



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

**ADOPTION OF ESG CONCEPT BY SMEs IN INDONESIA:
AN INVESTIGATION ABOUT THE INFLUENCE
OF STAKEHOLDERS**

Yohanes

Trisakti School of Management

joe_zhongsuan@yahoo.com.sg

Abstract

This research aims to determine the influence of customers, suppliers, investors, employees, public administration, universities (research centers), communities and competitors on decision making related to Green Innovation. The population of this research is MSMEs in Indonesia with a population of 148 MSMEs. The sample selection method uses purposive sampling techniques. This research data uses descriptive statistical analysis methods and multiple linear regression on primary data, data processing with the help of SPSS Version 25 software. The results of this research show that suppliers, employees, public administration, communities and competitors influence decision making related to Green Innovation while customers, investors, universities and research centers, have no influence on decision making regarding Green Innovation.

Keywords: *Green innovation, ESG, stakeholders, MSMEs*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pelanggan, pemasok, investor, karyawan, administrasi publik, universitas (pusat penelitian), komunitas, dan pesaing terhadap pengambilan keputusan terkait *Green Innovation*. Populasi penelitian ini adalah UMKM yang ada di Indonesia dengan jumlah populasi 148 UMKM. Metode pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda pada data primer pengolahan data dengan bantuan software SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan pemasok, karyawan, administrasi publik, komunitas, dan pesaing berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terkait *Green Innovation* sedangkan pelanggan, investor, universitas dan pusat penelitian, tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terkait *Green Innovation*.

Keywords: *Green innovation, ESG, stakeholders, UMKM*

I. PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai salah satu yang menciptakan limbah dan berdampak negatif terhadap lingkungan, memerlukan kesadaran bahwa aktivitas perusahaan yang tidak hanya mementingkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, namun juga memperhatikan lingkungan sekitarnya. Teori legitimasi menjelaskan mengenai pentingnya perusahaan untuk memperhatikan kehidupan masyarakat sehingga segala kegiatan dan aktivitas perusahaan selaras dengan harapan mereka, diantaranya disaat kondisi saat ini adalah dengan memperhatikan lingkungan.

Kerusakan lingkungan mendorong pemangku kepentingan untuk mewajibkan perusahaan peduli pada alam dan lingkungan sekitar. Pemerintah Republik Indonesia untuk



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

menangani masalah lingkungan pemerintah Indonesia memperketat regulasi terkait lingkungan diantaranya peraturan terbaru seperti UU Lingkungan No. 46 tahun 2017 tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan. Selanjutnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan dalam rangka mewujudkan sistem keuangan yang menerapkan prinsip – prinsip berkelanjutan.

Tumbuh dan berkembangnya kesadaran akan risiko terkait pencemaran dan kerusakan lingkungan yang bersumber dari kegiatan ekonomi membuat para pemangku kepentingan semakin tertarik untuk mengetahui harga pokok barang dan jasa yang dihasilkan dari lingkungan dan sosial. perspektif yang mendesak perusahaan untuk melakukan manajemen operasional mereka dalam kerangka pembangunan berkelanjutan. Prinsip utama dalam pembangunan berkelanjutan adalah pertahanan kualitas hidup bagi seluruh manusia pada masa sekarang dan pada masa depan secara berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan dilaksanakan dengan prinsip kesejahteraan ekonomi, keadilan sosial, dan pelestarian lingkungan. Pendekatan yang digunakan dalam pembangunan berkelanjutan merupakan pendekatan yang menyeluruh. Menurut Alisjahbana et. al (2018) Pembangunan berkelanjutan sangat memperhatikan dampak dari setiap tindakan sosial dan ekonomi terhadap lingkungan hidup. Dampak buruk terhadap lingkungan hidup harus dihindari dari setiap kegiatan sosial dan ekonomi sehingga kelestarian lingkungan tetap terjaga pada masa sekarang dan pada masa mendatang.

Pada gilirannya, perusahaan semakin mengiklankan tindakan yang benar - benar diambil untuk mengejar pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan konsensus dan legitimasi di antara para *stakeholders* mereka. Mengejar pembangunan berkelanjutan menyiratkan penerapan metode dan proses produksi yang inovatif dan ramah lingkungan yang mengurangi dampak aktivitas perusahaan pada konteks eksternal. Tujuan ini dicapai terutama melalui investasi yang mendukung *Green innovation* (GI). Penelitian Agustia et. al (2019) yang menyatakan bahwa *Green innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang di mediasi oleh *environmental management accounting*. Hal ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Salvadó, et. al (2015) bahwa *Green innovation* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pembangunan Hijau pada umumnya dibedakan dari pembangunan berkelanjutan, di mana pembangunan Hijau lebih mengutamakan keberlanjutan lingkungan di atas pertimbangan ekonomi dan budaya. Pendukung Pembangunan Berkelanjutan berargumen bahwa konsep ini menyediakan konteks bagi keberlanjutan menyeluruh di mana pemikiran mutakhir dari Pembangunan Hijau sulit diwujudkan. Sebagai contoh, pembangunan pabrik dengan teknologi pengolahan limbah mutakhir yang membutuhkan biaya perawatan tinggi sulit untuk dapat berkelanjutan di wilayah dengan sumber daya keuangan yang terbatas. contohnya sebagai pengenalan produk, proses, perubahan organisasi atau solusi pemasaran baru atau yang ditingkatkan secara signifikan yang mengurangi penggunaan sumber daya alam, mengurangi pelepasan zat berbahaya di seluruh siklus hidup dan meningkatkan kondisi kerja karyawan. maka dari itu Mengejar pembangunan berkelanjutan telah menjadi kebutuhan bagi semua jenis usaha, karena meningkatnya kepekaan para pemangku kepentingan terhadap pencemaran dan degradasi lingkungan yang terkait dengan kegiatan ekonomi.

Namun pada saat ini sudah ada beberapa perusahaan dan kendaraan yang telah mengurangi polusi udara dengan menggunakan energi listrik untuk berjalannya kebutuhan atau kegiatan mereka. Energi listrik saat ini adalah energi yang paling banyak digunakan pada



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

kehidupan sehari-hari di berbagai sektor mulai dari perkantoran hingga pabrik berskala kecil dan besar. maka dari itu energi listrik mempunyai manfaat besar untuk pembangunan berkelanjutan ke depannya, supaya tidak terlalu mencemari udara pada negara ini yang sudah berada di peringkat 6 negara paling berpolusi di dunia ini.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, diperlukan investasi yang mendukung inovasi hijau (GI). Makalah ini menyelidiki bagaimana pemangku kepentingan mempengaruhi pilihan perusahaan untuk mengejar tujuan pembangunan berkelanjutan melalui penggunaan inovasi hijau. Manfaat bagi Pemangku Kepentingan untuk *Green innovation*, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para calon pemangku kepentingan mengenai penilaian mereka terhadap perusahaan, terutama pengelolaan manajemen risikonya. Pemahaman mengenai hal ini dapat dijadikan landasan untuk menyesuaikan pengambilan keputusan serta portofolio investasi yang dimiliki. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Adoption of Green innovations by SMEs: an investigation about the influence of stakeholders*”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pelanggan dalam hal pembangunan berkelanjutan secara tradisional dianggap sebagai insentif yang kuat untuk mempertahankan *green innovation* untuk semua jenis perusahaan (Cai dan Li, 2018). Baik pelanggan (B2B) dan konsumen akhir (B2C) diyakini sebagai salah satu pemangku kepentingan paling berpengaruh yang meminta produk ramah lingkungan yang bersedia mereka bayar dengan harga lebih tinggi. bahwa:

H1. Pelanggan mempengaruhi keputusan terkait *Green innovation*.

Kelompok pemangku kepentingan kedua diwakili oleh pemasok. Mereka dapat meminta perusahaan pelanggan mereka untuk membuat GI kompatibel dengan yang telah diadopsi oleh mereka, atau untuk membeli inovasi lingkungan yang telah mereka hasilkan untuk pelanggan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat integrasi dan kerjasama dengan perusahaan lain (misalnya dalam rantai pasok), maka tekanan pemasok semakin meningkat (Tumelero *et al.*, 2019). Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H2. Pemasok mempengaruhi keputusan terkait *Green innovation*.

Bahkan pemodal dan investor semakin tertarik untuk mendanai perusahaan yang mengikuti prinsip pembangunan berkelanjutan dan GI berkelanjutan. Kecenderungan ini merupakan cara yang valid untuk membangun reputasi yang baik sebagai institusi etis dalam arti luas, yang sangat signifikan bagi perusahaan yang meminjamkan uang dan sering dituduh melakukan perilaku spekulatif. Karena UMKM inovatif sering mengalami kelangkaan sumber daya keuangan dalam mempertahankan program investasi mereka (D azGarc a *et al.*, 2015; Hojnik dan Ruzzier, 2016), kami berharap mereka akan didorong untuk membuat GI agar lebih mudah mengakses pembiayaan . Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H3. Pemodal/investor mempengaruhi keputusan terkait *Green innovation*.

Karyawan dapat mempengaruhi pilihan perusahaan mereka sendiri dari tiga perspektif. Pertama, karyawan juga pelanggan output perusahaan, penerima perbaikan kondisi kerja internal dan warga negara dengan kepekaan subjektif mengenai lingkungan eksternal. Kedua,



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

untuk mencapai tingkat motivasi dan produktivitas yang lebih tinggi, perusahaan harus memperhatikan harapan tenaga kerja. Ketiga, kompetensi pegawai dapat menjadi stimulus dalam pembuatan IG. Pengaruh ini diharapkan lebih nyata di kalangan UMKM inovatif, karena hubungan yang lebih erat antara staf dan eksekutif yang mendukung proses inovatif. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H4. Karyawan mempengaruhi keputusan terkait *Green innovation*.

Para ahli sepakat dalam mempertahankan bahwa pengaruh administrasi publik di tingkat lokal, nasional atau UE sangat kuat untuk semua jenis perusahaan. Administrasi publik biasanya mengusulkan peraturan dan insentif fiskal dan/atau moneter yang dirancang untuk membuat perilaku perusahaan konsisten dengan SDGs. Tujuannya adalah untuk menyebarkan eksternalitas yang terkait dengan investasi ke dalam dimensi sosial dan lingkungan (misalnya emisi polusi) dan mendukung fertilisasi silang pengetahuan. Dengan mengingat hal ini, hipotesis yang akan diuji adalah:

H5. Administrasi publik mempengaruhi keputusan mengenai *Green innovation*.

Universitas, pusat penelitian atau kamar dari lembaga perdagangan, secara institusional bertujuan untuk memberikan pengetahuan, dukungan teknis dan teknologi, kompetensi dan layanan khusus kepada perusahaan, secara langsung mempengaruhi pilihan UMKM (Bjerregaard, 2009; Olsson *et al.*, 2020). H6. Dalam UMKM inovatif, pelanggan mempengaruhi keputusan terkait GI. H4. Dalam UMKM inovatif, karyawan mempengaruhi keputusan terkait GI. Terdiri dari spesialis dan akademisi yang, pada gilirannya, menerima rangsangan di tingkat Eropa atau internasional, organisasi-organisasi ini juga mendorong pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, membangun hubungan dengan organisasi-organisasi ini merupakan stimulus yang kuat bagi perusahaan, terutama untuk UMKM inovatif yang biasanya kekurangan semua sumber daya yang diperlukan untuk menerapkan inovasi lanjutan (Mohannak, 2007; Storey dan *Greene*, 2010). Oleh karena itu, kami mengharapkan bahwa:

H6. Universitas, pusat penelitian dan lembaga lain mempengaruhi keputusan UMKM inovatif tentang *Green innovation*.

Kepekaan terhadap pembangunan berkelanjutan yang ditunjukkan oleh masyarakat secara keseluruhan, di sini dimaksudkan sebagai pengaruh budaya atau media massa yang diberikan kepada warga dan konsumen, secara positif mempengaruhi implementasi IG oleh perusahaan (Marangos dan Warren, 2017; Jun *et al.*, 2019). UMKM dalam sampel menjawab kuesioner online yang terinspirasi oleh yang diajukan oleh Cai dan Li (2018). Itu didasarkan pada 52 pertanyaan (Lampiran), dan responden menentukan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka pada skala Likert 5 poin simetris mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) [2]. Untuk mengatasi masalah karena perbedaan metode yang umum, kami (1) meyakinkan responden (pemilik atau eksekutif) bahwa kami akan melindungi identitas mereka, dan (2) meminimalkan kekhawatiran evaluasi dengan menggunakan kuesioner berbasis web. Prosedur ini dapat meminimalkan bias metode pada tahap pelaporan atau pengeditan tanggapan (Tehseen *et al.*, 2017). Pengaruh ini cenderung lebih rendah di negara-negara berpenghasilan rendah per kapita, karena kesadaran lingkungan warga dikurangi



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

dengan kemungkinan kecil untuk membayar harga yang lebih tinggi untuk produk dan layanan ramah lingkungan (Wright dan Nyberg, 2017). Jadi, hipotesis ketujuh adalah:

H7. Komunitas mempengaruhi keputusan terkait *Green innovation*.

Kehadiran banyak pesaing di pasar yang dilayani oleh perusahaan merupakan alasan yang jelas untuk mengejar pembangunan berkelanjutan dan stimulus untuk mengembangkan GI. Sebagaimana dijelaskan, pendekatan ini mencerminkan bukti empiris, yang menurutnya mengejar prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dianggap sebagai cara membedakan perusahaan seseorang dari pesaing, atau beradaptasi dengan pilihan inovasi mereka sebelumnya. Investigasi lain telah secara positif menguji pengaruh positif persaingan pada adopsi inovasi hijau di antara UMKM dan UMKM teknologi tinggi (Cai dan Li, 2018; Tumelero *et al.*, 2019). Oleh karena itu, hipotesis terakhir adalah:

H8. Pesaing mempengaruhi keputusan terkait *Green innovation*.

III. METODE PENELITIAN

Objek dari penelitian ini adalah UMKM di Indonesia. Pengambilan sampel memilih UMKM dengan menggunakan wilayah di mana perusahaan terdaftar sebagai variabel stratifikasi dan, dari setiap strata, unit sampel yang sebanding dengan ukuran strata yang sama diambil secara acak. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden dari kuesioner yang dilakukan via online melalui *google form* dengan kategori pejabat sebagai *CxO*, *Country Manager*, *General Manager (GM)*, *Manager (accounting, finance)* di sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM dalam sampel menjawab kuesioner online yang terinspirasi dari kuesioner (Cai dan Li, 2018). Hal ini didasarkan pada 52 pertanyaan, dan responden menentukan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka pada skala Likert 5 poin simetris yang berkisar antara 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Untuk mengatasi masalah akibat varians metode yang umum, kami (1) meyakinkan responden (pemilik atau eksekutif) bahwa kami akan melindungi identitas mereka, dan (2) meminimalkan kekhawatiran evaluasi dengan menggunakan kuesioner berbasis web. Prosedur dapat meminimalkan bias metode pada tahap pelaporan atau pengeditan tanggapan (Tehseen *et al.*, 2017). Data penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda pada data sekunder dan pengolahan data dengan bantuan software SPSS Versi 25.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Pelanggan mempengaruhi keputusan terkait *Green Innovation*.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable pelanggan terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,485 dan nilai T_{hitung} sebesar 0,068. Nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,485 > 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pelanggan tidak berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 1 (H1) ditolak.

Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan teori dari fasha (2022) yang menyatakan, bahwa faktor yang mempengaruhi *Green Innovation* adalah *organizational green culture*, *environmentally sustainable development* dan *greensupply chain management*. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Cai



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

dan Li, 2018) yang menyatakan bahwa pelanggan dalam hal pembangunan berkelanjutan secara tradisional dianggap sebagai insentif yang kuat untuk mempertahankan IG untuk semua jenis perusahaan. Baik pelanggan (B2B) dan konsumen akhir (B2C) diyakini sebagai salah satu pemangku kepentingan paling berpengaruh yang meminta produk ramah lingkungan yang bersedia mereka bayar dengan harga lebih tinggi.

2) Pemasok mempengaruhi keputusan terkait *Green Innovation*.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable pemasok terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,046 dan nilai T_{hitung} sebesar -0,190. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,046 < 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pemasok berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 2 (H2) diterima.

Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian dari (Agan et al., 2014) yang menyatakan bahwa untuk membuat produk dan proses ramah lingkungan, perusahaan sering memilih bekerja dengan supplier tertentu, memberikan pelatihan *green innovation*, dan bahkan dukungan finansial, sebagai mayoritas komponen produk mereka dapat berasal dari supplier mereka. Karena *green innovation* menunjukkan batasan teknologi, organisasi mengambil strategi *green innovation* dihadapkan dengan pasar yang signifikan dan ketidakpastian teknis. Melalui kolaborasi dengan universitas, lembaga penelitian, supplier dan bahkan mitra saingan mereka, organisasi dapat memanfaatkan sumber eksternal sebagai pelengkap sumber inovasi internal untuk mengurangi risiko yang disebabkan oleh ketidakpastian pasar dan teknis (Pohl, 2008). Kelompok pemangku kepentingan kedua diwakili oleh pemasok. Mereka dapat meminta perusahaan pelanggan mereka untuk membuat GI kompatibel dengan yang telah diadopsi oleh mereka, atau untuk membeli inovasi lingkungan yang telah mereka hasilkan untuk pelanggan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat integrasi dan kerjasama dengan perusahaan lain (misalnya dalam rantai pasok), maka tekanan pemasok semakin meningkat (Tumelero et al., 2019).

3) Pemodal/investor mempengaruhi keputusan terkait *Green Innovation*.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable pemodal/investor terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,779 dan nilai T_{hitung} sebesar 0,026. Nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,779 > 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa investor tidak berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 3 (H3) ditolak.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan teori dari (Hart, 1995; Porter, 1991; Porter & van der Linde, 1996; Taylor, 1992) menjelaskan bahwa Kepentingan investor di perusahaan kinerja lingkungan tampaknya mencerminkan bahwa kinerja lingkungan semakin bisa menjadi sumber keunggulan kompetitif. Bahkan pemodal dan investor semakin tertarik untuk mendanai perusahaan yang mengikuti prinsip pembangunan berkelanjutan dan GI berkelanjutan. Kecenderungan ini merupakan cara yang valid untuk membangun reputasi yang baik sebagai institusi etis dalam arti luas, yang sangat signifikan bagi perusahaan yang meminjamkan uang dan sering dituduh melakukan perilaku spekulatif. Karena UMKM inovatif sering mengalami kelangkaan sumber daya keuangan dalam mempertahankan program investasi mereka (D azGarc a et al., 2015; Hojnik dan



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

Ruzzier, 2016), kami berharap mereka akan didorong untuk membuat GI agar lebih mudah mengakses pembiayaan.

4) **Karyawan mempengaruhi keputusan terkait *Green Innovation*.**

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable karyawan terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai T_{hitung} sebesar 0,230. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa karyawan berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 4 (H4) diterima.

Hasil penelitian ini berbanding sejalan dengan penelitian dari Clarke (1998), menjelaskan bahwa mengenai pemangku kepentingan yang dikualifikasikan sebagai kontrak oleh hanya tenaga kerja yang mempengaruhi keputusan IG UMKM. Pentingnya karyawan dapat dikaitkan dengan fakta bahwa mereka pada saat yang sama adalah penerima manfaat GI sebagai konsumen, warga negara, dan pekerja. Selain itu, UMKM dicirikan oleh ikatan informal di antara personel yang membuat manajer lebih peka terhadap harapan karyawan (Marangos dan Warren, 2017). Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Thomas et.al (2021) yang menyatakan bahwa salah satu factor yang mempengaruhi *Green Innovation* adalah karyawan (tenaga kerja). Untuk mengembangkan inisiatif praktik *green innovation*, manajer harus memungkinkan karyawan mereka untuk lebih kreatif dalam merancang (atau mendesain ulang) prosedur dan membuat peraturan operasi menjadi lebih fleksibel, sehingga memungkinkan adanya difusi praktik *green innovation* dan menghindari atau mengurangi potensi pengaruh organizational culture yang berorientasi kontrol.

5) **Administrasi publik mempengaruhi keputusan mengenai *Green Innovation*.**

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable administrasi publik terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,556 dan nilai T_{hitung} sebesar 0,049. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,556 > 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa karyawan tidak berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 5 (H5) ditolak.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian dari Thomas et.al (2021) yang menyatakan bahwa salah satu factor yang mempengaruhi *Green Innovation* adalah administrasi public. Pentingnya administrasi publik yang mencoba untuk menyalurkan pilihan perusahaan dalam kerangka pembangunan berkelanjutan melalui peraturan, insentif atau manfaat pajak juga dikonfirmasi. Namun, Thomas et.al (2021) menambahkan bahwa dalam kasus ini, administrasi publik tidak memberikan pengaruh yang mendorong. Sebaliknya, mereka dianggap sebagai *Green Innovation* yang mengecilkan hati. Hal ini mungkin disebabkan oleh tingkat birokrasi yang berlebihan dan lambatnya akibat dari tanggung jawab dan kepatuhan administratif, atau kurangnya perhatian terhadap UMKM secara umum, dan khususnya yang bersifat inovatif.

6) **Universitas, pusat penelitian dan lembaga lain mempengaruhi keputusan UMKM inovatif tentang *Green Innovation*.**

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable universitas terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,766 dan nilai



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

T_{hitung} sebesar 0,022. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,766 > 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa universitas tidak berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 6 (H6) ditolak.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian dari Thomas et.al (2021) yang menyatakan bahwa salah satu factor yang mempengaruhi *Green Innovation* adalah univertitas, pusat penelitian (lembaga lain). universitas, pusat penelitian dan lembaga public lainnya bisa menjadi cara yang valid untuk mencapai tujuan *Green Innovation*. Selain itu, mendorong kemitraan dan jaringan di antara perusahaan atau dengan perusahaan yang lebih besar dapat bermanfaat. Universitas, pusat penelitian atau kamar dari lembaga perdagangan, secara institusional bertujuan untuk memberikan pengetahuan, dukungan teknis dan teknologi, kompetensi dan layanan khusus kepada perusahaan, secara langsung mempengaruhi pilihan UMKM (Bjerregaard, 2009; Olsson et al., 2020). H6. Dalam UMKM inovatif, pelanggan mempengaruhi keputusan terkait GI. H4. Dalam UMKM inovatif, karyawan mempengaruhi keputusan terkait GI. Terdiri dari spesialis dan akademisi yang, pada gilirannya, menerima rangsangan di tingkat Eropa atau internasional, organisasi-organisasi ini juga mendorong pembangunan berkelanjutan . Oleh karena itu, membangun hubungan dengan organisasi-organisasi ini merupakan stimulus yang kuat bagi perusahaan, terutama untuk UMKM inovatif yang biasanya kekurangan semua sumber daya yang diperlukan untuk menerapkan inovasi lanjutan (Mohannak, 2007; Storey dan Greene, 2010).

7) Komunitas mempengaruhi keputusan terkait *Green Innovation*.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable komunitas terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,025 dan nilai T_{hitung} sebesar 0,155. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,025 < 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa komunitas berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 7 (H7) diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Thomas et.al (2021) yang menyatakan bahwa salah satu factor yang mempengaruhi *Green Innovation* adalah komunitas. Kepekaan terhadap pembangunan berkelanjutan yang ditunjukkan oleh masyarakat secara keseluruhan, di sini dimaksudkan sebagai pengaruh budaya atau media massa yang diberikan kepada warga dan konsumen, secara positif mempengaruhi implementasi IG oleh perusahaan (Marangos dan Warren, 2017; Jun et al., 2019). UMKM dalam sampel menjawab kuesioner online yang terinspirasi oleh yang diajukan oleh Cai dan Li (2018). Itu didasarkan pada 52 pertanyaan (Lampiran), dan responden menentukan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka pada skala Likert 5 poin simetris mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) [2]. Untuk mengatasi masalah karena perbedaan metode yang umum, kami (1) meyakinkan responden (pemilik atau eksekutif) bahwa kami akan melindungi identitas mereka, dan (2) meminimalkan kekhawatiran evaluasi dengan menggunakan kuesioner berbasis web. Prosedur ini dapat meminimalkan bias metode pada tahap pelaporan atau pengeditan tanggapan (Tehseen et al., 2017). Pengaruh ini cenderung lebih rendah di negara-negara berpenghasilan rendah per kapita, karena kesadaran lingkungan warga dikurangi dengan kemungkinan kecil untuk membayar harga yang lebih tinggi untuk produk dan layanan ramah lingkungan (Wright dan Nyberg, 2017).



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

8) Pesaing mempengaruhi keputusan terkait *Green Innovation*.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh dari hasil uji t untuk variable pesaing terhadap *Green Innovation*, yangmana mendapat nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai T_{hitung} sebesar 0,553. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pesaing berpengaruh terhadap *Green Innovation* yang artinya hipotesis 8 (H8) diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Thomas et.al (2021) yang menyatakan bahwa salah satu factor yang mempengaruhi *Green Innovation* adalah pesaing. Kehadiran banyak pesaing di pasar yang dilayani oleh perusahaan merupakan alasan yang jelas untuk mengejar pembangunan berkelanjutan dan stimulus untuk mengembangkan GI. Sebagaimana dijelaskan, pendekatan ini mencerminkan bukti empiris, yang menurutnya mengejar prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dianggap sebagai cara membedakan perusahaan seseorang dari pesaing, atau beradaptasi dengan pilihan inovasi mereka sebelumnya. Investigasi lain telah secara positif menguji pengaruh positif persaingan pada adopsi GI di antara UMKM dan UMKM teknologi tinggi (Cai dan Li, 2018; Tumelero et al., 2019).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan pemasok, karyawan, administrasi publik, komunitas, dan pesaing berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terkait *Green Innovation* sedangkan pelanggan, investor, universitas dan pusat penelitian, tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terkait *Green Innovation*.

2) Saran

Manajemen siklus hidup produk merupakan *link* penting antara GSCI dan *green innovation* (Seman et.al., 2012). *Green innovation* adalah pendorong utama dalam mencapai pengembangan secara berkelanjutan dan bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari setiap tahap siklus hidup produk pada alam lingkungan alam (Dangelico dan Pujari, 2010). Oleh karena itu, konsep *green innovation* secara konsisten dengan tujuan GSCM (Zhu et al., 2012). Umumnya, perusahaan memiliki pengetahuan cukup dan kemampuan untuk menangani semua isu-isu lingkungan yang dihasilkan dari siklus hidup produk; karenanya, mereka bekerja sama dengan pemangku kepentingan dalam rantai pasokan (Carvalho dan Barbieri, 2012). Adapun saran yang dapat diajukan oleh penulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah diharapkan peneliti lain yang akan meneliti tentang topik yang sama dapat menambah variabel-variabel yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi *green innovation*, membandingkan beberapa objek penelitian seperti membandingkan dua perusahaan yang berbeda dalam aspek *green innovation* sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih baik.



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

Acknowledgment

Tabel 1. Uji F

	F	Sig
Regression	32.310	0,000

Tabel 2. Uji t

	B	Sig	Keterangan
(Constant)			
Pelanggan X1	.068	.485	Hipotesis ditolak
Pemasok X2	-.190	.046	Hipotesis diterima
Pemodal/investor X3	.026	.779	Hipotesis ditolak
Karyawan X4	.230	.000	Hipotesis diterima
Admnistrasi Publik X5	.049	.556	Hipotesis ditolak
Komunitas X7	.155	.025	Hipotesis diterima
Pesaing X8	.553	.000	Hipotesis diterima

Tabel 3. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.630	1.79081

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z.J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D.B. and Carlsson, B. (2009), “The knowledge spillover theory of entrepreneurship”, *Small Business Economics*, Vol. 32, pp. 15-30.
- Bagozzi, R.P. and Yi, Y. (1988), “On the evaluation of structural equation models”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, pp. 74-94.
- Becker, J.M., Ringle, C.M., Sarstedt, M. and Völckner, F. (2015), “How collinearity affects mixture regression results”, *Marketing Letters*, Vol. 26 No. 4, pp. 643-659.
- Bjerregaard, T. (2009), “Universities-industry collaboration strategies: a micro-level perspective”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 12 No. 2, pp. 161-176, doi: 10.1108/14601060910953951.
- BR (Business Roundtable) (2019), Available at: <https://www.businessroundtable.org/>.
- Cai, W. and Li, G. (2018), “The drivers of eco-innovation and its impact on performance: evidence from China”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 176 No. 1, pp. 110-118.
- Carroll, A.B. (1991), “The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders”, *Business Horizons*, Vol. 34 No. 4, pp. 39-48, doi: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.
- Carroll, A.B. and Shabana, K.M. (2010), “The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice”, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12 No. 1, pp. 85-105.



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

- Cecere, G. and Mazzanti, M. (2017), “Green jobs and eco-innovations in European SMEs”, *Resource and Energy Economics*, Vol. 49, pp. 86-98, doi: 10.1016/j.reseneeco.2017.03.003.
- Clarke, T. (1998), “A stakeholder corporation: a business philosophy for the information age”, *Long Range Planning*, Vol. 31 No. 2, pp. 182-194.
- Cohen, J. (1988), *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*, 2nd ed., Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, NJ.
- Coltman, T., Devinney, T.M., Midgley, D.F. and Sunil, V. (2008), “Formative versus reflective measurement models: two applications of formative measurement”, *Journal of Business Research*, Vol. 61 No. 12, pp. 1250-1262, doi: 10.1016/j.jbusres.2008.01.013.
- Coronella, S., Caputo, F., Leopizzi, R. and Venturelli, A. (2018), “Corporate social responsibility in *Economia Aziendale* scholars’ theories: a taxonomic perspective”, *Meditari Accountancy Research*, Vol. 26 No. 4, pp. 640-656.
- Cristo-Andrade, S. and Franco, M.J. (2019), “Cooperation as a vehicle for innovation: a study of the effects of company size and industry type”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 23 No. 3, pp. 329-347, doi: 10.1108/EJIM-08-2018-0182.
- Dangelico, R.M. and Pujari, D. (2011), “Mainstreaming green product innovation: why and how companies integrate environmental sustainability”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 95 No. 3, pp. 471-486.
- De Medeiros, J.F., Ribeiro, J.L.D. and Cortimiglia, M.N. (2014), “Success factors for environmentally sustainable product innovation: a systematic literature review”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 65, pp. 76-86.
- Diaz-Garcia, C., Gonzalez-Moreno, A. and Saez-Martinez, F.J. (2015), “Eco-innovation: insights from a literature review”, *Innovation*, Vol. 17 No. 1, pp. 6-23.
- Ferramosca, S. and Verona, R. (2019), “Framing the evolution of corporate social responsibility as a discipline (1973–2018): a large scale scientometric analysis”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 26, pp. 1-26.
- Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 18 No. 1, pp. 39-50.
- Freeman, R.E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman Publishing, Boston.
- Freeman, R.E. and Dmytriyev, S. (2017), “Corporate social responsibility and stakeholder theory: learning from each other”, *Symphonya. Emerging Issues in Management* No. 2, pp. 7-15.
- Hair, J.F., Jr, Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. (1995), *Multivariate Data Analysis*, 3rd ed., Macmillan, New York.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2011), “PLS-SEM”, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 19 No. 2, pp. 139-151.
- Hair, J.F., Hult, G.T., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2016), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed., Sage, Thousand Oaks.
- Heimonen, T. (2012), “What are the factors that affect innovation in growing SMEs?”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 15 No. 1, pp. 122-144, doi: 10.1108/14601061211192861.
- Höck, C., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2010), “Management of multi-purpose stadiums: importance and performance measurement of service interfaces”, *International Journal of Services Technology and Management*, Vol. 14 No. 2, pp. 188-207.
- Hojnik, J. and Ruzzier, M. (2016), “What drives eco-innovation? A review of an emerging literature”, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, Vol. 19, pp. 31-41.
- Hyatt, D.G. and Berente, N. (2017), “Substantive or symbolic environmental strategies? Effects of external and internal normative stakeholder pressures”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 26 No. 8, pp. 1212-1234.



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

- Jakobsen, M. and Jensen, R. (2015), “Common method bias in public management studies”, *International Public Management Journal*, Vol. 18, pp. 3-30, doi: 10.1080/10967494.2014.997906.
- Jun, W., Ali, W., Bhutto, M.Y., Hussain, H. and Khan, N.A. (2019), “Examining the determinants of green innovation adoption in SMEs: a PLS-SEM approach”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 24 No. 1, pp. 67-87, doi: 10.1108/EJIM-05-2019-0113.
- Klewitz, J., Zeyen, A. and Hansen, E.G. (2012), “Intermediaries driving eco-innovation in SMEs: a qualitative investigation”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 15 No. 4, pp. 442-467, doi: 10.1108/14601061211272376.
- Kock, N. (2015), “Common method bias in PLS-SEM: a full collinearity assessment approach”, *International Journal of E-Collaboration*, Vol. 11 No. 4, pp. 1-10.
- Kock, N. and Lynn, G.S. (2012), “Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: an illustration and recommendations”, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 13 No. 7, pp. 546-580.
- Marangos, S. and Warren, L. (2017), “A mapping for managers: open innovation for R&D intensive SMEs in the life sciences sector”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 20 No. 2, pp. 210-229, doi: 10.1108/EJIM-12-2015-0133.
- Mazzanti, M. and Zoboli, R. (2009), “Embedding environmental innovation in local production systems: SME strategies, networking and industrial relations”, *International Review of Applied Economy*, Vol. 23 No. 2, pp. 169-195.
- Mohannak, K. (2007), “Innovation networks and capability building in the Australian high-technology SMEs”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10 No. 2, pp. 236-251, doi: 10.1108/14601060710745279.
- O’Brien, R.M. (2007), “A caution regarding the rules of thumb for variance inflation factors”, *Quality and Quantity*, Vol. 41, pp. 673-690, doi: 10.1007/s11135-006-9018-6.
- Olsson, A.K., Bernhard, I., Arvemo, T. and Lundh Snis, U. (2020), “A conceptual model for universitycommunity research collaboration facilitating societal impact for local innovation”, *European Journal of Innovation Management*, forthcoming. doi: 10.1108/EJIM-04-2020-0159.
- Oxborrow, L. and Brindley, C. (2013), “Adoption of ‘eco-advantage’ by SMEs: emerging opportunities and constraints”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 16 No. 3, pp. 355-375, doi: 10.1108/EJIM-09-2011-0079.
- Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2016), “Gain more insight from your PLS-SEM results: the importanceperformance map analysis”, *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 116 No. 9, doi: 10.1108/IMDS-10-2015-0449.
- Ringle, C.M., Wende, S. and Becker, J.-M. (2015), *SmartPLS 3*, SmartPLS GmbH, Boenningstedt.
- Stiglitz, J. (2019), *Wanted: A Global Green New Deal*, Project Syndicate, October, 8th.
- Storey, D.J. and Greene, F.J. (2010), *Small Business and Entrepreneurship*, Prentice Hall, Toronto.
- Lee, S.Y. and Carroll, C.E. (2011), “The emergence, variation, and evolution of corporate social responsibility in the public sphere, 1980–2004: the exposure of firms to public debate”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 104 No. 1, pp. 115-131, doi: 10.1007/s10551-011-0893-y.
- Tehseen, S., Ramayah, T. and Sajilan, S., (2017), “Testing and controlling for common method variance: a review of available methods”, *Journal of Management Sciences*, Vol. 4 No. 2, pp. 146-175, doi: 10.20547/jms.2014.1704202.
- Troshani, I. and Doolin, B. (2007), “Innovation diffusion: a stakeholder and social network view”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10 No. 2, pp. 176-200, doi: 10.1108/14601060710745242.
- Tumelero, C., Sbragia, R. and Evans, S. (2019), “Cooperation in R&D and eco-innovations: the role on the companies’ socioeconomic performance”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 207, pp. 1138-1149.



Talkshow & Call for Paper:

“PERAN EDUPRENEURSHIP SEBAGAI SPIRIT DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF”,

6 Desember 2023

Vol. 3, No. 1, Tahun 2023

No. ISSN: 2809-6479

- Van Stel, A., Storey, D.J. and Thurik, A.R. (2007), “The effect of business regulations on nascent and young business entrepreneurship”, *Small Business Economics*, Vol. 28, pp. 171-186.
- Vos, J.F.J. and Achterkamp, M.C. (2006), “Stakeholder identification in innovation projects: going beyond classification”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 9 No. 2, pp. 161-178, doi: 10.1108/14601060610663550.
- Wold, H. (1985), “Partial least squares”, in Kotz, S. and Johnson, N.L. (Eds), *Encyclopedia of Statistical Sciences*, Wiley, New York, Vol. 6, pp. 581-591.
- Wright, C. and Nyberg, D. (2017), “An inconvenient truth: how organizations translate climate change into business as usual”, *Academy of Management Journal*, Vol. 60 No. 5, pp. 1633-1661.