

**PENGARUH DIMENSI *ECO-INNOVATION* TERHADAP
KINERJA BISNIS *SUSTAINABLE* PADA UMKM KREATIF**

SKRIPSI

**Oleh
Afifah Mahkota Putri**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI *ECO-INNOVATION* TERHADAP KINERJA BISNIS *SUSTAINABLE* PADA UMKM KREATIF

Oleh

Afifah Mahkota Putri

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi *eco-innovation* terhadap kinerja bisnis berkelanjutan pada UMKM kreatif. *Eco-innovation* yang meliputi produk, proses, dan organisasi lingkungan diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnis *sustainable*. Data dikumpulkan melalui survei terhadap pelaku UMKM kreatif di Indonesia dan diperoleh 119 data pada penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *eco-innovation*, baik dari sisi produk, proses, maupun organisasi, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM kreatif. Implementasi *eco-innovation* dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi dampak lingkungan, serta memperkuat daya saing pasar. Temuan ini memberikan wawasan bagi pelaku UMKM kreatif untuk lebih memprioritaskan aspek *sustainable* dalam menjalankan bisnis mereka, seiring dengan tuntutan pasar yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Kata Kunci: *Eco-Innovation*, Kinerja Bisnis *Sustainable*, UMKM Kreatif, Keberlanjutan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ECO-INNOVATION DIMENSIONS ON SUSTAINABLE BUSINESS PERFORMANCE IN CREATIVE MSMEs

By

Afifah Mahkota Putri

This study aims to analyze the influence of eco-innovation dimensions on sustainable business performance in creative MSMEs. Eco-innovation which includes products, processes, and environmental organizations is expected to improve sustainable business performance. Data were collected through a survey of creative MSME players in Indonesia and 119 data were obtained in the study. Data analysis was conducted using multiple linear regression methods to test the influence between variables. The results showed that the dimensions of eco-innovation, both in terms of products, processes, and organizations, have a positive and significant influence on the sustainable business performance of creative MSMEs. The implementation of eco-innovation can improve operational efficiency, reduce environmental impacts, and strengthen market competitiveness. These findings provide insights for creative MSME players to prioritize sustainable aspects in running their business, along with market demands that are increasingly concerned about environmental issues.

Keywords: Eco-Innovation, Business Performance Sustainable, Creative MSMEs, Sustainability.

**PENGARUH DIMENSI *ECO-INNOVATION* TERHADAP KINERJA
BISNIS *SUSTAINABLE* PADA UMKM KREATIF**

Oleh
AFIFAH MAHKOTA PUTRI
2011011062

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA MANAJEMEN

Pada

Jurusan Manajemen
Program Studi S1 Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **PENGARUH DIMENSI *ECO-INNOVATION*
TERHADAP KINERJA BISNIS
SUSTAINABLE PADA UMKM KREATIF**

Nama Mahasiswa : **Afifah Mahkota Putri**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2011011062**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si.
NIP. 19761110 200012 2 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
NIP. 19680708 200212 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si.**



Sekretaris : **Nurul Husna, S.E., M.S.M.**



Penguji Utama : **Dr. Ribhan, S.E., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **21 Februari 2025**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Nama : Afifah Mahkota Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 2011011062
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Eco-Innovation* Terhadap Kinerja
Bisnis *Sustainable* Pada UMKM Kreatif

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 11 April 2025

Yang membuat pernyataan,



Afifah Mahkota Putri
2011011062

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Afifah Mahkota Putri yang akrab disapa afifah. Penulis dilahirkan di kota Bogor, pada tanggal 10 Maret 2002 yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Putri semata wayang dari Bapak Robanisyah dan Ibu Siti Rohani, saat ini memiliki dua saudara kandung laki-laki, kakak pertama bernama Ali Nur Syarif dan kakak kedua bernama Iif Fachrul Ulung.

Penulis mengawali pendidikan di SDN Karadenan Kaum pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan pada sekolah menengah pertama di SMPN 2 Cibinong pada tahun 2013. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan pada sekolah menengah atas di SMAN 1 Cibinong pada tahun 2016 dan menyelesaikan pendidikan sekolah pada tahun 2019. Pada tahun 2020, penulis melanjutkan studi untuk meraih gelar sarjana di Universitas Lampung, dengan program studi manajemen dan mengambil konsentrasi bisnis melalui Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam akademik dan non akademik, mulai dari Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemn (HMJ), *Economic English Club (EEC)*, *Economic and Business Entrepreneur Club (EBEC)* dan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Keaktifan ini membuat penulis dipercaya menjadi Staff Dinas Advokasi dan Kesejahteraan Mahasiswa pada tahun 2022 di BEM FEB Unila. Kemudian pada tahun 2023 penulis dipercaya menjadi Sekretaris Umum di UKM-F EBEC Unila. Selain aktif dalam organisasi mahasiswa, penulis mengikuti program magang mandiri di Telkom Witel Lampung yang berlokasi di Jalan Mojopahit No. 14, Enggal, Tanjung Karang Pusat. Penulis mengikuti program pengabdian masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di pekon Pulau Benawang, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung selama 40 hari dan penulis juga selama kuliah mengambil job *Freelancer* sebagai *Talent* dan *Model Catalog*.

MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”

(Q.S. Ar-Rahman)

“Love the life you live and wherever life plants you, bloom with grace”

(Afifah Mahkota Putri)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. dan shalawat untuk Nabi Muhammad SAW. Dengan segala nikmat cinta dan kasih sayang-Nya dalam memberi kemudahan dan kelancaran pada setiap prosesnya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Karya ini kupersembahkan sebagai tanda terima kasih atas segala pengorbanan serta kasih sayang dan cinta yang tulus kepada :

Orang Tuaku Tercinta

Ayahanda Robanisyah dan Ibunda Siti Rohani Syaban Yusuf S.Pd.

Waliku Tercinta

Mardiyah Syakban

Yang telah merawat, membesarkan, mendidiku, menyemangatiku tanpa lelah, memberikan dukungan dan doa yang tiada henti untuk kesuksesanku. Semoga aku bisa selalu menjadi kebanggaan bagi kalian.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirahim.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Dimensi *Eco-Innovation* Terhadap Kinerja Bisnis *Sustainable* Pada UMKM Kreatif”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas perhatian serta bantuannya.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung serta selaku Dosen Pembahas II yang telah membantu penulis dengan memberikan kritik, saran, motivasi, perhatian serta bantuannya.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc., selaku Seketaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas perhatian serta bantuannya.
4. Ibu Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama atas kesediaannya memberikan waktu, dukungan, masukan, serta arahan dengan penuh kesabaran dalam proses penyelesaian skripsi ini hingga akhir.
5. Ibu Dr. Rr. Erlina, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembahas I yang telah membantu penulis dalam mengembangkan skripsi dengan kritik serta saran yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Dina Safitri, S.E., M.I.B., selaku Dosen Pembahas III yang telah membantu penulis dalam mengembangkan skripsi dengan kritik serta saran yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Nurul Husna, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembahas IV yang telah membantu penulis dalam mengembangkan skripsi dengan kritik serta saran yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Muslimin, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
9. Bapak Rinaldi Bursan, S.E., M.Sc., selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan motivasi serta pengetahuan umum sehingga dapat membuka wawasan penulis lebih luas selama proses penyelesaian skripsi.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menempuh program pendidikan S1 di jurusan manajemen.
11. Seluruh staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu baik selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi, terima kasih atas segala kesabaran dan bantuan yang telah diberikan.
12. Kedua kakaku tercinta, Ali dan Iif. Tidak lupa, kakak iparku Sanjungan Vhemylya, dan keponakan kecilku Queenza, yang selalu menjadi alasan skripsi ini harus selesai. Terima kasih atas kehadiran, dukungan, dan doa kalian semua selama ini.
13. Keluarga besar Syakban Yusuf, terima kasih sudah selalu ada selama penulis tinggal di Lampung, terima kasih atas doa dan dukungan kalian selama ini.
14. Teman seperjuanganku selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini, Julie, Lili, Kerin, Azizah, Qetrin, Altha, Angelia, Nabila dan Elvanza. Terima kasih atas dukungan, perhatian, arahan, bantuan dan kasih sayangnya yang telah kalian berikan selama proses penyusunan skripsi ini.
15. Sahabat yang telah kebersamaiku dalam setiap fase kehidupan dan proses pendewasaanku, Risna, Viki, Alia, Milana, Elkana, Febi, Pingka, Lazharo, Irlidi, Farrel, Alamsyah, Rabbani dan Raihan. Terima kasih atas kehadirannya selama ini yang telah memberi banyak warna dan pengalaman berharga. Tanpa adanya kalian penulis tidak akan menjadi pribadi yang periang dan apa adanya mencintai diri sendiri.

16. Kepada seluruh pihak UMKM Kreatif yang terlibat selaku Objek Penelitian sekaligus Responden Penelitian, terima kasih atas bantuannya sehingga proses dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar.
17. Presidium HMJ Manajemen Periode 2020/2021 dan Anggota aktif angkatan 2020. Terima kasih telah memperkenalkan budaya organisasi mahasiswa yang teratur dan positif, serta menemani dalam proses pembelajaran didalamnya.
18. Presidium UKM-F EBEC FEB Unila Periode 2023 Imam, Dea, Depit, Tina, Anqis, Ilham, Dias, Fauzan, Diana, Dita, Dio, Mila, Muti, dan seluruh keluarga besar UKM-F EBEC Angkatan 2014-2024. Terima kasih kepercayaan yang telah diberikan dan menghasilkan pengalaman berharga dalam mengelola suatu organisasi.
19. Kabinet Divija BEM FEB Unila Tahun 2022, terima kasih telah memberi warna baru mengenai organisasi mahasiswa yang berkesan sekaligus menyenangkan.
20. Teman-teman KKN Neuro, Buma, Ghean, Fir, Qhonita, Lyssa serta warga Pekon Pulau Benawang. Tanggamus. Terima kasih atas kenangan dan pengalaman yang tidak bisa dilupakan,
21. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis.
22. Terakhir, terima kasih kepada diriku sendiri yang mampu melangkah disetiap menghadapi rintangan hidup dengan penuh kesabaran, bijak, dan selalu mengambil sisi positif dari setiap kejadian yang menakutkan, menyakitkan, dan mengecewakan. Walaupun diri ini jauh dari kata sempurna dan masih melakukan kesalahan, tetaplah kuat, selalu berbuat baik dan bijaksana dalam setiap keputusan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan nikmat yang berlimpah atas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya bagi peneliti selanjutnya.

Bandar Lampung, 14 Februari 2025

Penulis,

Afifah Mahkota Putri

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI, DAN HIPOTESIS	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Dimensi <i>Eco-Innovation</i>	6
2.1.2 Kinerja Bisnis <i>Sustainable</i>	10
2.1.3 UMKM Kreatif.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Pengaruh Dimensi <i>Eco-Process Innovation</i> terhadap Bisnis <i>Sustainable</i> UMKM Kreatif di Indonesia.....	15
2.3.2 Pengaruh Dimensi <i>Eco-Product Innovation</i> terhadap Bisnis <i>Sustainable</i> UMKM Kreatif di Indonesia.....	16
2.3.3 Pengaruh Praktik <i>Eco-Organizational</i> terhadap Bisnis <i>Sustainable</i> UMKM Kreatif di Indonesia.....	17
2.4 Kerangka Berpikir	18
III. METODELOGI PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel	19

3.3.1	Populasi.....	19
3.3.2	Sampel	20
3.4	Metode Pengumpulan data	20
3.4.1	Data Primer	20
3.4.2	Data Sekunder.....	20
3.5	Variabel Penelitian.....	21
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	21
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	23
3.7.1	Uji Validitas	23
3.7.2	Uji Reliabilitas	24
3.8	Teknik Analisis Data	25
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.8.2	Uji Parsial (Uji-t)	25
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1	Pengumpulan Kuesioner	27
4.2	Uji Validitas	27
4.3	Uji Realibilitas.....	29
4.4	Analisis Deskriptif.....	29
4.4.1.	Hasil Analisis Variabel Demografi Responden.....	30
	Tabel 4.4 Deskriptif Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan dan Masa Usaha Responden	30
4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	31
4.5.1	Tanggapan Tentang <i>Eco-Process Innovation</i> (X1)	31
4.5.2	Tanggapan Tentang <i>Eco-Product Innovation</i> (X2)	32
4.5.3	Tanggapan Tentang <i>Eco-Organizational Innovation</i> (X3).....	32
4.5.2	Tanggapan Tentang Kinerja Bisnis <i>Sustainable</i> (Y).....	33
4.6	Analisis Kuantitatif	34
4.6.1.	Uji Regresi Linier Berganda	34
4.6.2.	Uji Secara Parsial (Uji-t).....	36
4.7	Pembahasan.....	38
4.7.1	Pengaruh <i>Eco-Process Innovation</i> Terhadap Kinerja Bisnis <i>Sustainable</i> Pada UMKM Kreatif.....	38
4.7.2	Pengaruh <i>Eco-Product Innovattion</i> Terhadap Kinerja Bisnis <i>Sustainable</i> Pada UMKM Kreatif.....	40

4.7.3 Pengaruh <i>Eco-Organizational Innovation</i> Terhadap Kinerja Bisnis <i>Sustainable</i> Pada UMKM Kreatif.....	42
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	x
LAMPIRAN.....	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kriteria UMKM.....	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Eco Process Innovation.....	30
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Pengetahuan Produk	31
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Eco Organizational Innvoation	32
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Kinerja Bisnis	33
Tabel 4.11 Hasil Analisis Linier Berganda	35
Tabel 4.12 Hasil Uji-t.....	37
Tabel 4.13 Hasil Uji F	39
Tabel 4.14 Analisis Determinasi (R^2).....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	18

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanasan global yang terjadi saat ini disebabkan oleh efek rumah kaca, hal ini dapat memengaruhi ketidakseimbangan ekosistem di bumi yang berdampak pada perubahan cuaca yang ekstrem, tingginya peningkatan permukaan air laut, hasil panen pertanian yang terganggu, ancaman kelangkaan biodiversitas dan terjadinya wabah penyakit baru atau terganggunya kesehatan manusia (Triana, 2008). Menurut (Surtani, 2015) salah satu faktor peningkatan emisi gas rumah kaca disebabkan oleh kegiatan industri.

Maka dari itu diperlukannya perubahan berbasis ekologis dalam sektor industri guna untuk menekan pemanasan global. Dengan mengadopsi perubahan yang progresif dan berkelanjutan dalam strategi manajemen, praktik *eco-innovation* menjadi sangat penting untuk diterapkan dalam meningkatkan kinerja produk dan prosesnya (Xavier et al., 2020). Praktik *eco-innovation* yakni singkatan dari *ecological innovation* atau inovasi ekologis merupakan serangkaian kegiatan yang berupa inovasi produk ramah lingkungan dengan memperhatikan *eco-process innovation*, *eco-product innovation*, *eco-organizational innovation* (Cheng et al., 2014) dan (Ch'ng et al., 2021).

Praktik dalam *eco-innovation* terbagi menjadi 3 dimensi diantaranya; *eco-process innovation*, *eco-product innovation*, dan *eco-organizational innovation* (Ch'ng et al., 2021). Pada dimensi inovasi proses ramah lingkungan atau *eco-process innovation*, terjadinya pembaruan inovatif dalam proses pengoperasian atau peralatan guna untuk mencegah polusi dan memaksimalkan penggunaan sumber daya secara efisien disetiap aspek proses operasi.

Selanjutnya, *eco-product innovation* atau inovasi produk ramah lingkungan, berfokus pada penciptaan produk yang disederhanakan melalui teknologi baru seperti dematerialisasi dan produknya dapat didaur ulang atau dapat terurai. Terakhir, pada dimensi *eco-organizational innovation* atau inovasi organisasi ramah lingkungan, menyatakan bahwa perubahan pola pikir dalam budaya organisasi menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi inovasi.

UMKM kreatif adalah usaha mikro, kecil, dan menengah yang berbasis ekonomi kreatif, di mana proses produksi, distribusi, dan pemasaran didasarkan pada kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan sumber daya yang berkelanjutan. Di Indonesia UMKM kreatif mencakup berbagai sektor seperti fashion, kriya, desain produk, kuliner, seni pertunjukan, hingga industri berbasis teknologi digital. Sektor ini berperan penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global (Wisnumurti, 2023).

Tantangan utama yang dihadapi UMKM kreatif di Indonesia adalah keterbatasan akses terhadap bahan baku berkelanjutan, kurangnya pemahaman mengenai konsep ekonomi sirkular, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk ramah lingkungan. Beberapa UMKM kreatif telah menerapkan konsep *eco-innovation* dalam operasional mereka, seperti penggunaan bahan daur ulang, penerapan teknik produksi ramah lingkungan, dan penggunaan energi terbarukan dalam proses manufaktur (Wisnumurti, 2023). Meskipun demikian masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan edukasi dan dukungan bagi pelaku UMKM kreatif agar dapat menerapkan inovasi ekologis secara lebih luas dan berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka di era ekonomi hijau yang semakin berkembang.

Penerapan dari dimensi *eco-innovation* ini dapat dilihat pada perusahaan *Olymplast* yang merupakan bagian dari lini produk *Furniture Olympic Group* dengan menerapkan kinerja bisnis *sustainable*. *Olymplast* dalam membuat

produknya menggunakan sampah plastik yang didaur ulang sehingga menjadi perusahaan inovasi *furniture* yang ramah lingkungan dengan berhasil mengurangi sampah plastik dalam jumlah besar. Berdasarkan laporan dari situs web *Olymplast* yang berjudul “*Sustainability – Better Life with Olymplast*”, menjabarkan bahwa perusahaan tersebut berhasil mendaur ulang sampah gelas plastik sebanyak 700 ton dalam waktu sebulan, dengan menghasilkan 16.250 unit lemari dan 219.000 unit kursi (Olymplast, 2020).

Selain itu pada UMKM “Sejauh Mata Memandang” menerapkan dimensi *eco-process innovation* dalam proses pembuatan produknya dengan mengumpulkan baju bekas atau kain yang sudah tidak terpakai yang kemudian dipilah, diproses, dan didaur ulang menjadi serat penyekat, insulator, peredam suara, benang dan kain. Kemudian dari proses bahan baku tersebut diproduksi hingga menjadi produk pakaian baru yang layak pakai dan memiliki nilai. Alasan pemilik usaha “Sejauh Mata Memandang” dalam membangun usahanya dikarenakan ingin mengurangi sampah tekstil di TPA, laut, sungai dan juga untuk mengurangi pembakaran yang dapat mengotori bumi (Subyakto, 2023).

Pada penelitian ini akan mengacu pada dimensi *eco-inovation* terhadap kinerja bisnis *sustainable* pada UMKM kreatif. Istilah pada UMKM kreatif mencakup pada usaha yang sejalan dengan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan berbagai jenis bisnis yang mengeksplorasi kreativitas, keahlian, dan inovasi sebagai dasar utama dalam menghasilkan produk atau layanan (Elsandra & Yulianto, 2013). Adapun kinerja bisnis *sustainable* itu sendiri diambil dari pembahasan mengenai *sustainable business*. Istilah tersebut adalah istilah dalam bahasa Inggris yang memiliki arti bisnis berkelanjutan (Prabawani, 2016). Kinerja bisnis *sustainable* pada UMKM kreatif itu sendiri dapat berupa penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, penerapan sistem bisnis sirkular yakni penggunaan limbah dari proses produksi atau memanfaatkan kembali bahan dalam proses produksi, dan menggunakan kemasan produk yang ramah lingkungan.

Namun, dalam penelitian (Hanelt et al., 2017) ditemukan adanya kesenjangan penelitian atau *research gap* terkait ketidakpastian akan dampak yang mungkin

ditimbulkan bagi organisasi serta besarnya biaya yang dibutuhkan ketika mereka berusaha untuk beralih ke teknologi baru yang ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut dalam memahami dampak organisasi secara menyeluruh serta evaluasi biaya yang terkait dengan transisi menuju teknologi ramah lingkungan.

Selain itu, dalam pelaksanaan UMKM Kreatif di Indonesia yang menerapkan dimensi *eco-innovation* masih sangat sulit berkembang dan bertahan, dikarenakan masih kurangnya kesadaran dan pengetahuan terhadap masyarakat Indonesia untuk menjaga kelestarian lingkungan (Waskito & Harsono, 2012) Sehingga dengan adanya penelitian ini akan mencari tahu lebih lanjut apakah dimensi *eco-innovation* terhadap kinerja bisnis *sustainable* pada UMKM Kreatif dapat memiliki pengaruh positif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dikatakan bahwa masalah yang akan diteliti adalah apakah dimensi *eco-innovation*, yang mencakup *eco-process innovation*, *eco-product innovation*, dan *eco-organizational innovation*, berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *sustainable* pada UMKM kreatif di Indonesia. Dimensi-dimensi tersebut mencerminkan upaya UMKM kreatif dalam menghadapi tantangan global, seperti pemanasan global, polusi plastik, dan perubahan iklim, melalui penerapan proses produksi ramah lingkungan, pengembangan produk berorientasi keberlanjutan, serta pengelolaan organisasi yang berbasis ekologis. Dari masalah tersebut, maka diperoleh rumusan masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

- 1) Apakah dimensi *eco-process innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia?
- 2) Apakah dimensi *eco-product innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia?
- 3) Apakah dimensi *eco-organizational innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh positif/negatif dimensi *eco-process innovation* terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh positif/negatif dimensi *eco-product innovation* terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh positif/negatif dimensi *eco-organizational innovation* terhadap kinerja bisnis *sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan informasi tambahan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam dunia akademisi, khususnya permasalahan yang berhubungan dengan dimensi *eco-innovation*, kinerja bisnis *sustainable* dan UMKM Kreatif.

- 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pelaku UMKM kreatif mengenai manfaat dari penerapan dimensi *eco-innovation* terhadap kinerja bisnis *sustainable*.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI, DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

Landasan teori diperlukan dikarenakan teori tersebut dapat menggambarkan bagaimana dimensi *eco-innovation* dapat mempengaruhi kinerja bisnis *sustainable* pada UMKM kreatif dengan pemahaman yang lebih terperinci. Maka dari itu berikut ini penjabaran mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1.1 Dimensi *Eco-Innovation*

Ecological innovation atau istilah umumnya *eco-innovation*, merupakan inovasi ekologis yang berfokus pada upaya untuk mengembangkan produk, proses, atau sistem organisasi yang menghasilkan dampak positif bagi lingkungan. Hal ini merupakan bagian integral dari konsep pembangunan berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial (Xavier et al., 2020)

Inovasi adalah sebuah ide atau gagasan baru yang belum pernah ada sebelumnya, inovasi biasanya terdiri dari terobosan baru tentang hal yang diteliti oleh inovator (Jamaludin et al., 2022). *Eco-innovation* tidak berbeda dengan inovasi itu sendiri, *eco-innovation* merupakan bentuk inovasi yang memiliki tujuan untuk kemajuan signifikan dan dapat dibuktikan menuju tujuan pembangunan berkelanjutan, melalui pengurangan dampak buruk terhadap lingkungan atau mencapai penggunaan sumber daya alam yang lebih efisien dan bertanggungjawab.

Tujuan utama dari dimensi *eco-innovation* adalah mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan tetap mempertahankan ataupun meningkatkan kinerja suatu bisnis. Dimensi ini menjadi kunci utama dalam mengatasi terbatasnya

sumber daya alam dan memiliki konsep yang sejalan dengan keberlanjutan, *eco-innovation* terbagi menjadi 3 dimensi diantaranya; *eco-process innovation*, *eco-product innovation*, dan *eco-organizational innovation* (Ch'ng et al., 2021). Secara rinci dijabarkan sebagai berikut:

1. *Eco-Process Innovation*

Dimensi inovasi proses ramah lingkungan atau *eco-process innovation*, adalah terjadinya pembaruan inovatif dalam proses pengoperasian atau peralatan guna untuk mencegah polusi dan memaksimalkan penggunaan sumber daya secara efisien disetiap aspek proses operasi (Ch'ng et al., 2021).

Eco-process innovation berfokus pada meningkatkan dan penambahan proses produksi dengan tujuan untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkannya terhadap lingkungan. Untuk mengurangi polusi dan penggunaan sumber daya yang berlebihan, *eco-process innovation* dilakukan berupa penggunaan teknologi baru, penggantian input, optimasi produksi, dan penggunaan ulang output. Dengan demikian, inovasi proses lingkungan dapat mengurangi biaya produksi, meningkatkan kualitas produk, dan mengurangi dampak lingkungan secara keseluruhan.

Contoh dari inovasi ini berupa penggunaan teknologi pembersih asap di cerobong untuk mengurangi emisi gas berbahaya ke atmosfer. Selain itu dalam penggantian bahan baku, menggunakan bahan baku yang lebih ramah lingkungan dengan tujuan untuk mengurangi penggunaan sumber daya yang berlebihan dan pencemaran lingkungan. Contoh lain berupa optimalisasi produksi, dengan mengoptimalkan proses produksi untuk menghemat sumber daya dan energi. (Al-Hanakta et al., 2023)

2. *Eco-Product Innovation*

Dimensi *eco-product innovation* atau inovasi produk ramah lingkungan, adalah penciptaan produk yang disederhanakan melalui teknologi baru seperti

dematerialisasi dan produk yang dihasilkan dapat didaur ulang atau dapat terurai (Ch'ng et al., 2021).

Upaya perusahaan dalam *eco-product innovation* atau dapat dikenal sebagai *green product innovaion*, bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Fokus dari inovasi ini adalah membuat produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada dengan mempertimbangkan keberlanjutan dan efisiensi sumber daya (Sari et al., 2020). Contoh dari pendekatan ini berupa menggunakan bahan yang dapat didaur ulang, tidak beracun, dan tidak merusak lingkungan.

Manfaat dari dimensi ini dapat mengurangi polusi dengan menghasilkan produk ramah lingkungan yang dapat didaur ulang dan tidak mencemari lingkungan. Dengan produk daur ulang dapat meningkatkan proses sirkular yang terjadi antara konsumen dan perusahaan dengan menggunakan barang yang dapat didaur ulang sehingga lebih sedikit limbah. *Eco-product innovation* juga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, meningkatkan minat pelanggan, dan membuka peluang pasar baru. Oleh karena itu, perusahaan yang menerapkan dimensi *eco-product innovation* dapat meningkatkan kinerja finansial dan meningkatkan kepercayaan investor dan stakeholder (Sari et al., 2020).

3. *Eco-Organizational Innovation*

Dimensi *eco-organizational innovation* atau inovasi organisasi ramah lingkungan, menyatakan bahwa perubahan pola pikir dalam budaya organisasi menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi inovasi ramah lingkungan. Inovasi ini bertujuan untuk mengatasi keberlanjutan ekologi dan kinerja organisasi, sehingga meningkatkan daya saing sekaligus berkontribusi positif terhadap tujuan lingkungan (Ch'ng et al., 2021).

Eco-organizational innovation merupakan komponen penting bagi perusahaan yang ingin berkembang pesat di pasar yang semakin sadar lingkungan. Dengan menanamkan keberlanjutan ke dalam operasi mereka, bisnis tidak hanya

berkontribusi pada pelestarian lingkungan tetapi juga meningkatkan kelangsungan hidup dan keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Manfaat dari dimensi ini adalah dapat meningkatkan daya saing, dengan bergabungnya suatu perusahaan dalam suatu organisasi yang berbasis ekologis, perusahaan dapat meningkatkan kompetensi mereka di pasar, menarik pelanggan baru yang peduli lingkungan, serta mendapatkan reputasi positif. Selain itu, dapat meningkatkan kemampuan adaptasi yang lebih fleksibel dalam merespon tren pasar yang terus berkembang seiring perkembangan zaman (Al-Hanakta et al., 2023).

Berdasarkan video dokumenter yang berjudul "Diam & Dengarkan" hasil karya dari Anatman Pictures, memaparkan dampak negatif lingkungan yang disebabkan oleh tingkah laku industri dan pola hidup manusia yaitu penggunaan plastik. Plastik yang awalnya adalah barang substitusi untuk menyelamatkan lingkungan, kini tanpa disadari ternyata sudah sangat mengotori bumi dan berubah menjadi polutan plastik yang mendominasi jenis sampah di masyarakat (Putra & May, 2020).

Selain itu, limbah domestik menjadi salah satu dampak terbesar dari pencemaran air, dibutuhkan sebesar 700 galon untuk menghasilkan kemeja katun dan 2000 galon air untuk menghasilkan celana jins (Pratitis & Yumarnis, 2024). Berdasarkan penelitian (Thakker & Sun, 2023) terdapat sejumlah *brand fast fashion* yang berasal dari negara China dan berbagai *brand* negara Eropa, diketahui mereka menggunakan lahan di gurun Atacama Chili hanya untuk membuang barang-barang produksinya yang tidak laku terjual.

Maka dari itu dimensi *eco-innovation* dalam konteks ini menjadi urgensi dalam suatu industri dengan keterlibatan penggunaan teknologi yang lebih ramah lingkungan, pengembangan produk yang lebih efisien dalam penggunaan sumber daya, atau pengenalan praktik bisnis yang berkelanjutan dengan memperhatikan dampak terhadap lingkungan (Xavier et al., 2020).

2.1.2 Kinerja Bisnis *Sustainable*

Kinerja merupakan suatu perilaku yang mengarah pada pencapaian tujuan, atau misi organisasi, atau produk dan jasa yang dihasilkan dari perilaku tersebut. Kinerja dipengaruhi oleh berbagai faktor yang diantaranya; kepandaian, keahlian, dan ketersediaan sumber daya, faktor tersebut menjadi kunci dapat memengaruhi perilaku pengikut dalam pencapaian tujuan organisasi (Hughes & Richard, 2012).

Secara konseptual, *sustainable business* adalah bisnis yang tidak hanya memberikan keuntungan jangka pendek namun juga berkelanjutan, selain itu juga suatu bisnis yang mana perusahaan dan pelaku ekonomi tidak hanya memberikan dampak ekonomi namun juga menciptakan nilai sosial yang berdampak lebih besar (Prabawani, 2016).

Prinsip yang digunakan dalam *sustainable business* tidak jauh berbeda dengan tujuan yang hendak dicapai. Secara rinci prinsip dalam bisnis berkelanjutan ini dikenal dengan istilah Triple Bottom Line (TBL) yang dikembangkan oleh (Elkington & Rowlands, 1999). Istilah tersebut menjabarkan tiga dimensi sebagai prinsip untuk mengukur keberlanjutan dari suatu usaha atau bisnis, diantaranya yaitu dimensi alam atau lingkungan, sosial, dan ekonomi.

Pada dimensi alam atau lingkungan membahas mengenai persoalan konsumsi, polusi, limbah dan riset pengembangan. Selanjutnya pada dimensi sosial meliputi kepuasan karyawan, *turnover*, pelatihan, kepuasan konsumen, hubungan dengan masyarakat dan kegiatan filantropi. Sedangkan pada dimensi ekonomi meliputi perhatian terhadap kinerja perusahaan baik dari sisi laba/rugi (*profit*). Maka dari itu, prinsip ini sekaligus menjadi indikator sejauh mana sebuah perusahaan atau bisnis memiliki dampak terhadap ketiga aspek tersebut, sehingga tidak hanya ekonomi *profit* yang menjadi satu-satunya orientasi melainkan masyarakat sosial juga mendapatkan dampak positif, serta alam atau lingkungan juga dapat terjaga, sehingga adanya perusahaan tidak justru merusak lingkungan (Elkington & Rowlands, 1999).

Kinerja bisnis *sustainable* dapat menjadi perhatian khusus terhadap dampak positif dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang, mulai dari bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan. Kegiatan ini menjadi bagian yang berbanding lurus dengan konsep pembangunan berkelanjutan dengan menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial (Ch'ng et al., 2021).

Pencemaran udara yang disebabkan oleh jejak karbon menjadi hal yang paling signifikan terhadap pemanasan global. Jejak karbon adalah total emisi gas karbon yang dihasilkan dari proses industri. Berdasarkan data laporan pada IQAir atau Indeks Kualitas Udara menyebutkan bahwa kota Jakarta merupakan kota dengan tingkat polusi udara tertinggi di Dunia per tanggal 18 Juni 2024 (IQAir, 2024).

Kejadian tersebut merupakan hal krusial yang wajib untuk segera ditangani. Negara Indonesia sendiri memiliki beberapa perusahaan yang telah menerapkan prinsip bisnis *sustainable* seperti, perusahaan Holcim yang berhasil mendapatkan penghargaan *Best Strategy and Sustainability Management* pada acara *Sustainable Business Award* Indonesia (SBA) tahun 2017. Perusahaan ini menggunakan prinsip bisnis berkelanjutan sehingga diberi kesempatan dengan menjadi salah satu pendiri *Indonesian Business Council for Sustainable Development* (IBCSD) dan *Green Building Council Indonesia* (GBCI) (MIX Marketing Communication, 2017). Selain perusahaan Holcim terdapat juga pada perusahaan *Olymplast* yang menerapkan kinerja bisnis *sustainable*. *Olymplast* dalam membuat produknya menggunakan sampah plastik yang didaur ulang sehingga menjadi perusahaan inovasi furnitur yang ramah lingkungan dengan berhasil mengurai sampah plastik dalam jumlah besar (Olymplast, 2020).

2.1.3 UMKM Kreatif

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM pertamakali tercetus pada tahun 2008 yang penjabaran secara rinci dan peraturannya terdapat didalam UU RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008). Dalam UU tersebut disebutkan

UMKM sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Sedangkan pada usaha kecil dan usaha menengah merupakan usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang usaha yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.

Dalam PP RI No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, 2021) tersebut telah diatur mengenai kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. Antara lain sebagai berikut :

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

Kriteria	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Modal Usaha	≤ 1 Miliar Rupiah	1 - 5 Miliar Rupiah	5 - 10 Miliar Rupiah
Hasil Penjualan Tahunan	≤ 2 Miliar Rupiah	2 – 15 Miliar Rupiah	15 – 50 Miliar Rupiah

Sumber: Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.7 Tahun 2021

UMKM berperan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia dalam memajukan ekonomi nasional, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM melaporkan jumlah UMKM saat ini sebanyak 64,19 juta unit. Peran UMKM terhadap PDB sangat signifikan, dengan angka yang mencapai 61,07% atau setara Rp8.573,89 triliun. Selain itu berdasarkan data Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan pada Semester I tahun 2021, peran UMKM terhadap ekonomi dapat menyerap kurang lebih sebanyak 117 juta pekerja atau sekitar 97% dari total tenaga kerja yang ada dan dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi. Hal tersebut membuktikan bahwa UMKM berperan dalam menggerakkan roda perekonomian melalui kegiatan distribusi dan konsumsi. UMKM juga mampu menghasilkan devisa bagi negara melalui kegiatan ekspor.

UMKM juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi dan kreativitas mereka dalam berwirausaha.

UMKM kreatif merupakan sektor ekonomi yang bergerak di bidang industri kreatif. Ekonomi kreatif menjadi bagian penting dari perekonomian yang terdiri dari 16 sektor, diantaranya: industri film, animasi, video animasi, permainan interaktif, seni pertunjukan, musik, periklanan, arsitektur, barang seni, kerajinan tangan, desain, fashion, penerbitan, percetakan, televisi dan radio, penelitian (Wisnumurti, 2023). Contoh UMKM kreatif antara lain perusahaan desain grafis, studio film independen, toko pakaian berdesain unik, galeri seni, dan agen periklanan. Dengan penjabaran sebelumnya dapat dilihat bahwa UMKM kreatif menjadi penggerak utama kreativitas dan inovasi perekonomian dalam mengembangkan produk dan jasa yang berbeda dan unik. Melalui kontribusi tersebut, UMKM kreatif tidak hanya bertanggung jawab pada aspek ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, tetapi juga berperan penting dalam melestarikan dan memperkuat identitas budaya, mendorong inovasi, dan memberikan dorongan baru bagi dunia bisnis dan seni.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk memperkuat penelitian ini berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut penelitian terkait antara lain:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	(Ch'ng et al., 2021)	Eco-innovation practices and sustainable business performance: The moderating effect of market turbulence in the Malaysian	Setiap jenis <i>eco-innovations</i> (<i>eco-process, eco-product dan eco-organizational</i>) membawa dampak pada dimensi kinerja bisnis berkelanjutan yang berbeda (ekonomi, sosial dan lingkungan). Dampak dari setiap jenis <i>eco-innovations</i> terlepas dari peran moderat gejolak pasar dalam industri

		technology industry	teknologi Malaysia.
2	(Cheng et al., 2014)	The link between eco-innovation and business performance: A Taiwanese industry context.	Penelitian ini menghasilkan implikasi manajerial berupa, restrukturisasi organisasi ramah lingkungan menghasilkan pembaruan manajerial dan struktural serta memfasilitasi terciptanya proses manufaktur ramah lingkungan. Selain itu manajemen harus sepenuhnya memahami manfaat dan keterbatasan relatif dari setiap jenis inovasi ramah lingkungan, untuk meningkatkan kinerja bisnis.
3	(Al-Hanakta et al., 2023)	Eco-innovation influence on business performance in Jordanian micro, small and medium enterprises operating in the food processing sector	Hasil peneliti menunjukkan inovasi ramah lingkungan memediasi dampak inovasi proses ramah lingkungan dan produk ramah lingkungan. Studi ini berkontribusi pada literatur <i>eco-innovation</i> dengan menghubungkan sumber daya dengan kinerja bisnis. Para pembuat kebijakan harus membuat peraturan untuk mendorong <i>eco-innovation</i> dan pendekatan sistemis sangat penting untuk keberhasilan penerapan <i>eco-innovation</i> .
4	(Xavier et al., 2020)	Eco-innovation maturity model: A framework to support the evolution of eco-innovation integration in companies.	Sebagai kontribusi ilmiah, dalil kerangka praktik pengelolaan eko-inovasi dapat disorot, serta karakterisasi tingkat kematangan setiap praktik. Sebagai kontribusi praktis terhadap lingkungan industri, diusulkan: panduan sederhana dan praktis untuk pemilihan dan integrasi global praktik eko-inovasi dalam organisasi; instrumen untuk mengevaluasi kinerja organisasi dalam inovasi lingkungan; studi kasus untuk mensosialisasikan praktik industri yang lebih baik.
5	(Wisnumurti, 2023)	Protection of UMKM in Sustainable Creative Economy Development in Indonesia	Perlindungan terhadap UMKM dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dapat diwujudkan dengan mendaftarkan kekayaan intelektual yaitu hak merek atas produk yang dihasilkannya. Sebab ide dan gagasan merupakan kekayaan intelektual yang akan menjadi pembeda antara

			UMKM satu dengan UMKM lainnya. Hal ini telah diatur dalam undang-undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek. Pendaftaran merek tidak hanya bermanfaat bagi pelaku usaha tetapi juga masyarakat sebagai konsumen karena konsumen dapat memilah-milah sebelum memilih.
--	--	--	--

2.3 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan tentatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan adanya hipotesis dalam penelitian dapat menjadi peran penting dalam mengarahkan metodologi penelitian dan analisis data (Hair et al., 2010).

2.3.1 Pengaruh Dimensi *Eco-Process Innovation* terhadap Bisnis *Sustainable* UMKM Kreatif di Indonesia

Pada inovasi proses ramah lingkungan atau *eco-process innovation*, merupakan proses dalam memaksimalkan produktivitas material dengan berfokus pada efisiensi energi dan dengan menciptakan nilai baru dari limbah serta menggantinya dengan proses terbaru (Ch'ng et al., 2021). Dimensi *eco-process innovation* itu sendiri merupakan hasil pengembangan lanjutan dari cara kerja *upcycle* dengan memanfaatkan barang-barang bekas untuk memberi nilai yang lebih dengan menyempurnakan gerakan *recycle* yang hanya sekedar mendaur ulang (Zhao et al., 2021) (Ilhan, 2016).

Penerapan dimensi *eco-process innovation* juga terlihat pada UMKM “Kaloka Pottery”, yang memanfaatkan limbah keramik dan tanah liat daur ulang sebagai bahan utama dalam proses produksinya. Limbah keramik yang biasanya dibuang diolah kembali menjadi produk baru seperti gelas, piring, dan vas dengan desain modern yang diminati pasar lokal dan internasional (Rohman, 2023). Hal serupa dilakukan oleh UMKM “Tanamera Coffee”, yang menggunakan limbah kulit kopi (coffee husk) untuk menghasilkan bio-kompos, kantong kemasan organik, dan furnitur berbasis serat. Melalui inovasi proses ini, Tanamera Coffee tidak hanya

mengurangi dampak lingkungan tetapi juga meningkatkan nilai produk, menjadikannya salah satu merek kopi berkelanjutan terkemuka di Indonesia. Kedua UMKM ini membuktikan bahwa *eco-process innovation* dapat menjadi strategi efektif untuk menciptakan produk yang autentik sekaligus ramah lingkungan

Penelitian (Pamudyarini, 2021) mengungkap bahwa perilaku konsumen yang peduli lingkungan dan inovasi proses yang tinggi mampu meningkatkan fashion berkelanjutan. Sementara itu, (Ch'ng et al., 2021) menemukan bahwa setiap *eco-process innovation* memberikan dampak signifikan pada dimensi kinerja bisnis berkelanjutan, meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan dasar tersebut, penelitian ini mengemukakan hipotesis bahwa *eco-process innovation* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan pada UMKM kreatif.

H1: Dimensi *Eco-Process Innovation* berpengaruh positif terhadap Bisnis Sustainable UMKM Kreatif di Indonesia

2.3.2 Pengaruh Dimensi *Eco-Product Innovation* terhadap Bisnis Sustainable UMKM Kreatif di Indonesia

Dimensi *eco-product innovation* merupakan kegiatan yang menitikberatkan penciptaan produk dengan menggunakan inovasi teknologi baru seperti dematerialisasi dan produk yang dihasilkan dapat didaur ulang kembali atau dapat terurai oleh alam dalam waktu singkat (Ch'ng et al., 2021).

Salah satu penerapan dimensi *eco-product innovation* dapat dilihat pada UMKM Kreatif Indonesia yaitu UMKM Kertas.kertasan dengan akun Instagram-nya bernama @kertas.kertasan. Pada UMKM tersebut menghasilkan produk berupa kertas undangan, kartu ucapan, dan *hangtag* baju/produk. Hal istimewa dari UMKM Kertas.kertasan ini adalah, pada produknya yang apabila sudah tidak terpakai, dapat ditanam di tanah yang kemudian akan tumbuh sayuran bayam, hal ini dikarenakan pada produknya diberi kandungan bibit bayam. Selain produknya

yang dapat terurai, UMKM tersebut juga memiliki inovasi sebagai bibit tanaman.

Dari hasil penelitian (Chen et al., 2006) menyatakan bahwa Inovasi ramah lingkungan, termasuk inovasi produk ramah lingkungan, secara positif memengaruhi daya saing perusahaan melalui kemampuannya untuk memenuhi regulasi lingkungan dan meningkatkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, berdasarkan acuan tersebut penelitian ini mengemukakan hipotesis berikut:

H2: Dimensi *Eco-Product Innovation* berpengaruh positif terhadap Bisnis Sustainable UMKM Kreatif di Indonesia

2.3.3 Pengaruh Praktik *Eco-Organizational* terhadap Bisnis Sustainable UMKM Kreatif di Indonesia

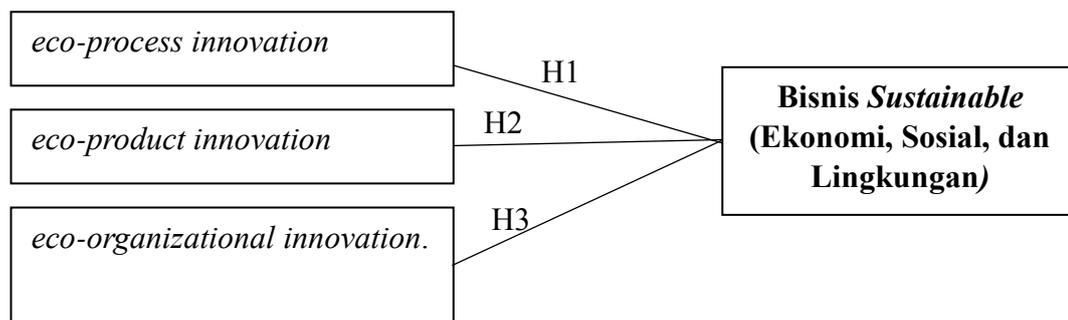
Penelitian dari (Xavier et al., 2020) menjelaskan bahwa *eco-innovation* merupakan bentuk inovasi yang memiliki tujuan untuk kemajuan signifikan dan dapat dibuktikan menuju tujuan pembangunan berkelanjutan, melalui pengurangan dampak terhadap lingkungan atau mencapai penggunaan sumber daya alam yang lebih efisien dan bertanggungjawab. Praktik *eco-innovation* tidak berbeda dengan inovasi itu sendiri, hanya dengan menambahkan upaya dalam mengurangi dampak terhadap lingkungan, memicu perubahan norma-norma sosial budaya dan struktur institusi yang mengarah pada dampak lingkungan.

Dari hasil penelitian (Ch'ng et al., 2021) menyatakan bahwa praktik *eco-organizational innovation* atau inovasi organisasi ramah lingkungan, menyatakan bahwa perubahan pola pikir dalam budaya organisasi menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi inovasi. Kontribusi positif *eco-organizational innovation* terhadap kinerja berkelanjutan tidak hanya dapat dilihat dari segi finansial saja, tetapi juga dalam prestasi di lingkungan sosial dan alam. Oleh karena itu, berdasarkan acuan tersebut penelitian ini mengemukakan hipotesis berikut:

H3: Dimensi *Eco-Organizational* berpengaruh positif terhadap Bisnis Sustainable UMKM Kreatif di Indonesia

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka teori merupakan struktur konseptual atau dasar yang relevan yang digunakan sebagai landasan untuk mengimplementasikan penelitian ilmiah (Hair et al., 2010), khususnya dalam konteks penelitian saat ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana dimensi *eco-innovation* dalam UMKM kreatif dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja bisnis sustainable. Berdasarkan definisi tersebut maka kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Sumber: Penelitian Langsung

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, di mana data yang dikumpulkan berupa angka. Data numerik tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. Menurut (Hair et al., 2010) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data numerik dan teknik statistik untuk menguji hubungan antara variabel serta mengidentifikasi pola atau tren dalam data. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang objektif, dapat diukur, dan digeneralisasikan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah para pelaku UMKM Kreatif di Indonesia yang dalam menjalankan usahanya menerapkan praktik *eco-innovation*. UMKM Kreatif tersebut juga harus sejalan dengan kinerja bisnis *sustainable* dalam pelaksanaan usahanya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Hair et al., 2010), populasi adalah keseluruhan subjek yang diteliti, sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti. Populasi penelitian ini adalah UMKM yang bergerak dalam bidang industri Ekonomi Kreatif, terdiri atas 16 sektor, diantaranya: industri film, animasi, video animasi, permainan interaktif, seni pertunjukan, musik, periklanan, arsitektur, barang seni, kerajinan tangan, desain, fashion, penerbitan, percetakan, televisi dan radio (Wisnumurti, 2023)

3.3.2 Sampel

Menurut (Hair et al., 2010) Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dengan tujuan untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, karena pemilihannya didasarkan pada kriteria tertentu. Untuk menentukan sampel digunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengumpulan data pada bagian dari populasi yang sesuai dengan kriteria penelitian (Hair et al., 2010).

Pada penelitian ini jumlah populasi yang tidak diketahui serta tidak terhingga, maka untuk menentukan banyaknya sampel yang akan digunakan menggunakan pendapat (Hair et al., 2010) minimal jumlah sampel dalam penelitian setidaknya adalah 5-10 kali dari jumlah keseluruhan indikator, adapun jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 17. Jadi, besar sampel dalam penelitian ini adalah $17 \times 7 \Rightarrow 119$ sampel.

3.4 Metode Pengumpulan data

3.4.1 Data Primer

Menurut (Hair et al., 2010) Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya untuk tujuan penelitian tertentu. Contoh sumber data primer meliputi wawancara, survei, observasi, dan eksperimen.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut (Hair et al., 2010), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan tersedia untuk digunakan oleh peneliti. Sumber data sekunder meliputi dokumen, publikasi informasi melalui media internet, serta jurnal atau penelitian terdahulu yang hasilnya dapat dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian ini. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder diperoleh dari

informasi UMKM yang didapat melalui media sosial, email, WhatsApp Business, dan platform e-commerce.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

- a. Variabel independen, atau dalam istilah lain merupakan variabel bebas yang dilambangkan sebagai huruf (X). Variabel ini merupakan variabel yang dapat memengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini "Dimensi *Eco-Innovation*" (X) merupakan variabel independen.
- b. Variabel dependen, merupakan variabel yang nilainya bergantung kepada variabel independen atau menerima pengaruh dari variabel independen. Istilah lain variabel ini adalah variabel terikat yang dilambangkan sebagai huruf (Y). Pada penelitian ini "Kinerja Bisnis *Sustainable* Pada UMKM Kreatif" (Y) merupakan variabel dependen.

3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel diperlukan untuk menjabarkan lebih lanjut setiap variabel penelitian, dimensi, dan indikator apa yang digunakan pada variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Eco-Process Innovation</i> (X1)	Dimensi <i>eco-process innovation</i> , adalah terjadinya pembaruan inovatif dalam proses pengoperasian atau peralatan guna untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dan proses ramah lingkungan. (Ch'ng et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan proses pembuatan produk yang sejalan dengan ekologis dan kinerja bisnis <i>sustainable</i>. 2. Menggunakan bahan dasar sampah dan limbah produk atau bahan yang sudah tidak memiliki nilai tinggi. 3. Dalam proses pembuatan produk, sangat minim limbah yang dihasilkan. 	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		Total 3 Pertanyaan item	
<i>Eco-Product Innovation</i> (X2)	Dimensi <i>eco-product innovation</i> adalah penciptaan produk yang disederhanakan melalui teknologi baru seperti dematerialisasi dan produk yang dihasilkan dapat didaur ulang atau dapat terurai (Ch'ng et al., 2021)	1. Mementingkan produk yang ramah lingkungan dan berkualitas. 2. Produk yang dihasilkan dapat didaur ulang kembali ataupun dapat terurai oleh alam dalam waktu relatif singkat. Total 2 Pertanyaan item	Likert
<i>Eco-Organizational Innovation</i> (X3)	Dimensi <i>eco-organizational innovation</i> bertujuan untuk keberlanjutan ekologi dan kinerja organisasi, sehingga meningkatkan daya saing sekaligus berkontribusi positif terhadap tujuan lingkungan (Ch'ng et al., 2021).	1. Ikut bergabung dalam organisasi atau komunitas yang menerapkan bisnis <i>sustainable</i> . 2. Pemerintah Indonesia dan pihak swasta telah menciptakan organisasi yang berlandaskan bisnis <i>sustainable</i> , dan mampu mendorong para pelaku UMKM untuk menerapkan bisnis <i>sustainable</i> dengan baik. Total 2 Pertanyaan item	Likert
Kinerja Bisnis <i>Sustainable</i> Pada UMKM Kreatif (Y)	Pada bisnis <i>sustainable</i> merupakan pembangunan usaha berkelanjutan dengan menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial (Ch'ng et al., 2021).	1. Memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan laba/rugi usahanya. 2. Menjalankan usaha dengan mengedepankan keuntungan. 3. Selalu awas terhadap perkembangan ekonomi baik dalam negeri maupun luar negeri. 4. Tidak hanya mengedepankan keuntungan saja melainkan perlu memperhatikan aspek lainnya yakni kesejahteraan sosial.	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		5. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) perlu dijalankan secara baik dan tegas. 6. Peduli terhadap produktivitas jam kerja para pekerja. 7. Upah yang diberikan kepada para pekerja harus diperhitungkan secara adil dan bijaksana tanpa adanya eksploitasi sumber daya manusia. 8. Dalam penggunaan sumber daya alam, perlu adanya kebijakan yang baik agar tidak terjadinya eksploitasi alam. 9. Peduli terhadap dampak buruk dari limbah usaha terhadap lingkungan alam. 10. Melaksanakan UMKM yang ramah lingkungan dengan melakukan dimensi <i>eco-inovation</i> mengingat pemanasan global yang semakin meningkat. Total 10 Pertanyaan item	

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel (X) yaitu Dimensi *Eco-Inovation* dan variabel (Y) Kinerja Bisnis *Sustainable* Pada UMKM Kreatif.

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran validitas yang menunjukkan tingkat kevalidan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai tingkat validitas

tinggi. Sebaliknya, instrumen yang validitasnya kurang berarti memiliki valid yang rendah (Hair et al., 2010).

Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada para pelaku UMKM kreatif di Indonesia. Dalam uji ini sampel yang dipakai pemilik UMKM kreatif. Uji validitas konstruk dalam penelitian ini, menggunakan *product moment*. Dalam pengujian validitas konstruk, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau α sebesar 0,05.

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

- Bila $r_{hitung} \geq r_{table}$ maka instrumen valid.
- Bila $r_{hitung} \leq r_{table}$ maka instrumen tidak valid.
- Bila probabilitas (sig) $\leq \alpha$ maka instrumen valid.
- Bila probabilitas (sig) $\geq \alpha$ maka instrumen tidak valid.
- Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 30).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh dan konsisten suatu alat ukur dapat dipercaya. Uji reliabilitas berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada sampel yang berbeda. Uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila dilakukan secara berulang-ulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten. Sebaliknya jika suatu alat ukur digunakan berulang

dan hasil pengukuran yang diperoleh tidak konsisten maka alat ukur tersebut dianggap tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas, dilakukan dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Kalkulasi koefisien *cronbach alpha* menggunakan program SPSS dan batas kritis untuk nilai *cronbach alpha* untuk mengindikasikan kuesioner yang reliabel adalah 0,50. Koefisien *cronbach alpha* \geq 0,50 merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel atau handal.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode ini bertujuan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen yang ada (Ghozali, 2018). Dalam konteks ini, variabel dependen (Y) adalah yang ingin diprediksi, sedangkan variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) adalah faktor-faktor yang memengaruhi Y. Rumus umum untuk analisis regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Di mana:

- Y = Kinerja Bisnis *Sustainable*
- X_1 = *Eco-Process Innovation*
- X_2 = *Eco-Product Innovation*
- X_3 = *Eco-Organizational Innovation*
- β_0 = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen
- ϵ = Error term atau residual

3.8.2 Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial, atau yang dikenal sebagai Uji-t, adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara

individual terhadap variabel dependen dalam analisis regresi. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen tertentu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen ketika variabel lainnya tetap konstan.

Uji-t dapat dilakukan dengan dua pendekatan utama yaitu perbandingan nilai t hitung dan t tabel dan pendekatan analisis nilai signifikansi (Sig). Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, Jika nilai signifikansi (*p-value*) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak, menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis awal yang menyatakan terdapat pengaruh *Eco-Process Innovation*, *Eco-Product Innovation*, *Eco-Organizational Innovation* terhadap Kinerja Bisnis *Sustainable* pada UMKM Kreatif di Indonesia dapat diterima dengan uraian sebagai berikut:

1. *Eco-Process Innovation* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis *Sustainable* pada UMKM Kreatif di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam proses produksi yang lebih ramah lingkungan berkontribusi pada keberlanjutan usaha, sejalan dengan meningkatnya kesadaran pemilik UMKM terhadap dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka.
2. *Eco-Product Innovation* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis *Sustainable* pada UMKM Kreatif di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang berorientasi pada keberlanjutan berkontribusi terhadap peningkatan nilai bisnis, didukung oleh kesadaran pemilik usaha terhadap pentingnya aspek lingkungan dalam produk yang ditawarkan.
3. *Eco-Organizational Innovation* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis *Sustainable* pada UMKM Kreatif di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan inovasi dalam aspek organisasi berkontribusi pada keberlanjutan usaha, didukung oleh keterlibatan pelaku UMKM dalam ekosistem bisnis yang berorientasi pada prinsip keberlanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberi bahan masukan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian *Eco-Process Innovation*, *Eco-Product Innovation*, *Eco-Organizational Innovation* maka perlu ditingkatkan beberapa parameter dari tiap variabel yaitu sebagai berikut :
 - 1) Memperhatikan proses pembuatan produk yang sejalan dengan ekologis dan Kinerja Bisnis *Sustainable* .
 - 2) □Produk yang dihasilkan pada UMKM, dapat didaur ulang kembali ataupun dapat terurai oleh alam dalam waktu yang relatif singkat.
 - 3) Pemerintah indonesia dan pihak swasta perlu menciptakan organisasi yang berlandaskan bisnis *sustainable* dan mampu mendorong para pelaku UMKM untuk menerapkan bisnis *sustainable* dengan baik.
2. Bagi peneliti lain, pada penelitian ini hanya pengaruh terhadap kinerja bisnis *sustainable* hanya diukur berdasarkan variabel *Eco-Process Innovation*, *Eco-Product Innovation*, dan *Eco-Organizational Innovation*, sehingga belum mampu menggambarkan pengaruh variabel lain yang mungkin relevan dalam mendukung kinerja bisnis yang berkelanjutan pada UMKM kreatif di Indonesia. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel tambahan, seperti *Eco-Marketing Innovation*, *Green Supply Chain Management*, atau *Digital Transformation*, yang juga berperan dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hanakta, R., Hossain, M. B., Pataki, L., & Dunay, A. (2023). Eco-innovation influence on business performance in Jordanian micro, small and medium enterprises operating in the food processing sector. *PLoS ONE*, 18(2 February). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281664>
- Cheng, C. C. J., Yang, C. L., & Sheu, C. (2014). The link between eco-innovation and business performance: A Taiwanese industry context. *Journal of Cleaner Production*, 64, 81–90. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.050>
- Ch'ng, P. C., Cheah, J., & Amran, A. (2021). Eco-innovation practices and sustainable business performance: The moderating effect of market turbulence in the Malaysian technology industry. *Journal of Cleaner Production*, 283. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124556>
- Elkington, John., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25 No.4, 42.
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2 No. 1, 31–42.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multiverse dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Vol. 8).
- Hanelt, A., Busse, S., & Kolbe, L. M. (2017). Driving business transformation toward sustainability: exploring the impact of supporting IS on the performance contribution of eco-innovations. *Information Systems Journal*, 27(4), 463–502. <https://doi.org/10.1111/isj.12130>
- Hughes, & Richard L. (2012). *Leadership* (7th ed.). Salemba Humanika.
- Ilhan, M. (2016). *Transforming Trash As an Artistic Act*.
- Jamaludin, Hendraputra, S., Ariestningsih, E. S., Marino, W. S., Sari, D. J., Kumar, S., Widiharti, Purnami, R., Suhardi, Yuliati, L., Genovevas, Adisuputra, Has, D. F., & Afrizal. (2022). *Technopreneurship Inovasi Bisnis di Era Digital*. www.tcpdf.org

- María del Rosario, R. S., Patricia S., S. M., & René, D. P. (2017). Eco-innovation and organizational culture in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 65, 71–80. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.06.001>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Pub. L. No. 7, Presiden Republik Indonesia 25 (2021).
- Prabawani, B. (2016). *Business Sustainability dan Peran Triple Helix dalam Industri* (B. Wibowo, Ed.). Terra Media. <https://www.researchgate.net/publication/321724219>
- Pratitis, R. W., & Yumarnis, R. A. A. (2024). Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan dan Masyarakat: Studi Kasus Brand H&M. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2 No.1, 327–334.
- Sari, N. P., Handayani, S., Akuntansi, J., & Ekonomi, F. (2020). *Pengaruh Pengungkapan Green Product Innovation Dan Green Process Innovation Terhadap Kinerja Perusahaan* (Vol. 09, Issue 01). <http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa>
- Subyakto, C. (2023). Sejauh Mata Memandang. *Laporan Dampak 2023*, 1–46.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). CV Alfabeta.
- Surtani, O. : (2015). *Efek Rumah Kaca Dalam Perspektif Global (Pemanasan Global Akibat Efek Rumah Kaca)* (Vol. 4, Issue 1).
- Thakker, A. M., & Sun, D. (2023). Sustainable Development Goals for Textiles and Fashion. In *Environmental Science and Pollution Research* (Vol. 30, Issue 46, pp. 101989–102009). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-29453-1>
- Triana, V. (2008). Pemanasan Global. In *Jurnal Kesehatan Masyarakat* (Issue 2).
- Undang-Undang Republik Indonesia, Pub. L. No. 20, Undang-undang Republik Indonesia 1 (2008).
- Waskito, J., & Harsono, M. (2012). Jurnal Dinamika Manajemen. In *JDM* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>
- Wisnumurti, A. A. G. O. (2023). Protection of UMKM in Sustainable Creative Economy Development in Indonesia. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Business Law and Local Wisdom in Tourism (ICBLT 2022)* (pp. 699–705). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-93-0_82

Xavier, A., Reyes, T., Aoussat, A., Luiz, L., & Souza, L. (2020). Eco-innovation maturity model: A framework to support the evolution of eco-innovation integration in companies. *Sustainability (Switzerland)*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/su12093773>

Zhao, X., Korey, M., Li, K., Copenhaver, K., Tekinalp, H., Celik, S., Kalaitzidou, K., Ruan, R., Ragauskas, A. J., Ozcan, S., Zhao, (X, Gov, O., & Ozcan, (S. (2021). *Plastic waste upcycling toward a circular economy*.

Sumber internet:

IQAir. (2024). *Kualitas Udara di Dunia. IQAir*. Diakses pada tanggal 18 Juni 2024 melalui <https://www.iqair.com/id/world-air-quality>

MIX Marketing Communication (2017). *Sari Husada dan Holcim Raih Penghargaan SBA 2017*. Diakses pada tanggal 17 Juni 2024 melalui <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/sari-husada-dan-holcim-raih-penghargaan-sba-2017/>

Olymplast (2023). *Olymplast : 8th Better Life Olymplast Let's Make A Big Impact For A Better Life With Olymplast*. Diakses pada tanggal 2 Mei 2024 melalui <https://olymplast.co.id/sustainability/>

Putra, M., & May, N. (2020). *Diam & Dengarkan (Dokumenter Panjang,2020)*. Diakses pada tanggal 17 Juni 2024 melalui <https://youtu.be/NvNLumlAJX0?si=dLUya5qXGryK34Iq>