

Pengaruh *Green Innovation* Dan *Green Organizational Culture* Terhadap *Company Performance* Melalui *Green Competitive Advantage* (Studi Kasus Pada Gerai Kopi XYZ)

¹Rudy Sugiharto, ²Lutfi Alhazami

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Pendidikan Universitas Media Nusantara
Citra, Jakarta

¹rudy.sugiharto@mncu.ac.id

²lutfi_alhazami@mncu.ac.id

Abstract

This study aims to determine the influence of Green Innovation and Green Organizational Culture on Company Performance through Green Competitive Advantage at XYZ coffee outlets in West Jakarta. This study was conducted using a quantitative approach with a sample of 68 respondents. The instrument used by researchers is a questionnaire. Instrument testing includes validity tests and reliability tests using SPSS version 23. Data analysis uses descriptive analysis, while hypothesis testing uses path analysis. The results showed that Green Innovation and Green Organizational Culture have a significant effect on Green Competitive Advantage, Green Innovation and Green Organizational Culture have a significant effect on Company Performance through Green Competitive and Green Competitive Advantage have a significant effect on Company Performance.

Keywords: *Green Innovation, Green Organizational Culture, Company Performance, Green Competitive Advantage*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* terhadap *Company Performance* melalui *Green Competitive Advantage* pada gerai kopi XYZ di Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 68 responden. Instrumen yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Pengujian instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 23. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Green Competitive Advantage*, *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance* melalui *Green Competitive* dan *Green Competitive Advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance*.

Kata kunci: *Green Innovation, Green Organizational Culture, Company Performance, Green Competitive Advantage*

Pendahuluan

Belakangan ini, isu lingkungan global mulai muncul dalam beberapa dekade. Persoalan lingkungan sangat erat kaitannya dengan dinamika industrialisasi yang terus berkembang dari waktu ke waktu, dan menimbulkan dampak besar terhadap kerusakan lingkungan. Kesadaran manusia akan lingkungan yang telah rusak membuat isu lingkungan ini mencuat baik secara global, regional, maupun nasional (Arif, 2016). Isu permasalahan lingkungan menjadi peran penting karena kualitas lingkungan dapat mempengaruhi kualitas hidup manusia secara langsung. Oleh karena itu, dalam pemanfaatan sumber daya yang ada harus memperhatikan dampak yang akan ditimbulkan seperti adanya kerusakan lingkungan (Cahyaningtyas *et al.* 2023). Keberadaan dunia industri menjadi sangat penting untuk dibahas dalam kaitannya dengan isu lingkungan hidup karena tidak dapat dilepaskan dengan apa yang disebut *Supply Chain Management* (SCM). Pada proses SCM terdapat *productlife cycles* yang membawa dampak buruk lingkungan. Indonesia juga tidak lepas dari permasalahan lingkungan hidup yang disebabkan oleh sektor industri dan juga aktivitas lain di luar industri (Fauzan *et al.* 2023).

Salah satu isu lingkungan yang sering menjadi sorotan masyarakat adalah masalah sampah. Pada tahun 2021, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan juga menyatakan bahwa Indonesia menghasilkan 18,2 juta ton sampah setiap tahunnya. Isu utama saat ini adalah sampah plastik. Karena rantai karbonnya yang panjang dan laju dekomposisi yang lambat di dalam tanah, plastik merupakan salah satu limbah yang sulit terurai (Rauzana, 2019). Banyak dampak berbahaya dari sampah plastik terhadap lingkungan termasuk ancaman yang ditimbulkannya terhadap keanekaragaman hayati, penurunan nilai estetika lingkungan, dan percepatan perubahan iklim (Jepsen & de Bruyn, 2019). Lingkungan laut, ekosistem air tawar, tanah, dan rantai makanan semuanya terkena dampak negatif dari plastik (Filho *et al.* 2021).

Dengan adanya fenomena ini, dapat disimpulkan bahwa Indonesia kini harus memberikan sinyal darurat terhadap sampah plastik salah satunya adalah sampah plastik yang tercipta dari sedotan dan kemasan makanan atau minuman (Chotimah & Sulistyoningtih, 2023). Melalui fenomena ini, perusahaan *food and beverages* dapat melakukan konsep produksi yang ramah lingkungan serta tingginya keinginan masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mewujudkan pelestarian lingkungan hidup. Hal ini juga tergambar dari pergeseran strategi perusahaan yang mulai fokus menjalankan kegiatan operasional yang ramah lingkungan. Salah satu perusahaan *food and beverages* yang biasa menjadi produsen sampah plastik adalah kedai kopi, hal ini dikarenakan penggunaan gelas minuman, sedotan plastik maupun plastik kemasan (Hamdan dan Sastra, 2020). Hal yang dapat memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi inovasi yang berbeda dari produk pesaing. Untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan membantu pencapaian kinerja perusahaan, strategi bersaing perusahaan yang merupakan kekuatan atau kompetensi inti harus selalu ditingkatkan (Chow *et al.* 2023).

Pemerintah menerapkan sejumlah kebijakan yang ternyata menghasilkan penerapan gagasan "*green supply chain management*" atau integrasi faktor lingkungan ke dalam semua aspek manajemen rantai pasokan, termasuk desain produk, pengadaan, pemilihan bahan baku, dan lain-lain. proses manufaktur, pengiriman barang jadi ke

konsumen, dan aliran produk setelah konsumen menggunakannya (Pratama, 2020). Pendekatan eko-inovasi, sering dikenal sebagai inovasi hijau, digunakan dalam pengertian manajemen rantai pasokan hijau (Rhein, 2020). *Green innovation* juga dapat membuat produktivitas perusahaan berjalan secara optimal, lebih efisien, dan menciptakan peluang pasar lewat inovasi produk. Salah satu konsekuensi dari pengembangan *green innovation* adalah terjadinya penambahan *post* biaya tanpa harus mengurangi operasional perusahaan.

Selain *eco-innovation*, kriteria *beyond compliance* juga menerapkan kriteria sistem manajemen lingkungan serta pengembangan masyarakat yang berarti berorientasi pada lingkungan, manusia, dan hasil (Utomo *et al.* 2022). Hal ini erat kaitannya dengan konsep *green organizational culture* yang dimaknai sebagai budaya ramah lingkungan dan kesadaran budaya hijau keberlanjutan yang dapat diukur melalui tanggung jawab sosial perusahaan (Tahir *et al.* 2019). Selanjutnya dalam *green supply chain* terdapat aspek implementasi *Reduce, Reuse, Recycle*, serta konservasi beberapa sumber daya, efisiensi transportasi, dan utilitas pendukung dimaksudkan untuk mendapatkan nilai lebih yang dapat digunakan dalam kompetisi usaha (Yuniarti *et al.* 2018). Hal ini sesuai dengan konsep *green competitive advantage*. *Green competitive advantage* adalah suatu keadaan yang tercermin ketika perusahaan mampu bersaing dalam kaitannya dengan pengelolaan lingkungan dan kompetisi hijau dan perusahaan pesaing tidak dapat menirunya serta perusahaan yang bersangkutan terus memperoleh manfaat berkelanjutan dari lingkungan yang sukses (Firmanzah, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* terhadap *Company Performance* melalui *Green Competitive Advantage* pada gerai kopi XYZ di Jakarta Barat. Penelitian mengenai *green supply chain management* dan *green competitive advantage* belum banyak ditemukan penelitiannya. Sehingga hal ini menjadi *novelty* dalam penelitian karena belum banyak ditemukan penelitian dengan studi kasus pada *coffee shop*.

Tinjauan Teori

1. *Green Supply Chain Management*

Kecepatan suatu unit bisnis memproduksi tidak terlepas dari peran logistik. Secara umum penerapan konsep *Supply Chain Management* dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, pemanfaatan aset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar (Yuliana, 2020). Manajemen rantai pasokan hijau dijelaskan oleh Paul *et al.* (2017) sebagai konsep integrasi lingkungan yang dimulai dengan kegiatan desain produk, pemilihan pemasok, pengiriman produk jadi ke pelanggan, dan pengelolaan produk akhir saat mencapai akhir masa pakainya. Konsep manajemen rantai pasokan tradisional yang dikenal sebagai "manajemen rantai pasokan hijau" mengintegrasikan pertimbangan lingkungan dengan aspek lain dari rantai pasokan, seperti desain produk baru, pemilihan pemasok, proses pengadaan bahan, proses manufaktur, proses pengemasan, pengiriman produk ke konsumen, dan manajemen akhir masa pakai produk.

2. *Green Innovation*

Green Innovation mengacu pada setiap inovasi yang mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan bisnis dengan mengurangi penggunaan energi, populasi, dan limbah melalui daur ulang, baik dengan sistem manajemen lingkungan yang lebih baik, dengan desain produk ramah lingkungan, atau dengan mengadopsi teknologi hijau terbaru (Smith, 2015). Menurut Sari (2020), *green innovation* adalah suatu inovasi yang dilaksanakan dalam upaya untuk memberikan hasil dalam bentuk pengurangan dampak lingkungan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *green innovation* merupakan serangkaian kegiatan inovasi yang bertujuan untuk memberikan pengurangan dampak lingkungan.

3. *Green Organizational Culture*

Menurut Milenxi dan Murwaningsari (2023), *Green Organizational Culture* mencakup kepercayaan, nilai, norma, simbol, dan stereotip sosial bersama tentang pengelolaan lingkungan organisasi dan membentuk perilaku standar yang diharapkan dari individu. Simbolisme pengelolaan dan perlindungan lingkungan dalam budaya ramah lingkungan atau budaya organisasi hijau membentuk persepsi dan perilaku anggota organisasi (Umrani *et al.* 2016). Budaya ini juga dapat dimaknai sebagai modifikasi organisasi dan prosesnya menjadi lebih ramah lingkungan yang meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya tak terbarukan dan terbarukan, mengurangi polusi, dan melakukan kegiatan secara berkelanjutan yang sering disebut penghijauan.

4. *Green Competitive Advantage*

Menurut Chen & Chang (2013), *Green Competitive Advantage* adalah sebuah kondisi ketika perusahaan menempati berbagai posisi terkait dengan pengelolaan lingkungan atau inovasi hijau, pesaing tidak dapat meniru strategi lingkungan yang dimiliki perusahaan, dan perusahaan dapat memperoleh manfaat berkelanjutan dari lingkungan yang sukses. Maka perusahaan selalu berupaya untuk mendapatkan dan memiliki posisi yang lebih tinggi secara terus menerus supaya mendapatkan keunggulan dalam setiap tindakan kegiatan perusahaannya sehingga mempertahankan keunggulan yang selalu menciptakan persaingan yang semakin kompleks (Yunus, 2016).

5. *Company Performance*

Kinerja perusahaan merupakan hasil yang diraih oleh suatu perusahaan untuk menjadi lebih efektif dan efisien. Selain itu kinerja perusahaan juga dapat dimaknai sebagai keadaan dimana perusahaan dapat mengalami pertumbuhan, meraih keuntungan efisiensi, dan mampu bersaing (Wardaya *et al.* 2020). Kinerja perusahaan dapat dijadikan pedoman dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan pengukuran atas prestasi perusahaan yang timbul akibat proses pengambilan keputusan manajemen, karena memiliki hubungan efektivitas pemanfaatan modal dan efisiensi dari kegiatan usaha (Iswandi, 2022).

Berdasarkan dari uraian penjelasan dan beberapa penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis selanjutnya dalam penelitian ini adalah:

H₁ : *Green innovation* berpengaruh signifikan terhadap *green competitive advantage*

Dengan mengembangkan produk ramah lingkungan yang memiliki manfaat dan nilai tambah bagi konsumen, inovasi hijau dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis. Keunggulan produk ini mencerminkan strategi diferensiasi perusahaan, khususnya dengan memberikan nilai atau kekhasan yang diinginkan oleh pelanggan. Penelitian Safitri (2022) memberikan kesimpulan bahwa *green innovation* berpengaruh positif terhadap *green competitive advantage*.

H₂ : *Green organizational culture* berpengaruh signifikan terhadap *green competitive advantage*

Budaya organisasi yang berorientasi pada lingkungan merupakan indikator kuat dari identitas organisasi-organisasi dan langkah awal untuk mencapai tingkat kinerja lingkungan yang tinggi dalam suatu organisasi (Firmansyah, 2017). Penelitian Tendean, (2014) memberikan kesimpulan bahwa *green organizational culture* berpengaruh terhadap *green competitive advantage*.

H₃ : *Green innovation* berpengaruh signifikan terhadap *company performance*

Penelitian Alhadid & As' ad, (2014) memberikan kesimpulan bahwa *green innovation* berpengaruh terhadap *company performance*, bukan hanya itu bahkan berdampak baik terhadap perekonomian nasional. Selanjutnya penelitian Xue *et al.*(2019) menyimpulkan bahwa inovasi hijau memiliki efek positif yang kuat pada dimensi kinerja perusahaan (operasional, keuangan, dan lingkungan).

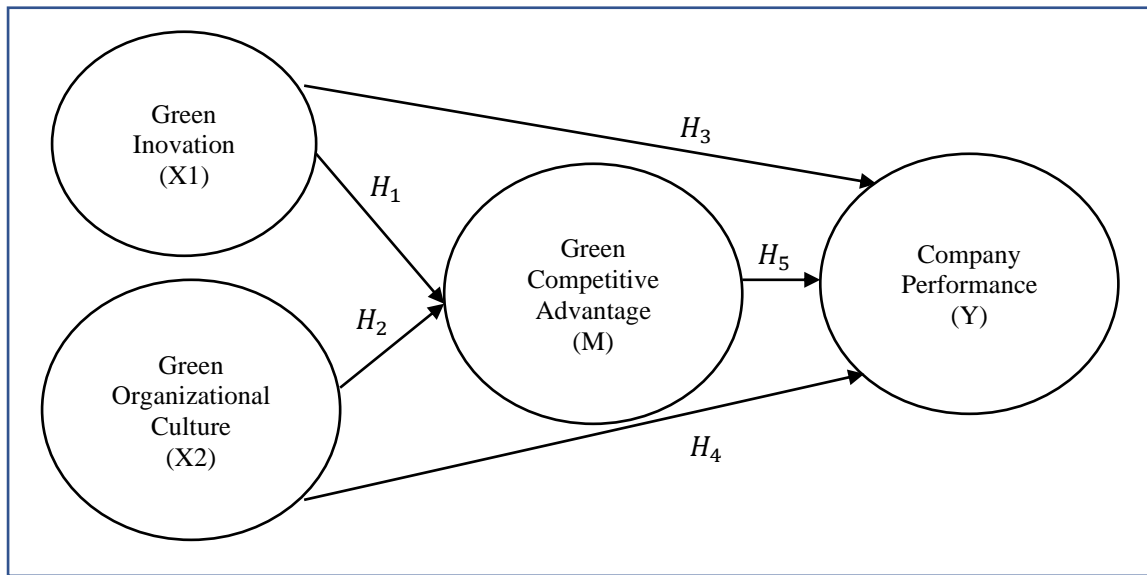
H₄ : *Green organizational culture* berpengaruh signifikan terhadap *company performance*

Penelitian yang dilakukan Istriari & Murwaningsari (2022) dan juga Khammadee & Ninaroon (2022) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh positif antara budaya organisasihijau terhadap kinerja perusahaan dan profitabilitas memperkuat pengaruh positif budaya organisasi hijau terhadap kinerja perusahaan.

H₅ : *Green competitive advantage* berpengaruh signifikan terhadap *company performance*

Penelitian Rahmasari (2011) memberikan kesimpulan bahwa *competitive advantage* berpengaruh terhadap *company performance*. Penelitian Wulandari *et al.* (2017) juga memberikan kesimpulan yang sama bahwa *competitive advantage* berpengaruh terhadap *company performance*.

Perumusan hipotesis terdeskripsi pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Perumusan Hipotesis

Metodologi Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner. Penelitian ini dilakukan selama empat bulan mulai bulan Maret – Juni 2023 bertempat di 21 gerai kopi XYZ. Populasi pada penelitian ini adalah 207 karyawan gerai kopi XYZ Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel dengan sampel acak (*random sampling*). Adapun sampel yang diperoleh sebesar 68 karyawan. Sampel diambil secara online melalui *google form* agar data yang diperoleh akurat dan konsisten. Responden memilih salah satu jawaban pada pernyataan – pernyataan dari tiap variabel pada kuesioner. Pernyataan - pernyataan tersebut diukur dengan instrumen pengukur dalam bentuk angket atau kuesioner berskala ordinal. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis jalur (*path analysis*) dan diolah dengan SPSS versi 23.

Pengujian kualitas instrumen pada penelitian ini melibatkan uji validitas dan uji reliabilitas. Melihat *output* dari nilai *loading factor* pada indikator-indikator dalam variabel. Peneliti dalam menentukan valid tidaknya indikator, mengacu pada pendapat Ghozali (2018) mengemukakan bahwa konstruk yang baik adalah jika mempunyai *loading factor* minimal $\leq 0,05$ maka item-item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Kemudian, untuk reliabilitasnya mengacu pada pendapat Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa tingkat reliabilitas yang diterima adalah nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliabel. Selanjutnya, dibuat uji asumsi klasik dan model persamaan analisis jalur.

Hasil Dan Pembahasan

Tabel 1. Demografi Responden

Pernyataan	Kuantitas	Persentase
Jenis Kelamin		

Wanita	42	61,8
Pria	26	38,2
Usia		
20 - 25 tahun	54	79,4
26 - 29 tahun	11	16,2
30 - 35 tahun	1	1,5
> 35 tahun	2	2,9
Cabang Tempat Responden Bekerja		
Starbucks Mall Central Park	2	2,9
Starbucks Binus Anggrek	4	5,9
Starbucks Citra 6	2	2,9
Starbucks Citra 7	3	4,4
Starbucks Gallery West	3	4,4
Starbucks Green Central City	3	4,4
Starbucks Hayam Wuruk Plaza	1	1,5
Starbucks Kemanggisan Raya	4	5,9
Starbucks Mall Puri Indah	5	7,4
Starbucks Mediterania Garden Residence	3	4,4
Starbucks Neo Soho	1	1,5
Starbucks Pesanggrahan	5	7,4
Starbucks Pos Pengumben	5	7,4
Starbucks Sogo Mall Central Park	2	2,9
Starbucks Tanjung Duren	4	5,9
Starbucks Tomang Raya	5	7,4
Starbucks Wang Plaza	3	4,4
Starbucks Wisma 77	3	4,4
Penempatan Kerja		
Barista	48	70,6
Kasir	17	25,0
Supervisor	3	4,4
Masa Kerja Responden		
< 1 tahun	6	8,8
1 - 3 tahun	56	82,4
3 - 5 tahun	1	1,5
> 5 tahun	5	7,4

Tabel 1 menjelaskan data yang diolah sebanyak 68 responden dengan karakteristik responden 61,8 % laki – laki dan 38,2 % perempuan. Usia responden 20-25 tahun 79,4 %, usia 26-29 tahun 16,2 %, usia 30-35 tahun 1,5 % dan usia > 35 tahun 2,9 %. Cabang tempat responden bekerja di central park 2,9 %, cabang binus anggrek 5,9 %, cabang citra 6 2,9 %, cabang citra 7 4,4 %, cabang gallery west 4,4 %, cabang green central city 4,4 %, cabang hayam wuruk plaza 1,5 %, cabang kemanggisan raya 5,9 %, cabang mall puri indah 7,4 %, cabang mediterania garden residence 4,4 %, cabang neo soho 1,5 %, cabang pesanggrahan 7,4 %, cabang pos pengumben 7,4 %, cabang sogo mall central park 2,9 %, cabang tanjung duren 5,9 %, cabang tomang raya 7,4 %, cabang wang plaza 4,4 %, dan cabang wisma 77 4,4 %. Posisi kerja responden bagian barista 70,6 %, bagian cashier 25,0 %, dan bagian supervisor 4,4 %. Lama bekerja responden < 1 tahun 8,8 %, 1 - 3 tahun 82,4 %, 3 -5 tahun 4,5 %, dan > 5 tahun 7,4 %. Deskripsi demografi responden tersaji pada tabel 1 berikut.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R Hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
Gerai kopi XYZ menggunakan material yang tidak berbahaya sehingga aman untuk digunakan	0,694	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan material yang berbahaya sehingga tidak aman untuk digunakan	0,691	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan packaging atau kemasan yang ramah lingkungan	0,797	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum menggunakan packaging atau kemasan yang ramah lingkungan	0,71	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ membuat perubahan pada desain produk untuk menghindari polusi atau senyawa beracun dalam proses produksi	0 641	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum melakukan	0,639	0	0,361	Valid

perubahan pada desain produk sehingga masih berpotensi menyebabkan polusi dalam proses produksi	0,818	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ merancang proses produksi dengan mempertimbangkan dampak pada lingkungan	0,65	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum merancang proses produksi dengan mempertimbangkan dampak pada lingkungan	0,623	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ mengadopsi proyek dan teknologi produk ramah lingkungan	0,729	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum mengadopsi proyek dan teknologi produk ramah lingkungan	0,797	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan bahan daur ulang, teknik daur ulang, dan teknologi lingkungan	0,774	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ tidak menggunakan bahan daur ulang, teknik daur ulang, dan teknologi lingkungan	0,838	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ melakukan daur ulang limbah sebelum dibuang	0,732	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ tidak melakukan daur ulang limbah sebelum dibuang	0,544	0,002	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan bahan yang dapat di daur ulang	0,682	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum menggunakan bahan yang dapat di daur ulang	0,622	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ				

mengurangi penggunaan emisi dan limbah				
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ tidak mengurangi penggunaan emisi dan limbah	0,914	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan packaging atau kemasan yang ramah lingkungan	0,797	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum menggunakan packaging atau kemasan yang ramah lingkungan	0,71	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ membuat perubahan pada desain produk untuk menghindari polusi atau senyawa beracun dalam proses produksi	0,641	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum melakukan perubahan pada desain produk sehingga masih berpotensi menyebabkan polusi dalam proses produksi	0,639	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ merancang proses produksi dengan mempertimbangkan dampak pada lingkungan	0,818	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum merancang proses produksi dengan mempertimbangkan dampak pada lingkungan	0,65	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ mengadopsi proyek dan teknologi produk ramah lingkungan	0,623	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum mengadopsi proyek dan teknologi produk ramah lingkungan	0,729	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan bahan daur ulang, teknik daur ulang, dan teknologi lingkungan	0,797	0	0,361	Valid

Gerai kopi XYZ tidak menggunakan bahan daur ulang, teknik daur ulang, dan teknologi lingkungan	0,774	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ melakukan daur ulang limbah sebelum dibuang	0,838	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ tidak melakukan daur ulang limbah sebelum dibuang	0,732	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan bahan yang dapat di daur ulang	0,544	0,002	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum menggunakan bahan yang dapat di daur ulang	0,682	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ mengurangi penggunaan emisi dan limbah	0,622	0	0,361	Valid
Dalam proses pembuatan produk, Gerai kopi XYZ tidak mengurangi penggunaan emisi dan limbah	0,914	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ menggunakan peralatan pengontrol polusi dalam kegiatan produksi	0,695	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ tidak menggunakan peralatan pengontrol polusi dalam kegiatan produks	0,769	0	0,361	Valid
Saya merasa kinerja lingkungan diprioritaskan	0,681	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa kinerja lingkungan diprioritaskan	0,436	0,016	0,361	Valid
Saya merasa bahwa manajemen perusahaan lebih mengutamakan pada hasil kerja	0,694	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa bahwa manajemen	0,414	0,023	0,361	Valid

diperusahaan lebih mengutamakan pada hasil kerja				
Saya merasa visi dan misi perusahaan berwawasan lingkungan	0,77	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa visi dan misi perusahaan berwawasan lingkungan	0,628	0	0,361	Valid
Saya merasa didukung oleh manajemen perusahaan untuk menerapkan nilai-nilai manajemen lingkungan	0,674	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa didukung oleh manajemen perusahaan untuk menerapkan nilai-nilai manajemen lingkungan	0,533	0,002	0,361	Valid
Selama ini pihak manajemen selalu mempertimbangkan karyawan dalam pengambilan keputusan organisasi	0,631	0	0,361	Valid
Selama ini pihak manajemen tidak mempertimbangkan karyawan dalam pengambilan keputusan organisasi	0,594	0,001	0,361	Valid
Saya merasa terdapat resiko apabila tidak mematuhi manajemen lingkungan	0,694	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa terdapat resiko apabila tidak mematuhi manajemen lingkungan	0,475	0,008	0,361	Valid
Dalam bekerja saya dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan berani mengambil resiko dari pekerjaan saya	0,397	0,03	0,361	Valid
Dalam bekerja saya tidak dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan berani mengambil resiko dari pekerjaan saya	0,817	0	0,361	Valid
Saya merasa didukung secara aktif oleh manajemen dalam	0,698	0	0,361	Valid

praktik lingkungan Gerai kopi XYZ menggunakan peralatan pengontrol polusi dalam kegiatan produksi	0,695	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ tidak menggunakan peralatan pengontrol polusi dalam kegiatan produks	0,769	0	0,361	Valid
Saya merasa kinerja lingkungan diprioritaskan	0,681	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa kinerja lingkungan diprioritaskan	0,436	0,016	0,361	Valid
Saya merasa bahwa manajemen perusahaan lebih mengutamakan pada hasil kerja	0,694	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa bahwa manajemen perusahaan lebih mengutamakan pada hasil kerja	0,414	0,023	0,361	Valid
Saya merasa visi dan misi perusahaan berwawasan lingkungan	0,77	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa visi dan misi perusahaan berwawasan lingkungan	0,628	0	0,361	Valid
Saya merasa didukung oleh manajemen perusahaan untuk menerapkan nilai-nilai manajemen lingkungan	0,674	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa didukung oleh manajemen perusahaan untuk menerapkan nilai-nilai manajemen lingkungan	0,533	0,002	0,361	Valid
Selama ini pihak manajemen selalu mempertimbangkan karyawan dalam pengambilan keputusan organisasi	0,631	0	0,361	Valid
Selama ini pihak manajemen tidak mempertimbangkan karyawan dalam pengambilan keputusan organisasi	0,594	0,001	0,361	Valid

Saya merasa terdapat resiko apabila tidak mematuhi manajemen lingkungan	0,694	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa terdapat resiko apabila tidak mematuhi manajemen lingkungan	0,475	0,008	0,361	Valid
Dalam bekerja saya dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan berani mengambil resiko dari pekerjaan saya	0,397	0,03	0,361	Valid
Dalam bekerja saya tidak dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan berani mengambil resiko dari pekerjaan saya	0,817	0	0,361	Valid
Saya merasa didukung secara aktif oleh manajemen dalam praktik lingkungan	0,698	0	0,361	Valid
Saya tidak merasa didukung secara aktif oleh manajemen dalam praktik lingkungan	0,594	0,001	0,361	Valid
Pekerjaan yang saya lakukan memiliki kecenderungan mengutamakan kerja tim	0,493	0,006	0,361	Valid
Pekerjaan yang saya lakukan tidak memiliki kecenderungan mengutamakan kerja tim	0,691	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah terkait pengelolaan lingkungan atau inovasi hijau dibandingkan dengan pesaing utama	0,384	0,036	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ tidak memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah terkait pengelolaan lingkungan atau inovasi hijau dibandingkan dengan pesaing utama	0,434	0,017	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ	0,489	0,006	0,361	Valid

menawarkan kualitas produk atau layanan ramah lingkungan yang lebih baik dari pesaing utama				
Gerai kopi XYZ tidak menawarkan kualitas produk atau layanan ramah lingkungan yang lebih baik dari pesaing utama	0,47	0,009	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ lebih mampu melakukan R&D lingkungan dan inovasi hijau dari pesaing utama	0,776	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum mampu melakukan R&D lingkungan dan inovasi hijau dari pesaing utama	0,786	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum mampu melakukan pengelolaan lingkungan dibandingkan pesaing utama	0,682	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ lebih mampu melakukan pengelolaan lingkungan dibandingkan pesaing utama	0,403	0,027	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ mampu bersaing dengan pesaing lain dalam mengeluarkan produk ramah lingkungan	0,819	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ belum mampu bersaing dengan pesaing lain dalam mengeluarkan produk ramah lingkungan	0,797	0	0,361	Valid
Banyaknya pendatang baru dalam industri coffee shop membuat Gerai kopi XYZ semakin antusias menunjukkan keunggulan produknya	0,817	0	0,361	Valid
Banyaknya pendatang baru dalam industri coffee shop tidak membuat Gerai kopi XYZ semakin antusias	0,698	0	0,361	Valid

menunjukkan keunggulan produknya				
Gerai kopi XYZ tidak terkalahkan dari berbagai produk pengganti dalam industri coffee shop	0,695	0	0,361	Valid
Gerai kopi XYZ terkalahkan dari berbagai produk pengganti dalam industri coffee shop	0,769	0	0,361	Valid
Kesadaran akan produk yang lebih ramah lingkungan membuat Gerai kopi XYZ semakin banyak pembeli	0,695	0	0,361	Valid
Ketidakadaan kesadaran akan produk yang lebih ramah lingkungan membuat Gerai kopi XYZ semakin sepi pembeli	0,691	0	0,361	Valid
Persaingan antar perusahaan yang sudah ada dalam industri coffee shop cukup tinggi	0,797	0	0,361	Valid
Persaingan antar perusahaan yang sudah ada dalam industri coffee shop tidak cukup tinggi	0,695	0	0,361	Valid
Omset Gerai kopi XYZ yang selalu menurun dari tahun ke tahun	0,662	0	0,361	Valid
Omset penjualan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun	0,555	0	0,361	Valid
Laba yang dihasilkan selalu menurun	0,695	0	0,361	Valid
Laba yang dihasilkan selalu meningkat	0,694	0	0,361	Valid
Jumlah outlet yang tidak meningkat	0,691	0	0,361	Valid
Jumlah outlet yang semakin meningkat	0,797	0	0,361	Valid
Jumlah tenaga kerja yang tidak terus bertambah	0,71	0	0,361	Valid
Jumlah tenaga kerja yang semakin banyak	0,641	0	0,361	Valid
Jumlah produksi (kapasitas produksi) yang semakin menurun	0,639	0	0,361	Valid

Jumlah produksi (kapasitas produksi) yang semakin meningkat	0,818	0	0,361	Valid
--	-------	---	-------	-------

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2 berdasarkan hasil uji validitas maka dapat kesimpulan bahwa nilai rhitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari rtabel (0,361) atau (rhitung > rtabel) dan nilai pada signifikansinya pada setiap variabel lebih kecil dari $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pada setiap indikator yang ada dalam kuesioner pada variabel X1, X2, M, dan Y dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Penelitian ini harus dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel M dan Y dengan variabel X1 dan X2. Sebelum dilakukannya pengujian reliabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu *Cronbach Alpha* sebesar 0,60. Variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$, namun jika *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka variabel dikatakan tidak reliabel. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Green Innovation</i>	0,951	Reliabel
<i>Green Organizational Culture</i>	0,919	Reliabel
<i>Green Competitive Advantage</i>	0,934	Reliabel
<i>Company Performance</i>	0,896	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil dari uji reliabilitas pada tabel 3 dapat dilihat bahwa *Cronbach Alpha* pada kuesioner ini $> 0,60$, hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan variabel dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel. Untuk menguji distribusi hubungan antar variabel, digunakan analisis jalur. Untuk menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung, digunakan model ini. Anda dapat melihat hasil pengujian analisis jalur (path analysis) di bawah ini yang dilakukan dengan alat analisis SPSS versi 23:

Tabel 4. Hasil Persamaan Struktural Model I

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Std. Coefficients t Beta	t	Sig.
(Constant)	0,431	5,509		0,078	0,938
Green Innovation	0,514	0,092	0,545	5,576	
Green Organizational	0,442	0,12	0,359	3,677	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4, dapat dirumuskan suatu persamaan model pertama untuk mengetahui pengaruh *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* terhadap *Green Competitive Advantage* sebagai berikut:

$$M = 431 + 0,545 X1 + 0,359 X2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

- Koefisien regresi dari kedua variabel bebas (*Green Innovation* dan *Green Organizational Culture*) berpengaruh signifikan terhadap variabel *Green Competitive Advantage*. Artinya, apabila variabel *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* meningkat, maka variabel *Green Competitive Advantage* juga meningkat.
- Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan bahwa faktor *Green Innovation* ($b_1 = 0,545$) menjadi faktor dominan yang mempengaruhi *Green Competitive Advantage*.

Tabel 5. Hasil Persamaan Struktural Model II

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Std. Coefficients t Beta	t	Sig.
(Constant)	12,415	3,78		3,285	0,002
<i>Green Innovation</i>	-0,294	0,077	-0,588	-3,825	0
<i>Green Organizational Culture</i>	0,213	0,091	0,327	2,351	0,022
<i>Green Competitive Advantage</i>	0,457	0,085	0,862	5,367	0

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5, dapat dirumuskan suatu persamaan model kedua untuk mengetahui pengaruh *Green Innovation*, *Green Organizational Culture*, dan *Green Competitive Advantage* terhadap *Company Performance* sebagai berikut:

$$Y = 12.415 + (-0,588) X1 + 0,327 X2 + 0,862 M$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

- Koefisien regresi dari kedua variabel bebas (*Green Innovation* dan *Green Organizational Culture*) berpengaruh signifikan terhadap variabel *Company Performance*, sedangkan variabel *Green Competitive Advantage* juga berpengaruh signifikan terhadap variabel *Company Performance*. Artinya apabila variabel *Green Innovation*, *Green Organizational Culture*, dan *Green Competitive Advantage* meningkat, maka variabel *Company Performance* juga meningkat.

- b. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan bahwa faktor *Green Competitive Advantage* ($b_3 = 0,862$) menjadi faktor dominan yang mempengaruhi *Company Performance*.

Tabel 6. Uji Signifikan Parsial (Uji T) Model I

Model	t	Sig.
<i>Green Innovation</i>	5,576	,000
<i>Green Organizational Culture</i>	3,677	,000

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 7. Uji Signifikan Parsial (Uji T) Model II

Model	t	Sig.
<i>Green Innovation</i>	-3,825	,000
<i>Green Organizational Culture</i>	2,351	,022
<i>Green Competitive Advantage</i>	5,367	,000

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian uji T, dapat dilihat hasil perhitungan uji T pada tabel 6 dan 7. Dapat dilihat dari nilai signifikansi masing – masing variabel pada model I dan II adalah $< 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada variabel secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan (H_a diterima dan H_0 ditolak).

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	,711	,702	2,177

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 8 diatas, nilai *adjusted R square* pada model I sebesar 0,702 artinya bahwa *Green Innovation* dan *Green Organizational Culture* mampu menjelaskan variabel *Green Competitive Advantage* sebesar 70,2%, sementara sisanya sebesar 29,8% (100% - 70,2%) variabel *Green Competitive Advantage* dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 ^a	,523	,501	1,494

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 9 diatas, nilai *adjusted R square* pada model II sebesar 0,501 artinya bahwa *Green Innovation*, *Green Organizational Culture*, dan *Green Competitive Advantage* mampu menjelaskan variabel *Company Performance* sebesar 50,1%, sementara sisanya sebesar 49,9% (100% - 50,1%) variabel *Company Performance* dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Sobel digunakan untuk memastikan dampak mediasi dari *Green Competitive Advantage* Membandingkan nilai t estimasi dengan nilai t tabel merupakan kebutuhan untuk melakukan uji Sobel. Jika t hitung melebihi t tabel, ada efek mediasi. Dengan menggunakan koefisien persamaan regresi dari tabel di bawah ini, efek mediasi dapat dihitung dengan menggunakan uji Sobel:

Tabel 10. Uji Sobel (*Intervening*)
 Hasil Uji Sobel *Green Innovation* terhadap *Green Competitive Advantage*

Variabel	B	Std. Error
Green Innovation terhadap Green Competitive Advantage	0,514(a)	0,092 (sa)
Green Competitive Advantage terhadap Company Performance	0,457(b)	0,085(sb)

Sumber: Data diolah (2023)

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,457)^2 (0,092)^2 + (0,514)^2 (0,085)^2 + (0,092)^2 (0,085)^2}$$

$$Sab = \sqrt{0,00176 + 0,00190 + 0,00006}$$

$$Sab = \sqrt{0,00372}$$

$$Sab = 0,06099$$

Kemudian menentukan nilai test statistik dengan rumus:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,514 \times 0,457}{0,06099}$$

$$t = \frac{0,2349}{0,06099}$$

$$t = 3,851$$

Dari hasil perhitungan sobel test diatas mendapatkan nilai test statistik 3,851, karena nilai test statistik yang diperoleh sebesar 3,851 > 1,99 dengan tingkat signifikan 0,05 maka membuktikan bahwa *Green Competitive Advantage* mampu memediasi hubungan antara *Green Innovation* terhadap *Company Performance*.

Tabel 11. Uji Sobel (*Intervening*)
 Hasil Uji Sobel *Green Organizational Culture* terhadap *Green Competitive Advantage*

Variabel	B	Std. Error
----------	---	------------

<i>Green Organizational Culture</i>	0,442 (a)	0,12 (sa)
terhadap <i>Green Competitive Advantage</i>		
<i>Green Competitive Advantage</i> terhadap	0,457 (b)	0,085 (sb)
<i>Company Performance</i>		

Sumber: Data diolah (2023)

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,457^2 (0,120)^2 + (0,442)^2 (0,085)^2 + (0,120)^2 (0,085)^2}$$

$$Sab = \sqrt{0,00301 + 0,00141 + 0,00010}$$

$$Sab = \sqrt{0,00452}$$

$$Sab = 0,06723$$

Kemudian menentukan nilai test statistik dengan rumus :

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,442 \times 0,457}{0,06723}$$

$$t = \frac{0,20199}{0,06723}$$

$$t = 3,004$$

Dari hasil perhitungan *sobel test* diatas mendapatkan nilai test statistik 3,004, karena nilai test statistik yang diperoleh sebesar $3,004 > 1,99$ dengan tingkat signifikan 0,05 maka membuktikan bahwa *Green Competitive Advantage* mampu memediasi hubungan antara *Green Organizational Culture* terhadap *Company Performance*.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan *path analysis* dan uji T pada lima hipotesis dalam penelitian ini.

Pengaruh *Green Innovation* terhadap *Green Competitive Advantage*

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Green Competitive Advantage*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2022) yang membuktikan bahwa *Green Innovation* berpengaruh terhadap *Green Competitive Advantage*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Green Innovation* suatu perusahaan, maka semakin baik juga *Green Competitive Advantage* suatu perusahaan.

Hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh antara *Green Innovation* dengan *Green Competitive Advantage*. Gerai Kopi XYZ telah menerapkan *Green Innovation* untuk meningkatkan *Green Competitive Advantage* dengan penggunaan energi, populasi, dan limbah melalui daur ulang, baik dengan sistem manajemen lingkungan yang lebih baik, dengan desain produk ramah lingkungan, atau dengan mengadopsi teknologi hijau. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata responden yang

menunjukkan bahwa Gerai Kopi XYZ di Jakarta Barat telah berkomitmen dalam mengadopsi proyek dan teknologi produk ramah lingkungan. Kemudian Gerai Kopi XYZ di Jakarta Barat senantiasa mengukur, mengevaluasi pelanggan, dan berinteraksi dengan pelanggan untuk menetapkan standar. Dengan menerapkan hal tersebut maka akan meningkatkan keunggulan perusahaan di mata konsumen, sehingga perusahaan akan memiliki nilai keunggulan bersaing dibandingkan dengan kompetitornya.

Pengaruh *Green Organizational Culture* terhadap *Green Competitive Advantage*

Kemudian, hipotesis kedua membuktikan bahwa *Green Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Green Competitive Advantage*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tendea (2014) yang membuktikan bahwa *Green Organizational Culture* berpengaruh terhadap *Green Competitive Advantage*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Green Organizational Culture* suatu perusahaan, maka semakin baik juga *Green Competitive Advantage* suatu perusahaan.

Gerai Kopi XYZ telah berkomitmen terhadap pengelolaan lingkungan dan perlindungan lingkungan, sehingga perusahaan memiliki karakteristik atau ciri khas lingkungan hijau yang sulit ditiru oleh kompetitornya. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata responden yang menunjukkan bahwa Gerai Kopi XYZ di Jakarta Barat memiliki visi dan misi berwawasan lingkungan. Hal ini membuat Gerai Kopi XYZ memiliki arah dan tujuan yang tepat dalam mencapai *Green Competitive Advantage*. Dengan menerapkan hal tersebut Gerai Kopi XYZ lebih memperhatikan lingkungan hidup untuk mendorong terciptanya pengetahuan dan kesadaran masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan hidup.

Pengaruh *Green Innovation* terhadap *Company Performance*

Hipotesis ketiga membuktikan bahwa *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alhadid & As' ad (2014) yang membuktikan bahwa *Green Innovation* berpengaruh terhadap *Company Performance*. Selanjutnya, penelitian Xue *et al.* (2019) membuktikan bahwa *Green Innovation* berpengaruh terhadap *Company Performance*.

Green Innovation merupakan salah satu rencana untuk mencapai target strategis perusahaan dengan teknik, sistem, dan praktik untuk mengurangi dampak dari kerusakan lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata responden yang menunjukkan bahwa Gerai Kopi XYZ di Jakarta Barat mengadopsi proyek dan teknologi produk ramah lingkungan. Hal ini akan membuat Gerai Kopi XYZ dapat memberikan keunggulan terhadap produk yang dihasilkan karena memiliki konsep akan kepedulian terhadap lingkungan, sehingga dapat memberikan *value* yang lebih baik untuk perusahaan.

Pengaruh *Green Organizational Culture* terhadap *Company Performance*

Hipotesis empat membuktikan bahwa *Green Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istriari & Murwaningsari (2022) yang membuktikan bahwa *Green Organizational Culture* berpengaruh terhadap *Company Performance*.

Gerai Kopi XYZ telah berkomitmen terkait dengan perlindungan lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata responden yang menunjukkan bahwa visi dan misi Gerai Kopi XYZ di Jakarta Barat berwawasan lingkungan. Hal ini membuktikan bahwa Gerai Kopi XYZ mampu menerapkan *Green Organizational Culture* di dalam lingkungan kerja sehingga dapat memberikan rasa tenang dalam diri setiap karyawan di suatu perusahaan sehingga kehidupan kerja dan kehidupan pribadi karyawan mencapai keseimbangan. Melalui hadirnya rasa aman tersebut, kebahagiaan karyawan akan meningkat. Hal ini mendorong performa karyawan yang unggul akan berbanding lurus dengan hasil baik dalam perkembangan bisnis perusahaan.

Pengaruh *Green Competitive Advantage* Terhadap *Company Performance*

Penelitian Khammadee & Ninaroon (2022) membuktikan bahwa *Green Organizational Culture* berpengaruh terhadap *Company Performance*, dan hipotesis kelima membuktikan bahwa *Green Competitive Advantage* berpengaruh terhadap *Company Performance*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmasari (2011) yang membuktikan bahwa *Green Competitive Advantage* berpengaruh terhadap *Company Performance*. Selanjutnya, penelitian Wulandari *et al.* (2017) membuktikan bahwa *Green Competitive Advantage* berpengaruh terhadap *Company Performance*.

Gerai Kopi XYZ menawarkan pelanggan dengan produk ramah lingkungan yang jauh lebih berkualitas dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi, sehingga sulit ditiru oleh pesaing. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata responden yang menunjukkan bahwa Gerai Kopi XYZ di Jakarta Barat selalu dapat menghasilkan laba yang meningkat. Laba perusahaan sangat penting karena merupakan fondasi keuangan yang cukup penting. Laba juga dapat digunakan untuk menilai apakah kinerja manajemen baik atau buruk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Green Competitive Advantage* pada gerai kopi XYZ. Kedua, *Green Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Green Competitive Advantage* pada gerai kopi XYZ. Ketiga, *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance* pada gerai kopi XYZ. Keempat, *Green Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance* pada gerai kopi XYZ dan kelima, *Green Competitive Advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Company Performance* pada gerai kopi XYZ.

Penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dan tidak terbatas pada perusahaan sektor *food and beverages* saja melainkan perusahaan sektor lainnya seperti, manufaktur, kosmetika, dan lainnya sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih baik. Peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel – variabel lain yang belum dipakai pada penelitian ini seperti, *information sharing*, *environmental leadership*, *long term relationship*, ukuran perusahaan, kualitas hubungan, dan lainnya. Diharapkan gerai kopi XYZ dapat terus berkomitmen dan berinovasi meningkatkan keunggulan kompetitif.

REFERENSI

- Alhadid, A. Y., & As' ad, H. A.-R. (2014). The Impact of green innovation on organizational performance, environmental management behavior as a moderate variable: An analytical study on Nuqul group in Jordan. *International Journal of Business and Management*, 9(7), 51.
- Arif, A. (2016). Analisis Yuridis Pengrusakan Hutan (Deforestasi) dan Degradasi Hutan Terhadap Lingkungan. *Jurisprudente*, 3.
- Cahyaningtyas, T. I., Kusumawati, N., & Laksana, I. M. S. D. (2022). *Pendidikan Lingkungan Hidup SD Berbasis PJBL*. CV. AE Media Grafika.
- Chen, Y.-S., & Chang, C.-H. (2013). The determinants of green product development performance: Green dynamic capabilities, green transformational leadership, and green creativity. *Journal of Business Ethics*, 116(1), 107–119.
- Chotimah, H. C., & Sulistyoningsih, A. (2023). Peran Greenpeace Dalam Upaya Sekuritisasi Isu Sampah Plastik Di Thailand. *Jurnal Studi Diplomasi Dan Keamanan*, 15(1), 20-44.
- Chow, D. V., Suandri, H., Herman, H., Angelika, P., & Ricky, R. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 116-123.
- Fauzan, R., Siagian, A. O., Sudirjo, F., Prasetyo, B., Lestari, S. P., & Muthiah, H. (2023). *Manajemen Ritel*. Global Eksekutif Teknologi.
- Filho, W. L., Salvia, A. L., Minhas, A., Paco, A., & Dias-Ferreira, C. (2021). The COVID-19 pandemic and single-use plastic waste in households: A preliminary study. *Science of the Total Environment*, 1(1), 1–3. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.148571>.
- Firmansyah, A. (2017). Pengaruh Green Intellectual Capital Dan Manajemen Lingkungan Organisasi Terhadap Green Organizational Identity Dan Dampaknya Terhadap Green Competitive Advantage. *Substansi: Sumber Artikel Akuntansi Auditing Dan Keuangan Vokasi*, 1(1), 183–219.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hamdan, D., & Sastra, A. A. (2020). *A to Z Memulai dan Mengelola Usaha Kedai Kopi*. AgroMedia.
- Istriari, I., & Murwaningsari, E. (2022). Effect of Green Organizational Culture and Green Supply Chain on Company Performance With Profitability as Moderation. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(1).

- Iswandi, A. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas sebagai Alat Penilaian Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Laporan Tahun 2016-2018). *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah*, 14(01), 22-34.
- Jepsen, E. M., & de Bruyn, P. J. N. (2019). Pinniped entanglement in oceanic plastic pollution: A global review. *Marine Pollution Bulletin*, 145, 295–305. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2019.05.042>.
- Khammadee, P., & Ninaroon, P. (2022). The effects of green human resource management, green organizational culture and green service innovation on environmental performance. *Journal of Positive School Psychology*, 6(3), 9741–9747.
- Milenxi, L. C., & Murwaningsari, E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Terintegrasi. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 19-33.
- Paul, A. K., Bhattacharyya, D. K., & Anand, S. (2017). *Green initiatives for business sustainability and value creation*. IGI Global.
- Pratama, E. R. (2020). *Penerapan Praktik Green Supply Chain Management Pada Umkm Di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Rahmasari, L. (2011). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah INFORMATiKA*, 2(3), 89–103.
- Rauzana, S. (2019). *Pelarangan Kantong Plastik di Provinsi DKI Jakarta. Diet Kantong Plastik*. <https://dietkantongplastik.info/masyarakat-sipil-dukung-pelarangan-kantong-plastik-di-provinsi-dki-jakarta-kebijakan-pro-lingkungan-hidup-membangkitkan-optimisme-masyarakat-terhadap-upaya-penyelamatan-bumi/>
- Rhein, F. E. (2020). *The Dynamics of Green Innovation in B2B Industries: A Systems Approach to Explain the Diffusion of Bioplastics* (1st ed.). *Springer Nature*.
- Safitri, R. (2022). Pengaruh Green Innovation Terhadap Green Competitive Advantage pada PT Aurora World Cianjur. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 245–255.
- Sari, N. P. (2020). Pengaruh Pengungkapan Green Product Innovation dan Green Process Innovation terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 9(1).
- Smith, D. (2015). *EBOOK: Exploring Innovation*. McGraw Hill.
- Tahir, R., Athar, M. R., Faisal, F., & Solangi, B. (2019). *Green Organizational Culture: A Review Of Literature And Future Research Agenda*. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR (ACDMHR)*, Print ISSN, 1, 2632–7686.
- Umrani, W. A., Mahmood, R., & Ahmed, U. (2016). *Unveiling the Direct Effect of Corporate Entrepreneurship's Dimensions on the Business Performance: A Case of Big Five Banks in Pakistan*. *Studies in Business & Economics*, 11(1).
- Utomo, M. N., Rita, M. R., Pratiwi, S. R., & Puspitasari, I. (2022). *Green Business: Strategi Membangun Kewirausahaan Berdaya Saing dan Berkelanjutan*. Syiah Kuala University Press.
- Wardaya, A., Enggal Sriwardiningsih, S. E., Ferdinand Sadeli, C. F. A., Hadiyanto, H. S., Irwan Djaja, S. E., FIN, M. A. P. P., Jimmy Lizardo, S. T., Soebandrija, K. E.

- N., Mihardjo, L. W. W., & Ichsan, M. (2020). *Strategic management of digital era: revisited concepts and findings*. Artha Karya Pusaka.
- Wulandari, W., Sari, R. N., & L, A. A. (2017). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 462–479.
- Xue, M., Boadu, F., & Xie, Y. (2019). The Penetration Of Green Innovation On Firm Performance: Effects Of Absorptive Capacity And Managerial Environmental Concern. *Sustainability*, 11(9), 2455.
- Yuliana, L. (2020). Manajemen Rantai Pasok Produksi Rak Piring Aluminium Di Depok (Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 3(2), 97-105.
- Yuniarti, R., Tama, I. P., Eunike, A., & Sumantri, Y. (2018). *Green Supply Chain Management dan Studi Kasus di Dunia Industri*. Universitas Brawijaya Press.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Penerbit Andi.