

## **Pengaruh Strategi Operasi dan Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Inovasi Produk**

**Yusriadi Hala**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya  
*yusriadihala49@gmail.com*

**Rostiaty Yunus,**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP  
*rostiatyyunus@gmail.com*

**Tamsil Tamsil**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP  
*tamsilpattalolo@gmail.com*

### **Abstract**

*This study aims to determine the Influence of Operation Strategy and the Application of Environmental Management Accounting on Product Innovation in Food & Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). Data collection uses secondary data obtained from the financial statements of food and beverage companies for the 2020-2023 period. The test results of the data have been tested using the data analysis method using logistic regression techniques. The results show that partially the operation strategy has an effect on product innovation while environmental management accounting has no effect on product innovation.*

**Keyword :** *Operation Strategy, the Application of Environmental Management Accounting, Product Innovation*

### **A. LATAR BELAKANG**

Kesadaran akan isu lingkungan dan penerapannya telah mendorong organisasi untuk menggunakan akuntansi manajemen lingkungan (EMA), yang memberikan banyak manfaat bagi penggunaannya, termasuk salah satunya adalah terciptanya inovasi. Setiap pelaku usaha agar sadar dan mampu menerapkan strategi serta menyeimbangkan antara tujuan utamanya untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dengan upaya untuk memelihara lingkungan alam dan sosialnya sesuai demi tercapainya *going concern* perusahaan serta *sustainable development* dan terkait risiko *sustainability*

mendorong setiap pelaku usaha untuk menemukan metode-metode pengendalian terbaru (Dhamayanti, 2021). Di dalam perusahaan terdapat suatu inovasi yang merupakan perubahan yang terjadi pada perusahaan guna menyesuaikan diri terhadap lingkungan ataupun permintaan pasar karena tujuan utama dari inovasi perusahaan adalah melakukan atau menciptakan sesuatu yang berbeda dari para competitor dari bidang yang sama.

Inovasi produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, di mana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan (Ilyas et al., 2023). Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing (Potabuga et al., 2022).

Inovasi mengacu pada perkembangan teknologi menjadi tumpuan utama perusahaan untuk bersaing (Meiyana & Aisyah, 2019). Hampir semua perusahaan berlomba-lomba untuk merancang strategi terdepan dan trobosan terbaru sesuai dengan perkembangan saat ini. Akan tetapi, inovasi kadang tidak bergandengan dengan dampak yang dihasilkan perusahaan sehingga diperlukan juga adanya inovasi proses dalam menghasilkan sesuatu produk agar tidak terjadi resiko lingkungan.

Peningkatan kesadaran tentang isu-isu lingkungan telah mendorong organisasi untuk menggunakan akuntansi manajemen lingkungan yang dikatakan memberi banyak manfaat bagi pengguna termasuk peningkatan inovasi (Pelu et al., 2022)., dalam beberapa kasus ada sedikit bukti atas isu-isu lingkungan, oleh karena itu, penelitian ini penting untuk diteliti.

Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (Saragih, 2017). Inovasi harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing (Ruhimat et al., 2022). Jika perusahaan dapat memperhatikan desain serta membuat inovasi baru maka konsumen akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut. Dengan meningkatnya persaingan di pasar global sehingga banyak perusahaan berlomba-lomba untuk membuat suatu inovasi dalam hal menarik konsumen tanpa memikirkan dampak lingkungan sekitarnya (Winarsih & Andriani, 2022).

Adanya fakta permasalahan pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia menyebabkan sebuah lingkungan bisnis harus mampu mempertahankan proses bisnisnya sehingga perusahaan harus menerapkan strategi yang sesuai demi tercapainya going concern perusahaan serta sustainable development (Le & Nguyen, 2019). Maka dari itu, untuk mencapai hal tersebut, suatu perusahaan diharapkan dapat mengembangkan produk baru dan meningkatkan proses produksi yang ada untuk mengurangi penggunaan sumber daya yang dapat meningkatkan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan.

Di Indonesia, permasalahan lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang harus menjadi perhatian utama bagi semua pihak baik oleh konsumen, pemerintah maupun investor. Hal ini mengingat dampak dari buruknya pengelolaan lingkungan yang terjadi semakin nyata. Berbagai permasalahan ini nantinya akan menuntut perusahaan untuk merubah strategi perusahaan pada sekedar memenuhi aturan-aturan yang ada ke manajemen lingkungan proaktif.

Selain itu, adanya tuntutan dari masyarakat sekitar untuk mendapatkan jaminan kesehatan, keamanan, kenyamanan dan kesejahteraan dalam beraktivitas dan menggunakan produk perusahaan serta menuntut agar perusahaan dapat memberikan informasi yang transparan dan memiliki tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap Masyarakat (Savitri, 2019).

Oleh karena itu, saat ini perusahaan diharapkan tidak hanya sekedar berfokus pada perolehan labanya, tetapi juga mempertimbangkan faktor lingkungan dalam kegiatan operasinya. Hal ini sesuai dengan konsep triple bottom line yang diperkenalkan oleh Jhon Elkington pada tahun 1997 dalam (Temalagi & Borolla, 2021), dimana perusahaan saat ini dihadapkan pada tiga konsep yaitu tidak hanya melihat aspek profit (keuntungan) sebagai acuan utama dalam aktivitas perusahaan, tetapi harus juga memperhatikan aspek people (manusia) dan planet (alam). Sehingga, dalam hal ini disimpulkan bahwa perusahaan tidak mungkin lagi mempertahankan pengelolaan bisnisnya pada laba semata tetapi juga dituntut untuk berpartisipasi aktif dalam mengelola lingkungan serta mampu memberikan kebermanfaatan yang banyak kepada masyarakat.

Di Indonesia, seperti yang telah dijelaskan diatas, permasalahan lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang harus menjadi perhatian utama bagi semua pihak baik oleh konsumen, pemerintah maupun investor (Mariani & Suryani, 2018). Hal ini mengingat dampak dari buruknya pengelolaan lingkungan yang terjadi semakin nyata. Beberapa contoh kasus kerusakan lingkungan hidup

tersebut diantaranya yaitu di Sumatra Selatan, di sinyalir telah terjadi kasus pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas pertambangan PT Bukit Asam Tbk di penambangan Bangko Barat, Tanjung Enim, Kabupaten Muara Enim. Hal ini terlihat dari warna air sungai Kiahian yang berubah menjadi keruh bahkan hitam pekat. Aliran sungai tersebut saat ini tidak bisa lagi dimanfaatkan masyarakat sekitar untuk mandi dan berbagai aktivitas lainnya. Dugaan pencemaran sungai Kiahian yang disinyalir oleh aktivitas tambang PTBA juga menjadi perhatian khusus kepala Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Sumatera Selatan, Drs. H. Edward Candra. Ditegaskan bahwa ia akan meminta pihaknya untuk membawa laporan dugaan pencemaran sungai Kiahian tersebut ke dinasnya untuk di tindaklanjuti (Publikzone.com, 2018).

Dari berbagai latar belakang di atas, maraknya kasus kerusakan lingkungan dan banyaknya pencemaran lingkungan yang terjadi hingga mampu menimbulkan kesadaran lingkungan serta memunculkan sikap dan tuntutan dari masyarakat dan lembaga-lembaga non-government yang menuntut agar perusahaan dapat bertanggungjawab atas dampak lingkungan yang muncul dan mendesak perusahaan agar menerapkan dan mengutamakan pengelolaan lingkungan dalam aktivitas produksinya.

Menghadapi kondisi persaingan yang semakin kompetitif ini lingkungan bisnis perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam hal menciptakan suatu produk sehingga tetap mampu bertahan dan berkembang. Hal ini menjelaskan bahwa strategi operasi juga penting dalam meningkatkan kinerja operasionalnya (Mahmudah, 2016). Menurut (Dewi et al., 2020) bahwa strategi operasi berpengaruh positif terhadap inovasi produk. Artinya nilai strategi operasi yang tinggi akan memberikan pengaruh terhadap inovasi produk yang tinggi.

*Environmental Management Accounting (EMA)* semakin diterima faktor sebagai faktor yang paling penting untuk menciptakan inovasi produk yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan keunggulan perusahaan yang kompetitif (Rounaghi, 2019). Akuntansi Manajemen Lingkungan (*Environmental Management Accounting*) merupakan salah satu sub sistem dari akuntansi lingkungan yang menjelaskan sejumlah persoalan tentang dampak-dampak bisnis perusahaan kedalam sejumlah unit moneter (Nguyen & Tran, 2019). Akuntansi manajemen lingkungan dapat digunakan sebagai tolak ukur kinerja lingkungan perusahaan.

*Environmental Management Accounting (EMA)* memiliki dampak positif bagi inovasi produk dimana untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerja perusahaan, manajer harus mengembangkan

mekanisme atau strategi yang efektif untuk meningkatkan inovasi, terutama untuk berkaitan dengan sumber daya yang terbuang sebagai akibat dari proses produksi perusahaan (Derila et al., 2020). Dalam hal ini perusahaan perlu untuk mengambil peran aktif dalam meningkatkan inovasi melalui penerapan strategi manajemen lingkungan. Dalam penelitian (Mariyamah & Handayani, 2020) menyatakan bahwa perusahaan dapat menjadi lebih inovatif dalam hal produk dan proses jika perusahaan menggunakan *Environmental Management Accounting* (EMA) dimana meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara tidak langsung melalui peningkatan inovatif. Penelitian ini merujuk penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sari & Gantino, 2022) yang menunjukkan hasil bahwa *Environmental Management Accounting* (akuntansi manajemen lingkungan) berpengaruh pada inovasi produk. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian (Sari & Gantino, 2022) adalah penelitian ini menambahkan variabel strategi operasi karena strategi operasi adalah suatu visi fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah atau daya dorong untuk pengambilan keputusan.

## B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2023 sebanyak 33 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Berdasarkan kriteria tersebut, maka perusahaan yang memenuhi syarat hanya 11 perusahaan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. Sampel Penelitian

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut-turut pada tahun 2020-2023.	33
2.	Perusahaan Makanan & Minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia namun tidak mengikuti program PROPER secara berturut-turut (2020-2023)	(20)

3.	Perusahaan Makanan & Minuman yang memiliki data laporan keuangan yang lengkap berupa laporan keuangan tahunan dan laporan auditor independen selama periode 2020-2023.	(2)
4.	Perusahaan Makanan & Minuman yang hanya menyertakan laporan keuangan dalam rupiah selama periode 2020-2023.	(0)
	Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian per tahunnya	11
	Jumlah sampel (11 x 4 tahun pengamatan)	44

Sumber: melalui website BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id))

Dari data diatas diperoleh jumlah populasi sebanyak 33 laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI dalam kisaran tahun 2020-2023 dan setelah dilakukan seleksi sampel dengan kriteria yang telah disebutkan diatas diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan dikali 4 tahun pengamatan maka terdiri dari 44 laporan keuangan tahunan perusahaan. Berikut adalah daftar perusahaan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

#### Uji Hosmer and Lemeshow's

Tabel 2. Uji Hosmer and Lemeshow's

#### Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	9.838	8	.677

Uji *Hosmer and Lemeshow's* digunakan untuk menguji ketepatan model (*Goodness of Fit Test*). Hasil uji *Hosmer and Lemeshow's* menunjukkan nilai *Chi-Square* sebesar 9,838 dengan tingkat signifikansi sebesar 677. Nilai signifikansi sebesar 677 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai observasinya,

sehingga model dikatakan sudah tepat (*fit*).

**Koefisien determinasi (Nagelkerke R Square)**

**Tabel 3. Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	47.110 <sup>a</sup>	.214	.492

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,492, hal ini berarti 49,2% probabilitas variasi dari variabel dependen (inovasi produk) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (strategi operasi dan akuntansi manajemen lingkungan). Sedangkan sisanya (100%-49,2%=50,8%) dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

**Hasil Uji Regresi Logistik**

**Tabel 4. Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B) Lower	Upper
Step 1 <sup>a</sup> Strategi Operasi	.239	.109	4.863	1	.027	.787	.636	.974
Akuntansi Manajemen Lingkungan	.939	.563	2.776	1	.096	2.556	.847	7.711
Constant	.396	1.412	.079	1	.779	.673		

a. Variable(s) entered on step 1: Strategi Operasi, Akuntansi Manajemen Lingkungan.

Berdasarkan tabel diatas maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y : -0,396 + 0,939AML + (-0,239SO)$$

1. Pada variabel strategi operasi (SO), diperoleh nilai koefisien sebesar -0,239 dengan tanda negatif yang berarti apabila pada variabel strategi operasi meningkat sebesar 1 satuan, maka inovasi produk akan menurun sebesar 0,239 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
2. Pada variabel penerapan akuntansi manajemen lingkungan, diperoleh nilai koefisien sebesar

0,939 dengan tanda positif berarti apabila variabel penerapan akuntansi manajemen lingkungan (AML) meningkat sebesar 1 satuan, maka inovasi produk akan meningkat sebesar 0,939 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

## **Pembahasan**

Hasil uji hipotesis 1 yang ditunjukkan pada tabel 4, koefisien regresi pada variabel strategi operasi ( $X_1$ ) adalah sebesar 4,863 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,027. Karena nilai signifikansinya 0,027 lebih kecil dari probabilitas signifikan  $\alpha = 0.05$ , maka  $H_{a1}$  diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa strategi operasi berpengaruh terhadap inovasi produk. Hal ini dikarenakan dengan strategi operasi dapat membantu perusahaan untuk mencapai skala penghematan yang dapat digunakan untuk harga dan biaya yang lebih rendah dalam pengembangan produk (inovasi produk) dan sesuai apa yang diharapkan yaitu menghasilkan produk-produk baru yang menguntungkan dan disukai konsumen. Strategi merupakan penggerak adanya inovasi di suatu perusahaan, sebagian besar digerakkan oleh perubahan tuntutan pelanggan dan tingkat konsentrasi pasar lebih tinggi untuk mengembangkan strategi yang berfokus pada kepentingan pelanggan seperti penyediaan produk. Selain itu, meskipun perhatian utama perusahaan adalah pasar, perusahaan juga cenderung akan meningkatkan efisiensi produksi, perusahaan perlu melakukan strategi inovasi agar memperkecil biaya yang akan dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang tanpa mengurangi kualitas suatu produk atau barang tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori Heryani dan Nugroho (2020) yang menyatakan dalam pengembangan industri kreatif penciptaan inovasi produk dan pembentukan kreativitas lebih mendukung dari segi SDM sebagai sumber modal, industry, teknologi, sumber daya, institusi dan lembaga keuangan (Harjawati, 2020). Kesiapan SDM merupakan modal besar yang menjadi factor kunci dalam inovasi produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dewi et al., 2020) dan (Fadhilah & Rosdiana, 2022) yang menyatakan bahwa strategi operasi berpengaruh terhadap inovasi produk. Hal ini dapat dilihat ketika perusahaan dapat merespon dengan cepat hal-hal atau isu yang berkaitan dengan kebutuhan pasar. Semakin besar tekanan yang terjadi di pasar, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan strategi operasi untuk melakukan inovasi produk agar dapat bertahan di pasar tersebut.

Hasil uji hipotesis 2 yang ditunjukkan pada tabel 4, nilai koefisien regresi pada variabel akuntansi manajemen lingkungan ( $X_2$ ) adalah sebesar 2,776 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,096. Karena

nilai signifikansinya 0,096 lebih besar dari probabilitas signifikan  $\alpha = 0.05$ , maka  $H_{a2}$  ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa penerapan akuntansi manajemen lingkungan tidak berpengaruh terhadap inovasi produk perusahaan.

Dari hasil uji diatas juga menunjukkan bahwa penerapan akuntansi manajemen lingkungan tidak efektif dan kurang memadai dikarenakan masih ada beberapa hal yang belum diterapkan berkaitan dengan manajemen lingkungan yang belum diterapkan misalnya pelaporan biaya lingkungan secara khusus serta pengendalian limbah dari hasil proses industri perusahaan yang belum diperhatikan dengan baik. Akuntansi manajemen lingkungan juga diharapkan dapat meminimalkan biaya yang berkaitan dengan lingkungan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan dana yang lebih untuk berinovasi. Pada kenyataan biaya produksi tahun berjalan selalu lebih besar dari tahun sebelumnya dan ini bisa menjadi penyebab AML tidak berpengaruh pada inovasi karena kurangnya kontrol atas kegiatan yang di lakukan oleh industri tetapi tidak melaporkan laporan biaya lingkungan secara khusus.

Hasil penelitian ini belum didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan variabel akuntansi manajemen lingkungan tidak berpengaruh terhadap inovasi. Hal ini dikarenakan bagian keuangan dan bagian produksi belum sepenuhnya bertanggung jawab atas penerapan akuntansi manajemen lingkungan yang telah di buat perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Fadhilah & Rosdiana, 2022) dan (Yustina & Wahyudi, 2024) menyatakan bahwa Environmental Management Accounting (EMA) memiliki dampak positif bagi inovasi produk. Dalam hal ini perusahaan perlu untuk mengambil peran aktif dalam meningkatkan inovasi melalui penerapan strategi manajemen lingkungan.

#### **D. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji hipotesis wald (uji t), maka strategi operasi berpengaruh terhadap inovasi produk, artinya sebuah strategi inovasi sebagian besar digerakkan oleh perubahan tuntutan pelanggan dan tingkat konsentrasi pasar yang lebih tinggi, dimana hal tersebut akan membuat perusahaan perlu mengembangkan startegi yang berfokus pada kepentingan pelanggan seperti penyediaan produk yang inovatif.

Berdasarkan hasil uji hipotesis wald (uji t) akuntansi manajemen lingkungan tidak berpengaruh terhadap inovasi produk dikarenakan kenyataan pada lapangan biaya produksi tahun berjalan selalu lebih besar dari tahun sebelumnya dan sangat berbeda dari fokus akuntansi manajemen

lingkungan yaitu mengurangi beban lingkungan dengan meminimalisir biaya sehingga dapat dimanfaatkan untuk melakukan pengembangan atau inovasi produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Derila, C. P., Evana, E., & Dewi, F. G. (2020). Effect of environmental performance and environmental costs on financial performance with CSR disclosure as intervening variables. *International Journal for Innovation Education and Research*, 8(1), 37–43.
- Dewi, R. M., Fatimah, A., & Eltivia, N. (2020). Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Strategi Operasi Terhadap Inovasi Proses Produksi. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 16(1), 52–59.
- Dhamayanti, S. K. (2021). Analisis implementasi tanggung jawab sosial berbasis stakeholder pada perusahaan perkebunan kelapa sawit. *Jurnal Bisnis, Logistik Dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 1(2), 86–96.
- Fadhilah, T. A., & Rosdiana, Y. (2022). Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(1), 370–376.
- Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 187–206.
- Ilyas, I. I., Marlinda, M. M. C., & SE, M. A. (2023). *Manajemen Strategi*. CV. Azka Pustaka.
- Le, T., & Nguyen, T. (2019). Practice environmental cost management accounting: The case of Vietnamese brick production companies. *Management Science Letters*, 9(1), 105–120.
- Mahmudah, H. (2016). Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Volume Penjualan Pada Cv. Akbar. *Jurnal Ekbis*, 16(2), 6-Halaman.
- Mariani, D., & Suryani, S. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 59–78.
- Mariyamah, M., & Handayani, S. (2020). Pengaruh Green Innovation Terhadap Economic Performance Dengan Environmental Management Accounting Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 16(2), 105–123.
- Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh kinerja lingkungan, biaya lingkungan, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 1–18.
- Nguyen, L., & Tran, M. (2019). Disclosure levels of environmental accounting information and financial performance: The case of Vietnam. *Management Science Letters*, 9(4), 557–570.

- Pelu, M. F. A. R., Tenriwaru, T., Saira, G. M., & Muslim, M. (2022). Implementasi Akuntansi Lingkungan terhadap Kinerja Lingkungan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Intervening. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 49–58.
- Potabuga, F. W., Niode, I. Y., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh inovasi produk Terhadap Minat beli motor Yamaha di outlet Yamaha 3s ahmad Yani. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 682–685.
- Rounaghi, M. M. (2019). Economic analysis of using green accounting and environmental accounting to identify environmental costs and sustainability indicators. *International Journal of Ethics and Systems*.
- Ruhimat, R. R., Pauzy, D. M., & Arisman, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Konsumen Konveksi ANsport di Wilayah Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 4286–4290.
- Saragih, R. (2017). Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.
- Sari, N., & Gantino, R. (2022). Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2377–2389.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.
- Temalagi, S., & Borolla, L. (2021). Penerapan Konsep Triple Bottom Line Accounting Di Desa Telalora Pulau Masela (Studi Kasus Pada Petani Rumput Laut). *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 1241–1251.
- Winarsih, W., & Andriani, P. (2022). Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 59–68.
- Yustina, L., & Wahyudi, I. (2024). PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN TERHADAP STRATEGI DAN INOVASI PERUSAHAAN PT. POWER STEEL INDONESIA PABRIK BAJA. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 3(01), 110–121.