FORUM EKONOMI
Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
P-ISSN 1411-1713 | E-ISSN 2528-150X
Vol. 28 No. 4 (2026) | Hal. 637-645

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Green Innovation dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Sektor Basic Material

The Influence Of Company Size, Green Innovation And Business Strategy On Manufacturing Company Perfomance In Basic Material Sector

Husnul Khotimah[1], Ferry Diyanti[1]✉

[1]Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.
✉*Corresponding author*: ferry.diyanti@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Perusahaan yang sukses dengan bisnis tumbuh dan berkembang untuk mencapai tujuan bisnisnya dengan meninjau kinerjanya. Kinerja suatu perusahaan tidak hanya mencakup kinerja keuangannya, tetapi kinerja lingkungannya juga merupakan bagian yang sangat penting dari evaluasi terhadap pelaksanaan operasinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh ukuran perusahaan, green innovation dan strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 96 sampel penelitian yang sesuai dengan 32 perusahaan dari periode 2021-2023. Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan alat analisis SPSS versi 27. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, green innovation tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, strategi bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Article history
Received 2026-08-10
Accepted 2026-10-25
Published 2026-10-31

Kata kunci
Ukuran Perusahaan; Green Innovation; Strategi Bisnis; Kinerja Perusahaan.

Keywords
Company Size; Green Innovation; Business Strategy; Company Perfomance.

Abstract

A successful company with a growing and developing business to achieve its business goals by reviewing its performance. A company's performance includes not only its financial performance, but its environmental performance is also a very important part of the evaluation of its operations. This research aims to analyze and describe the influence of company size, green innovation and business strategy on company performance. This research used a purposive sampling method and obtained 96 research samples corresponding to 32 companies from the 2021-2023 period. This research uses multiple linear analysis with the SPSS version 27 analysis tool. The results of multiple linear regression analysis show that company size has a positive and significant effect on company performance, green innovation has no effect on company performance, business strategy has a negative and significant effect on company performance.

This is an open-access article under the CC–BY-SA license.

Copyright © 2026 Husnul Khotimah, Ferry Diyanti.

PENDAHULUAN

Perusahaan yang sukses tidak hanya dinilai dari kinerja keuangan, tetapi juga kinerja lingkungannya, terutama di sektor *basic material* yang memiliki dampak besar terhadap lingkungan seperti perusahaan pertambangan, bahan kimia, dan produk kayu/kertas. Isu pencemaran lingkungan akibat aktivitas manusia dan industri, termasuk limbah rumah tangga dan industri, semakin menjadi perhatian global karena dapat merusak lingkungan dan berdampak buruk bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kinerja lingkungannya untuk mendapatkan penilaian positif dari masyarakat dan menunjukkan kepedulian terhadap efisiensi proses produksi, bukan hanya operasional produksi. Meskipun industri membuka lapangan kerja dan meningkatkan perekonomian, dampak negatif seperti kurangnya pemantauan dan pengelolaan lingkungan hidup dapat menyebabkan kerusakan lingkungan akibat limbah industri. Pabrik dan pusat industri harus berkontribusi dalam mengawasi dan mengatasi masalah pencemaran lingkungan ini.

Salah satu contoh, PT. Toba Pulp Lestari (TPL), perusahaan manufaktur di sektor *basic material* yang memproduksi pulp dan bahan kimia, diduga melakukan penebangan hutan alam secara masif dan membuang limbah berbahaya yang mencemari Danau Toba dan Sungai Deli Asahan, serta menyebabkan bau busuk. *Fenomena* ini menunjukkan kurangnya kesadaran perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, sehingga perusahaan perlu berkomitmen untuk menerapkan dan memperhatikan aspek kinerja lingkungan. Kinerja perusahaan menjadi penentu keberhasilan dan dapat dilihat dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*), yang penting bagi manajemen dalam pengambilan keputusan dan kebijakan. Kinerja yang baik juga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai saham (Henryanto Wijaya, 2020).

Kinerja perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu ukuran perusahaan, *green innovation*, dan strategi bisnis. Aprilliani & Totok 2018 menjelaskan bahwa ukuran perusahaan yang besar, tercermin dari total aset, dapat menunjukkan perusahaan yang telah mencapai tahap atas dengan arus kas positif, mempermudah pendanaan, dan memiliki aspek menguntungkan dalam jangka panjang (Partiwi & Herawati, 2022). Ukuran perusahaan dapat membantu mengatur biaya-biaya yang mungkin disembunyikan dalam sistem manajemen suatu perusahaan. Penerapan ukuran perusahaan menjadi cerminan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Total aset yang besar akan mempermudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang baik, sehingga dapat dikaitkan dengan kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan Alim & Destriana 2019 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam keputusan dengan melihat total aset yang dimiliki perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi *green innovation* dan strategi bisnis karena perusahaan besar umumnya memiliki sumber daya lebih untuk mengembangkan teknologi ramah lingkungan. Yasya & Muchlis 202) menjelaskan bahwa *green innovation* adalah teknologi baru atau perbaikan produk/proses produksi yang berfokus pada efisiensi energi, pengurangan polusi, daur ulang limbah, dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Penerapan *green innovation* dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja di masa depan termasuk melalui proses identifikasi, pengumpulan dan analisis data analisis dengan menggunakan dua jenis informasi baik fisik maupun non fisik *(Xue et al.*, 2019). *Green innovation* adalah upaya perusahaan untuk menciptakan atau memperbaiki produk yang ramah lingkungan serta mengurangi dampak pada lingkungan. Inovasi ini dilakukan dengan mendaur ulang produk, mengurangi bahan baku yang banyak terdapat zat berbahaya, serta memilih bahan baku yang lebih sehat bagi lingkungan dengan di perlukan penggunaan teknologi dan proses produksi yang lebih ramah lingkungan untuk menghasilkan barang dan layanan yang tidak berdampak negatif dalam lingkungan masyarakat. Hasil penelitian Xue *et al.* 2019 dan Novitasari & Agustia 2021 menyatakan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian lain berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yaitu, Sari & Handayani 2020 yang menyatakan bahwa *green*

innovation tidak berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Penerapan *green innovation* bagian dari strategi bisnis yang dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan efisien operasional, menekankan pengeluaran, serta menciptakan pasar baru melalui inovasi produk yang berwawasan lingkungan.

Strategi bisnis adalah cara untuk mencapai tujuan perusahaan, meningkatkan keuntungan, dan memaksimalkan hasil kinerja. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung lebih diminati investor, mendorong peningkatan strategi bisnis (Sukarya & Nurleli, 2020). Strategi bisnis menjadi hal penting bagi manajer bisnis untuk meningkatkan keuntungan dan mencapai kinerja perusahaan. Kalah saingnya perusahaan terlihat dari banyaknya investor lebih memilih suatu perusahaan dengan kinerja lingkungannya yang baik hal ini dapat memotivasi perusahaan untuk meningkatkan strategi bisnisnya yang lebih baik lagi. Dengan adanya strategi bisnis, perusahaan dapat berencana dalam melakukan keputusan atau pun bertindak sehingga perusahaan dapat memaksimalkan apa yang akan terjadi pada perusahaannya. Hasil penelitian Qianthara *et a*l., 2020 dan Ilmudeen & Bao 2020 menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, karena strategi yang baik dapat meningkatkan kualitas dan mendorong manajer untuk memprioritaskan tujuan perusahaan. Hasil penelitian lain berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yaitu Sihombing & Akbar 2022 menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan adalah metode data kuantitatif. Seluruh data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung bersumber dari www.idx.co.id. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data informasi keuangan yang bersumber dari *annual report* dan *sustainability report* perusahaan manufaktur sektor *basic material*. Proses seleksi sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor *basic material* secara berturut-turut selama periode 2021-2023, Perusahaan manufaktur sektor *basic material* yang memiliki *sustainability report* secara berturut-turut selama periode 2021-2023, Perusahaan manufaktur sektor *basic material* yang tidak mengalami kerugian secara berturut-turut selama periode 2021-2023.

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik terhadap seluruh variabel penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data observasi awal (96 data) belum terdistribusi secara normal, sehingga diperlukan lanjutan dengan metode identifikasi transform. Alat bantu untuk pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS *software version* 27 untuk mengolah data. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji Pengaruh ukuran perusahaan, *green innovation* dan strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan manufaktur sektor *basic material*.

Tinjauan Pustaka

Teori agensi yang dikemukakan pertama kali oleh Alchian dan Demsetz pada tahun 1972. Teori agensi menjelaskan hubungan antara pihak-pihak, manajemen perusahaan yang berperan sebagai agen dan pemilik modal sebagai prinsipal. Teori ini meliputi pihak utama (*principal*) dan pihak yang mengelola atau mengatur (*agent*). Teori agensi ini terdiri adanya hubungan kontraktual antara *principal* dan *agent*. Hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana *principal* memberi wewenang kepada agen untuk memberikan keputusan yang terbaik bagi *principal* dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga dapat meminimalisir beban. Teori agensi menjelaskan informasi penting mengenai perusahaan. Informasi ini berkaitan dengan informasi keuangan perusahaan yang menjadi salah satu tolak ukur kinerja perusahaan. Tentunya pihak agent diharapkan menyampaikan setiap informasi dengan jujur dan benar kepada pihak principal untuk memastikan agent melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya (Sutisna *et al.*, 2024). Widyari *et al.*, 2022 berpendapat bahwa hubungan agensi terjadi saat seseorang (prinsipal) meminta bantuan orang lain (agen) untuk melakukan sesuatu demi kepentingannya. Prinsipal juga memberikan wewenang

kepada agent untuk mengambil keputusan. Karena keduanya punya tujuan masing-masing, agent mungkin tidak selalu bertindak sesuai keinginan prinsipal. Maka prinsipal harus membuat perjanjian yang adil agar keduanya merasa diuntungkan. Teori agensi memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami dinamika hubungan antara pemilik dan manajemen dalam perusahaan. Memahami teori agensi, para manajer dan pemegang saham dapat merancang strategi bisnis yang lebih efektif dan mengurangi risiko konflik kepentingan sehingga agen akan selalu membuat proses perencanaan awal dalam menentukan strategi bisnisnya sehingga dapat jadikan acuan dalam pengambilan keputusan.. Teori agensi memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami hubungan antara ukuran perusahaan dan strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. **Teori Legitimasi** dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975. Teori legitimasi merupakan sebuah konsep yang menggambarkan interaksi antara perusahaan dan masyarakat, perusahaan perlu menyesuaikan kegiatan operasionalnya dengan nilai, norma, dan harapan yang berlaku di masyarakat untuk memperoleh pengakuan dan dukungan. Teori ini didasarkan pada gagasan kontrak sosial, yang menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat bergantung pada keselarasan antara nilai-nilai yang tetapkan oleh perusahaan dan masyarakat. Perusahaan biasanya melakukan pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan serta memastikan bahwa praktik operasional mereka dengan tujuan untuk menjaga legitimasi sesuai dengan harapan publik. *Green innovation* sejalan dengan teori legitimasi yang mencakup penerapan teknologi ramah lingkungan, pengembangan produk hijau dan kepatuhan regulasi lingkungan yang menjadi salah satu cara bagi perusahaan dalam menunjukkan kesesuaian lingkungan. Shu *et al.*, 2024 menjelaskan bahwa *green innovation* dapat membantu perusahaan meraih legitimasi regulasi dengan mematuhi peraturan lingkungan dan memperoleh sertifikasi hijau. Selain itu, inovasi ini juga meningkatkan legitimasi sosial melalui pembentukan citra yang ramah lingkungan, yang sejalan dengan nilai-nilai keberlanjutan. Perusahaan yang telah berkomitmen terhadap keberlanjutan serta membangun reputasi lingkungan yang baik akan mendapatkan dukungan masyarakat sehingga berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Anailisis

Tabel 1. Uji Normalitas

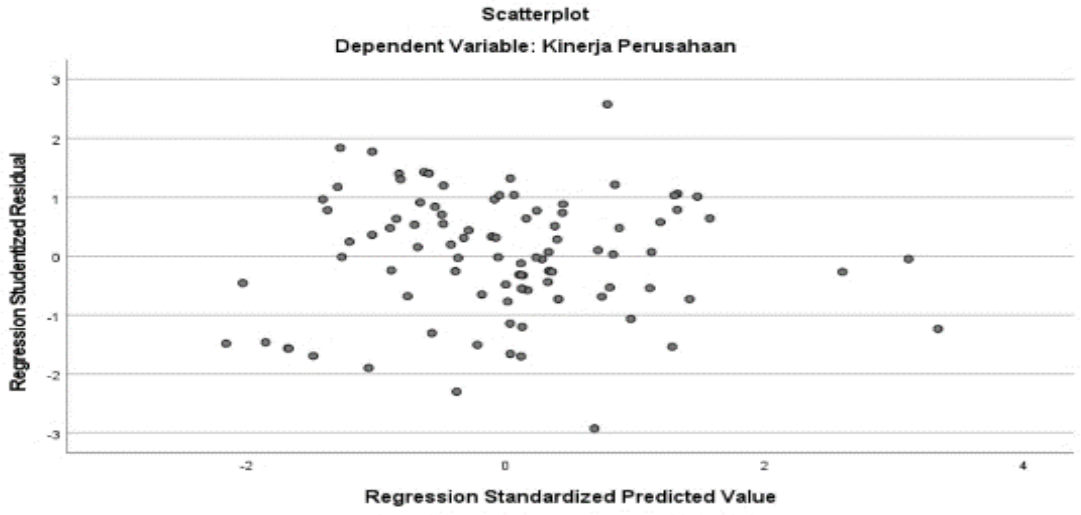
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	0,000
	Std. Deviation	0,805
Most Extreme Differences	Absolute	0.057
	Positive	0.048
	Negative	-0.057
Test Statistic		0.057
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		0.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.	

Hasil uji normalitas pada tabel 1 Hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (K-S). Setelah dilakukan transform data menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, karena nilai Asymp. Sig 0,200 dengan asumsi bahwa variabel dependen kinerja perusahaan memiliki distribusi residual yang normal.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-13,534	4,810		-2,814	0,006		
	Ukuran Perusahaan	3,159	1,427	0,210	2,214	0,029	0,896	1,117
	Green Innovation	0,576	0,308	0,181	1,871	0,065	0,861	1,162
	Strategi Bisnis	-2,255	0,442	-0,473	-5,106	0,000	0,941	1,1063

Uji multikoliniearitas model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas. Nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 untuk semua variabel independen mengindikasikan tidak adanya korelasi linear yang sempurna atau tinggi antar variabel bebas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak timbul multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.



Gambar 1. Uji Scatterplot

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 1 titik-titik pola menyebar secara acak di atas dan di bawah garis regresi, tanpa membentuk pola tertentu, maka dapat menyimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Tabel 3. Uji Glesjer

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,749	2,777		1,710	0,091
	Ukuran Perusahaan	-1,226	0,824	-0,160	-1,489	0,140
	Green Innovation	-0,202	0,178	-0,124	-1,136	0,259
	Strategi Bisnis	0,221	0,255	-0,091	,868	0,388

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji glejser dilakukan untuk meregresikan variabel independen dengan variabel absolute residual (Abs_Res). Syarat pengujian uji glejser nilai sig >0,05 disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan jika nilai sig < 0,05 disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel 3. menunjukkan nilai sig >0,05 yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,508[a]	0,258	0,234	0,81847	1.884

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, *Green Innovation* Strategi Bisnis

b. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Tabel 4. menunjukkan nilai signifikan yang didapatkan sebesar 1,884. Dari hasil tersebut dinyatakan tidak terjadi autokorelasi, karena persyaratan pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan syarat uji autokorelasi DU<DW<4-DU maka tidak terjadi autokorelasi dengan hasil sebagai berikut : Du = 1,7326, DW = 1,884, 4-Du = 2,2674.

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-13,534	4,810		-2,814	0.006
	Ukuran Perusahaan	3,159	1,427	0,210	2,214	0,029
	Green Innovation	0,576	0,308	0,181	1,871	0,065
	Strategi Bisnis	-2,255	0,442	-0,473	-5,106	0,000
a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan						

Dari hasil persamaan regresi linier berganda pada tabel 5. dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) adalah sebesar -13,534 menyatakan bahwa apabila semua variabel independen yaitu ukuran perusahaan, *green innovation*, strategi bisnis sama dengan 0 maka nilai prediksi kinerja perusahaan adalah sebesar -13,534;

Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan adalah sebesar 3,159 arah positif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam pengungkapan ukuran perusahaan, maka kinerja perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 3,159;

Nilai koefisien regresi green innovation adalah sebesar 0,576 arah positif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam pengungkapan green innovation, maka kinerja perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,576; dan

Nilai koefisien regresi strategi bisnis adalah sebesar -2,255 arah negatif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam pengungkapan strategi bisnis, maka kinerja perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -2,255.

Tabel 6. Kelayakan Model Uji (F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,439	3	7,146	10,668	,000[b]
	Residual	61,630	92	,670		
	Total	83,069	95			

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Strategi Bisnis, Ukuran Perusahaan, Green Innovation

Uji F bertujuan untuk melihat model regresi apakah layak untuk digunakan. Berdasarkan hasil uji kelayakan model uji F pada tabel 7. nilai signifikan sebesar <,001 nilai signifikan ini lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan model regresi dapat digunakan dengan istilah lain ukuran perusahaan, *green innovation* dan strategi bisnis dapat memprediksi pengaruh pada kinerja perusahaan.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,508[a]	0,258	0,234	0,81847

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan data pada Tabel 8. Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan nilai R square sebesar 0,258 artinya variabel independen mampu memberikan penjelasan variabel dependen yakni sebesar 25,8% sementara 74,2 % sisanya dapat dijelaskan dengan variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 8. Uji Hipotesis (t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-13,534	4,810		-2,814	,006
	Ukuran Perusahaan	3,159	1,427	,210	2,214	,029
	Green Innovation	,576	,308	,181	1,871	,065
	Strategi Bisnis	-2,255	,442	-,473	-5,106	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Uji t adalah test statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikasinya sebesar 0,029 dengan nilai koefisien regresi 3,159. Sehingga disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H^1 diterima. Green innovation memiliki nilai signifikan 0,065 dengan nilai koefisien regresi 0,576. Sehingga disimpulkan bahwa green innovation

tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H^2 ditolak. Strategi bisnis memiliki nilai signifikan 0,000 dengan nilai koefisien regresi -2,255. Sehingga disimpulkan bahwa strategi bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H^3 ditolak.

SIMPULAN

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang telah menerapkan ukuran perusahaan tentu memiliki total aset yang baik karena pada umumnya diukur melalui rasio keuangan dalam mengelola aset dan menghasilkan laba, sehingga mempengaruhi keputusan dalam memperoleh investor, total aset perusahaan yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan. *Green innovation* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. *Green innovation* menunjukkan bahwa perusahaan baik dan aktif maupun tidak, dalam praktik ramah lingkungan tidak memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Karena tujuan dengan memanfaatkan kembali limbah, merancang produk yang ramah lingkungan dalam keberlanjutan perusahaan, hal tersebut memungkinkan dapat mengakibatkan pengabaian terhadap aspek kinerja perusahaan. Strategi bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang telah menerapkan strategi bisnis yang baik tidak akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Karena perusahaan pasti melakukan strategi bisnis yang mengikuti perkembangan sehingga kurangnya konsisten yang berdampak pada kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Alim, M., & Destriana, U. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komite Audit Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *5*(1), 18–23. https://doi.org/10.31000/jmb.v5i1.1990

Aprilliani, M. T., & Totok, D. (2018). Pengaruh tata kelola perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan artikel ilmiah. *Diponegoro Journal of Accounting*, *7*(1), 1–10.

Henryanto Wijaya, J. G. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Mnufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, *2*(4), 1718. https://doi.org/10.24912/jpa.v2i4.9367

Ilmudeen, A., & Bao, Y. (2020). IT strategy and business strategy mediate the effect of managing IT on firm performance: empirical analysis. *Journal of Enterprise Information Management*, *33*(6), 1357–1378. https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2019-0068

Novitasari, M., & Agustia, D. (2021). Green supply chain management and firm performance: the mediating effect of green innovation. *Journal of Industrial Engineering and Management*, *14*(2), 391–403. https://doi.org/10.3926/jiem.3384

Partiwi, R., & Herawati, H. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, *17*(1), 29–38. https://doi.org/10.37301/jkaa.v17i1.76

Qianthara, F., Suzan, L., & Assalam, A. G. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2017). *E-Proceeding of Management*, *7*(2), 5970–5977.

Sari, N. P., & Handayani, S. (2020). AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, *8*(2). http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/

Shu, C., Zhao, J., Yao, Q., & Zhou, K. Z. (2024). Green Innovation and Export Performance in Emerging Market Firms: A Legitimacy-based View. *Management and Organization Review*, *20*(1), 85–110. https://doi.org/10.1017/mor.2023.40

Sihombing, E. L. R., & Akbar, F. S. (2022). Pengaruh Kepemilikan Pemerintah, Strategi Bisnis Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jambura : Economic Education Journal*, *4*(1), 97–105. https://doi.org/10.37479/jeej.v4i1.11307

Sukarya, I. R. H., & Nurleli. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan. *E-Proceeding of Management*, *7*(2), 518–521.

Sutisna, D., Nirwansyah, M., Ningrum, S. A., & Anwar, S. (2024). Studi Literatur Terkait Peranan Teori Agensi pada Konteks Berbagai Issue di Bidang Akuntansi. *Karimah Tauhid*, *3*(4), 4802–4821. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12973

Widyari, K. P., Luh ni gde, N., & Luh Putu Ni, W. (2022). Pengaruh Good Corporate Governence , Ukuran Perusahaan , Leverage , Kualitas Audit Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, *4*(2), 202–213.

Xue, M., Boadu, F., & Xie, Y. (2019). The penetration of green innovation on firm performance: Effects of absorptive capacity and managerial environmental concern. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(9). https://doi.org/10.3390/su11092455

Yasya, N., & Muchlis, M. (2024). Pengaruh Green Innovation Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, *2*(1), 103–122. https://doi.org/10.35384/jamie.v2i1.551