp 3,592,164	100%	0.04984
49	KLBF	Rp 2,497,261	Rp 18,146,206	100%	0.13762
50	MERK	Rp 1,163,324	Rp 1,263,113	100%	0.92100
51	SIDO	Rp 663,849,000	Rp 3,337,628	100%	0.19890
52	TSPC	Rp 540,378,145	Rp 7,869,975	100%	0.06866
53	UNVR	Rp 9,109,445	Rp 19,522,970	100%	0.46660
54	WIIM	Rp 51,142,850	Rp 1,255,573	100%	0.04073
55	WOOD	Rp 242,010,106	Rp 4,588,497	100%	0.05274
56	PYFA	Rp 8,447,447	Rp 187,057,163	100%	0.04516
2019					
57	ADES	Rp 83,885,000	Rp 822,375,000	100%	0.10200
58	CAMP	Rp 76,758,829	Rp 1,057,529	100%	0.07258
59	CEKA	Rp 215,459,200	Rp 1,393,079	100%	0.15466
60	CLEO	Rp 130,756,461	Rp 1,245,144	100%	0.10501
61	DLTA	Rp 317,815,177	Rp 1,425,983	100%	0.22287
62	HOKI	Rp 103,723,133	Rp 848,676,035	100%	0.12222
63	ICBP	Rp 5,360,029	Rp 38,709,314	100%	0.13847
64	INDF	Rp 5,902,729	Rp 96,198,559	100%	0.06136
65	MLBI	Rp 1,206,059	Rp 2,896,950	100%	0.41632
66	MYORA	Rp 2,051,404	Rp 19,037,918	100%	0.10775
67	ROTI	Rp 236,518,557	Rp 4,682,083	100%	0.05052
68	SKBM	Rp 957,169,058	Rp 1,820,383	100%	0.00053
69	SKLT	Rp 44,943,627	Rp 790,845,543	100%	0.05683
70	TBL	Rp 661,034,000	Rp 17,363,003	100%	0.03807
71	ULTJ	Rp 1,035,865	Rp 6,608,422	100%	0.15675
72	DVLA	Rp 221,783,249	Rp 1,829,960	100%	0.12120
73	GGRM	Rp 10,880,704	Rp 78,647,274	100%	0.13835

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Laba Setelah Pajak	Total Aset	100%	Kinerja Keuangan
74	HMSP	Rp 13,721,513	Rp 50,902,806	100%	0.26956
75	KAEF	Rp 15,890,439	Rp 18,352,877	100%	0.00087
76	KINO	Rp 515,603,339	Rp 4,695,764	100%	0.10980
77	KLBF	Rp 2,537,601	Rp 20,264,726	100%	0.12522
78	MERK	Rp 78,256,797	Rp 901,060,986	100%	0.08685
79	SIDO	Rp 807,689,000	Rp 3,529,557	100%	0.22884
80	TSPC	Rp 595,154,912	Rp 8,372,769	100%	0.07108
81	UNVR	Rp 7,392,837	Rp 20,649,371	100%	0.35802
82	WIIM	Rp 27,328,091	Rp 1,299,521	100%	0.02103
83	WOOD	Rp 218,064,313	Rp 5,518,890	100%	0.03951
84	PYFA	Rp 9,342,718	Rp 190,786,208	100%	0.04897
2020					
85	ADES	Rp 135,789,000	Rp 958,791,000	100%	0.14163
86	CAMP	Rp 44,045,828	Rp 1,086,873	100%	0.04053
87	CEKA	Rp 181,812,593	Rp 1,566,673	100%	0.11605
88	CLEO	Rp 132,772,234	Rp 1,310,940	100%	0.10128
89	DLTA	Rp 123,465,762	Rp 1,225,580	100%	0.10074
90	HOKI	Rp 38,038,419	Rp 906,924,214	100%	0.04194
91	ICBP	Rp 7,418,574	Rp 103,588,325	100%	0.07162
92	INDF	Rp 8,752,066	Rp 163,136,516	100%	0.05365
93	MLBI	Rp 285,617,000	Rp 2,907,425	100%	0.09824
94	MYORA	Rp 2,098,168	Rp 19,777,500	100%	0.10609
95	ROTI	Rp 168,610,282	Rp 4,452,166	100%	0.03787
96	SKBM	Rp 5,415,741	Rp 1,768,660	100%	0.00306
97	SKLT	Rp 42,520,246	Rp 773,863,042	100%	0.05495
98	TBL	Rp 680,730,000	Rp 19,431,293	100%	0.03503
99	ULTJ	Rp 1,109,666	Rp 8,754,116	100%	0.12676
100	DVLA	Rp 162,072,984	Rp 1,986,711	100%	0.08158
101	GGRM	Rp 7,647,729	Rp 78,191,409	100%	0.09781
102	HMSP	Rp 8,581,378	Rp 49,674,030	100%	0.17275
103	KAEF	Rp 20,425,756	Rp 17,562,816	100%	0.00116
104	KINO	Rp 113,665,219	Rp 5,255,359	100%	0.02163
105	KLBF	Rp 2,799,622	Rp 22,564,300	100%	0.12407
106	MERK	Rp 71,902,263	Rp 929,901,046	100%	0.07732
107	SIDO	Rp 934,016,000	Rp 3,849,516	100%	0.24263
108	TSPC	Rp 834,369,751	Rp 9,104,657	100%	0.09164
109	UNVR	Rp 7,163,536	Rp 20,534,632	100%	0.34885

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Laba Setelah Pajak	Total Aset	100%	Kinerja Keuangan
110	WIIM	Rp 172,506,562	Rp 1,614,442	100%	0.10685
111	WOOD	Rp 314,373,402	Rp 5,949,006	100%	0.05284
112	PYFA	Rp 22,104,364	Rp 228,575,380	100%	0.09670
2021					
113	ADES	Rp 265,758,000	Rp 1,304,108	100%	0.20379
114	CAMP	Rp 100,066,615	Rp 1,147,260	100%	0.08722
115	CEKA	Rp 187,066,990	Rp 1,697,387	100%	0.11021
116	CLEO	Rp 180,711,667	Rp 1,348,181	100%	0.13404
117	DLTA	Rp 187,992,998	Rp 1,308,722	100%	0.14365
118	HOKI	Rp 12,533,087	Rp 989,119,315	100%	0.01267
119	ICBP	Rp 7,900,282	Rp 118,066,628	100%	0.06691
120	INDF	Rp 11,203,585	Rp 179,356,193	100%	0.06247
121	MLBI	Rp 665,850,000	Rp 2,922,017	100%	0.22787
122	MYORA	Rp 1,211,052	Rp 19,917,653	100%	0.06080
123	ROTI	Rp 281,340,682	Rp 4,191,284	100%	0.06713
124	SKBM	Rp 29,707,421	Rp 1,970,428	100%	0.01508
125	SKLT	Rp 84,524,160	Rp 889,125,250	100%	0.09506
126	TBL	Rp 791,916,000	Rp 21,084,017	100%	0.03756
127	ULTJ	Rp 1,276,793	Rp 7,406,856	100%	0.17238
128	DVLA	Rp 146,725,628	Rp 2,085,904	100%	0.07034
129	GGRM	Rp 5,605,321	Rp 89,964,369	100%	0.06231
130	HMSP	Rp 7,137,097	Rp 53,090,428	100%	0.13443
131	KAEF	Rp 289,888,789	Rp 17,760,195	100%	0.01632
132	KINO	Rp 100,649,538	Rp 5,346,800	100%	0.00002
133	KLBF	Rp 3,232,007	Rp 25,666,635	100%	0.12592
134	MERK	Rp 131,660,834	Rp 1,026,266	100%	0.12829
135	SIDO	Rp 1,260,898	Rp 4,068,970	100%	0.30988
136	TSPC	Rp 877,817,637	Rp 9,644,326	100%	0.09102
137	UNVR	Rp 5,758,148	Rp 19,068,532	100%	0.30197
138	WIIM	Rp 176,877,010	Rp 1,891,169	100%	0.09353
139	WOOD	Rp 535,295,612	Rp 6,801,034	100%	0.07871
140	PYFA	Rp 5,478,952	Rp 806,221,575	100%	0.00680

4. Tabulasi perhitungan keunggulan kompetitif

$$\begin{aligned}
 & \text{Asset Utilization Capability} & = & \frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}} \\
 & \text{(calculated by total assets turnover ratio)} & &
 \end{aligned}$$

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Penjualan	Total Aset	Keunggulan Kompetitif
2017				
1	ADES	Rp 804,302,000	Rp 840,236,000	0.95723
2	CAMP	Rp 944,837,322	Rp 1,211,184	0.78009
3	CEKA	Rp 4,257,738	Rp 1,392,636	3.05732
4	CLEO	Rp 614,677,561	Rp 660,917,775	0.93004
5	DLTA	Rp 777,308,328	Rp 1,340,842	0.57972
6	HOKI	Rp 1,209,215	Rp 576,963,542	2.09583
7	ICBP	Rp 35,606,593	Rp 31,619,514	1.12610
8	INDF	Rp 70,186,618	Rp 88,400,877	0.79396
9	MLBI	Rp 3,389,736	Rp 2,510,078	1.35045
10	MYORA	Rp 20,816,673	Rp 14,915,849	1.39561
11	ROTI	Rp 2,491,100	Rp 4,559,573	0.54634
12	SKBM	Rp 1,841,487	Rp 1,623,027	1.13460
13	SKLT	Rp 914,188,759	Rp 636,284,210	1.43676
14	TBL	Rp 8,974,708	Rp 14,354,255	0.62523
15	ULTJ	Rp 4,879,559	Rp 5,175,896	0.94275
16	DVLA	Rp 1,575,647	Rp 1,640,886	0.96024
17	GGRM	Rp 83,305,925	Rp 66,759,930	1.24784
18	HMSP	Rp 99,091,484	Rp 43,141,063	2.29692
19	KAEF	Rp 6,127,479	Rp 6,096,148	1.00514
20	KINO	Rp 3,160,637	Rp 3,237,595	0.97623
21	KLBF	Rp 20,182,120	Rp 16,616,239,416	1.21460
22	MERK	Rp 582,002,470	Rp 847,006,544	0.68713
23	SIDO	Rp 2,573,840	Rp 3,158,198	0.81497
24	TSPC	Rp 9,565,462	Rp 7,434,900	1.28656
25	UNVR	Rp 41,204,510	Rp 18,906,413	2.17939
26	WIIM	Rp 1,476,427	Rp 1,225,712	1.20455
27	WOOD	Rp 1,734,702	Rp 3,843,002	0.45139
28	PYFA	Rp 223,002,490	Rp 159,563,931	1.39757
2018				
29	ADES	Rp 814,490,000	Rp 881,275,000	0.92422
30	CAMP	Rp 961,136,629	Rp 1,004,275	0.95704
31	CEKA	Rp 3,629,327	Rp 1,168,956	3.10476
32	CLEO	Rp 831,104,026	Rp 833,933,861	0.99661
33	DLTA	Rp 893,006,350	Rp 1,523,517	0.58615
34	HOKI	Rp 1,430,785	Rp 758,846,556	1.88547
35	ICBP	Rp 38,413,407	Rp 34,367,153	1.11774

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Penjualan	Total Aset	Keunggulan Kompetitif
36	INDF	Rp 73,394,728	Rp 96,537,796	0.76027
37	MLBI	Rp 3,574,801	Rp 2,889,501	1.23717
38	MYORA	Rp 24,060,802	Rp 17,591,706	1.36774
39	ROTI	Rp 2,766,545	Rp 4,393,810	0.62965
40	SKBM	Rp 1,953,910	Rp 1,771,365	1.10305
41	SKLT	Rp 1,045,029	Rp 747,293,725	1.39842
42	TBL	Rp 8,614,889	Rp 16,339,916	0.52723
43	ULTJ	Rp 547,882,000	Rp 5,555,871	0.09861
44	DVLA	Rp 1,699,657	Rp 1,682,821	1.01000
45	GGRM	Rp 95,707,663	Rp 69,097,219	1.38512
46	HMSP	Rp 106,741,891	Rp 46,602,420	2.29048
47	KAEF	Rp 7,454,114	Rp 9,460,427	0.78793
48	KINO	Rp 3,611,694	Rp 3,592,164	1.00544
49	KLBF	Rp 21,074,306	Rp 18,146,206	1.16136
50	MERK	Rp 611,958,076	Rp 1,263,113	0.48448
51	SIDO	Rp 2,763,292	Rp 3,337,628	0.82792
52	TSPC	Rp 10,088,118	Rp 7,869,975	1.28185
53	UNVR	Rp 41,802,073	Rp 19,522,970	2.14117
54	WIIM	Rp 1,405,384	Rp 1,255,573	1.11932
55	WOOD	Rp 2,101,477	Rp 4,588,497	0.45799
56	PYFA	Rp 250,445,853	Rp 187,057,163	1.33887
2019				
57	ADES	Rp 764,703,000	Rp 822,375,000	0.92987
58	CAMP	Rp 1,028,952	Rp 1,057,529	0.97298
59	CEKA	Rp 3,120,937	Rp 1,393,079	2.24032
60	CLEO	Rp 1,088,679	Rp 1,245,144	0.87434
61	DLTA	Rp 827,136,727	Rp 1,425,983	0.58005
62	HOKI	Rp 1,653,031	Rp 848,676,035	1.94778
63	ICBP	Rp 42,296,703	Rp 38,709,314	1.09268
64	INDF	Rp 76,592,955	Rp 96,198,559	0.79620
65	MLBI	Rp 3,711,405	Rp 2,896,950	1.28114
66	MYORA	Rp 25,026,739	Rp 19,037,918	1.31457
67	ROTI	Rp 3,337,022	Rp 4,682,083	0.71272
68	SKBM	Rp 2,104,704	Rp 1,820,383	1.15619
69	SKLT	Rp 1,281,116	Rp 790,845,543	1.61993
70	TBL	Rp 8,533,183	Rp 17,363,003	0.49146
71	ULTJ	Rp 6,223,057	Rp 6,608,422	0.94169

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Penjualan	Total Aset	Keunggulan Kompetitif
72	DVLA	Rp 1,813,020	Rp 1,829,960	0.99074
73	GGRM	Rp 110,523,819	Rp 78,647,274	1.40531
74	HMSP	Rp 106,055,176	Rp 50,902,806	2.08348
75	KAEF	Rp 9,400,535	Rp 18,352,877	0.51221
76	KINO	Rp 4,678,868	Rp 4,695,764	0.99640
77	KLBF	Rp 22,633,476	Rp 20,264,726	1.11689
78	MERK	Rp 744,634,530	Rp 901,060,986	0.82640
79	SIDO	Rp 3,067,434	Rp 3,529,557	0.86907
80	TSPC	Rp 10,993,842	Rp 8,372,769	1.31305
81	UNVR	Rp 42,922,563	Rp 20,649,371	2.07864
82	WIIM	Rp 1,393,574	Rp 1,299,521	1.07237
83	WOOD	Rp 2,136,286	Rp 5,518,890	0.38709
84	PYFA	Rp 247,114,772	Rp 190,786,208	1.29524
2020				
85	ADES	Rp 673,364,000	Rp 958,791,000	0.70231
86	CAMP	Rp 956,634,474	Rp 1,086,873	0.88017
87	CEKA	Rp 3,634,297	Rp 1,566,673	2.31975
88	CLEO	Rp 972,634,784	Rp 1,310,940	0.74194
89	DLTA	Rp 546,336,411	Rp 1,225,580	0.44578
90	HOKI	Rp 1,173,189	Rp 906,924,214	1.29359
91	ICBP	Rp 46,641,048	Rp 103,588,325	0.45025
92	INDF	Rp 81,731,469	Rp 163,136,516	0.50100
93	MLBI	Rp 1,985,009	Rp 2,907,425	0.68274
94	MYORA	Rp 24,476,953	Rp 19,777,500	1.23762
95	ROTI	Rp 3,212,034	Rp 4,452,166	0.72145
96	SKBM	Rp 3,165,530	Rp 1,768,660	1.78979
97	SKLT	Rp 1,253,700	Rp 773,863,042	1.62006
98	TBL	Rp 10,863,256	Rp 19,431,293	0.55906
99	ULTJ	Rp 5,967,362	Rp 8,754,116	0.68166
100	DVLA	Rp 1,829,699	Rp 1,986,711	0.92097
101	GGRM	Rp 114,477,311	Rp 78,191,409	1.46407
102	HMSP	Rp 92,425,210	Rp 49,674,030	1.86063
103	KAEF	Rp 10,006,173	Rp 17,562,816	0.56974
104	KINO	Rp 4,024,971	Rp 5,255,359	0.76588
105	KLBF	Rp 23,112,654	Rp 22,564,300	1.02430
106	MERK	Rp 655,847,125	Rp 929,901,046	0.70529
107	SIDO	Rp 3,335,411	Rp 3,849,516	0.86645

Dalam Jutaan Rupiah

No.	Kode Saham	Penjualan	Total Aset	Keunggulan Kompetitif
108	TSPC	Rp 10,968,402	Rp 9,104,657	1.20470
109	UNVR	Rp 42,972,474	Rp 20,534,632	2.09268
110	WIIM	Rp 1,994,066	Rp 1,614,442	1.23514
111	WOOD	Rp 2,968,618	Rp 5,949,006	0.49901
112	PYFA	Rp 277,398,061	Rp 228,575,380	1.21360
2021				
113	ADES	Rp 935,075,000	Rp 1,304,108	0.71702
114	CAMP	Rp 1,019,133	Rp 1,147,260	0.88832
115	CEKA	Rp 5,359,440	Rp 1,697,387	3.15746
116	CLEO	Rp 1,103,519	Rp 1,348,181	0.81852
117	DLTA	Rp 681,205,785	Rp 1,208,722	0.56358
118	HOKI	Rp 933,597,187	Rp 989,119,315	0.94387
119	ICBP	Rp 56,803,733	Rp 118,066,628	0.48112
120	INDF	Rp 99,345,618	Rp 179,356,193	0.55390
121	MLBI	Rp 2,473,681	Rp 2,922,017	0.84657
122	MYORA	Rp 27,904,558	Rp 19,917,653	1.40100
123	ROTI	Rp 3,287,623	Rp 4,191,284	0.78440
124	SKBM	Rp 3,847,887	Rp 1,970,428	1.95282
125	SKLT	Rp 1,356,846	Rp 889,125,250	1.52605
126	TBL	Rp 15,972,216	Rp 21,084,017	0.75755
127	ULTJ	Rp 6,616,642	Rp 7,406,856	0.89331
128	DVLA	Rp 1,900,893	Rp 2,085,904	0.91130
129	GGRM	Rp 124,881,266	Rp 89,964,369	1.38812
130	HMSP	Rp 98,874,784	Rp 53,090,428	1.86238
131	KAEF	Rp 12,857,626	Rp 17,760,195	0.72396
132	KINO	Rp 3,976,656	Rp 5,346,800	0.74375
133	KLBF	Rp 26,261,194	Rp 25,666,635	1.02316
134	MERK	Rp 1,064,394	Rp 1,026,266	1.03715
135	SIDO	Rp 4,020,980	Rp 4,068,970	0.98821
136	TSPC	Rp 11,234,443	Rp 9,644,326	1.16488
137	UNVR	Rp 39,545,959	Rp 19,068,532	2.07389
138	WIIM	Rp 2,733,691	Rp 1,891,169	1.44550
139	WOOD	Rp 5,416,331	Rp 6,801,034	0.79640
140	PYFA	Rp 630,530,235	Rp 806,221,575	0.78208

Lampiran 4. Hasil Output SPSS versi 25

1. Hasil Uji Normalitas sebelum Outlier *casewise*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.51776153
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.079
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Normalitas setelah Outlier *casewise*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41817383
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.041
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

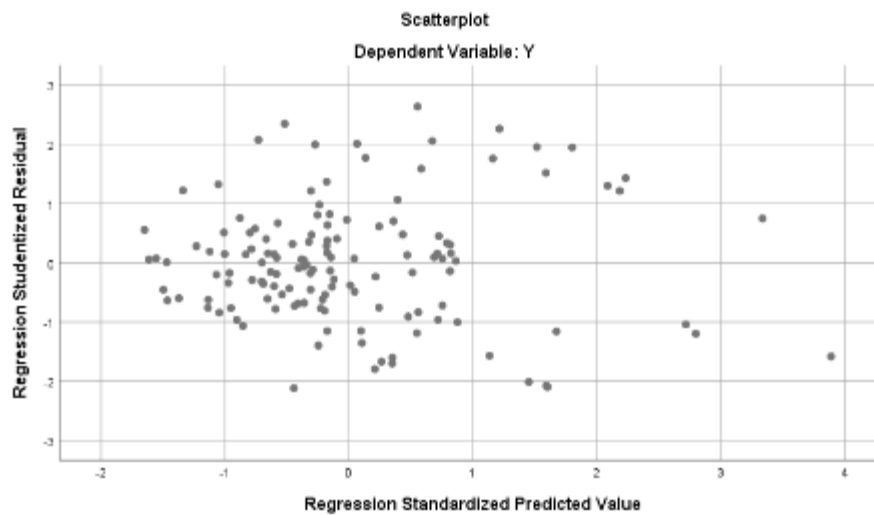
2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.763	1.311
	X2	.716	1.397
	X3	.847	1.180

a. Dependent Variable: Y

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



4. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00281
Cases < Test Value	68
Cases >= Test Value	68
Total Cases	136
Number of Runs	72
Z	.516
Asymp. Sig. (2-tailed)	.606

a. Median

5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.592	1.000	.01	.01	.00	.02
	2	.308	3.413	.02	.02	.01	.92
	3	.061	7.643	.30	.94	.07	.00
	4	.038	9.696	.67	.03	.92	.05

a. Dependent Variable: Y

6. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.936	3	2.312	12.928	.000 ^b
	Residual	23.607	132	.179		
	Total	30.544	135			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 ^a	.227	.210	.42290

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

8. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.252	.137		9.113	.000
	X1	.096	.185	.045	.519	.605
	X2	-.627	.185	-.307	-3.397	.001
	X3	2.406	.405	.493	5.936	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 5

Output Plagiasi (Turnitin)

Handwritten signature and date: 2/6-23

Nurhalimah Handayani -
1901036215 Pengaruh Green
Product Innovation, Green
Process Innovation, dan Kinerja
Keuangan terhadap
Keunggulan Kompetitif pada
perusahaan manufaktur sektor
barang konsumsi

Submission date: 05-Jun-2023 03:18PM (UTC+0700)

Submission ID: 2109324643

File name: Nurhalimah_Handayani_1901036215_-_Nurhalimah_Handayani.docx (1.37M)

Word count: 5731

Character count: 40086