EBI | Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)
Vol. 07, No. 01, 2025, pp. 1-7
ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/

PENGARUH PEMANGKU KEPENTINGAN DAN INOVASI HIJAU TERHADAP KINERJA BISNIS

Maria Lusiana Ina Barek[1], *Arif Nugroho*[2], *Rustomo*[3]
Universitas Pertiwi[1,2,3]
20120167@pertiwi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemangku kepentingan dan inovasi hijau terhadap kinerja bisnis. Pemangku kepentingan mengambil peran penting dalam menekankan pelaku usaha atau perusahaan untuk lebih ramah lingkungan akibat dari aktivitas perusahaan yang mempengaruhi lingkungan. Sedangkan inovasi hijau menerapkan teknologi yang lebih efisien dan ramah lingkungan dan dapat mengurangi biaya produksi dan menghemat penggunaan sumber daya yang dapat mempengaruhi keseimbangan lingkungan akibat dari aktivitas perusahaan. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling pada 38 orang responden. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner pada google form. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas,uji reliabilitas, uji parsial (Uji T), uji korelasi dan koefisien determinasi. Persentase pengaruh pemangku kepentingan terhadap kinerja bisnis sebesar 39,6% dan 60,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sedangkan persentase pengaruh inovasi hijau terhadap kinerja bisnis sebesar 57% dan 43% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci: *Pemangku Kepentingan, Inovasi Hijau, Kinerja Bisnis*

Abstract

This research is to determine the influence of stakeholders and green innovation on business performance. Stakeholders take an important role in emphasizing business actors or companies to be more environmentally friendly as a result of company activities that affect the environment. Meanwhile,green innovation applies technology that is more efficient and environmentally friendly and can reduce production costs and save resource use which can effect environmental balance as a result of company activities. The research sample was obtained using a purposive sampling technique on 38 respondents. Data collection uses questionnaires on google form. This research uses quantitative analysis with validity test, reliability test, partial test (T test), correlation test and coefficient of determination. The percentage of stakeholder influence on business performance is 39% and 60,4% is influenced by other factors. Meanwhile, the percentage influence is 57% and 43% is influenced by other factors.

Key words: *Stakeholders, Green Innovation, Business Performance*

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini pemangku kepentingan dapat memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan pada suatu bisnis, dukungan dari para pemangku kepentingan seringkali diperlukan untuk kesuksesan suatu bisnis. Tekanan pemangku kepentingan ini merupakan pendorong bagi perusahaan untuk berinisiatif untuk ramah lingkungan, perusahaan akan lebih selektif dalam memproduksi produk yang ramah lingkungan, dengan begitu dampak buruk yang akan timbul pada lingkungan semakin berkurang. Kebijakan pengadaan barang dan jasa ramah lingkungan telah diamanatkan dalam Undang Undang No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2017 mengenai Instrumen Ekonomi Lingkungan Hidup dan Peraturan Presiden No.16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Kebijakan itu diupayakan untuk meningkatkan kinerja lingkungan, efisiensi dalam penggunaan bahan baku, energi, air, serta mengurangi

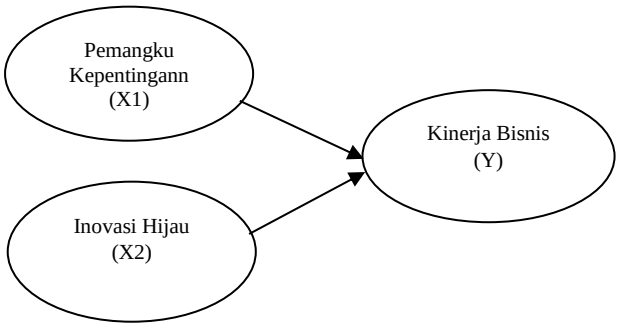
ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/

pencemaran dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Kebijakan ini juga diarahkan kaitannya untuk investasi hijau berkelanjutan, mendorong inovasi hijau dan meningkatkan ekonomi lokal, serta mendorong pemberian insentif bagi pelaku usaha yang memproduksi barang dan jasa ramah lingkungan. Daftar rujukan barang dan jasa ramah lingkungan untuk pengadaan barang dan jasa ramah lingkungan mengacu pada Peraturan Menteri LHK 5 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penerapan Label Ramah Lingkungan untuk Pengadaan barang dan Jasa Ramah Lingkungan Hidup, sedangkan operasional pengadaan barang dan jasa untuk 3 produk yang tercantum dalam Peraturan Menteri LHK 5 Tahun 2019 diatur dalam Surat Edaran Kepala LKPP No.16 Tahun 2020 tentang Produk Hijau/Hasil Industri Hijau Untuk Dapat Digunakan Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah yang Berkelanjutan. Dengan adanya peraturan yang telah ditetapkan pemerintah, kiranya sebagai pelaku bisnis lebih memperhatikan dampak yang akan timbul dari aktivitas perusahaan, agar bisa meminimalisir kerugian yang akan timbul baik bagi perusahaan maupun bisnis itu sendiri juga lingkungan produksi. Saat ini menjadi perusahaan terbaik merupakan keinginan setiap perusahaan, dalam pengawasan pemangku kepentingan sebagai pendorong bagi perusahaan untuk lebih mampu menciptakan produk ramah lingkungan, serta menjadi pengawas pribadi untuk perusahaan, dan siap memberikan sanksi atau penalti terhadap perusahaan yang proses produksi dan hasilnya dapat mencemari lingkungan dan ekosistemnya. Dalam hal ini peran pemangku kepentingan sangat memaksa karena dalam bentuk aturan yang harus ditaati oleh pelaku bisnis, baik suka maupun tidak suka. Pemangku kepentingan yang aturannya harus ditaati dan bersifat memaksa adalah pemerintah itu sendiri Perusahaan didorong untuk mampu mengidentifikasikan kegiatan kegiatan untuk menciptakan nilai ekonomi namun juga harus yang lebih ramah lingkungan sebagai pertimbangan peningkatan praktik bisnis ramah lingkungan (Chen at al : 2012). Inovasi hijau adalah solusi lain untuk memenuhi persyaratan lingkungan dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Terkait masalah dampak lingkungan, perusahaan di Indonesia dapat mengajukan inovasi hijau untuk meningkatkan kinerja perusahaan, lingkungan berpengaruh positif terhadap inovasi hijau yang dilakukan oleh perusahaan (Xiang et al : 2020). Diera pembangunan berkelanjutan dan kesadaran lingkungan, perusahaan perlu mengadopsi orientasi pasar hijau dan melakukan inovasi hijau dalam proses bisnis yang lebih baik. Inovasi hijau terdiri dari inovasi produk hijau dan inovasi proses hijau yang dirancang untuk mengurangi penggunaan energi, polusi dan mendaur ulang limbah dan memanfaatkan sumber daya berkelanjutan. Inovasi produk ramah lingkungan melibatkan penciptaan barang atau jasa yang tidak memberikan dampak negatif dan meminimalkan limbah atau mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Inovasi proses hijau adalah proses produksi dengan menggunakan teknologi ramah lingkungan untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner melalui google form. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang mencakup pertanyaan terkait persepsi tentang pengaruh dan hubungan antara pemangku kepentingan, inovasi hijau, dan kinerja bisnis. Data sekunder akan diperoleh melalui studi kepustakaan yang berkaitan dengan konsep dan teori yang mendasari penelitian ini. Analisa data menggunakan teknik statistik dan analisis regresi yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini terdiri dari 23 kuesioner dimana variabel pemangku kepentingan 5 pernyataan, variabel inovasi hijau 7 pernyataan, dan variabel kinerja bisnis 11 pernyataan.

ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Pada penelitian ini akan dibahas atas hasil dari olah data menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut:

3.1. 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif, metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah pemangku kepentingan dan inovasi hijau, sedangkan variabel dependen (Y) adalah kinerja bisnis. Penelitian menggunakan data kuantitatif dimana menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisa data yang dapat diukur, dan data didapat dari hasil penyebaran kuesioner.

3.1. 2 Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono,201 :126) populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh responden pria dan wanita dengan lama atau baru bekerja, baik jabatan pekerjaan sebagai pegawai, manajer bahkan pemilik sekalipun. Menurut (Sugiyono, 2019 : 127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu. Teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

3.1. 3 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang diukur (Ghozal : 2018). Uji validitas dimaksudkan untuk menguji pernyataan pada setiap butir pertanyaan pada kuesioner valid atau tidak. Suatu kuesioner dinyatakan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	rhitung	rtabel	Keterangan	Variabel	rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0,508	0,329	Valid	Y1	0,153	0,329	Tidak Valid
X1.2	0,602	0,329	Valid	Y2	0,538	0,329	Valid
X1.3	0,733	0,329	Valid	Y3	0,377	0,329	Valid
X1.4	0,832	0,329	Valid	Y4	0,573	0,329	Valid
X1.5	0,640	0,329	Valid	Y5	0,465	0,329	Valid
X2.1	0,550	0,329	Valid	Y6	0,466	0,329	Valid
X2.2	0,680	0,329	Valid	Y7	0,314	0,329	Valid
X2.3	0,630	0,329	Valid	Y8	0,314	0,329	Valid
X2.4	0,737	0,329	Valid	Y9	0,233	0,329	Tidak Valid
X2.5	0,745	0,329	Valid	Y10	0,241	0,329	Tidak Valid
X2.6	0,663	0,329	Valid	Y11	0,452	0,329	Valid
X2.7	0,791	0,329	Valid				

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai item variabel pemangku kepentingan (X1) dan inovasi hijau (X2), sama sama nilai rhitung lebih besar > dari rtabel, sehingga semua item dalam variabel X_1dan X_2 dinyatakan valid. Sementara itu untuk variabel kinerja bisnis (Y) memiliki tiga item yang tidak valid dan delapan item yang valid, dengan adanya nilai rhitung lebih kecil <

ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/

dari rtabel menyatakan data Y.

3.1.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau handal atai tidak. Menurut (Ghozali : 2017) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas

ini digunakan untuk menguji konsistensi data dalam waktu jangka panjang yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseoranag didalam pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ketentuannya:

a) Jika nilai Cronbach Alpha > 0,600, maka instrumen reliabel
b) Jika nilai Cronbach Alpha < 0,600, maka instrumen tidak reliabel

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach	Standar	Keputusan
1	Pemangku kepentingan	0.905	0,600	Reliabel
2	Inovasi Hijau	0,937	0,600	Reliabel
3	Kinerja Bisnis	0,920	0,600	Reliabel

Sumber : Olah Data Pada SPSS 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai cronbach alpha pada variabel pemangku kepentingan sebesar 0,905, lalu nilai cronbach alpha pada variabel inovasi hijau sebesar 0,937 dan nilai cronbach pada variabel kinerja bisnis sebesar 0,920. Masing masing variabel memiliki nilai cronbach alpha > 0,600 maka dinyatakan nilai cronbach alpha pada ketiga variabel reliabel.

3.1.5 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel masing masing independen yaitu pemangku kepentingan, inovasi hijau terdapat satu variabel dependen yaitu kinerja bisnis.

Tabel 3. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,922	4,544		5,264	,000
	Pemangku Kepentingan	,256	,238	,170	1,073	,290
	Inovasi Hijau	,662	,166	,632	3,981	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Olah Data Pada SPPS 2024

Dari hasil uji t pada tabel diatas diperoleh thitung > ttabel (1,073 > 1.68957), sedangkan p value < Sig. 0,05 (0,290 > 0,05). Dengan demikian maka Ho diterima dan Ha ditolak, hal ini menunjukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pemangku kepentingan terhadap kinerja bisnis. Dari hasil uhi t pada tabel diatas diperoleh thitung > ttabel (3,981 < 1.68957). sedangkan p value > Sig. 0,05 (0,00 < 0,05). Dengan demikian maka Ha diterima dan Ho ditolak. Hasil ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi hijau terhadap kinerja bisnis.

.1.6 Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menentukan keeratan hubungan antara dua atau

ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/

lebih variabel yang berbeda ya ng digambarkan dengan ukuran koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan koefisien yang menggambarakan kedekatan hubungan anatara dua variabel atau lebihb variabel. Besar kecilnya koefisien korelasi tidak menggambarkan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih, namun hanya menggambarkan hubungan linear antara variabel.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,764[a]	,584	,560	3,71238	,584	24,581	2	35	,000

a. Predictors: (Constant), Inovasi Hijau, Pemangku Kepentingan

sumber : Olah Data Pada SPPS 2024

3.1.7 Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan beberapa pengaruh variabel independen secara bersama sama (simultan) memepengaruhi variabel dependen yang diindikasikan oleh nilai *adjusted R – Squared.*

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764[a]	,584	,560	3,712

a. Predictors: (Constant), Inovasi Hijau, Pemangku Kepentingan

Sumber : Olah Data Pada SPPS 2024

Dari tabel diatas, didapatkan nilai padaAdjusted R Square sebesar 0, 560 yang artinya pengaruh pemangku kepentingan (X1) dan inovasi hijau (X2) terhadap kinerja bisnis (Y) sebesar 56,0% dan berada pada kategori moderat karena lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67

3.2 PEMBAHASAN

Menurut Ismael Nurdin dan Sri Hartati (2019), mendefenisikan hipotesis adalah satu Kesimpulan, jawaban, dugaan sementara yang belum final dan masih terus diuji yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Berikut hipotesis dalam penelitian ini :

1. Pemangku kepentingan berpengaruh secara positif tetapi tidak secara signifikan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata.
2. Inovasi hijau berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata
3. Pemangku kepentingan dan inovasi hijau berpengaruh secara positif dan tetapi tidak signifikan secara menyeluruh terhadap kinerja bisnis.

3.2.1 Analisis Pengaruh Pemangku Kepentingan Terhadap Kinerja Bisnis.

Dari hasil olah data pada uji validitas, pada variabel pemangku kepentingan sebanyak 5 pernyataan dinyatakan valid, karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05, sedangkan pada determinan atau kontribusi pengaruh variabel pemangku kepentingan terhadap kinerja bisnis sebesar 0, 396 atau 39,6% dan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh faktor lain, dimana pengaruh variabel pemangku kepentingan

ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/

terhadap kinerja bisnis masih tergolong sedang atau moderat karena nilainya lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67. Berikutnya hasil dari uji t dapat diketahui nilai thitungsebesar 1,073 sedangkan ttabel sebesar 1.68957, dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa thitung < ttabel yaitu 1,073 > 168975 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pemangku kepentingan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata.

3.2.2 Analisis Pengaruh Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Bisnis

Dari hasil olah data pada uji validitas, pada variabel inovasi hijau sebanyak 7 pernyataan dinyatakan valid karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05, sedangkan pada determinan atau kintribusi pengaruh inovasi hijau terhadap kinerja bisnis sebesar 0,570 atau 57,0% dan sisanya 43% dipengaruhi oleh faktor lain, dimana pengaruh inovasi hijau terhadap kinerja bisnis masih tergolong sedang karena nilainya lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67. Pengaruh inovasi hijau terhadap kinerja bisnis kuat jika nilainya diatas 0,67. Berikutnya hasil dari uji t diketahui nilai thitung sebesar 3,981 sedangkan ttabel sebesar 1.68957, dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa thitung < ttabel yaitu 0,570 < 1.68957 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, artinya pengaruh yang signifikan anatara inovasi hijau terhadap kinerja bisnis pada pariwisata.

3.2.3 Hubungan Antara Pemangku Kepentingan Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Bisnis

Adapun hubungan antara varibel pemangku kepentingan dan inovasi hijau secara bersama-sama terhadap kinerja binis dinyatakan positif atau kuat, karena dengan adanya tekanan dari pemangku kepentingan mempengaruhi bahkan memaksa perusahaan untuk menciptakan produk ramah lingkungan yang inovativ dan mampu mengurangi kerusakan lingkungan, sedangkan dengan adanya inovasi dari perusahaan untuk memperbaharui bahan dasar produksi, mesin produksi, bahkan tahap pertahap dalam proses produksi sampe barang jadi bisa mengurangi pencemaran lingkungan akibat dari proses produksi, dan limbah pada pabrik yang dapat mengurangi kualitas udara. pengaruh varibel pemangku kepentingan dan inovasi hijau secara bersama-sama terhadap kinerja binis dinyatakan signifikan dimana menerima hipotesis alternative dan menolak hipotesis mula-mula.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa pemangku kepentingan dan inovasi hijau berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Namun pemangku kepentingan tidak berpengaruh secara signifikan atau menyeluruh terhadap kinerja bisnis. Peran pemangku kepentingan dan inovasi hijau di dalam kinerja bisnis menjadi salah satu patokan untuk suksesnya suatu perusahaan, karena dengan adanya tekanan dari pemangku kepentingan mendorong perusahaan untuk menjalankan inisiatif ramah lingkungan, juga menekankan perusahaan untuk memperbaharui operasional rmah lingkungan yang inovatif dalam barang dan jasa yang diproduksi. Pengaruh inovasi hijau terhadap kinerja bisnis antara lain dapat mengurangi biaya produksi, penggunaan sumber daya seperti energi dan air yang merupakan salah satu bahan yang penting dalam proses produksi, juga dengan menerapkan teknologi yang lebih efisien dan ramah lingkungan dapat mengurangi biaya produksi dan menghemat penggunaan sumber daya yang dapat memepengaruhi keseimbangan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Agung Manghayu & Andi Heny Mulawati Nurdin (2018). *Manajemen Pemangku Kepentingan Dalam Ranah Pengambilan Keputusan Pemerintah* Daerah. Jurnal Manajemen Pemerintahan, 5 (2) 109 – 12.

[2] Budi & Didi Sundiman (2021). *Pengaruh Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Keberlanjutan* : Peran Moderasi Dari Kepedulian Lingkungan Manajerial, Studi pada UMKM Kota Batam. Jurnal Manajemen, 16 (1).

ISSN 2685-8622, E-ISSN 2746-0290
http://jurnal.cic.ac.id/

[3] Adeel Tariq, Yusre Badir & Supasith (2019). Inovasi dan Kinerja Ramah Lingkungan : Analisis Moderasi dari Thailand. *European Journal Of Innovation Management* 22 (3) 446 – 467.

[4] Atan Iskandar & Muhamad Trio Febriyantoro (2019). *Peran Kinerja Inovasi*

[5] *Hijau Dalam Menghubungkan Permintaan Pasar, Dan Kinerja Bisnis : Studi Pada UMKM Kota Batam.* Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 7 (2) 181 – 192.

[6] Atkonson, AA, Waterhouse JH & Wells (2009). *A Stakeholders Approach to Strategic Performance Measrument*. Sloan Manajemen

[7] RI (Republik Indonesia). (2009). *Undang Undang No. 32 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup* RI Tahun 2009.

[8] Mitchell, Rk, Agle BR & Wood (1997). *Toward a Theory of Stakeholders Identification and salience*: defining the princple of the who anda what really counts. Akademi Manajement Review.

[9] Joseph Sarkis, Pilar Gonzales -Torre, Bellarmino Adenson – Diaz (2010). *Stakeholder Preassure And The Adoption of Envirnomental Practices*: The Mediating Effect Of Training. Journal Of Operations Manajement.

[10] huj mkmkn J. Jones, TM, & Wickc, AC (1999). *Convergent Stakeholder Theory*. Academy of Management Riview, 24 (2), 206 – 221.

[11] Donaldson, T., & Preston . LE (1195). *The Stakeholder Theory of The Corporation :* Concepts, evidences, and implications. Academy of Management Review, 20 (1).

[12] Chen Y. S., Lai, S. B., & Wen, C.T (2006). *The Influnce of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan.* Jurnal of Business Ethics 67 (4), 331 – 339.

[13] Lukas, B. A & Ferrel, O. C (2000*). The Effect of Market Orientation on Product Innovation.* Journal of Academy of Marketing Scence, 28 (2) 239 – 247.

[14] Cheng, C & Sheu, C (2014). *Eco-Innovation and Bussines Performance*: a Taiwenese Indstri Contex. Journal Of Cleaner Product 64 (9) 81 – 90. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.050

[15] Leal Rodriguez, A. L., Ariza Montes, A J.& Morales Fernadez, E (2017). Green Innovation, Indeed a Cornerston Mareket And Business Performance. Technological Forecasting & Social Change. 185 – 192.