

PENGARUH *GREEN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* DAN *GREEN INNOVATION* TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN INDUSTRI GIGI PALSU

William Eddy Putra¹, Louis Utama^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: william.115180377@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*
Email: louisu@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk : 10-02-2022, revisi: 20-02-2022, diterima untuk diterbitkan : 18-03-2022

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *green entrepreneurial orientation* dan *green innovation* berpengaruh terhadap kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial UKM. Populasi dalam penelitian ini adalah UKM industri pembuatan gigi palsu. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 51 UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan mendistribusikan kuesioner secara *offline* dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) *Green entrepreneurial orientation* berpengaruh positif terhadap *green innovation* UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta, 2) *Green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta, 3) *Green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta, 4) *Green Innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja sosial UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta.

Kata Kunci: *green entrepreneurial orientation*, *green innovation*, kinerja lingkungan, kinerja ekonomi, kinerja sosial

ABSTRACT

This study aims to determine whether green entrepreneurial orientation and green innovation have a positive impact on the environmental, economic, and social performance of SMEs. The population in this study is SMEs in the denture-making Industry. The sample used in this study was 51 denture-making SMEs in DKI Jakarta. The sampling technique used is purposive sampling by distributing offline questionnaires which are then processed using SmartPLS 3.0. The results of this study are: 1) Green entrepreneurial orientation has a positive impact on the green innovation of SMEs in DKI Jakarta, 2) Green innovation has a positive impact on the environmental performance of SMEs in DKI Jakarta, 3) Green innovation has a positive impact on the economic performance of SMEs in DKI Jakarta, 4) Green innovation has a positive impact on the social performance of SMEs in DKI Jakarta.

Keywords: *green entrepreneurial orientation*, *green innovation*, *environmental performance*, *economic performance*, *social performance*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Selama dua dekade terakhir kerusakan lingkungan terjadi dengan sangat cepat (Hugo & Nuringsih, 2020). Masalah lingkungan ini dapat menjadi sebuah ancaman serius bagi manusia (Leonidou *et al.*, 2017). Kerusakan lingkungan yang berlangsung disebabkan oleh pencemaran air dan udara, kebakaran hutan, perubahan iklim yang tidak menentu, dan sebagainya. Selain itu, penambahan

jumlah penduduk yang pesat yang diperkirakan akan mencapai lebih dari 9 miliar pada 2050 juga membuat permasalahan lingkungan semakin runyam.

Pertumbuhan ekonomi juga turut memiliki andil dalam mempercepat kerusakan lingkungan karena meningkatnya eksploitasi energi dan sumber daya alam demi memenuhi kebutuhan produksi. Akibat semakin tingginya tingkat kerusakan lingkungan, perusahaan dituntut untuk mulai mengembangkan keberlangsungan bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan pada generasi sekarang dengan tetap memikirkan dampaknya terhadap lingkungan, sehingga tetap mementingkan kebutuhan generasi mendatang (Siahaan, 2004). Prinsip keberlangsungan ini tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga mementingkan kinerja lingkungan dan sosial karena adanya sebuah perusahaan. Konsep keberlanjutan dalam hal ini berarti setiap perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap lingkungan yang didorong dengan kebijakan pemerintah, perubahan iklim, pergeseran sosial, dan perubahan teknologi informasi yang dapat mempercepat penyebaran berita mengenai citra suatu perusahaan dalam mengelola usahanya (Samson & Daft, 2015).

Dalam konsep tersebut, perusahaan harus membuat inovasi untuk menghasilkan produk yang ramah lingkungan dan mengikutsertakan pelestarian lingkungan dalam setiap kegiatan produksi. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran tinggi untuk memperbaiki permasalahan tersebut dengan menerapkan konsep *green* yang memiliki efek penting terhadap kehidupan. Dalam konsep *green entrepreneurial orientation*, terdapat sebuah langkah strategis yang dapat digunakan untuk memproduksi produk hijau yang dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan, yaitu inovasi hijau atau *green innovation* (Teece, 2016).

Konsep *green innovation* tidak hanya diterapkan oleh perusahaan besar saja, tetapi juga dapat diterapkan oleh usaha berskala menengah maupun kecil atau UKM. Usaha kecil dan menengah atau UKM ini merupakan salah satu sarana untuk menciptakan peluang usaha terutama bagi masyarakat kecil hingga menengah. Keberadaan UKM dapat memberikan wadah untuk mengembangkan keterampilan pekerja, menciptakan lapangan pekerjaan baru, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Kebanyakan UKM masih sering tidak memikirkan dampak produksi usaha mereka terhadap lingkungan, seperti membuang limbah dan sampah yang tidak didaur ulang, sehingga dapat meningkatkan pencemaran dan polusi. Selain itu, penggunaan bahan baku yang tidak efisien juga berakibat negatif bagi lingkungan. (Shahwat, 2019).

Kajian teori

Green entrepreneurial orientation

Green entrepreneurial orientation merupakan orientasi bisnis yang mengacu pada kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan dan memberikan nilai tersendiri kepada masyarakat. Konsep *green entrepreneurial orientation* didasari atas orientasi lingkungan dan orientasi sosial (Cohen dan Winn, 2007). Selain itu, terdapat pula orientasi inovatif. *Green entrepreneurial orientation* digambarkan sebagai kemampuan proaktif untuk merasakan dan mengubah peluang serta batasan di sekitar yang ditentukan oleh tempat dan waktu. Proses dan produk yang ramah lingkungan menjadi kunci utama dalam pembentukan *green entrepreneurial orientation* (Demirel *et al.*, 2019).

Green innovation

Green innovation atau disebut juga inovasi hijau adalah strategi dalam menciptakan produk baru maupun mengembangkan produk yang sudah ada secara signifikan. Tidak hanya fokus terhadap produk, tetapi berfokus juga pada pengembangan dan penciptaan yang signifikan pada proses, metode perusahaan, metode pemasaran yang baru dalam aktivitas bisnis (Shahwat, 2019). Konsep *green innovation* mengacu pada peningkatan kinerja lingkungan yang meliputi *green product*

innovation dan *green process innovation* melalui pengembangan dan pemanfaatan proses baru, produk baru, dan layanan baru (Fussler & James, 1996). *Green innovation* tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat positif kepada masyarakat dengan mengubah nilai budaya dan norma sosial yang ada di masyarakat (Borghesi *et al.*, 2015)

Kinerja lingkungan

Kinerja lingkungan menjadi salah satu komponen inti dalam keberlanjutan suatu bisnis. Kinerja lingkungan mengacu pada pengukuran interaksi antara bisnis dan lingkungan, serta berkaitan dengan efisiensi dan efektivitas lingkungan perusahaan (Wang, 2019). Kinerja lingkungan tidak hanya berkaitan dengan hasil dan dampak lingkungan terhadap perusahaan dan *stakeholder*, tetapi juga menjadi proses tanggap dan tanggung jawab terhadap lingkungan serta masyarakat sekitar yang berpengaruh pada hasil dan dampak di masa depan (Judge & Douglas, 1998).

Kinerja ekonomi

Kinerja ekonomi dalam suatu perusahaan memiliki peran penting dalam keberlangsungan bisnis tersebut dan berpengaruh terhadap kelompok dan individu. Kinerja ekonomi merupakan kinerja perusahaan secara relatif yang dapat berubah dari tahun ke tahun dalam suatu industri yang sejenis ditandai dengan *return* tahunan perusahaan (Suratno *et al.*, 2007). Kinerja ekonomi perusahaan digambarkan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keberlangsungan usaha dan keberhasilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* (Clarkson, 1995).

Kinerja sosial

Keberlangsungan suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh kinerja sosial. Kinerja sosial mencakup perluasan dari faktor tanggung jawab sosial perusahaan dan menekankan pada hasil aktual yang dicapai. Khususnya menekankan kepada tanggung jawab *stakeholders* atau pemegang kepentingan ekonomi (Turban & Greening, 1997). Konsep kinerja sosial perusahaan dibentuk atas penilaian aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan. Kinerja sosial perusahaan merupakan konfigurasi dari prinsip tanggung jawab sosial dan proses dari kebijakan, program, respon sosial, serta aspek lain yang berkaitan dengan hubungan sosial perusahaan (Wood, 1991).

Keterkaitan antar variabel

Keterkaitan *green entrepreneurial orientation* dan *green innovation*

Tujuan utama *green entrepreneurial orientation* adalah memfasilitasi produksi produk *green innovation* yang akan berdampak pada meningkatnya kinerja bisnis berkelanjutan (Teece, 2016). Penerapan *green innovation* dapat mengurangi dampak negatif aktivitas ekonomi terhadap penggunaan sumber daya melalui inovasi dalam proses, produk, masyarakat, organisasi, dan institusi (Borghesi *et al.*, 2015). *Green innovation* digunakan untuk mengembangkan perusahaan dan menciptakan produk yang memiliki dampak baik terhadap lingkungan. Oleh sebab itu, adanya *green innovation* dianggap penting karena berpengaruh terhadap kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial, serta dapat meningkatkan keunggulan perusahaan (Orbegozo *et al.*, 2017).

Keterkaitan *green innovation* dan kinerja lingkungan

Kinerja lingkungan erat kaitannya dengan hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan energi, sumber daya, limbah, dan emisi. Dengan adanya *green innovation* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja lingkungan dan keunggulan kompetitif perusahaan (Xie *et al.*, 2019). Secara keseluruhan, *green innovation* telah membuka peluang baru bagi perusahaan untuk mendapatkan reputasi aktif yang positif melalui produk hijau yang diproduksi. Hal tersebut dapat membantu mengembangkan kesadaran konsumen terhadap perusahaan, sehingga para konsumen

dapat melihat kontribusi perusahaan dalam membantu beberapa masalah ekologi dan meningkatkan kesadaran akan lingkungan (Lin & Niu, 2018).

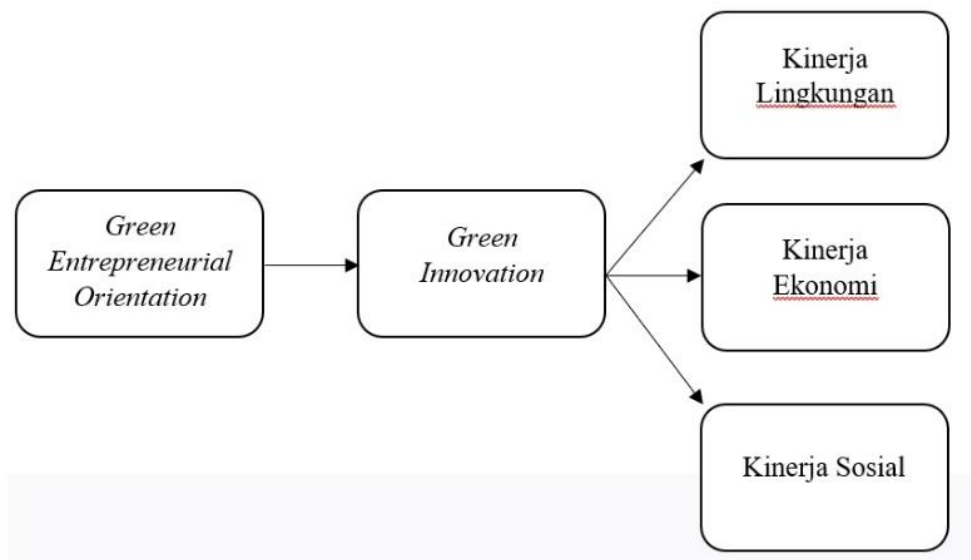
Keterkaitan *green innovation* dan kinerja ekonomi

Dari perspektif ekonomi, penerapan *green innovation* dapat meningkatkan kinerja ekonomi (Green & Inman, 2005). Pengaruh *green innovation* terhadap suatu perusahaan dapat dinilai dari tingkat serta indeks keuangan, pemasok, pelanggan, dan pemerintah (Asadi *et al.*, 2020). *Green innovation* atau inovasi hijau adalah strategi yang memperhatikan dampak yang muncul pada lingkungan sekaligus dapat meningkatkan kinerja ekonomi dengan adanya efisiensi dalam penciptaan produk pasar baru, penggunaan energi dan bahan baku serta memiliki produk unggulan dalam keunggulan bersaing (Utama dkk., 2020). *Green product innovation* meningkatkan permintaan konsumen dan memberi manfaat yang baik bagi konsumen. Inovasi tersebut juga meningkatkan produktivitas, sehingga dapat mengimbangi biaya lingkungan (Chen *et al.*, 2006).

Keterkaitan *green innovation* dan kinerja sosial

Tindakan perusahaan dalam memberikan informasi mengenai *green innovation* melalui situs *web* perusahaan, surat kabar lokal, dan akun media sosial dinamakan publisitas hijau. Berita dan media sosial digunakan perusahaan untuk membujuk konsumen mengenai jasa lingkungan sekaligus untuk menambahkan publisitas positif produk hijau untuk mengurangi polusi (Zahid *et al.*, 2018). Konsep tanggung jawab sosial memiliki hubungan yang strategis antara kinerja lingkungan dan sosial. Berdasarkan tanggung jawab sosial perusahaan, publisitas hijau dapat membantu perusahaan untuk menciptakan reputasi yang positif, meningkatkan kinerja lingkungan dan sosial, serta secara tidak langsung berkontribusi dalam kinerja keuangan (Javed *et al.*, 2020).

Berdasarkan keterkaitan di atas, model penelitian yang dikembangkan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran pada Gambar 1, diperoleh hipotesis yaitu sebagai berikut:

H1: Penerapan *green entrepreneurial orientation* berpengaruh positif terhadap *green innovation* UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta.

H2: Penerapan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta.

H3: Penerapan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta

H4: Penerapan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja sosial UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif (*descriptive research*). Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fenomena yang sedang berlangsung saat ini ataupun yang sudah berlalu.

Teknik yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel pada sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara *offline* dengan menyebarkan kuesioner dan memperoleh hasil tanggapan langsung dari responden. Jumlah responden yang diteliti adalah 51 pemilik UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan skala *likert* yang dikategorikan menjadi lima kategori yang meliputi: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju dan (5) sangat setuju.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* Smart Partial Least Square (SPLS) versi 3.00. Evaluasi model dalam pengujian dengan SPLS terdiri dari dua tahap yaitu, evaluasi *outer model* dan *inner model*. Evaluasi *outer model* terdiri dari uji *loading factor*, *Average Variances Extracted*, *cross loading*, *Cronbach's alpha*, dan *composite reliability*, sementara evaluasi *inner model* terdiri atas *coefficient of determination* (R^2), *cross-validated redundancy* (Q^2), *Goodness of Fit* (GoF), dan uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, subjek yang digunakan adalah 51 pemilik UKM yang bergerak di industri pembuatan gigi palsu di wilayah DKI Jakarta. Informasi mengenai 51 subjek dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan umur usaha, omzet penjualan tahunan, dan wilayah usaha.

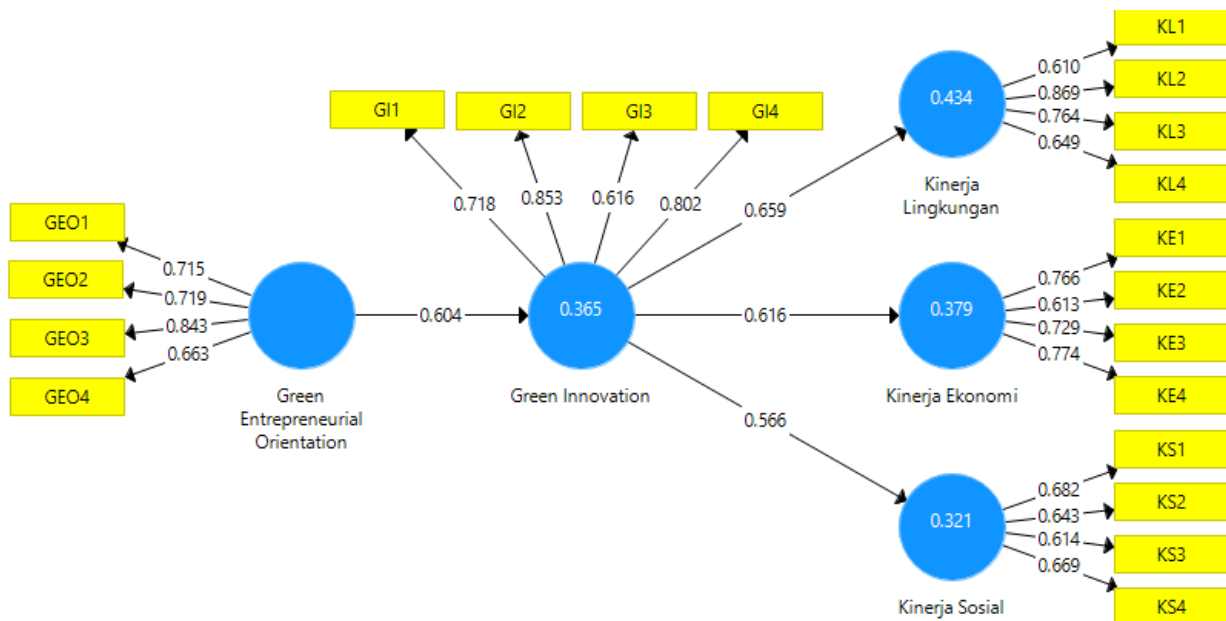
Karakteristik responden berdasarkan umur usaha terdapat pilihan yang terdiri dari: 1-5 tahun, 5-10 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Didapatkan jumlah umur UKM industri pembuatan gigi palsu yang telah dijalankan selama 1-5 tahun sebanyak 29 responden atau sebesar 57%, 5-10 tahun sebanyak 20 responden atau sebesar 39%, dan lebih dari 10 tahun sebanyak 2 responden atau sebesar 4%. Dengan demikian, mayoritas umur usaha pada penelitian ini adalah 1-5 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan omzet penjualan tahunan terdapat 3 pilihan yang terdiri dari: <Rp300 juta, Rp300 juta - Rp2,5 miliar, dan Rp2,5 miliar - Rp50 miliar. Didapatkan jumlah omzet penjualan tahunan responden yang kurang dari Rp300 juta sebanyak 4 responden atau sebesar 8%, Rp300 juta - Rp2,5 miliar sebanyak 44 responden atau sebesar 86%, dan Rp2,5 miliar - Rp50 miliar sebanyak 3 responden atau sebesar 6%. Dengan demikian, mayoritas omzet penjualan tahunan pada penelitian ini adalah Rp300 juta - Rp2,5 miliar.

Karakteristik responden berdasarkan lokasi usaha terdapat 2 pilihan yang terdiri dari: DKI Jakarta dan luar DKI Jakarta. Didapatkan lokasi usaha seluruh responden berada di DKI Jakarta, yaitu dengan jumlah sebanyak 51 responden atau sebesar 100%. Dengan demikian, lokasi usaha seluruh responden pada penelitian ini adalah di DKI Jakarta.

Selanjutnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel atau tidak. Indikator pengukuran variabel dapat memenuhi syarat dikatakan valid apabila setiap variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih dari 0,5 dan nilai *loading factor* lebih dari 0,7, tetapi untuk tahap pengembangan awal, nilai *loading factor* 0,5 sampai 0,6 sudah dianggap cukup dan dapat diterima kevalidannya.

Selain itu, bila nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* diatas 0,7, dapat dikatakan konstruk dengan reliabilitas yang tinggi. Akan tetapi, data masih dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* sama atau lebih besar dari 0,7 dan nilai diatas 0,6 juga masih dapat diterima (Ghozali dan Latan, 2012). Gambar 2 merupakan hasil analisis *outer loading* yang dipakai untuk mengukur validitas pada penelitian ini.



Gambar 2. Nilai Outer Loading

Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai seluruh *outer loading* diatas 0,5, dimana nilai tertinggi terdapat pada indikator KL2 yaitu kinerja lingkungan dengan nilai 0,869 dan nilai terendah terdapat pada indikator KE2, yaitu kinerja ekonomi dengan nilai 0,613. Berdasarkan data yang disajikan pada Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dan dapat dikatakan valid.

Tabel 1. *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i>
<i>Green entrepreneurial orientation</i>	0,544
<i>Green innovation</i>	0,567
Kinerja lingkungan	0,533
Kinerja ekonomi	0,523
Kinerja sosial	0,426

Tabel 1 merupakan hasil pengujian AVE yang menunjukkan bahwa variabel *green innovation* memiliki nilai AVE tertinggi sebesar 0,567 dan variabel kinerja sosial memiliki nilai AVE terendah sebesar 0,426.

Tabel 2. *Cross loading*

	<i>Green Entrepreneurial Orientation</i>	<i>Green Innovation</i>	Kinerja Lingkungan	Kinerja Ekonomi	Kinerja Sosial
GEO1	0,715	0,419	0,493	0,401	0,224
GEO2	0,719	0,400	0,277	0,177	0,125
GEO3	0,843	0,460	0,464	0,426	0,411
GEO4	0,663	0,486	0,312	0,290	0,371
GI1	0,456	0,718	0,424	0,358	0,341
GI2	0,476	0,853	0,454	0,470	0,473
GI3	0,201	0,616	0,434	0,266	0,297
GI4	0,587	0,802	0,632	0,649	0,532
KL1	0,468	0,415	0,610	0,417	0,322
KL2	0,382	0,563	0,869	0,530	0,455
KL3	0,411	0,551	0,764	0,519	0,248
KL4	0,275	0,352	0,649	0,336	0,385
KE1	0,450	0,514	0,533	0,766	0,353
KE2	0,116	0,283	0,307	0,613	0,212
KE3	0,303	0,405	0,441	0,729	0,513
KE4	0,336	0,520	0,493	0,774	0,641
KS1	0,284	0,407	0,338	0,458	0,682
KS2	0,076	0,306	0,370	0,423	0,643
KS3	0,231	0,327	0,220	0,339	0,614
KS4	0,392	0,417	0,314	0,391	0,669

Tabel 3. *Cronbach's alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha
<i>Green entrepreneurial orientation</i>	0,717
<i>Green innovation</i>	0,746
Kinerja lingkungan	0,703
Kinerja ekonomi	0,702
Kinerja sosial	0,554

Tabel 3 menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* pada sebagian besar konstruk lebih dari 0,6, sehingga konstruk dapat dikatakan reliabel dan terdapat satu nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,554 yang dapat dikatakan konstruk cukup reliabel.

Tabel 4. *Composite reliability*

Variabel	Composite Reliability
<i>Green entrepreneurial orientation</i>	0,826
<i>Green innovation</i>	0,838
Kinerja lingkungan	0,817
Kinerja ekonomi	0,813
Kinerja sosial	0,747

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* pada seluruh konstruk lebih dari 0,7, sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk pada penelitian ini reliabel.

Tabel 5. Hasil uji *coefficient of determination (R²)*

<i>Green innovation</i>	0,365
Kinerja lingkungan	0,434
Kinerja ekonomi	0,379
Kinerja sosial	0,321

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai R^2 dalam penelitian ini adalah sebesar 0,365, 0,434, 0,379, dan 0,321 yang dapat dikatakan bahwa *coefficient of determination* (R^2) pada penelitian ini memiliki pengaruh yang kuat.

Tabel 6. Hasil uji *cross-validated redundancy* (Q^2)

<i>Green innovation</i>	0,156
Kinerja lingkungan	0,214
Kinerja ekonomi	0,162
Kinerja sosial	0,099

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Q^2 lebih dari 0, yaitu sebesar 0,156, 0,214, 0,162, dan 0,099 yang dapat diartikan bahwa hubungan antar variabel penelitian dianggap relevan.

Hasil uji Goodness of Fit (GoF)

Sebelum menghitung *Goodness of Fit* (GoF), perlu mengetahui nilai AVE. Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat nilai AVE dari masing-masing variabel. Sebelum dilakukan penghitungan *Goodness of Fit* (GoF), maka peneliti perlu menghitung nilai rata-rata AVE pada penelitian ini.

$$\text{Rata-rata AVE} = \frac{0,544 + 0,567 + 0,533 + 0,523 + 0,426}{5} = 0,519$$

Kemudian, berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa terdapat lebih dari satu nilai *coefficient of determination* (R^2), sehingga peneliti perlu menghitung nilai rata-rata *coefficient of determination* (R^2) tersebut lebih dahulu, sebelum menghitung nilai dari GoF.

$$\text{Rata-rata } R^2 = \frac{0,365 + 0,434 + 0,379 + 0,321}{4} = 0,375$$

Selanjutnya, berdasarkan hasil rata-rata AVE dan *Coefficient of Determination* (R^2), maka didapatkan nilai GoF sebesar:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2} = \sqrt{0,519 \times 0,375} = 0,441$$

Berdasarkan perhitungan GoF di atas, nilai GoF pada penelitian ini adalah 0,441, sehingga dapat dikatakan bahwa model yang digunakan memiliki kecocokan yang tergolong besar.

Hasil uji hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan antarvariabel dengan melihat hasil *bootstrapping* bagian *t-statistic* dan *p-value*. Syarat sebuah hipotesis dalam penelitian tidak di tolak apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,5. Tabel 7 menunjukkan hasil dari *bootstrapping* yang telah dilakukan.

Tabel 7. Hasil uji hipotesis

Variabel	<i>Path Coefficient</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-value</i>
GEO → GI	0,604	6,542	0,000
GI → KL	0,659	7,529	0,000
GI → KE	0,616	5,780	0,000
GI → KS	0,566	5,248	0,000

Tabel 7 menjelaskan bahwa *green entrepreneurial orientation* terhadap *green innovation*, *green innovation* terhadap kinerja lingkungan, *green innovation* terhadap kinerja ekonomi, dan *green innovation* terhadap kinerja sosial memiliki hubungan yang searah dan telah memenuhi syarat yang dibutuhkan agar hipotesis tidak ditolak. Selain itu, keempat hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang positif terhadap satu sama lain.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa *green entrepreneurial orientation* memiliki pengaruh positif terhadap *green innovation* UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta. Tentunya, agar UKM pembuatan gigi palsu dapat bersaing dengan pesaingnya, diperlukan langkah strategis atau inovasi baru, seperti menerapkan inovasi bisnis yang ramah lingkungan. Penerapan inovasi tersebut dapat meningkatkan proses *green innovation* yang menghasilkan produk dan proses produksi yang ramah lingkungan. Selain itu, UKM pembuatan gigi palsu dapat menggunakan peluang bisnis ini untuk mengurangi pemakaian bahan baku yang dapat menghasilkan racun dan polusi bagi lingkungan. Keunggulan dari memperkenalkan produk dan layanan ramah lingkungan ini tidak hanya dapat mengurangi dampak negatif dari aktivitas bisnis UKM industri pembuatan gigi palsu, tetapi juga dapat memaksimalkan pelaksanaan proses daur ulang sisa produk yang rusak ataupun tidak terpakai.

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja lingkungan UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta. Untuk meningkatkan kinerja lingkungan, UKM pembuatan gigi palsu dapat meningkatkan pemilihan material produk yang berkualitas dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan, seperti *paper bag*. Penggunaan bahan yang minim zat berbahaya bagi lingkungan juga dapat meningkatkan kinerja lingkungan karena UKM industri pembuatan gigi palsu telah ikut serta dalam mematuhi peraturan lingkungan melalui pengurangan produksi emisi, limbah, dan zat berbahaya terhadap lingkungan. Selain itu, UKM pembuatan gigi palsu akan memperoleh sertifikasi lingkungan yang dapat meningkatkan kinerja lingkungan melalui strategi *green innovation* ini. Para pelaku UKM juga harus meningkatkan proses daur ulang agar dapat mengurangi pemakaian sumber daya, seperti air, listrik, dan gas yang juga berpengaruh terhadap kinerja lingkungan usaha.

Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja ekonomi UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta. Dalam menghadapi persaingan Bisnis, para pelaku UKM pembuatan gigi palsu harus memikirkan inovasi yang strategis agar usaha yang dijalankan tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga dapat memperoleh kinerja ekonomi yang baik. Penerapan konsep *green innovation* dengan pemilihan kualitas material dan pelabelan yang ramah lingkungan akan membantu menurunkan biaya pinalti yang disebabkan oleh kecelakaan lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kinerja ekonomi. Pemilihan material yang mengandung zat berbahaya lebih sedikit untuk bahan pembuatan produk juga dapat menurunkan biaya pemakaian energi, seperti air dan listrik. Para pelaku UKM industri pembuatan gigi palsu juga dapat meningkatkan pemanfaatan kapasitas dengan memulihkan produk yang kualitasnya kurang baik dan mendaur ulang bahan yang telah habis masa pemakaiannya.

Hasil pengujian hipotesis keempat membuktikan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja sosial UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta. Penerapan *green innovation* dengan meningkatkan penggunaan proses produksi dan hasil produk yang ramah lingkungan tidak hanya berpengaruh terhadap lingkungan, tetapi juga berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk. Hal tersebut dikarenakan UKM pembuatan gigi palsu yang peduli terhadap masalah lingkungan dapat menarik minat pelanggan karena produk yang ditawarkan lebih unggul. Selain itu, produk tidak memberikan dampak negatif terhadap kesehatan pelanggan karena produk dibuat dari bahan yang lebih aman. Untuk semakin meningkatkan kinerja ekonomi, para pelaku UKM industri pembuatan gigi palsu juga dapat melakukan proses daur ulang dan menyebarkan informasi terkait hal tersebut ke media sosial agar dapat diketahui oleh pelanggan. Hal tersebut dapat memotivasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat yang melihat informasi tersebut agar lebih peduli dengan lingkungan sekitarnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel eksogen, yaitu penerapan *green entrepreneurial orientation* dan *green innovation* dapat berpengaruh positif terhadap variabel endogen, yaitu kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial UKM industri pembuatan gigi palsu. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini sebagai berikut: (1) Penerapan *green entrepreneurial orientation* berpengaruh positif terhadap *green innovation* UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta, (2) Penerapan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta, (3) Penerapan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta, (4) Penerapan *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja sosial UKM industri pembuatan gigi palsu di DKI Jakarta.

Saran

Peneliti menyarankan agar pelaku UKM industri pembuatan gigi palsu di Indonesia dapat membangun kesadaran mengenai kepedulian terhadap lingkungan dengan menerapkan inovasi bisnis yang ramah lingkungan. Peneliti juga menyarankan agar para pelaku UKM industri pembuatan gigi palsu di Indonesia dapat menciptakan produk dan proses produksi yang ramah lingkungan. Kemudian, untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar dapat menambahkan variabel penelitian yang berhubungan dengan variabel *green innovation*. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jangkauan dalam pengambilan sampel dan daerah yang diteliti agar dapat memperkuat dan memperoleh hasil yang lebih akurat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

REFERENSI

- Asadi, S., Pourhashemi, S. O., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., Aljojo, N. & Razali, N. S. (2020). Investigating Influence of Green Innovation on Sustainability Performance: A Case on Malaysian Hotel Industry. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120860.
- Borghesi, S., Cainelli, G. & Mazzanti, M. (2015). Linking Emission Trading to Environmental Innovation: Evidence From The Italian Manufacturing Industry. *Research Policy*, 44(3), 669-683.
- Chen, Y., Lai, S. & Wen, C. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 331-339.
- Clarkson, M. B. (1995). A Stakeholder Framework And Evaluating for Analyzing Corporate Social Performance. 92-117.
- Cohen., B. & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 22(1), 22-49.

- Demirel, P., Li, Q., Rentocchini, F. & Tamyada, J. (2019). Born To Be Green: New Insights Into The Economics And Management of Green Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 759-771.
- Fussler, C. & James, P. (1996). *Driving Eco Innovation : A Break Through Discipline For Innovation and Sustainability*. Pitman Publishing.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Green, K. W. & Inman, R. A. (2005). Using a Just-In-Time Selling Strategy To Strengthen Supply Chain Linkages. *International Journal of Production Research*, 3437-3453.
- Hugo, E. M. & Nuringsih, K. (2020). Entrepreneurial Education, Green Orientation Entrepreneur, dan Green Value terhadap Ecology Entrepreneurial Intention. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 914-924. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9871>
- Javed, M., Rashid, M., Hussain, G. & Ali, H. (2020). The Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Reputation And Firm Financial Performance: Moderating Role of Responsible Leadership. *Corporate Social Responsible Environment Management.*, 1395-1409.
- Judge, W. Q. & Douglas, T. J. (1998). Performance Implications of Incorporating Natural Environmental Issues Into The Strategic Planning Process. *Journal of Management Studies*, 35(2), 241-262.
- Leonidou, L. C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L. P. & Palihawadana, D. (2017). Internal Drivers and Performance Consequences of Small Firm Green Business Strategy: The Moderating Role of External Forces. *Journal of Business Ethics*, 140, 585-606.
- Lin, S. & Niu, H. (2018). Green Consumption: Environmental Knowledge, Environmental Consciousness, Social Norms, and Purchasing Behavior. *Business Strategy Environ.*, 1679-1688.
- Orbegozo, U. T., Molina, M. A. V. & Larrinaga, O. V.. (2017). Eco-Innovation Strategic Model. A Multiple-Case Study From a Highly Eco-Innovative European Region. *Journal of Cleaner Production*, 142(4), 1347-1367.
- Samson, D. & Daft, R. (2015). *Fundamentals of Management: Asia Pasific Edition*. South Melbourne: Cengage Learning.
- Shahwat, K. (2019). SMEs : Key Drivers of Green and Inclusive Growth, OECD . *Green Growth Papers*, 3-56.
- Siahaan, N. H. (2004). *Hukum Lingkungan dan Ekologi Pembangunan*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suratno, I. B., Darsono & Mutmainah, S. (2007). Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 199-214.
- Teece, D. J. (2016). Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *European Economic Review*, 202-216.
- Turban, D. & Greening, D. (1997). Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees. *Acad. Management Journal*, 658-672.
- Utama, L. Widjaja, O. H. & Lego, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 30-43. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.113>
- Wang, C. (2019). How Organizational Green Culture Influences Green Performance And Competitive Advantage: The Mediating Role of Green Innovation. *J. Manuf. Technology Management*, 666-683.

- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View Of The Firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-80.
- Wood, D. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Acad Management*, 691-718.
- Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green Process Innovation, Green Product Innovation, And Corporate Financial Performance: A Content Analysis Method. *Journal of Business Research*, 697-706.
- Zahid, M., Ali, B., Ahmad, M., Thurasamy, R. & Amin, N. (2018). Factors Affecting Purchase Intention and Social Media Publicity of Green Products: The Mediating Role of Concern for Consequences. *Corp. Social Responsibility Environmental Management*, 225-236.