

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)

Marshall dan Toffel (2005) mengungkapkan bahwa elemen yang mendasari *Triple Bottom Line* dapat digabungkan untuk mendapatkan istilah dalam menggambarkan proyek berkelanjutan, seperti *eco-efficiency* berhubungan dengan tujuan ekonomi dan lingkungan dimana perusahaan dalam melakukan kegiatan ekonomi selalu memperhatikan dampak sosial yang akan terjadi di lingkungan masyarakat. Elkington (1998) menjelaskan bahwa konsep *Triple Bottom Line* sebagai landasan perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial yang dilakukan kepada lingkungan. *Triple Bottom Line* berfokus pada *people, planet, profit* ini merupakan garis besar dan tujuan utama dalam tanggung jawab sosial perusahaan dapat digambarkan dengan gambar 2.1.



Gambar 2. 1
Triple Bottom Line

1. *People, the social bottom line*

Perusahaan memerlukan kepercayaan dari masyarakat untuk keberadaan, kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Perusahaan dalam melakukan operasi bisnis perlu berupaya memberikan manfaat dan dampak positif bagi

masyarakat. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat merupakan investasi perusahaan di masa depan dan masyarakat juga akan ikut serta untuk menjaga keberadaan perusahaan.

2. *Planet, the environmental bottom line*

Lingkungan merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan operasi perusahaan berkaitan dengan konsumsi energi yang efisien, mengelola limbah produksi, dan melakukan daur ulang untuk menjadi produk yang ramah lingkungan. Hubungan antara perusahaan dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat dimana jika perusahaan merawat lingkungan dengan baik maka akan bermanfaat bagi perusahaan. Begitupun sebaliknya, lingkungan tidak akan memberikan manfaat bagi perusahaan jika perusahaan merusaknya.

3. *Profit, the economic bottom line*

Keuntungan merupakan tujuan utama dari setiap operasi perusahaan. Keuntungan merupakan tambahan pendapatan yang digunakan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasi perusahaan.

Penerapan konsep *Triple Bottom Line* diperlukan dalam menjalankan operasi perusahaan. Perusahaan dapat menjaga kelestarian sumber daya alam dengan menggunakan bahan baku dan energi yang ramah lingkungan. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan melainkan juga memperdulikan masyarakat dan lingkungan sekitar. Jadi, keuntungan atau *profit* bukan menjadi tujuan utama perusahaan tetapi menjadi dampak dari kinerja perusahaan yang baik dan bertanggung jawab.

2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi diperkenalkan pertama oleh Weber pada tahun 1978, dimana legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan serta definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Teori legitimasi merupakan sebuah keadaan bagi perusahaan, dimana terdapat norma dan nilai sebagai batasan yang berhubungan pada analisis perilaku dalam perusahaan dengan memperhatikan lingkungan (Dowling dan Pfeffer, 1975). Ghazali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi

adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Kontrak sosial dapat diartikan dimana perusahaan beroperasi baik secara eksplisit maupun implisit didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik (Shocker dan Sethi, 1973).

O'Donovan (2002) berargumentasi bahwa legitimasi adalah gagasan dimana perusahaan akan beroperasi terus menerus sampai mendapatkan keuntungan, maka perusahaan tersebut menerapkan aturan yang dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini dapat dikatakan bahwa adanya legitimasi organisasi memberikan manfaat bagi perusahaan untuk bertahan. Legitimasi dalam perusahaan sangat penting dikarenakan dapat menjadikan faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depannya. Dengan mendapatkan legitimasi dari masyarakat citra perusahaan akan meningkat dan berdampak pada peningkatan laba perusahaan. Hal ini juga dapat mendorong dan membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Jadi, legitimasi merupakan perbuatan yang sudah lama ada terkait tindakan hukum, peraturan hukum formal, etnis, adat-istiadat, serta hukum kemasyarakatan. Legitimasi memiliki beberapa batasan yang ditekankan oleh adanya norma dan nilai sosial ataupun reaksi terhadap batasan dalam analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Hal ini dapat dipandang sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Kedudukan perusahaan sebagai bagian dari masyarakat ditunjukkan dengan operasi perusahaan yang seringkali memengaruhi masyarakat sekitarnya.

2.1.3 *Green Product Innovation*

Green product innovation yaitu inovasi produk perusahaan yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan produksi dengan tetap menjaga lingkungan seperti melakukan daur ulang produk, penghilangan bahan-bahan penyebab polusi, pengurangan serta pemilihan bahan baku lebih ramah terhadap lingkungan (Kivimaa dan Kautto, 2010). Perusahaan dalam peningkatan kualitas produk berfokus pada *green product innovation* untuk mengurangi dampak yang dapat

ditimbulkan di lingkungan dari energi dan sumber daya material serta polusi dan limbah beracun dengan menerapkan *cradle to grave* yaitu pendekatan saat produk mulai dihasilkan, dikemas, disimpan, di daur ulang, diolah, dan ditimbun (Dibrell dan Moeller, 2011; Noci dan Verganti, 1999). *Green product innovation* bertujuan untuk menciptakan, memodifikasi desain, serta mengembangkan produk menjadi lebih ramah dengan menggunakan bahan-bahan dapat diuraikan pada saat proses produksi untuk mengurangi pencemaran lingkungan dan meningkatkan efisiensi energi (Cheng dkk., 2014; Lin dkk., 2013).

Menurut Fitriani (2016) terdapat manfaat dari *green product innovation* antara lain dapat menghemat penggunaan sumber daya alam dan energi, mengurangi bahan beracun pada saat melakukan produksi, meminimalkan polusi dan limbah, serta meminimalkan dampak yang dapat merugikan lingkungan selama melakukan produksi barang. Produk yang diproduksi oleh perusahaan dengan menerapkan inovasi produk ramah lingkungan dapat membuat minat konsumen meningkat, sehingga perusahaan akan meningkatkan keuntungan. Selain itu, dengan perusahaan melakukan investasi pada inovasi produk ramah lingkungan dapat membantu perusahaan mencegah adanya protes lingkungan serta dapat mengembangkan peluang pasar baru dan mencapai keberhasilan produk ramah lingkungan baru bagi perusahaan (Chiou dkk., 2011; Wong, 2012).

2.1.4 Green Process Innovation

Green process innovation adalah inovasi proses ramah lingkungan yang mengacu pada peningkatan proses dan sistem produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dengan cara mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti penghematan energi, pencegahan polusi, melakukan daur ulang limbah (Guoyou dkk., 2012). *Green process innovation* merupakan faktor dari internal perusahaan dan dalam penerapan prosesnya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi dengan biaya yang lebih mahal menjadikan proses ramah lingkungan yang dilakukan perusahaan lebih efektif daripada yang lainnya (Gopalakrishnan dkk., 1999). *Green process innovation* berfokus pada proses produksi yang dapat mengurangi emisi polusi, pencemaran limbah, serta kerusakan lingkungan dengan tujuan untuk menerapkan sistem produksi dalam meminimalkan

beban lingkungan dan didukung adanya peralatan baru ataupun peralatan yang dimodifikasi (Cainelli dkk., 2015; Shrivastava, 1995). Menurut Sharma dan Henriques (2005) *green process innovation* dalam meminimalkan beban lingkungan dapat dilakukan dengan cara melakukan produksi bersih, pencegahan polusi, pengendalian polusi, serta menerapkan *eco-efficiency*.

Green process innovation bertujuan untuk mengurangi energi, mengurangi emisi air dan udara, meningkatkan sumber daya, dan mengubah energi ke bio-energi selama proses produksi perusahaan supaya menghasilkan produk yang ramah lingkungan (Kivimaa dan Kautto, 2010; Salvadó dkk., 2012). Li dkk. (2017) berargumentasi bahwa *green process innovation* berkaitan dengan *green product innovation* karena *green process innovation* memerlukan alat dan mesin baru ataupun modifikasi untuk melakukan proses operasional dan manajerial dalam meningkatkan kualitas produk yang ramah lingkungan dengan membuat perubahan desain produk serta meningkatkan dan merancang produk yang *environmentally-friendly*. Dengan menerapkan *green process innovation* dapat membantu perusahaan mengembangkan keunggulan dalam melakukan persaingan dengan mencapai tingkat keberhasilan memproduksi produk ramah lingkungan dan meningkatkan keuntungan perusahaan (Wong, 2012).

2.1.5 Profitability

Profitability merupakan aspek penting dalam meningkatkan pengembangan perusahaan pada masa yang akan datang. Dalam hal ini *profitability* perusahaan yang tinggi dapat menjadikan perusahaan secara efektif untuk mengendalikan operasi bisnis (Li dan Tang, 2010). Menurut Rao dkk. (2014) dalam menjalankan bisnis dan produktivitas mengelola aset perusahaan, profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen dan pengevaluasian kinerja manajemen. Profitabilitas adalah serangkaian kebijakan dan keputusan akhir kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi (Brigham dan Houston, 2013). Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio *Return on asset* (ROA).

Menurut Brigham dan Houston (2013) *Return on asset* (ROA) digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan

memanfaatkan aktiva yang dimiliki. *Return on asset* merupakan rasio yang bertujuan untuk mengukur kemampuan aktiva perusahaan dalam memperoleh laba dari operasi. *Return on asset* menunjukkan seberapa banyak perusahaan memperoleh laba bersih. Perusahaan menggunakan laba setelah pajak terhadap total aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghitung *return on asset*. Profitabilitas yang tinggi dapat menguntungkan perusahaan karena perusahaan memiliki lebih banyak dana untuk melakukan *green innovation* antara lain perbaikan kemasan produk yang ramah lingkungan serta melakukan proses produksi dengan peralatan yang dapat mengurangi polusi (Dean dan Brown, 1995).

2.1.6 Kebijakan Lingkungan

Kebijakan lingkungan merupakan langkah yang dilakukan pemerintah untuk menjaga, mengurangi, serta mencegah kegiatan masyarakat dalam menjaga sumber daya alam di lingkungan. Kebijakan lingkungan adalah pernyataan yang dipakai sebuah perusahaan dalam menjaga lingkungan dimana perusahaan memulai beroperasi. Pada saat perusahaan mulai beroperasi dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan yang berhubungan dengan faktor limbah, polusi dan sumber daya alam. Dalam melakukan penerapan kebijakan lingkungan pemerintah mengimplementasikan dengan adanya instrumen kebijakan lingkungan. Instrumen kebijakan lingkungan salah satunya yaitu Sertifikat lingkungan ISO 14001 yang dimiliki setiap perusahaan (Heras-Saizarbitoria dkk., 2011). International Organization for Standardization (ISO) 14001 merupakan sistem manajemen lingkungan (EMS) mencakup aspek-aspek manajemen lingkungan yang bertujuan memastikan bahwa kegiatan perencanaan, prosedur, proses serta sumber daya yang digunakan dalam mengembangkan, menerapkan, dan mempertahankan untuk menghasilkan produk pada perusahaan dilakukan dengan tanggungjawab kepada lingkungan (Darnall dkk., 2008). Curkovic dan Sroufe (2011) berargumentasi bahwa pembentukan kebijakan lingkungan ISO 14001 terhadap EMS perusahaan terdapat lima persyaratan yaitu implementasi dalam rencana pengembangan, implementasi proses operasi sistem manajemen lingkungan, pemantauan adanya tindakan yang tidak sesuai, *top management review*, dan peningkatan yang berkelanjutan. Perusahaan yang memiliki ISO 14001 dapat memperoleh manfaat

finansial karena sertifikasi EMS dapat memperkuat tanggungjawab sosial dan legitimasi perusahaan (Ding dan Jian-mu, 2015). Adanya EMS dapat memberikan fasilitas dalam pengembangan sumber daya alam dan manusia yang akan berdampak dalam keuntungan produksi perusahaan saat melakukan penjualan (Darnall dkk., 2008).

2.2 Penelitian Sebelumnya

Xie dkk. (2019) menggunakan metode analisis dengan data 209 perusahaan industry manufaktur yang terdaftar di website China Securities Regulatory Commision menguji bahwa *green product innovation* dan *green process innovation* berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Penelitian Xie dkk. (2019) mengukurnya dengan menggunakan beberapa indikator yang ada pada *corporate social responsibility*. Xie dkk. (2019) pada penelitiannya menggunakan variabel mediasi dan variabel moderasi. Persamaan penelitian ini dengan Xie dkk. (2019) yaitu sama-sama menggunakan variabel *green product innovation* dan *green process innovation* dengan indikator pengukuran yang sama. Sedangkan perbedaannya, Xie dkk. (2019) menggunakan variabel moderasi *green image* dan *green subsidies* serta variabel mediasi *green product innovation*, penelitian ini hanya menggunakan variabel moderasi yaitu kebijakan lingkungan.

Dayuan. Li dkk. (2017) melakukan penelitian bahwa *legitimacy pressure* dari *stakeholders* berpengaruh positif signifikan pada *green product innovation* dan *green process innovation* dengan sampel 100 perusahaan di China pada tahun 2008-2012. Profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh terhadap *green product innovation*, tetapi tidak memiliki pengaruh terhadap *green process innovation*. Profitabilitas juga sebagai moderasi antara *legitimacy pressure* dengan *green product innovation* dan *green process innovation*. Dayuan. Li dkk. (2017) dalam penelitiannya dengan penelitian ini terdapat perbedaan *green product innovation* dan *green process innovation* sebagai variabel independen serta *profitability* sebagai variabel dependen dimana dengan menggunakan pengukuran yang berbeda juga.

Ma dkk. (2017) melakukan penelitian dengan survei terhadap 267 perusahaan pertambangan batubara di China dengan melakukan pengujian secara empiris

bahwa *green process innovation* memiliki hubungan positif dengan manfaat jangka panjang, tetapi tidak memiliki hubungan signifikan terhadap manfaat jangka pendek yang mengarah perbedaan antara keuntungan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama sama menggunakan variabel *green process innovation*. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pengukuran yang dilakukannya dan adanya variabel moderasi kebijakan lingkungan, sedangkan pada Ma dkk. (2017) menggunakan variabel mediasi *firm image*.

H. ling Li dkk. (2019) pada penelitiannya melakukan pengujian dengan model analisis data envelopment berbasis slack dan model indeks Malmquist-Luenberger untuk menghitung *environmental governance efficiency* dengan sampel perusahaan besi dan baja China tahun 2005-2014. Hubungan positif kebijakan lingkungan dapat meningkatkan total faktor *environmental governance efficiency* tetapi tidak signifikan. Persamaan dalam penelitian ini dengan yang dilakukan oleh H. ling Li dkk. (2019) adalah sama-sama menggunakan variabel kebijakan lingkungan sedangkan perbedaannya adalah pengukuran yang digunakannya.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Green Product Innovation* terhadap *Profitability*

Green product innovation mengacu pada perubahan yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan produk yang ramah lingkungan dengan mendesain produk yang ramah lingkungan, dengan cara menggunakan sumber daya secukupnya sehingga perusahaan dapat bersaing dan menghasilkan keuntungan (Saunila dkk., 2018). Agustia dkk. (2020) berargumen bahwa sebagai hasil dari peningkatan nilai pelanggan dan legitimasi publik, perusahaan dengan *green product innovation* akan mendapatkan pasar baru serta akan mendapatkan lebih banyak pelanggan hal ini berhubungan dengan meningkatnya penjualan produk perusahaan. Peningkatan penjualan menyebabkan keuntungan menjadi meningkat. Selain itu, *green product innovation* akan mendorong penggunaan bahan baku yang efisien dan lebih hemat energi sehingga biaya yang dikeluarkan turun. *Green product innovation* menerapkan pendekatan siklus produk untuk menyelesaikan masalah lingkungan, mengurangi dampak bahan beracun pada produk, melakukan daur ulang produk, mengarah ke biaya keunggulan dan diferensiasi produk

(Kammerer, 2009). Berdasarkan dengan teori legitimasi, *green product innovation* dapat berupa perubahan produk yang ramah lingkungan dengan meningkatkan sumber daya untuk memperoleh aset (Darnall dkk., 2008) serta memberikan perspektif pada pengungkapan laporan tahunan perusahaan yang merupakan salah satu mekanisme digunakan untuk mengomunikasikan perusahaan dengan masyarakat, dan cara untuk memperoleh keuntungan dengan memperbaiki legitimasi perusahaan terhadap lingkungan (Gray dkk., 1995).

Dalam konsep *Triple Bottom Line* (Elkington, 1998) perusahaan dalam memproduksi harus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dengan cara memproduksi produk yang ramah terhadap lingkungan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan karena masyarakat memberikan kepercayaan. *Profitability* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam pengembangan masa depan perusahaan dan indikator penting dari kebijakan manajer, karena profitabilitas tinggi sebagai dasar bagi manajer untuk mengendalikan operasi bisnis secara efektif (J. Li dan Tang, 2010). Adanya *green product innovation* semakin penting dalam mengembangkan produk yang ramah lingkungan, hal ini dianggap sebagai strategi perusahaan dalam mendapatkan keunggulan kompetitif dan akan mempengaruhi profit perusahaan (Huang dkk., 2016). Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi dan aset yang cukup dapat mendukung adanya investasi terhadap produk yang ramah lingkungan. Berdasarkan dari uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Green Product Innovation* berpengaruh positif terhadap *Profitability*

2.3.2 Pengaruh *Green Process Innovation* terhadap *Profitability*

Green process innovation dalam penerapan prosesnya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi dengan biaya yang lebih mahal menjadikan proses ramah lingkungan yang dilakukan perusahaan lebih efektif dan berdampak positif pada keunggulan kompetitif perusahaan (Xie dkk., 2019). Perusahaan melakukan produksi berfokus pada proses yang dapat mengurangi emisi polusi, pencemaran limbah, serta kerusakan lingkungan dengan tujuan untuk menerapkan sistem produksi dalam meminimalkan beban lingkungan dan didukung adanya peralatan baru ataupun peralatan yang dimodifikasi (Cainelli dkk., 2015; Shrivastava, 1995).

Green process innovation mengacu pada perusahaan memperbaiki proses ataupun sistem manajemen yang ada supaya dapat mencapai penghematan energi dan perlindungan terhadap lingkungan, hal ini berarti perusahaan menggunakan proses ataupun model manajemen yang ramah lingkungan untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain sehingga keuntungan menjadi maksimal (Yang dan Lin, 2020). Perusahaan yang menggunakan atau mengadopsi peralatan canggih dengan tujuan dapat digunakan sebagai pencegahan polusi atau pengontrol polusi akan mendorong masyarakat mempercayai proses yang dilakukan oleh perusahaan tersebut telah sesuai sehingga profitabilitas yang akan di dapatkan lebih tinggi. *Green process innovation* dapat meningkatkan proses produksi yang ada ataupun menambahkan proses baru untuk mengurangi dampak yang merugikan lingkungan, sehingga meningkatkan kepatuhan lingkungan perusahaan dan membawa keunggulan diferensiasi (Cheng dkk., 2014). Secara keseluruhan, baik bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam *green process innovation* untuk meningkatkan keuntungan (D. Li dkk., 2017). Berdasarkan dari uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Green Process Innovation* berpengaruh positif terhadap *Profitability*

2.3.3 Pengaruh *Green Product Innovation* terhadap *Profitability* dengan dimoderasi oleh Kebijakan Lingkungan

Ghisetti dan Rennings (2014) berargumentasi bahwa *green product innovation* mempengaruhi *profitability* perusahaan, dengan didukung adanya kebijakan lingkungan akan memberikan dampak pada keuntungan profitabilitas perusahaan. Adanya kebijakan lingkungan perusahaan yang menerapkan *green product innovation* dapat memperoleh manfaat finansial (Darnall dkk., 2008; Heras-Saizarbitoria dkk., 2011) karena adanya kebijakan lingkungan dapat memfasilitasi perusahaan dalam pembuatan maupun pengembangan standar produk, larangan-larangan yang tidak diperbolehkan dalam membuat produk yang ramah lingkungan, serta adanya sistem penilaian terhadap lingkungan dengan memanfaatkan sumber daya (Zhang dkk., 2020). Hal ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang ramah lingkungan dengan melakukan perubahan dan mendesain produk yang ramah lingkungan sehingga perusahaan dapat bersaing dan

menghasilkan keuntungan (Chen dkk., 2006). Dengan adanya penerimaan dari masyarakat dan didukung kebijakan lingkungan yang ada akan lebih meningkatkan nilai suatu perusahaan yang melakukan *green product innovation* sehingga dapat meningkatkan profitabilitas pada perusahaan. Berdasarkan dari uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kebijakan Lingkungan memoderasi pengaruh antara *Green Product Innovation* dengan *Profitability*

2.3.4 Pengaruh *Green Process Innovation* terhadap *Profitability* dengan dimoderasi oleh Kebijakan Lingkungan

Bagi perusahaan yang menerapkan *green process innovation* perusahaan akan menghasilkan produk yang lebih ramah lingkungan, dalam hal ini adanya kebijakan lingkungan akan mempengaruhi *profitability* perusahaan. Kebijakan lingkungan dapat membuat perusahaan yang tidak memiliki pengalaman dalam masalah lingkungan secara kreatif dalam memproduksi untuk merealisasikan kemungkinan penggunaan yang berlebih sumber daya dapat membuat perusahaan untuk menerapkan inovasi yang menguntungkan bagi lingkungan (Porter dan Van Der Linde, 2017). Pendekatan Xie Yuan dan Huang (2017) dimana investasi yang dilakukan perusahaan terhadap perlindungan lingkungan dengan melakukan ataupun mengadopsi sebagian besar pengendalian polusi. Menurut Zhang dkk. (2020) Kebijakan lingkungan bertujuan untuk melindungi lingkungan dan mengawasi proses produksi perusahaan serta sebagai badan pengatur melalui informasi lingkungan. Ketika perusahaan melakukan produksi dengan berfokus pada proses yang dapat mengurangi emisi polusi, pencemaran limbah, serta kerusakan lingkungan dengan tujuan untuk menerapkan sistem produksi dalam meminimalkan beban lingkungan dan didukung adanya peralatan baru ataupun peralatan yang dimodifikasi (Cainelli et al., 2015; Shrivastava, 1995) maka adanya kebijakan lingkungan yang dimiliki setiap perusahaan sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terkait proses produksi yang dilakukan perusahaan. Hal ini akan meningkatkan *profitability* perusahaan. Dalam *green process innovation* terdapat “*double externality problem*” yaitu adanya pengetahuan eksternalitas yang melimpah dan dampak positif lingkungan

(Rennings, 2000). Berdasarkan dari uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kebijakan Lingkungan memoderasi pengaruh antara *Green Process Innovation* dengan *Profitability*