

**PENGARUH *GREEN CREATIVITY* TERHADAP KINERJA BISNIS  
BERKELANJUTAN MELALUI *GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung)**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**AGUSTINUS ADVENTINO SULISTYAWAN  
NPM 2211011026**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## ABSTRAK

### **PENGARUH *GREEN CREATIVITY* TERHADAP KINERJA BISNIS BERKELANJUTAN MELALUI *GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA UMKM BIDANG MAKANAN DAN MINUMAN DI BANDAR LAMPUNG)**

Oleh

**(Agustinus Adventino Sulistyawan)**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Green Creativity* terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan dengan *Green Competitive Advantage* sebagai variabel mediasi pada UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya tuntutan praktik bisnis berkelanjutan di sektor UMKM, namun masih terdapat keterbatasan dalam menerjemahkan kreativitas hijau menjadi keunggulan kompetitif. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 158 pelaku UMKM kuliner yang menerapkan praktik ramah lingkungan. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) versi 4.0. Hasil menunjukkan *Green Creativity* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan dan *Green Competitive Advantage*. *Green Competitive Advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan serta *Green Competitive Advantage* memediasi parsial pengaruh *Green Creativity* terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan. Pelaku UMKM disarankan mengoptimalkan kreativitas berbasis lingkungan dan membangun keunggulan kompetitif hijau untuk meningkatkan kinerja bisnis berkelanjutan.

**Kata kunci: Kreativitas Hijau, Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan, Kinerja Bisnis Berkelanjutan, UMKM Bidang Makanan dan Minuman**

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF GREEN CREATIVITY ON SUSTAINABLE  
BUSINESS PERFORMANCE THROUGH GREEN COMPETITIVE  
ADVANTAGE AS A MEDIATING VARIABLE (A STUDY ON FOOD AND  
BEVERAGE SMEs IN BANDAR LAMPUNG)***

***By***

**(Agustinus Adventino Sulistyawan)**

*This study aims to analyze the influence of Green Creativity on Sustainable Business Performance with Green Competitive Advantage as a mediating variable among food and beverage SMEs in Bandar Lampung. The research background is based on the increasing demand for sustainable business practices in the SME sector, yet there remain limitations in translating green creativity into competitive advantage. The study employs a quantitative approach with a sample of 158 culinary SME entrepreneurs implementing environmentally-friendly practices. A five-point Likert scale questionnaire was employed for data collection, and the data were subsequently analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) version 4.0. The results indicate that Green Creativity has a significant positive influence on Sustainable Business Performance and Green Competitive Advantage. Green Competitive Advantage significantly and positively influences Sustainable Business Performance and Green Competitive Advantage partially mediates the influence of Green Creativity on Sustainable Business Performance. SME entrepreneurs are recommended to optimize environment-based creativity and build green competitive advantages to enhance sustainable business performance.*

***Keywords: Green Creativity, Sustainable Competitive Advantage, Sustainable Business Performance, Food and Beverage SMEs***

**PENGARUH *GREEN CREATIVITY* TERHADAP KINERJA BISNIS  
BERKELANJUTAN MELALUI *GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada UMKM Bidang Makanan Dan Minuman Di Bandar Lampung)**

**Oleh**

**AGUSTINUS ADVENTINO SULISTYAWAN**

**NPM 2211011026**

**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**

**2026**

**Judul Skripsi**

**: PENGARUH *GREEN CREATIVITY*  
TERHADAP KINERJA BISNIS  
BERKELANJUTAN MELALUI *GREEN*  
*COMPETITIVE ADVANTAGE* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI (Studi Pada UMKM  
Bidang Makanan Dan Minuman Di Bandar  
Lampung)**

**Nama Mahasiswa**

**: Agustinus Adventino Sulistyawan**

**Nomor Pokok Mahasiswa**

**: 2211011026**

**Program Studi**

**: S1 Manajemen**

**Fakultas**

**: Ekonomi dan Bisnis**



**Pembimbing I**

**1. Komisi Pembimbing**

**Pembimbing II**

**Dr. RR. Erlina, S.E., M.Si.**

**NIP. 196208221987032002**

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

**NIP. 199211292020122023**

**MENGETAHUI**

**2. Ketua Jurusan Manajemen**

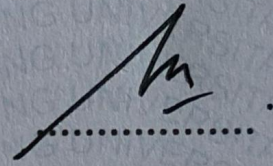
**Dr. Ribhan, S.E., M.Si.**

**NIP. 196807082002121003**

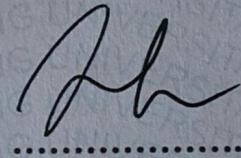
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

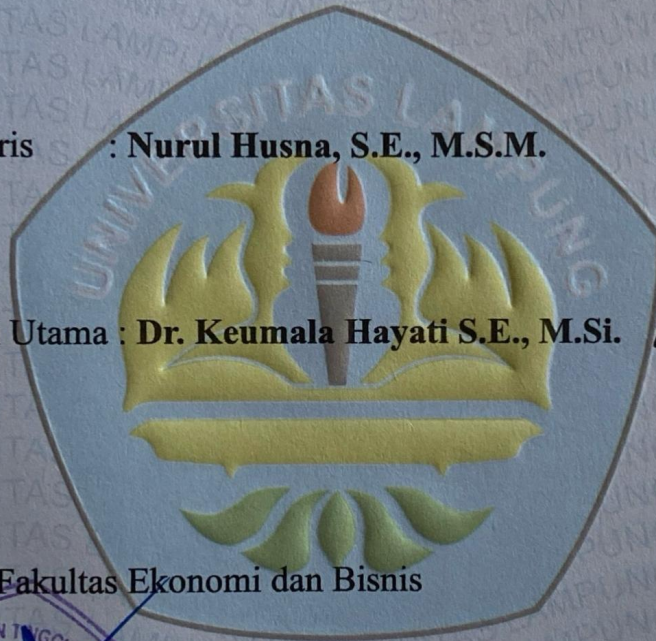
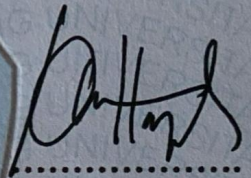
**Ketua : Dr. RR. Erlina, S.E., M.Si.**



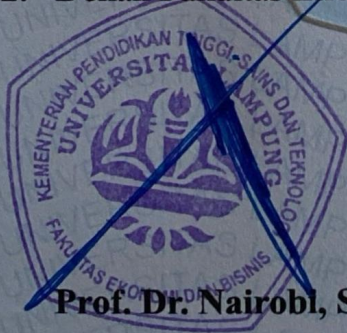
**Sekretaris : Nurul Husna, S.E., M.S.M.**



**Penguji Utama : Dr. Keumala Hayati S.E., M.Si.**



**2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.**

**NIP. 196606211990031003**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 22 April 2026**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Nama : Agustinus Adventino Sulistyawan  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2211011026  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Creativity* Terhadap Kinerja  
Bisnis Berkelanjutan Melalui *Green Competitive Advantage* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada  
UMKM Bidang Makanan Dan Minuman Di Bandar  
Lampung)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 07 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Agustinus Adventino Sulistyawan

2211011026

## RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap Agustinus Adventino Sulistyawan, kerap dipanggil Advent, lahir di Bantul pada tanggal 12 Desember 2003, dari pasangan Bapak Yohanes dan Ibu Chatarina. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, dengan seorang kakak bernama Olivia dan adik bernama Elisabet. Riwayat pendidikan penulis dimulai di TK Fransiskus Pringsewu, kemudian melanjutkan ke SD Fransiskus Pringsewu. Penulis meneruskan studi di SMP Xaverius Pringsewu (lulus 2019) dan SMA Xaverius Pringsewu (lulus 2022). Pada tahun 2022, penulis berhasil diterima melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Selama masa kuliah, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi dan kepemimpinan. Penulis dipercaya sebagai Ketua Bidang Eksternal Unit Kegiatan Mahasiswa Katolik Universitas Lampung periode 2024 dan *Public Relations* Kejar Mimpi Lampung pada tahun 2024. Selain itu, penulis juga aktif dalam kepanitiaan strategis, di antaranya sebagai Ketua Pelaksana Seminar Nasional UKM Katolik Universitas Lampung 2024 serta PIC Hubungan Masyarakat pada kegiatan kolaborasi Kejar Mimpi Lampung dengan Busa Pustaka di Pulau Pasaran. Penulis juga memiliki pengalaman praktis melalui program magang di bagian *Corporate Social Responsibility* PT Bukit Asam Tarahan Port selama tiga bulan (November 2025 - Januari 2026). Dalam rangka implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Rama Dewa, Kecamatan Seputih Raman, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari.

## MOTTO

*“Pray as though everything depended on God. Work as though everything depended on you.”*

(Santo Agustinus)

“Janganlah kamu menjadi serupa dengan dunia ini, tetapi berubahlah oleh pembaharuan budimu.”

(Roma 12:2)

*“I’ve failed over and over and over again in my life. And that is why I succeed.”*

(Michael Jordan)

## **PERSEMBAHAN**

### **Keluarga Tercinta**

#### **Bapak, Ibu, Kakak, dan Adik**

Karya ini dipersembahkan untuk Bapak dan Ibu yang penuh kasih, serta kakak dan adik tersayang. Melalui doa yang tak pernah putus, pengorbanan tanpa batas, dan kasih sayang yang tulus, kalian mengajarkan makna sesungguhnya dari ketekunan dan kebersamaan keluarga. Setiap pencapaian dalam perjalanan studi ini merupakan hasil dari dukungan dan semangat yang kalian berikan. Keberhasilan menyelesaikan pendidikan sarjana ini adalah bukti nyata dari jerih payah Bapak dan Ibu, serta motivasi yang senantiasa mengalir dari kakak dan adik. Kiranya Tuhan Yang Maha Pengasih melimpahkan rahmat, kesejahteraan, dan perlindungan-Nya kepada keluarga kita, kini dan sepanjang masa.

#### **Dosen Pembimbing dan Seluruh Civitas Akademika Universitas Lampung**

Atas bimbingan, arahan, dan dedikasi dalam memberikan ilmu pengetahuan sepanjang masa perkuliahan. Segala pembelajaran, nasihat, dan teladan yang diberikan menjadi fondasi penting dalam membangun kepribadian dan kompetensi penulis untuk menyelesaikan studi ini.

#### **Almamater Tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**

Sebagai tempat penulis menimba ilmu, mengembangkan diri, dan menjalani proses pembelajaran hingga berhasil menuntaskan penelitian ini. Serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam perjalanan ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

## SANWACANA

*In The Name of Jesus,*

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Green Creativity* Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan Melalui *Green Competitive Advantage* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung)**". Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berharga ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Zainnur, S.E., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Rr. Erlina, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia mendampingi penulis dengan penuh kesabaran, memberikan arahan konstruktif, masukan akademis, serta dukungan moril hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Nurul Husna, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan

perhatian, arahan, serta motivasi agar penulis tetap konsisten dalam menyelesaikan setiap tahapan penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Dr. Keumala Hayati S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji Utama yang telah memberikan evaluasi mendalam, saran perbaikan, dan masukan akademis yang sangat berkontribusi terhadap penyempurnaan kualitas skripsi ini.
7. Ibu Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc., selaku Pembimbing Akademik atas perhatian dan bimbingannya selama penulis menjalani masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
8. Ibu Prof. Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.M., yang telah memberikan nasihat, motivasi, kepedulian dan bantuan berharga selama masa perkuliahan.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung yang telah memberikan banyak ilmu serta pelajaran berharga bagi penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh staf akademik, administrasi, tata usaha, pegawai, serta staf keamanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu dalam semua proses yang telah dihadapi penulis, baik selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Keluarga tercinta, Bapak Yohanes dan Ibu Chatarina, yang tiada henti mendoakan, memberikan kasih sayang, arahan, serta dukungan penuh baik secara moril maupun materil kepada penulis. Tidak ada kata yang mampu mengungkapkan rasa syukur dan terima kasih yang mendalam atas segala pengorbanan dan kepercayaan yang telah diberikan. Kiranya Tuhan Yang Maha Kasih senantiasa melimpahkan berkat, kesehatan, dan kebahagiaan kepada keluarga tercinta sebagai balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.
12. Saudaraku tercinta, Olivia Juliana Ekasari, Elisabet Juni Astuti, Bibi Veronika Sapti Budiati, Bibi Tori Selly dan seupupuku terkasih Theresia Arlinda Putri Jalasena yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
13. Vedra Sandrina Manalu, terima kasih untuk selalu mendampingi penulis selama masa perkuliahan, yang tak henti memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan studi dengan baik.

14. Teman-teman seperjuangan dalam menempuh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Lampung, yaitu Nopal, Romualdus, Angga, Sade, Amira, Putri, Andre, Robin, dan Desinta, yang senantiasa menemani perjalanan penulis serta berbagi berbagai pengalaman berharga selama menjalani masa studi. Terima kasih atas kebersamaan yang telah terjalin dan semoga Tuhan senantiasa memberikan kelancaran dalam setiap langkah perjuangan kalian.
15. Teman-teman KMK UNILA yaitu Marco, Elis, Martur, Laras, Bagas, Abim, Arya, Monik, Angga, Nicko, dan Guido yang banyak memberikan canda dan tawa pada berbagai momen selama masa perkuliahan, sangat senang dan bersyukur dapat mengenal serta berjuang bersama kalian.
16. *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Bukit Asam Tarahan Port, Bapak Klief, Bapak Mursya, Ibu Shanti, Mbak Anggi, dan Mbak Ria, yang telah memberikan kesempatan berharga kepada penulis untuk melaksanakan program magang, berbagi pengalaman praktis, serta memberikan dukungan dan arahan yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
17. Kepada seluruh pemilik UMKM bidang makanan dan minuman di Kota Bandar Lampung yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini. Kesediaan Bapak/Ibu dalam meluangkan waktu serta memberikan informasi melalui pengisian kuesioner sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini.
18. Teman-teman KKN Universitas Lampung Desa Rama Dewa, Kec. Seputih Raman, Kab. Lampung Tengah. Terima kasih atas pengalaman paling berkesan selama masa perkuliahan, dan juga kebersamaan selama 40 hari dalam mengabdikan kepada masyarakat. Semoga semuanya selalu dalam keadaan sehat dan sukses.
19. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas kontribusi yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.
20. Terima kasih kepada Universitas Lampung, kampus tercinta dan selalu menjadi kebanggaan penulis.

21. Terakhir, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri atas segala usaha, kerja keras, dan semangat pantang menyerah selama ini. Terima kasih karena sudah mampu bertahan menghadapi berbagai ujian dan hambatan, baik selama masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandar Lampung, 22 April 2026

Penulis

Agustinus Adventino Sulistyawan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>14</b>
2.1 Bisnis .....	14
2.2 Kinerja Bisnis Berkelanjutan.....	15
2.3 <i>Green Creativity</i> .....	18
2.4 <i>Green Competitive Advantage</i> .....	19
2.5 Penelitian Terdahulu .....	21
2.6 Kerangka Pemikiran .....	24
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.7.1 Pengaruh <i>Green Creativity</i> terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM Bidiang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung.....	24
2.7.2 Pengaruh <i>Green Creativity</i> terhadap <i>Green Competitive Advantage</i> UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung.....	25
2.7.3 Pengaruh <i>Green Competitive Advantage</i> terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung.....	26
2.7.4 Peran <i>Green Competitive Advantage</i> Mediasi dalam Pengaruh antara <i>Green Creativity</i> dan Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung .....	27

<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Sumber Data .....	29
3.2.1 Data Primer.....	29
3.2.2 Data Sekunder.....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1 Populasi .....	31
3.4.2 Sampel .....	31
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6 Teknik Pengujian Instrumen dan Analisis Data.....	35
3.7 Analisis Deskriptif.....	37
3.8 Analisis <i>Outer Model</i> .....	37
3.8.1 Uji Validitas .....	37
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.9 Uji Model Sturktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	39
3.10 Uji Hipotesis.....	39
3.11 Uji Mediasi.....	40
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Karakteristik Umum Responden .....	42
4.1.2 Omset yang Diperoleh dalam 1 Tahun Terakhir .....	43
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Aspek Penerapan <i>Green Creativity</i> .....	43
4.2 Analisis Deskriptif.....	45
4.2.1. Tanggapan Terhadap <i>Green Creativity</i> .....	45
4.2.2. Tanggapan Terhadap <i>Green Competitive Advantage</i> .....	47
4.2.3. Tanggapan Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan.....	48
4.3 Analisis Data.....	51
4.3.1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	52
4.3.2. Uji Validitas .....	53
4.3.3. Uji Reliabilitas .....	55
4.3.4. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	56

4.3.5. Uji Hipotesis .....	58
4.3.6. Uji Mediasi .....	60
4.4 Pembahasan .....	61
4.4.1. Pengaruh <i>Green Creativity</i> Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan .....	62
4.4.2. Pengaruh <i>Green Creativity</i> Terhadap <i>Green Competitive Advantage</i> .....	64
4.4.3. Pengaruh <i>Green Competitive Advantage</i> Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan .....	66
4.4.4. Peran <i>Green Competitive Advantage</i> sebagai Mediasi Pengaruh <i>Green Creativity</i> Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan .....	68
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
5.1 Simpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Bidang yang Menerapkan <i>Green Creativity</i> .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Skala Likert .....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	33
Tabel 3. 3 Kriteria Analisis Deskriptif .....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Umum Responden .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset yang Diperoleh dalam 1 Tahun Terakhir .....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Aspek Penerapan <i>Green Creativity</i> .....	43
Tabel 4.4 Daftar Tanggapan Terhadap <i>Green Creativity</i> .....	45
Tabel 4.5 Daftar Tanggapan Terhadap <i>Green Competitive Advantage</i> .....	47
Tabel 4.6 Daftar Tanggapan Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan .....	48
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	52
Tabel 4.8 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	54
Tabel 4. 9 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	54
Tabel 4.10 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reability</i> .....	56
Tabel 4. 11 Nilai R-Square .....	57
Tabel 4.12 Nilai <i>Path Coeficient</i> dari <i>Bootstrapping</i> .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis .....	59
Tabel 4.14 Nilai <i>Spesific Indirect Effect</i> .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung .....	3
Gambar 1.2 Jumlah UMKM di Bandar Lampung Menurut Kecamatan.....	3
Gambar 1.3 Jumlah UMKM Makanan dan Minuman Kota Bandar Lampung.....	4
Gambar 1.4 Jawaban UMKM yang mulai menerapkan <i>green creativity</i> dan umur UMKM.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> .....	52
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> .....	58

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Green business* merupakan kegiatan usaha yang sejak awal prosesnya mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga menjadi produk akhir menggunakan bahan alami yang mudah terurai, sehingga dapat menghemat energi dan mengurangi polusi (Makki *et al.*, 2020). Penerapan *green business* tidak dapat berjalan optimal tanpa adanya kreativitas yang mampu menciptakan nilai tambah bagi produk maupun proses produksi. Kreativitas tersebut diperlukan agar prinsip ramah lingkungan tidak hanya menjadi kewajiban, tetapi juga menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan usaha di pasar (Pradani, 2023). Dalam hal ini, peran *green creativity* menjadi krusial, karena menggabungkan aspek keunikan ide dengan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. *Green creativity* merupakan bentuk kreativitas yang tidak hanya menekankan pada aspek orisinalitas dan keunikan, tetapi juga kepedulian terhadap lingkungan dan keberlanjutan jangka panjang (Chen dan Chang, 2013).

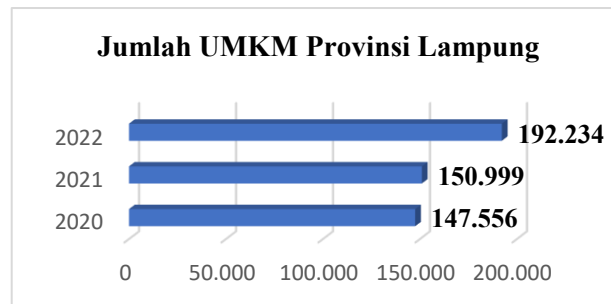
Sejumlah penelitian terdahulu menyoroti pentingnya *green creativity* dalam mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan. Setyaningrum *et al.*, (2023) menemukan *green creativity* berpengaruh negatif terhadap kinerja UKM berkelanjutan karena tingginya biaya dan keterbatasan infrastruktur, tetapi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif hijau. Sementara penelitian oleh Ramadhani Abanan & Isharina, (2024) menemukan bahwa kreativitas hijau secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan keunggulan kompetitif hijau pada perusahaan logistik di Surabaya.

Penelitian lain oleh Adomako dan Nguyen, (2023) menegaskan bahwa *green creativity* dapat mendorong inovasi yang bertanggung jawab, terutama bila disertai dengan komitmen sumber daya yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa *green creativity* berpotensi besar, namun memerlukan strategi mediasi seperti keunggulan kompetitif hijau agar berdampak optimal terhadap kinerja bisnis. Kondisi ini relevan bagi UMKM sektor makanan dan minuman di Bandar Lampung, yang memiliki peluang besar untuk menerapkan praktik usaha ramah lingkungan, tetapi masih memerlukan strategi yang tepat agar kreativitas hijau yang dimiliki mampu mendorong keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan (Warganegara dan Ardila, 2023).

UMKM merupakan sektor yang penting dalam struktur ekonomi Indonesia karena menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan (Budi dan Sundiman, 2021). UMKM turut berkontribusi dalam menekan angka pengangguran, membuka lapangan kerja, mengurangi tingkat kemiskinan, serta mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat (Suresmiathi dan Ariani, 2013). Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk yang relatif besar, di mana sebagian masyarakatnya berfokus pada kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada tingkat nasional, UMKM berperan signifikan dalam perekonomian dengan kontribusi sekitar 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap kurang lebih 97 persen tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Kenaikan yang signifikansi tersebut juga tercermin di Provinsi Lampung yang dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan jumlah UMKM secara konsisten bertumbuh. Berdasarkan gambar 1.1 jumlah UMKM tercatat meningkat dari 147.556 unit pada tahun 2020 menjadi 192.234 unit pada tahun 2022 atau mengalami pertumbuhan sebesar 30,27 persen. Kenaikan substansial, khususnya sekitar 70 persen pada periode 2021–2022, menggambarkan perkembangan kewirausahaan lokal yang

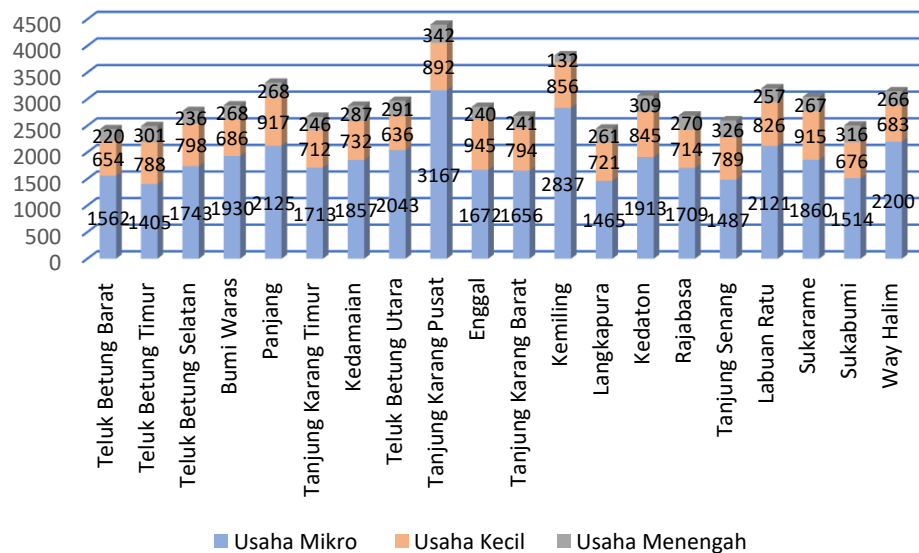
semakin pesat serta memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional dan membuka lapangan pekerjaan.



**Gambar 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung**

*Sumber Data:* Data diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung (2022).

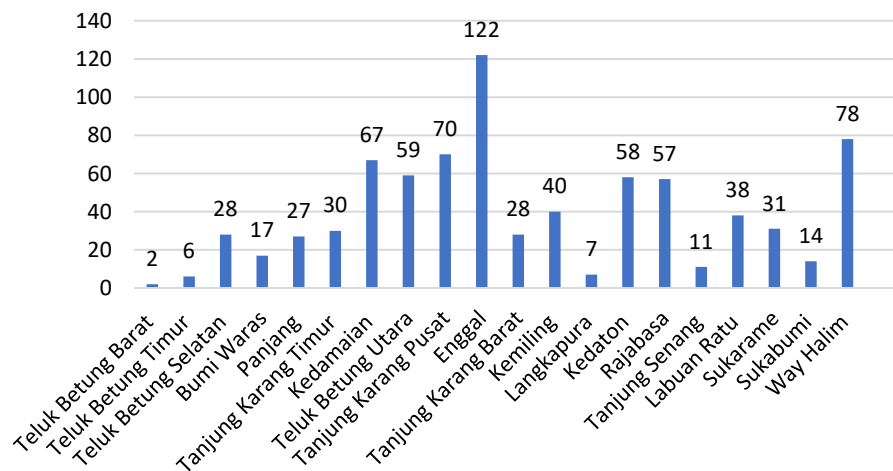
Pertumbuhan jumlah UMKM di Provinsi Lampung menunjukkan tren pertumbuhan UMKM dan peningkatan yang konsisten setiap tahunnya, dengan lonjakan tertinggi terjadi pada tahun 2022. Kondisi tersebut mencerminkan semakin banyaknya masyarakat yang merintis usaha kecil dan menengah sebagai bentuk pemanfaatan potensi daerah.



**Gambar 1.2 Jumlah UMKM di Bandar Lampung Menurut Kecamatan**

*Sumber Data:* Data diolah dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung (2022)

Mengacu pada data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2022, jumlah UMKM yang tercatat di Kota Bandar Lampung mencapai 59.488 unit. Dari jumlah tersebut, sebanyak 790 unit merupakan UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Berikut ini disajikan data perkembangan UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung pada tahun 2022:



**Gambar 1.3 Jumlah UMKM Makanan dan Minuman Kota Bandar Lampung**

*Sumber Data:* Data diolah dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung (2022)

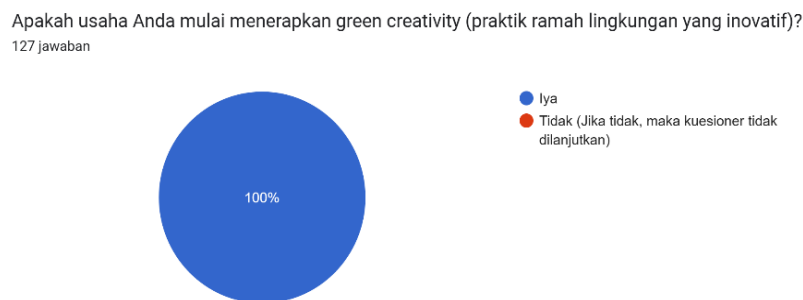
Menurut Nirwana *et al.*, (2024) bidang kuliner merupakan jenis usaha yang banyak diminati oleh para pelaku UMKM, karena dianggap sebagai industri yang selalu memiliki peluang dan terus berkembang secara kreatif dan inovatif. Pesatnya pertumbuhan bisnis saat ini tidak hanya membawa dampak positif dalam perekonomian, tetapi juga memicu permasalahan lingkungan yang semakin kompleks. Isu lingkungan, seperti pencemaran sampah terutama limbah plastik dan bahan produksi yang tidak ramah lingkungan menjadi tantangan serius yang harus ditangani bersama (Ismaila *et al.*, 2024). Berdasarkan Berdasarkan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Provinsi Lampung (2023) di Provinsi Lampung setiap tahunnya memproduksi sekitar 1,6 juta ton sampah dengan 4 ribu ton di antaranya berupa sampah plastik yang dihasilkan dari industri usaha makanan dan minuman, namun hanya 6,75 persen yang berhasil dikurangi dan 33,65

persen yang tertangani. Di sisi lain, meningkatnya jumlah UMKM belum sejalan dengan pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan dan upaya pengurangan pencemaran lingkungan (Song dan Yu, 2018).

Kesadaran masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam menjaga kelestarian lingkungan masih tergolong rendah sehingga berkontribusi terhadap kerusakan dan menurunnya kualitas lingkungan (Rambe *et al.*, 2024). Berbagai permasalahan seperti pencemaran udara dan air, perubahan iklim, hingga pemanasan global menjadi bukti nyata terjadinya degradasi lingkungan (Muangmee *et al.*, 2021). Upaya peningkatan produktivitas dan efisiensi di sektor industri sering kali tidak disertai perhatian terhadap aspek lingkungan, sehingga menimbulkan dampak negatif berupa eksploitasi sumber daya alam dan pembuangan limbah yang berujung pada pencemaran. Kondisi tersebut menegaskan urgensi penerapan konsep bisnis berkelanjutan, yakni bisnis yang tidak hanya memperhatikan keuntungan perusahaan namun juga memperhatikan lingkungan (Aboelmaged dan Hashem, 2019). Oleh karena itu, praktik usaha perlu diarahkan tidak hanya pada pencapaian pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada keseimbangan aspek sosial dan lingkungan.

Pra-survei dalam penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui tingkat penerapan *green creativity* oleh pelaku UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung. Fokus survei diarahkan pada UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman dengan pertimbangan bahwa bidang tersebut memiliki potensi besar dan mulai menerapkan praktik bisnis berkelanjutan. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen kuesioner daring (*Google Form*) dan memperoleh respons dari 127 pelaku UMKM. Selanjutnya, hasil pra-survei dikategorikan berdasarkan aspek penerapan *green creativity*, yang mencakup penggunaan kemasan ramah lingkungan, pemanfaatan bahan baku organik dan lokal, pengelolaan limbah, efisiensi energi dan air, distribusi rendah emisi, serta strategi pemasaran berbasis keberlanjutan.

Berdasarkan hasil pra-survei, peneliti berhasil mengidentifikasi sebanyak 127 UMKM kuliner di Bandar Lampung yang telah menerapkan praktik *green creativity* dalam kegiatan usahanya. Responden dipilih secara purposif, yaitu UMKM yang sudah mulai mengintegrasikan prinsip ramah lingkungan dalam aktivitas bisnis mereka. Seluruh responden (100%) tercatat mulai menerapkan *green creativity*, meskipun masih minim dan dalam bentuk dan intensitas yang berbeda.



**Gambar 1. 4 Jawaban UMKM yang mulai menerapkan *green creativity* dan umur UMKM**

*Sumber Data:* Ringkasan jawaban responden pada *google form*

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bentuk penerapan *green creativity* pada UMKM kuliner, hasil pra-survei terkait jenis praktik yang dilakukan oleh responden disajikan pada Tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1. 1 Bidang yang Menerapkan *Green Creativity***

No	Bidang Yang Menerapkan <i>Green Creativity</i>	Jumlah	Persentase
1.	Kemasan produk <i>biodegradable</i> (mudah terurai dan menggunakan bahan alami)	83	48,2%
2.	Proses produksi, menggunakan energi terbarukan (energi surya, biomassa, dsb) dalam proses produksi sehingga emisi karbon berkurang.	2	1%
3.	Bahan baku/ingredient, memilih bahan baku organik dan lokal mengurangi penggunaan bahan kimia berbahaya dan mendukung pertanian berkelanjutan	27	15,7%
4.	Pengelolaan limbah, limbah produksi dimanfaatkan kembali menjadi produk bernilai ekonomis.	9	5,2%

5.	Penghematan energi, mengurangi ketergantungan pada listrik PLN dan menurunkan biaya energi.	4	2,3%
6.	Pengelolaan air, menghemat penggunaan air bersih dan mengurangi limbah cair.	5	2,9%
7.	Distribusi/pengiriman, mengurangi polusi udara dan emisi CO <sub>2</sub> dari transportasi minim jejak karbon (sepeda, transportasi listrik)	8	4,6%
8.	Pemasaran/promosi, mengurangi penggunaan kertas dan tinta, memanfaatkan media online yang lebih ramah lingkungan.	34	19,7%

*Sumber Data:* Ringkasan jawaban responden pada *google form*

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, dapat diketahui bahwa bentuk *green creativity* yang paling dominan diterapkan oleh pelaku UMKM adalah penggunaan kemasan *biodegradable* dengan persentase sebesar 48,2%. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi pada aspek kemasan menjadi langkah yang paling mudah dan paling banyak diadopsi oleh pelaku usaha. Selain itu, inovasi ramah lingkungan pada aspek pemasaran juga mulai diterapkan oleh 19,7% responden, terutama melalui pemanfaatan media digital guna mengurangi penggunaan kertas dan tinta. Beberapa praktik lainnya masih tergolong rendah, seperti penggunaan bahan baku organik dan lokal (15,7%), distribusi rendah emisi seperti sepeda atau kendaraan listrik (4,6%), pengelolaan limbah (5,2%), serta efisiensi penggunaan air (2,9%).

Temuan ini menunjukkan bahwa kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya praktik ramah lingkungan sebenarnya sudah mulai tumbuh. Namun, penerapan *green creativity* masih lebih banyak berfokus pada hal-hal yang relatif mudah dilakukan, seperti penggunaan kemasan ramah lingkungan, mengurangi penggunaan plastik dan pemasaran digital, sementara aspek yang lebih kompleks seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan distribusi berkelanjutan belum banyak diterapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya *green creativity* yang dilakukan saat ini belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan kinerja bisnis secara berkelanjutan.

Kondisi ini sejalan dengan temuan Bui *et al.*, (2022) yang menemukan bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia, meskipun menjadi kontributor ekonomi terbesar kedua, sebagian besar pelaku usahanya masih memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap kinerja ekologis, dan kinerja keberlanjutan perusahaan dinilai sebagai aspek yang masih sangat perlu ditingkatkan. Hal tersebut diperparah oleh rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pengelolaan limbah dan penggunaan bahan baku yang tidak ramah lingkungan, sebagaimana tercermin dari kondisi di berbagai daerah di Indonesia di mana rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap bisnis berkelanjutan menyebabkan pengelolaan limbah pada sektor makanan dan minuman masih belum optimal, ditandai dengan tingginya limbah plastik dan sisa produksi yang tidak terolah dengan baik (Layinatut Taqiyah *et al.*, 2025). Lebih lanjut, penelitian pada UMKM makanan dan minuman di Kota Makassar menunjukkan bahwa *systematic strategic planning* saja tidak cukup untuk mendorong *sustainable performance* UMKM secara signifikan, mengindikasikan bahwa pencapaian kinerja bisnis berkelanjutan membutuhkan strategi inovasi yang lebih komprehensif dan terintegrasi (Ilman *et al.*, 2025). Dengan demikian, kinerja bisnis berkelanjutan belum dapat diwujudkan secara optimal oleh sebagian besar UMKM kuliner di Bandar Lampung, dan dibutuhkan strategi yang tepat. Oleh karena itu, dibutuhkan faktor lain yang dapat menjembatani agar inovasi ramah lingkungan yang dilakukan benar-benar bisa menjadi keunggulan bagi usaha.

Studi oleh Zekhnini *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa UMKM yang mengintegrasikan kreativitas hijau dengan menggunakan bahan alami, efisiensi energi, dan pengelolaan limbah secara proaktif mampu meningkatkan loyalitas konsumen sekaligus memperluas akses pasar hijau. Oleh karena itu, menguatkan kapasitas *green creativity* menjadi strategi kunci agar UMKM di Bandar Lampung tidak hanya mampu bersaing secara regional, tetapi juga berkontribusi terhadap pencapaian target pembangunan berkelanjutan (SDGs) melalui praktik usaha yang ramah lingkungan dan

inovatif (UNDP Indonesia, 2023). Namun, penerapan *green creativity* pada UMKM di Bandar Lampung masih relatif rendah. Bahri (2022) menemukan bahwa sebagian besar UMKM di sektor makanan dan minuman belum menerapkan konsep kreativitas hijau secara konsisten. Hal ini disebabkan oleh kurangnya dukungan pelatihan dari pemerintah serta minimnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya produk berwawasan lingkungan.

Meskipun untuk mewujudkan kinerja bisnis berkelanjutan yang lebih optimal, UMKM perlu memperluas implementasi dengan membangun *green creativity*. Wu *et al.*, 2024 menegaskan keunggulan bersaing hijau ini berperan sebagai faktor diferensiasi utama yang mampu meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif, khususnya pada era ekonomi hijau. Dalam konteks ini, kinerja bisnis berkelanjutan sangat penting untuk keberhasilan dalam lingkungan yang kompetitif (Haseeb *et al.*, 2019). Kinerja bisnis berkelanjutan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha, termasuk UMKM. Kinerja bisnis berkelanjutan mencakup tiga dimensi utama yaitu keuntungan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan kelestarian lingkungan (Larbi-Siaw *et al.*, 2022). Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung dalam upaya mencapai kinerja bisnis berkelanjutan adalah terbatasnya akses, pemahaman pelaku usaha mengenai prinsip keberlanjutan dan rendahnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk berkelanjutan, serta minimnya edukasi berkelanjutan dan dukungan kebijakan yang lebih kuat agar pelaku UMKM dapat memperluas inovasi ekologis secara konsisten (Farhani *et al.*, 2025).

Agyapong *et al.*, (2024) mengungkapkan untuk dapat mewujudkan kinerja bisnis berkelanjutan secara optimal, UMKM perlu mengintegrasikan strategi yang tidak hanya menekankan *green creativity*, tetapi juga memperhatikan keunggulan bersaing. Di sinilah konsep *green competitive advantage* menjadi sangat relevan yakni keunggulan yang dicapai melalui

diferensiasi dalam kualitas produk, inovasi, efisiensi, serta kepedulian terhadap isu keberlanjutan (Qiu *et al.*, 2020). Penerapan *green competitive advantage* tidak hanya memperkuat daya saing UMKM, tetapi juga mendorong kontribusi nyata dalam mengatasi krisis lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Arsawan *et al.*, (2022) menyatakan bahwa *green competitive advantage* berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan modal intelektual dengan kinerja keberlanjutan dan kinerja keuangan UMKM di Indonesia. Namun demikian, sebagian besar UMKM makanan dan minuman di Bandar Lampung belum secara optimal membangun diferensiasi produk berbasis nilai tambah berkelanjutan. *Green competitive advantage* UMKM makanan dan minuman di Bandar Lampung masih perlu dibandingkan dengan UMKM unggulan di provinsi lain untuk mengidentifikasi positioning kompetitifnya (Aditya Budi Krisnanto, 2017). Sebagai contoh, UMKM jamu olahan di Bogor berhasil menerapkan kegiatan produksi menggunakan lampu LED sebagai upaya penghematan energi. Selain itu, kegiatan produksinya berupa pengolahan ampas ekstraksi jamu menjadi produk pakan ternak (Republika, 2025). Selaras dengan upaya tersebut, inisiatif dari Foopak Bio Natura mendorong pelaku UMKM kuliner untuk menggunakan kemasan makanan berbasis kertas yang dapat terurai secara alami, sehingga mengurangi limbah plastik sekaligus meningkatkan daya saing usaha kuliner di pasar domestik dan global (Kompas, 2025).

Berdasarkan kerangka tersebut, *green competitive advantage* berpotensi menjadi variabel penting yang menjembatani hubungan antara *green creativity* dan kinerja bisnis berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan (Ramadhani Abanan & Isharina, 2024) pada sektor logistik di Surabaya yang menunjukkan bahwa *green creativity* mampu meningkatkan *green competitive advantage*, khususnya melalui peran citra merek hijau sebagai mediator. Dengan demikian, bagi UMKM kuliner di Bandar Lampung, analisis mengenai sejauh mana *green creativity* dapat ditransformasikan menjadi keunggulan bersaing hijau yang berimplikasi langsung terhadap

pencapaian *triple bottom line* keuntungan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan perlindungan lingkungan menjadi sangat relevan untuk dilakukan.

Perkembangan praktik keberlanjutan di berbagai daerah menunjukkan bahwa adopsi *green creativity* dapat menjadi fondasi penting dalam membangun *green competitive advantage* UMKM (Li *et al.*, 2020). Meskipun demikian, penelitian yang membahas keterkaitan antara *green creativity*, *green competitive advantage*, dan kinerja bisnis berkelanjutan masih banyak berfokus pada sektor industri besar, seperti manufaktur dan pariwisata, serta dilakukan di wilayah metropolitan (Setyaningrum *et al.*, 2023). Di sisi lain, kajian yang secara khusus melihat hubungan ketiga variabel tersebut pada UMKM, terutama di daerah seperti Bandar Lampung, masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya juga cenderung hanya menguji pengaruh langsung *green creativity* terhadap kinerja bisnis atau *green competitive advantage* secara terpisah, tanpa mempertimbangkan peran mediasi. Padahal, dalam praktiknya, *green creativity* tidak selalu langsung berdampak pada kinerja bisnis berkelanjutan jika belum diolah menjadi strategi bersaing yang unggul (Zameer *et al.*, 2022).

Dengan demikian, perlu dilakukan kajian untuk melihat bagaimana *green creativity* dapat memengaruhi kinerja bisnis berkelanjutan melalui *green competitive advantage* sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji **“PENGARUH GREEN CREATIVITY TERHADAP KINERJA BISNIS BERKELANJUTAN MELALUI GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA UMKM BIDANG MAKANAN DAN MINUMAN DI BANDAR LAMPUNG)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang, rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *green creativity* berpengaruh terhadap kinerja bisnis berkelanjutan secara langsung?
2. Apakah *green creativity* berpengaruh terhadap *green competitive advantage*?
3. Apakah *green competitive advantage* berpengaruh terhadap kinerja bisnis berkelanjutan ?
4. Apakah *green competitive advantage* memediasi hubungan antara *green creativity* dengan kinerja bisnis berkelanjutan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *green creativity* terhadap kinerja bisnis berkelanjutan secara langsung.
2. Mengetahui pengaruh *green creativity* terhadap *green competitive advantage*.
3. Mengetahui pengaruh *green competitive advantage* terhadap kinerja bisnis berkelanjutan.
4. Mengetahui peran *green competitive advantage* sebagai mediasi dalam hubungan antara *green creativity* dan kinerja bisnis berkelanjutan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang terlibat langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori-teori manajemen bisnis, khususnya yang berfokus pada hubungan antara *green creativity*, *green competitive*

*advantage*, dan kinerja bisnis berkelanjutan. *Green competitive advantage* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *green creativity* dan kinerja bisnis berkelanjutan, maka penelitian ini akan memperkaya literatur yang ada dan memberikan perspektif baru bagi penelitian - penelitian selanjutnya di bidang ini.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku UMKM dalam menerapkan *green creativity* yang lebih optimal untuk meningkatkan *green competitive advantage* dan kinerja bisnis berkelanjutan

## II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1 Bisnis

Bisnis masa kini dipahami sebagai rangkaian kegiatan rumit yang mencakup pembuatan, penyaluran, dan pemanfaatan nilai lewat aktivitas ekonomi yang berkesinambungan. Menurut Geissdoerfer *et al.*, (2020), konsep model bisnis menjelaskan alasan bagaimana perusahaan membuat, menyalurkan, dan meraih nilai dalam lingkup ekonomi, sosial, budaya, atau aspek lain. Pengertian ini menunjukkan perubahan pemahaman bisnis dari fokus keuntungan saja menjadi cara pandang menyeluruh yang melibatkan berbagai pihak terkait.

Peric *et al* (2017) dalam kajiannya menyatakan bahwa walaupun semakin populer, istilah model bisnis masih belum memiliki definisi yang pasti sampai sekarang. Ini memperlihatkan kerumitan dan sifat dinamis konsep bisnis dalam praktik pengelolaan modern yang terus berubah mengikuti perkembangan lingkungan bisnis dunia.

Di era digitalisasi dan keberlanjutan, Palmié *et al.*, (2025) menyampaikan bahwa masa digitalisasi bersamaan dengan bertambahnya perhatian pada keberlanjutan sosial dan lingkungan, sehingga para ahli manajemen memusatkan fokus pada titik temu kedua kecenderungan tersebut. Hal ini memperlihatkan perubahan cara pandang bisnis yang menggabungkan teknologi digital dengan asas-asas keberlanjutan. Kemampuan beradaptasi dengan cepat dan berhasil ke model bisnis baru menjadi sumber penting keunggulan persaingan berkelanjutan dan alat utama dalam menciptakan nilai jangka panjang (Evans *et al.*, 2017).

Meningkatnya kepedulian lingkungan telah mendorong komunitas industri untuk menciptakan model bisnis berkelanjutan, sehingga telah menjadi topik penelitian yang berkembang pesat (Shakeel *et al.*, 2020). Ini mencerminkan perubahan cara pandang bisnis dari pendekatan konvensional menuju orientasi keberlanjutan.

Dalam lingkup UMKM, Geissdoerfer *et al.*, (2018) menekankan pentingnya inovasi model bisnis berkelanjutan pada UMKM yang dipengaruhi oleh faktor luar dan dalam. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki ciri khas tersendiri dalam mengadopsi dan menerapkan praktik bisnis berkelanjutan.

Model bisnis dapat dibentuk dengan menggabungkan pola-pola model bisnis. Penggunaan pola dapat memicu kreativitas pengusaha dan mendukung perancangan model bisnis inovatif untuk keberlanjutan (Lüdeke-Freund *et al.*, 2019). Konsep ini memberikan kerangka praktis bagi UMKM untuk mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan melalui penggabungan berbagai pola yang telah terbukti berhasil.

Evolusi menuju model bisnis berkelanjutan difokuskan pada motivasi dan implikasi terhadap misi, tata kelola, dan akuntabilitas perusahaan, dengan kerangka teoretis kepemimpinan berbasis nilai, etis, dan berkelanjutan sebagai kunci interpretasi (Bini *et al.*, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa transformasi bisnis berkelanjutan memerlukan perubahan mendasar dalam struktur organisasi dan pendekatan kepemimpinan.

## **2.2 Kinerja Bisnis Berkelanjutan**

Kinerja bisnis berkelanjutan adalah kapasitas organisasi untuk meraih sasaran ekonomi dengan tetap mempertimbangkan faktor lingkungan dan sosial secara jangka panjang (Larbi-Siaw *et al.*, 2022). Berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan Elkington (1997) kinerja bisnis berkelanjutan meliputi tiga aspek pokok yaitu ekonomi (keuntungan ekonomi), sosial (kesejahteraan masyarakat), dan lingkungan (perlindungan lingkungan). Konsep ini menegaskan bahwa organisasi tidak seharusnya

hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, namun juga harus memikul tanggung jawab atas pengaruh sosial dan lingkungan yang dihasilkan.

Almeida dan Wasim, (2023) mengartikan kinerja bisnis berkelanjutan sebagai rangkaian langkah yang dilakukan perusahaan untuk menghargai lingkungan dan mendukung pembangunan masyarakat yang berkesinambungan. Dalam pengertian yang lebih luas, kinerja bisnis berkelanjutan tidak hanya terkait dengan kegiatan operasional perusahaan, namun juga mencakup strategi jangka panjang yang menggabungkan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam semua aspek usaha.

Mahmood dan Bashir, (2020) menunjukkan bahwa selain peduli terhadap lingkungan, daya tahan perusahaan juga dapat secara aktif mengubah citra perusahaan di mata konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa praktik bisnis berkelanjutan tidak hanya memberikan manfaat lingkungan dan sosial, tetapi juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan reputasi dan keunggulan bersaing perusahaan.

Goni *et al.*, (2021) mengklaim bahwa kinerja perusahaan adalah hasil dari tujuan organisasi yang dicapai melalui efektivitas strategi dan teknik. Efisiensi bisnis adalah standar penting yang digunakan oleh entitas ekonomi untuk menilai keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki keprihatinan dalam membuktikan kinerja yang dikumpulkan dengan standar produksi yang telah disiapkan dan disepakati dalam organisasi.

Menurut Haseeb *et al.*, (2019), kinerja perusahaan berkelanjutan sangat penting untuk berhasil dalam lingkungan yang kompetitif. Perusahaan yang berkelanjutan adalah strategi dan praktik hati nurani lingkungan dan sosial, keduanya memandu perusahaan ke dunia yang lebih bersih dan lebih sehat dan memberikan cara untuk meningkatkan keuntungan. Jelmer dan Stellingwerf, (2012) mengatakan bahwa perusahaan berkelanjutan yang terkait dengan pebisnis sangat termotivasi, mereka yang mencoba

menyelesaikan masalah sosial, memperhatikan manajemen sumber daya manusia, pembangunan berkelanjutan dan pelatihan bisnis yang tepat.

Menurut Djalic *et al.* (2021), kinerja saat ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu efisiensi lingkungan dan efisiensi ekonomi. Efisiensi lingkungan adalah efisiensi perusahaan yang terlibat dalam konservasi lingkungan. Kinerja lingkungan dilakukan dalam bentuk klasifikasi oleh organisasi yang terkait dengan lingkungan. Sementara efisiensi ekonomi menetapkan bahwa kinerja perusahaan relatif berubah dari tahun ke tahun di bidang yang sama yang ditandai oleh kinerja tahunan perusahaan.

Menurut Larbi-Siaw *et al.*, (2022), indikator kinerja bisnis berkelanjutan dalam penelitian ini meliputi:

1. Perusahaan mengalami peningkatan pangsa pasar.
2. Pendapatan bersih perusahaan meningkat.
3. Perusahaan telah mengalami pengurangan biaya produk yang berkelanjutan.
4. Perusahaan memberikan nilai berkelanjutan kepada konsumen.
5. Citra sosial perusahaan telah ditingkatkan.
6. Perusahaan telah meningkatkan pelatihan karyawan dalam inovasi ramah lingkungan dan keberlanjutan.
7. Perusahaan lebih terbuka dalam pengungkapan informasi kepada publik.
8. Perusahaan memastikan kesehatan dan keselamatan kerja.
9. Langkah-langkah keberlanjutan lingkungan perusahaan meningkatkan pengendalian polusi.
10. Perusahaan memprioritaskan produksi yang lebih bersih.
11. Perusahaan berupaya mencapai efisiensi ramah lingkungan untuk membantu kinerja lingkungan.
12. Perusahaan mengembangkan kompetensi hijau untuk mengelola dampak lingkungannya.

### 2.3 *Green Creativity*

*Green creativity* didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide praktik, atau proses kerja baru yang inovatif dengan memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi (Chen dan Chang, 2013). Konsep ini berakar dari teori kreativitas tradisional yang kemudian diperluas dengan memasukkan aspek keberlanjutan lingkungan, sehingga tidak hanya menekankan pada kebaruan dan kegunaan suatu ide, tetapi juga pada kontribusinya terhadap kelestarian lingkungan.

Zhang *et al.* (2020) dalam penelitian klasik mengenai kreativitas organisasi menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan individu maupun kelompok kecil untuk menghasilkan ide yang baru dan bermanfaat. Dalam konteks *green creativity*, pengertian ini kemudian diperluas dengan menambahkan unsur ramah lingkungan serta berorientasi pada keberlanjutan.

Menurut Setyaningrum *et al.*, (2023), menegaskan bahwa *green creativity* menjadi bagian penting dalam membedakan UMKM ramah lingkungan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Kreativitas hijau ini mencerminkan bentuk keberpihakan terhadap nilai keberlanjutan yang tidak hanya memperhatikan keuntungan ekonomi, tetapi juga keberlangsungan sosial dan ekologis. Adomako dan Nguyen, (2023) memperluas definisi ini dengan menekankan bahwa *green creativity* bukan sekadar aktivitas generatif ide, tetapi juga sebagai bentuk respon strategis organisasi terhadap tuntutan keberlanjutan sosial dan ekologis melalui inovasi yang bertanggung jawab (*responsible innovation*).

Li *et al.*, (2020) menjelaskan *green creativity* sebagai kemampuan karyawan untuk melahirkan ide-ide baru yang tidak hanya inovatif tetapi juga mendukung tujuan lingkungan organisasi, dengan kepemimpinan dan motivasi sebagai faktor penting dalam pengembangannya. Sementara itu, Song dan Yu (2018) menegaskan bahwa *green creativity* merupakan tahap awal dari proses *green innovation*, yang meliputi penciptaan, promosi, hingga realisasi ide ramah lingkungan.

Chen dan Chang, (2013) menyebutkan bahwa *green creativity* dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti pengembangan produk ramah lingkungan, perbaikan proses produksi agar lebih efisien, hingga penerapan sistem manajemen lingkungan yang inovatif. Keragaman ini memperlihatkan fleksibilitas konsep *green creativity* dalam berbagai jenis bisnis. Dalam konteks UMKM, Setyaningrum *et al.*, (2023) menemukan bahwa *green creativity* dipengaruhi oleh pengalaman, data, serta nilai-nilai praktik, namun tidak selalu berpengaruh langsung pada kinerja UMKM. Keterbatasan sumber daya dan tingginya biaya produksi ramah lingkungan menjadi faktor penghambat dalam penerapan ide-ide kreatif yang pro-lingkungan.

Berdasarkan penelitian Adomako dan Nguyen, (2023), *green creativity* dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Mengusulkan cara baru untuk mencapai tujuan lingkungan.
2. Mengajukan ide-ide hijau baru untuk meningkatkan kinerja lingkungan.
3. Memotivasi dan mendukung ide-ide hijau kepada orang lain.
4. Mengembangkan rencana yang memadai untuk menerapkan ide-ide hijau baru.
5. Meninjau kembali ide-ide hijau.
6. Menemukan solusi kreatif untuk masalah lingkungan.

#### **2.4 Green Competitive Advantage**

*Green Competitive Advantage* adalah keunggulan bersaing berkelanjutan yang diperoleh melalui strategi dan inovasi lingkungan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing (Lin dan Chen, 2017). Kuo *et al.* (2022) menyatakan bahwa *green competitive advantage* berakar pada *Resource-Based View* (RBV), yang menekankan bahwa keunggulan bersaing yang berkelanjutan berasal dari sumber daya internal yang bersifat unik, tidak dapat disubstitusi, dan tidak mudah ditiru.

Menurut Chang, (2011), *green competitive advantage* ketika perusahaan memiliki keunggulan biaya dan kualitas dalam aspek manajemen lingkungan dan inovasi hijau yang tidak mudah ditiru oleh pesaing, memungkinkan perusahaan mendapatkan manfaat yang berkelanjutan dari strategi lingkungan yang efektif.

Zameer *et al.*, (2022) menemukan bahwa integrasi orientasi lingkungan dengan kemampuan analitik menghasilkan inovasi hijau yang memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan. *Green competitive advantage* timbul dari kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya internal termasuk kreativitas, teknologi hijau, dan pengetahuan lingkungan untuk menciptakan nilai yang unik dan tidak mudah disubstitusi.

Dalam konteks UMKM di Indonesia, Setyaningrum *et al.*, (2023) menyoroti pentingnya *green creativity* dan kemandirian usaha dalam membentuk *green competitive advantage*. Kreativitas hijau yang diterjemahkan ke dalam produk khas berbasis lingkungan (seperti batik ramah lingkungan atau kemasan berbahan daur ulang) menjadi sarana diferensiasi yang kuat. Hal ini mencerminkan bahwa *green competitive advantage* dapat dicapai bukan hanya oleh perusahaan besar, tetapi juga oleh UMKM yang mampu mengadopsi pendekatan hijau secara strategis.

*Green competitive advantage* juga dipandang sebagai hasil mediasi dari berbagai variabel strategis, khususnya dalam hubungan antara *green creativity* dan kinerja bisnis berkelanjutan. Dalam hal ini, *green competitive advantage* memainkan peran penting sebagai penghubung yang menggambarkan keberhasilan transformasi ide kreatif menjadi nilai bisnis yang berkelanjutan. Dengan memperkuat *green competitive advantage*, UMKM tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dan loyalitas konsumen, tetapi juga memperkuat posisinya dalam pasar yang semakin menuntut keberlanjutan sebagai nilai utama (Qiu *et al.*, 2020).

Berdasarkan penelitian Lin dan Chen (2017), indikator *green competitive advantage* meliputi:

1. Perusahaan memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah dalam hal manajemen lingkungan atau inovasi ramah lingkungan dibandingkan dengan pesaing utamanya.
2. Kualitas produk atau layanan ramah lingkungan yang ditawarkan perusahaan lebih baik daripada pesaing utamanya.
3. Perusahaan lebih mampu melakukan research dan development lingkungan dan inovasi ramah lingkungan dibandingkan pesaing utamanya.
4. Perusahaan lebih mampu melakukan pengelolaan lingkungan dibandingkan pesaing utamanya.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini dapat dilihat pada Tabel 2.1 yang merangkum beberapa studi sebelumnya terkait variabel yang diteliti.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul Peneliti	Variabel dan Metode Analisis	Hasil
1.	<i>Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment</i>  Setyaningrum <i>et al.</i> , (2023)	<b>Variabel</b> : <i>Green creativity</i> (GC), <i>Business Independence</i> (BI), <i>Green IT</i> , <i>Empowerment</i> (GITE), <i>Sustainable SMEs Performance</i> (SP), <i>Green Competitive Advantage</i> (GCA)	<i>Green creativity</i> memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap <i>Sustainable SMEs Performance</i> , menunjukkan bahwa peningkatan kreativitas hijau tidak selalu berbanding lurus dengan kinerja berkelanjutan UKM. <i>Green creativity</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap <i>Green Competitive Advantage</i> , menunjukkan bahwa kreativitas hijau dapat meningkatkan keunggulan kompetitif hijau. <i>Business Independence</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap <i>Sustainable SMEs Performance</i> dan

Bersambung

Lanjutan Tabel 2.1

No	Judul Peneliti	Variabel dan Metode Analisis	Hasil
		<b>Metode Analisis :</b> Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0	<i>Green Competitive Advantage</i> , menunjukkan bahwa kemandirian bisnis berkontribusi pada kinerja dan keunggulan kompetitif.
2.	<i>Green Creativity, Responsible Innovation, And Product Innovation Performance: A Study Of Entrepreneurial Firms In An Emerging Economy</i>  Adomako & Nguyen, (2023)	<b>Variabel :</b> <i>Green creativity, Responsible Innovation, Resource Commitment, Product Innovation Performance</i>  <b>Meode Analisis :</b> Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel.	<i>Green creativity</i> berpengaruh positif terhadap <i>Responsible Innovation</i> , artinya kreativitas dalam aspek lingkungan mendorong inovasi yang lebih etis dan berkelanjutan di perusahaan. <i>Responsible Innovation</i> menjadi mediator signifikan antara <i>Green creativity</i> dan <i>Product Innovation Performance</i> , menunjukkan bahwa inovasi yang bertanggung jawab dapat meningkatkan kinerja inovasi produk. <i>Resource Commitment</i> bertindak sebagai moderator, memperkuat hubungan antara <i>Green creativity</i> dan <i>Responsible Innovation</i> , terutama pada perusahaan yang memiliki komitmen sumber daya tinggi terhadap inovasi lingkungan.
3.	<i>Unlocking employees' green creativity: The effects of green transformational leadership, green intrinsic, and extrinsic motivation</i>  Li et al., (2020)	<b>Variabel :</b> <i>Green Transformational Leadership (GTL), Green Intrinsic Motivation (GIM), Green Extrinsic Motivation (GEM), dan Green Creativity (GC)</i> <b>Metode Analisis:</b> Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians dengan SmartPLS.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan hijau yang inspiratif mendorong kreativitas hijau karyawan, terutama dengan membangkitkan motivasi internal mereka. Namun, organisasi perlu berhati-hati agar tidak terlalu mengandalkan imbalan eksternal, karena hal itu justru bisa mengurangi efek positif dari motivasi intrinsik pada kreativitas hijau.

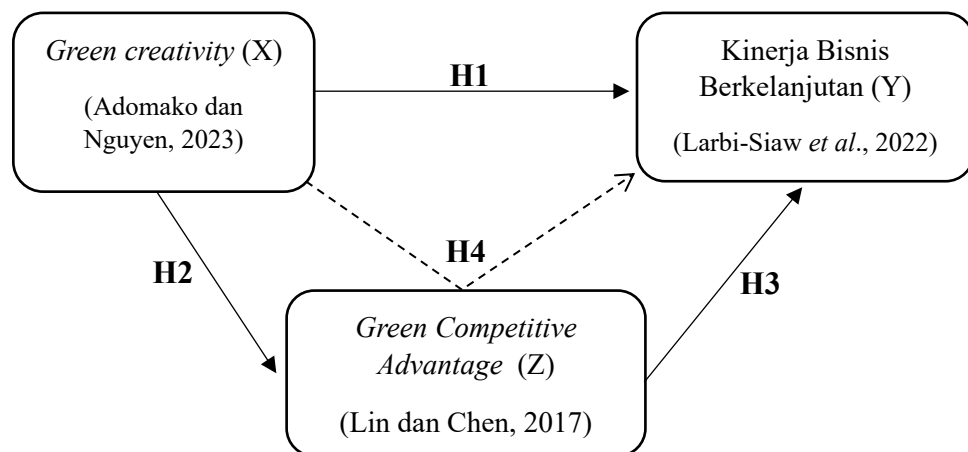
Bersambung

Lanjutan Tabel 2.1

No	Judul Peneliti	Variabel dan Metode Analisis	Hasil
4.	<p><i>Leveraging STARA Competencies And Green Creativity To Boost Green Organisational Innovative Evidence: A Praxis For Sustainable Development</i></p> <p>Ogbeibu <i>et al.</i>, (2021)</p>	<p><b>Variabel :</b> <i>Leader STARA Competence (LSC), Green creativity Skills (GCS), Green Task Motivation (GTM), Green Organisational Innovative Evidence (GOIE), Environmental Dynamism (ED)</i></p> <p><b>Metode Analisis :</b> Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel.</p>	<p>LSC memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap GCS, menunjukkan bahwa kompetensi pemimpin dalam teknologi pintar, kecerdasan buatan, dan robotika dapat meningkatkan keterampilan kreativitas hijau di dalam tim. GCS berpengaruh positif terhadap GOIE, yang menunjukkan bahwa keterampilan kreativitas hijau berkontribusi pada bukti inovasi organisasi hijau.</p>
5.	<p><i>The mediating role of green creativity in the relationship between proactive green innovation, reactive green innovation and the performance of Green product development: A case of Thai sports manufacturing firms</i></p> <p>Aeknarajindawat &amp; Jermsittiparsert, (2019)</p>	<p><b>Variabel:</b> <i>Proactive Green Innovation (PGI), Reactive Green Innovation (RGI), Green Creativity (GC), Green Product Development Performance (GPDP)</i></p> <p><b>Metode:</b> PLS-SEM</p>	<p><i>Green creativity</i> memediasi pengaruh inovasi hijau proaktif dan reaktif terhadap kinerja pengembangan produk hijau. Artinya, kreativitas hijau menjadi kunci agar inovasi hijau berdampak pada kinerja produk.</p>

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2023). Berdasarkan landasan teori, kajian pustaka, penelitian terdahulu dan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## 2.7 Pengembangan Hipotesis

### 2.7.1 Pengaruh *Green Creativity* terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM Bidiang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung

*Green creativity* merupakan kemampuan organisasi atau individu dalam menghasilkan ide-ide baru yang bersifat orisinal, bermanfaat, dan ramah lingkungan (Chen dan Chang, 2013). Dalam konteks UMKM, *green creativity* menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong inovasi produk, proses, dan layanan yang lebih berkelanjutan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kinerja bisnis (Li et al., 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adomako dan Nguyen, (2023) menunjukkan bahwa *green creativity* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis pada skala UMKM di negara berkembang. Hal ini didukung oleh penelitian Ogbeibu et al., (2021)

yang menegaskan bahwa perusahaan yang memiliki budaya *green creativity* mampu meningkatkan kinerja organisasi melalui inovasi produk dan proses ramah lingkungan.

Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada perusahaan besar dan sektor industri manufaktur, sementara penelitian yang menguji langsung pengaruh *green creativity* terhadap kinerja UMKM di Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan guna menguji kebenaran temuan tersebut dalam konteks UMKM di Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H1: *Green creativity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM makanan dan minuman di Bandar Lampung secara langsung.

### **2.7.2 Pengaruh *Green Creativity* terhadap *Green Competitive Advantage* UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung**

*Green creativity* dinilai tidak hanya berdampak langsung terhadap kinerja bisnis berkelanjutan, tetapi juga menjadi sumber pembentukan keunggulan bersaing yang unik bagi perusahaan (Chen dan Chang, 2013). Dengan menerapkan kreativitas hijau, UMKM dapat mengembangkan diferensiasi produk dan layanan yang ramah lingkungan, yang menjadi nilai tambah di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Studi oleh Setyaningrum *et al.*, (2023) menegaskan bahwa *green creativity* berkontribusi signifikan dalam meningkatkan *green competitive advantage* yang bersifat berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Ogbeibu *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa organisasi yang menerapkan *green creativity* mampu mengembangkan keunggulan bersaing berbasis inovasi hijau.

Namun demikian, penelitian yang secara eksplisit menguji pengaruh *green creativity* terhadap *green competitive advantage* UMKM di Indonesia masih minim. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk memperkuat temuan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H2: *Green creativity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green competitive advantage* UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung.

### **2.7.3 Pengaruh *Green Competitive Advantage* terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung**

*Green competitive advantage* yang tinggi merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan kinerja bisnis berkelanjutan UMKM. Menurut studi Zameer *et al.*, (2022), *green competitive advantage* dapat diperoleh dengan menerapkan strategi inovasi hijau dan praktik bisnis berkelanjutan yang terintegrasi dengan baik dalam proses operasional perusahaan. Penelitian oleh Setyaningrum *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa *green competitive advantage* berperan penting dalam mendorong kinerja berkelanjutan UMKM.

Namun, kajian yang fokus pada peran *green competitive advantage* UMKM di Indonesia yang mengintegrasikan aspek kreativitas hijau masih jarang dilakukan, sehingga penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dalam literatur tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Green competitive advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung.

#### **2.7.4 Peran *Green Competitive Advantage* Mediasi dalam Pengaruh antara *Green Creativity* dan Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Bandar Lampung**

Selain pengaruh langsung, *green creativity* juga diduga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kinerja bisnis berkelanjutan melalui *green competitive advantage* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan perspektif *Resource-Based View* (RBV), sumber daya dan kapabilitas hijau seperti *Green Creativity* (GC) merupakan aset berharga yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif apabila dikelola secara strategis (Kuo *et al.* 2022). Kreativitas hijau memungkinkan perusahaan menghasilkan inovasi produk dan proses yang berorientasi lingkungan, tetapi manfaatnya terhadap kinerja bisnis berkelanjutan sering kali baru terwujud setelah organisasi berhasil mengonversi inovasi tersebut menjadi keunggulan kompetitif hijau yang berkelanjutan.

Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Prasetya *et al.*, (2025) yang menegaskan bahwa *green competitive advantage* berperan sebagai mekanisme mediasi strategis antara praktik-praktik hijau dengan hasil kinerja perusahaan. Dalam studi tersebut, strategi hijau seperti *green accounting*, *green innovation*, dan *environmental performance* terbukti meningkatkan *green competitive advantage*, tetapi tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja keuangan tanpa keunggulan kompetitif sebagai penghubung. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat ekonomi dari praktik berkelanjutan baru dapat muncul ketika perusahaan berhasil mengintegrasikan nilai-nilai hijau ke dalam keunggulan bersaingnya. Dengan demikian, *green competitive advantage* berfungsi sebagai “jembatan strategis” yang mentransformasikan aktivitas hijau menjadi keunggulan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam konteks UMKM makanan dan minuman di Indonesia, *green competitive advantage* dapat berupa diferensiasi produk ramah lingkungan, citra usaha yang peduli lingkungan, atau efisiensi dalam penggunaan sumber daya alam. Kreativitas hijau yang tinggi tanpa

strategi kompetitif yang jelas sering kali tidak menghasilkan peningkatan kinerja secara signifikan. Oleh karena itu, kemampuan UMKM dalam mengubah kreativitas hijau menjadi keunggulan kompetitif yang bernilai dan sulit ditiru menjadi faktor kunci dalam mencapai kinerja bisnis berkelanjutan.

Maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H4: *Green Competitive Advantage* memediasi pengaruh *Green Creativity* terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono, (2023) metode penelitian dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan secara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan yang spesifik. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis, yang mengkaji fenomena serta hubungan kualitasnya. Penelitian ini mengumpulkan data yang dapat diukur melalui penerapan teknik statistik. Tujuan penelitian yang dilakukan ini adalah mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *green creativity* terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja bisnis berkelanjutan melalui variabel mediasi yaitu *green competitive advantage*.

#### **3.2 Sumber Data**

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer menurut Siyoto & Sodik, (2015) adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Untuk memperoleh data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* kepada UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung yang mulai menerapkan praktik *green creativity*.

##### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder Siyoto & Sodik, (2015) data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang sudah ada. Data ini dapat dikumpulkan dari berbagai referensi, seperti buku, laporan, jurnal,

profil perusahaan, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori yang relevan dengan kerangka penelitian. Data sekunder ini dikumpulkan melalui pembacaan buku referensi, jurnal, artikel, serta informasi dari internet yang berkaitan dengan topik penelitian, guna mencari teori-teori yang dapat diterapkan dalam penelitian ini.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan proses pengamatan yang dilakukan terhadap objek penelitian secara langsung yang diambil melalui:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Metode ini berbentuk serangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Pertanyaan yang diajukan berkaitan langsung dengan topik penelitian tertentu, sesuai dengan bidang keilmuan yang diteliti (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner online yang ditujukan kepada calon responden yang sesuai dengan sampel penelitian. Penggunaan kuesioner online bertujuan untuk memudahkan penyebaran kuesioner, sehingga dapat menjangkau lebih banyak responden, sekaligus mempersingkat waktu dan mengurangi biaya dalam proses pengumpulan serta pengolahan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Jawaban pada kuesioner akan diberikan nilai skala pengukuran yang dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2023)

## 2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan diteliti. Informasi yang diperlukan dapat diperoleh dari artikel, jurnal ilmiah, laporan penelitian, buku-buku ilmiah, dan sumber-sumber tertulis lainnya.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Sugiyono, (2023) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM bidang makanan dan minuman di Kota Bandar Lampung sebanyak 790 unit (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2022).

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan untuk dijadikan objek penelitian (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini meliputi:

1. UMKM makanan dan minuman yang berdomisili di Kota Bandar Lampung.
2. UMKM yang telah menerapkan atau sedang mengembangkan produk, proses, atau layanan berbasis *green*.
3. UMKM yang telah beroperasi minimal selama 2 tahun, sehingga dianggap memiliki pengalaman dan stabilitas dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan pendekatan ini, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah antara 110 hingga 220 responden. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman ukuran sampel yang dikemukakan oleh Hair *et al.* (2014), yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimum yang disarankan adalah lima kali jumlah indikator yang digunakan dalam model penelitian, sedangkan jumlah sampel yang lebih ideal adalah sepuluh kali jumlah indikator. Pedoman ini digunakan untuk memastikan keandalan dan ketepatan estimasi hasil analisis serta meminimalkan potensi kesalahan estimasi akibat keterbatasan jumlah sampel. Dalam penelitian ini digunakan 22 indikator, sehingga perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

Jumlah sampel minimum =  $5 \times 22$  indikator = 110 responden

Jumlah sampel maksimum =  $10 \times 22$  indikator = 220 responden

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini berada pada rentang 110-220 responden dan telah memenuhi kriteria ukuran sampel yang direkomendasikan oleh Hair *et al.* (2014) untuk analisis berbasis *Structural Equation Modeling* (SEM) sekaligus memberikan representasi yang memadai dari pelaku UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung yang telah menerapkan praktik *green*.

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional memuat penjelasan mengenai pengertian variabel, metode pengukuran, instrumen yang digunakan, hasil yang diukur, serta skala pengukurannya. Melalui definisi ini, peneliti dapat menentukan apakah prosedur pengukuran akan mengacu pada penelitian terdahulu atau memerlukan metode pengukuran yang baru. Rincian definisi operasional beserta indikator dari setiap variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	<i>Green Creativity</i> (X)	<i>Green creativity</i> adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide praktik, atau proses kerja baru yang inovatif dengan memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan (Chen dan Chang, 2013)	<i>Green Creativity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengusulkan cara baru untuk mencapai tujuan lingkungan.</li> <li>2. Mengajukan ide-ide hijau baru untuk meningkatkan kinerja lingkungan.</li> <li>3. Memotivasi dan mendukung ide-ide hijau kepada orang lain.</li> <li>4. Mengembangkan rencana yang memadai untuk menerapkan ide-ide hijau baru.</li> <li>5. Meninjau kembali ide-ide hijau.</li> <li>6. Menemukan solusi kreatif untuk masalah lingkungan.</li> </ol> (Adomako dan Nguyen, 2023)	Likert
2.	Kinerja Bisnis Berkelanjutan (Y)	Kinerja bisnis berkelanjutan perusahaan dapat dianggap sebagai serangkaian tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk menghormati lingkungan mendorong pengembangan berkelanjutan (Larbi-Siaw <i>et al.</i> , 2022).	Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan mengalami peningkatan pangsa pasar.</li> <li>2. Pendapatan bersih perusahaan meningkat.</li> <li>3. Perusahaan telah mengalami pengurangan biaya produk yang berkelanjutan.</li> <li>4. Perusahaan memberikan nilai berkelanjutan kepada konsumen.</li> </ol> (Larbi-Siaw <i>et al.</i> , 2022)	Likert

Bersambung

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			Sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra sosial perusahaan telah ditingkatkan.</li> <li>2. Perusahaan telah meningkatkan pelatihan karyawan dalam inovasi ramah lingkungan dan keberlanjutan.</li> <li>3. Perusahaan lebih terbuka dalam pengungkapan informasi kepada publik.</li> <li>4. Perusahaan memastikan kesehatan dan keselamatan kerja.</li> </ol> <p>(Larbi-Siaw <i>et al.</i>, 2022)</p>	Likert
			Lingku- ngan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Langkah-langkah keberlanjutan lingkungan perusahaan meningkatkan pengendalian polusi.</li> <li>2. Perusahaan memprioritas-kan produksi yang lebih bersih.</li> <li>3. Perusahaan berupaya mencapai efisiensi ramah lingkungan untuk membantu kinerja lingkungan.</li> <li>4. Perusahaan mengem-bangkan kompetensi hijau untuk mengelola dampak lingkungan-nya.</li> </ol> <p>(Larbi-Siaw <i>et al.</i>, 2022)</p>	Likert

Bersambung

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
3.	<i>Green Competitive Advantage (X)</i>	<i>Green Competitive Advantage</i> adalah keunggulan bersaing berkelanjutan yang diperoleh melalui strategi inovasi lingkungan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing (Lin dan Chen, 2017)	<i>Green Competitive Advantage</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah dalam hal manajemen lingkungan atau inovasi ramah lingkungan dibandingkan dengan pesaing utamanya.</li> <li>2. Kualitas produk atau layanan ramah lingkungan yang ditawarkan lebih baik daripada pesaing utamanya.</li> <li>3. Perusahaan lebih mampu melakukan research dan development lingkungan dan inovasi ramah lingkungan dibandingkan pesaing utamanya.</li> <li>4. Perusahaan lebih mampu melakukan pengelolaan lingkungan dibandingkan pesaing utamanya.</li> </ol>	Likert

### 3.6 Teknik Pengujian Instrumen dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis data melalui metode *Partial Least Square* (PLS) yang diproses dengan software SmartPLS versi 4.0. Hair *et al.* (2021) menyatakan bahwa teknik ini cocok digunakan untuk menganalisis keterkaitan antarvariabel laten dalam model penelitian yang memiliki kompleksitas tinggi. PLS adalah pendekatan berbasis varians yang mampu mengkaji pengaruh variabel bebas (*green creativity*) dengan variabel terikat (kinerja bisnis

berkelanjutan), dengan *green competitive advantage* berperan sebagai variabel mediasi. Pemilihan metode PLS didasarkan pada keunggulannya dalam mengelola model rumit yang melibatkan variabel perantara, kemampuan analisis hubungan efektif antara variabel laten dan indikatornya, tidak bergantung pada asumsi distribusi normal, serta dapat diterapkan pada sampel berukuran kecil. Proses evaluasi model dilaksanakan melalui dua fase pengujian, yakni evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*), dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hair *et al.* (2021) menjelaskan bahwa evaluasi pengukuran (*Outer Model*) dalam *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) merupakan elemen yang mendeskripsikan keterkaitan antara konstruk laten dengan indikator-indikator pengukurannya. Model ini memperlihatkan cara setiap konstruk (biasanya digambarkan dengan bentuk lingkaran) diukur melalui berbagai indikator (biasanya digambarkan dengan bentuk persegi panjang), yang merepresentasikan variabel-variabel terobservasi.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Hair *et al.* (2021) menerangkan bahwa evaluasi model struktural (*Inner Model*) dalam metode PLS-SEM adalah tahapan untuk menganalisis keterkaitan antar variabel laten dalam model penelitian, bertujuan mengukur tingkat kekuatan dan signifikansi pengaruhnya. Model ini memperlihatkan pola hubungan antarvariabel tersebut, dimana variabel bebas dengan variabel terikat. Melalui evaluasi ini, peneliti dapat mengonfirmasi apakah model yang dikembangkan memiliki reliabilitas dan validitas dalam menggambarkan hubungan antara variabel-variabel pokok yang dikaji.

### 3.7 Analisis Deskriptif

Teknik statistik deskriptif diterapkan guna memperoleh gambaran menyeluruh terkait respons partisipan terhadap seluruh variabel yang diteliti. Metode ini berfungsi menyajikan informasi secara lebih efisien melalui pengukuran rerata (*mean*), deviasi standar (*standard deviation*), skor tertinggi, dan skor terendah. Dalam studi ini, pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert lima tingkat, dimana rerata jawaban responden kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori interpretasi tertentu sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2023). Kategori penilaian hasil analisis deskriptif tercantum dalam Tabel 3.3

**Tabel 3. 3 Kriteria Analisis Deskriptif**

Rentang Nilai Kategori	Nilai Intepretasi
1,00 – 1,50	Sangat Buruk/Sangat Rendah
1,51 – 2,50	Buruk/Rendah
2,51 – 3,50	Cukup/Sedang
3,51 – 4,50	Baik/Tinggi
4,51 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2023)

### 3.8 Analisis *Outer Model*

#### 3.8.1 Uji Validitas

Pengujian validitas berdasarkan Sugiyono (2023) merujuk pada tingkat kesesuaian antara fenomena yang terjadi pada objek penelitian dengan kemampuan pelaporan yang dapat disampaikan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid merupakan data yang memiliki keselarasan antara laporan peneliti dengan kondisi aktual yang berlangsung pada objek penelitian. Dalam konteks ini, pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan pengukuran sebagai berikut.

##### 1. Pengujian *Convergent Validity*

*Convergent Validity* mengindikasikan tingkat kemampuan suatu konstruk dalam menjelaskan varians dari indikator-indikatornya. *Average Variance Extracted (AVE)* dimanfaatkan sebagai instrumen pengukuran *Convergent Validity*. Berdasarkan Hair *et al.* (2021),

nilai AVE harus mencapai  $>0,50$  untuk membuktikan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya. Apabila nilai AVE  $<0,50$ , hal tersebut mengindikasikan bahwa kesalahan yang tertinggal dalam item lebih dominan dibandingkan varians yang dapat dijelaskan oleh konstruk.

## 2. Pengujian *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* mengukur tingkat perbedaan yang sesungguhnya antara suatu konstruk dengan konstruk lainnya. Dalam konteks ini, nilai *cross-loadings* digunakan untuk membandingkan nilai variabel laten terhadap indikatornya sendiri dengan nilai variabel laten terhadap indikator lainnya. Menurut Setiabudhi *et al.*, (2025), nilai *cross-loadings* dari variabel laten terhadap indikatornya sendiri diharapkan menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai variabel laten tersebut terhadap indikator dari variabel lain.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berdasarkan Sugiyono (2023) merupakan proses evaluasi yang mengukur konsistensi data melalui beberapa kriteria: apabila sejumlah peneliti memperoleh temuan yang serupa dari objek penelitian yang sama, atau ketika seorang peneliti mendapatkan data yang stabil pada periode waktu yang berbeda, maupun saat suatu kumpulan data tetap memperlihatkan keseragaman ketika dipecah menjadi dua segmen. Penelitian ini menerapkan *cronbach's alpha* dan *composite reliability* sebagai alat pengukuran reliabilitas. Hair *et al.* (2021) merekomendasikan nilai *cronbach's alpha*  $> 0,70$  dan *composite reliability*  $> 0,70$ , sehingga instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang optimal.

### 3.9 Uji Model Sturktural (*Inner Model*)

Setelah melaksanakan serangkaian pengujian *outer model*, maka tahapan berikutnya adalah pelaksanaan pengujian model struktural (*Inner Model*). Model struktural dibangun berdasarkan teori substantif dengan tujuan mendeskripsikan relasi antar variabel laten Hair *et al.* (2021). Analisis model struktural akan dilakukan dengan analisis nilai *R-square* ( $R^2$ ) yang berperan sebagai indikator reliabilitas guna mengukur besaran pengaruh variabel lain terhadap variabel endogen (kinerja bisnis berkelanjutan), serta mengamati nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur yang mengindikasikan kuat lemahnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Evaluasi model melalui PLS dalam menguji variabel terikat pada riset ini diawali dengan mengamati *R-square* sebagai rujukan awal pengujian. Interpretasi terhadap  $R^2$  secara umum dapat diukur dengan nilai 0,75 (substansial/kuat), 0,50 (moderat/sedang), dan 0,25 (lemah) (Hair *et al.*, 2021). Dampak perubahan nilai *R-square* juga dapat dimanfaatkan untuk mengukur pengaruh variabel laten bebas terhadap variabel laten terikat tertentu guna menentukan apakah terdapat pengaruh yang saling berkorelasi atau substantif (Ghozali, 2015).

### 3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan prosedur statistik yang bertujuan untuk memvalidasi dugaan teoritis dalam sebuah riset apakah dapat diterima atau harus ditolak. Dalam riset ini, pengujian hipotesis akan memanfaatkan software SmartPLS-v4 melalui metode *bootstrap* berdasarkan koefisien jalur untuk menilai signifikansi statistiknya (Hair *et al.*, 2021). Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak melalui evaluasi nilai signifikansi antarkonstruk, t-statistik, dan *p values*. Kaidah dasar pada metode *bootstrap* yang mengacu pada Hair *et al.* (2021) adalah sebagai berikut:

1. Apabila hasil uji t-statistik  $>1,96$  dengan tingkat signifikansi dari *p-value* sebesar  $<0,05$  dan nilai koefisien beta menunjukkan nilai positif, maka hipotesis dinilai layak untuk diterima.

2. Apabila hasil uji t-statistik  $<1,96$  dengan tingkat signifikansi  $p$ -value  $\geq 0,05$  dan nilai koefisien beta menunjukkan nilai negatif, maka hipotesis dinilai tidak layak untuk diterima.

Pengujian hipotesis pengaruh variabel mediasi akan mengevaluasi hasil dari *indirect effect* menggunakan kaidah dasar yang serupa, yaitu jika nilai t-statistik  $>1,96$  atau dengan signifikansi  $p$ -value sebesar 0,05 maka hipotesis dapat diterima.

### 3.11 Uji Mediasi

Menurut Hair *et al.* (2021) analisis mediasi merupakan teknik statistik untuk mengidentifikasi peran suatu variabel mediasi. Uji mediasi digunakan untuk mengetahui apakah variabel mediasi dalam hal ini *green competitive advantage* dapat memengaruhi hubungan antara variabel bebas (*green creativity*) dengan variabel terikat (kinerja bisnis berkelanjutan). Prosedur pengujian dimulai dengan menganalisis kekuatan pengaruh tidak langsung melalui variabel perantara dengan memanfaatkan nilai Efek Tidak Langsung Spesifik yang diperoleh dari teknik *bootstrapping*. Pengaruh mediasi dianggap signifikan apabila nilai probabilitas  $<0,05$  (hipotesis di terima). Sebaliknya, jika nilai probabilitas menunjukkan  $>0,05$  maka dugaan penelitian tersebut dianggap tidak terbukti (hipotesis ditolak). Apabila mediasi terbukti signifikan maka akan dilakukan penetapan jenis mediasi dengan mengamati hasil dari *indirect effect* dan *total effect* (*direct effect* + *indirect effect*). Berdasarkan Hair *et al.* (2021), cara melakukan penentuannya adalah sebagai berikut:

1. Jika *direct effect* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, namun *indirect effect* menunjukkan pengaruh signifikan, maka terjadi mediasi penuh (*full mediation*).
2. Jika *direct effect* dan *indirect effect* keduanya menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y), maka terjadi mediasi parsial (*partial mediation*).

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Temuan penelitian ini bertujuan mengetahui dan memberikan wawasan mengenai hubungan antara *Green Creativity* terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan yang dimediasi oleh *Green Competitive Advantage*. Dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat analisis, maka penelitian ini menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Green Creativity* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan dan menerapkan ide-ide inovatif yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan, maka semakin baik pula pencapaian kinerja bisnis yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan.
2. *Green Creativity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Competitive Advantage*. Hal menunjukkan bahwa upaya pelaku UMKM dalam mengembangkan solusi kreatif berbasis lingkungan mampu menciptakan diferensiasi yang bernilai tinggi dan sulit ditiru oleh pesaing, sehingga membentuk fondasi daya saing yang berkelanjutan.
3. *Green Competitive Advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa keunggulan kompetitif berbasis lingkungan menjadi faktor kunci dalam mentransformasikan praktik keberlanjutan menjadi hasil kinerja yang terukur,

baik dari sisi profitabilitas, efisiensi operasional, maupun kontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

4. *Green Competitive Advantage* terbukti memediasi secara parsial hubungan antara *Green Creativity* dan Kinerja Bisnis Berkelanjutan. Dengan kata lain, *Green Creativity* dapat meningkatkan Kinerja Bisnis Berkelanjutan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui peningkatan *Green Competitive Advantage* terlebih dahulu.

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan, beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti dan memiliki peluang sebagai saran evaluasi dan perbaikan, diantaranya bagi pelaku UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung dan penelitian selanjutnya.

Berikut adalah beberapa saran strategis untuk UMKM bidang makan dan minuman di Bandar Lampung:

1. Berkaitan dengan variabel *green creativity* berdasarkan hasil analisis rata-rata indikator terendah, yaitu memotivasi dan mendukung ide-ide hijau kepada orang lain maka pelaku UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung perlu mempromosikan serta mendorong penerapan ide-ide ramah lingkungan secara lebih aktif kepada karyawan, mitra usaha, maupun pihak terkait lainnya agar memperkuat kontribusi usaha terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan.
2. Berkaitan dengan variabel *green competitive advantage* menggunakan dasar dari hasil analisis rata-rata indikator terendah, yaitu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah dalam hal manajemen lingkungan atau inovasi ramah lingkungan dibandingkan dengan pesaing utamanya maka UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung disarankan meningkatkan efisiensi biaya melalui penerapan praktik ramah lingkungan agar praktik ramah lingkungan tidak hanya berdampak pada keberlanjutan usaha, tetapi juga mampu menciptakan keunggulan biaya yang kompetitif dibandingkan pesaing.

3. Terkait dengan variabel kinerja bisnis berkelanjutan pada dimensi lingkungan yang mengacu pada hasil rata-rata indikator terendah, yaitu perusahaan berupaya mencapai efisiensi ramah lingkungan untuk membantu kinerja lingkungan, maka UMKM bidang makanan dan minuman di Bandar Lampung disarankan lebih mengoptimalkan efisiensi operasional berbasis praktik ramah lingkungan agar kinerja lingkungan usaha dapat meningkat secara konsisten dan mendukung keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

Berikut adalah beberapa saran bagi pengembangan penelitian selanjutnya di masa depan:

1. Memfokuskan penelitian pada salah satu dimensi *green creativity* secara lebih mendalam, seperti dimensi promosi ide hijau atau dimensi keunggulan biaya ramah lingkungan, agar diperoleh pemahaman yang lebih spesifik mengenai peran masing-masing dimensi dalam membentuk *green competitive advantage* dan kinerja bisnis berkelanjutan UMKM.
2. Menambahkan variabel moderasi, seperti dukungan pemerintah, akses pembiayaan, atau tingkat pendidikan pemilik usaha, guna meningkatkan kemampuan model penelitian dalam menjelaskan faktor-faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel.
3. Menggunakan pendekatan *mixed-method* dengan mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif, misalnya melalui wawancara mendalam, sehingga proses, strategi, serta tantangan implementasi praktik ramah lingkungan pada UMKM dapat dipahami secara lebih komprehensif dan menghasilkan rekomendasi yang lebih aplikatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M., & Hashem, G. (2019). *Absorptive capacity and green innovation adoption in SMEs: The mediating effects of sustainable organisational capabilities*. *Journal of Cleaner Production*, 220, 853–863. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.150>
- Aditya Budi Krisnanto. (2017). Strategi Manajemen Hijau Untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i1.17>
- Adomako, S., & Nguyen, N. P. (2023). *Green Creativity, Responsible Innovation, And Product Innovation Performance: A Study Of Entrepreneurial Firms In An Emerging Economy*. *Business Strategy And The Environment*, 32(7), 4413–4425. <https://doi.org/10.1002/bse.3373>
- Aeknarajindawat, N., & Jermstittiparsert, K. (2019). *The Mediating Role Of Green Creativity In The Relationship Between Proactive Green Innovation, Reactive Green Innovation And The Performance Of Green Product Development: A Case Of Thai Sports Manufacturing Firms*. *Journal Of Human Sport And Exercise*, 14(Proc5), S2290–S2303. <https://doi.org/10.14198/jhse.2019.14.Proc5.45>
- Agyapong, A., van Klyton, A., Aidoo, S. O., & Osabutey, E. (2024). *Green Synergy: Unleashing Creativity, Innovation, Dynamic Capability, And Performance Of Small And Medium Firms*. *International Journal of Innovation Management*, 28(7–8). <https://doi.org/10.1142/S1363919624500300>
- Alfadel, A., & Nalband, N. (2025). *Green Creativity As A Mediator Between Green Human Resource Management Practices And Sustainable Development: Insight From Saudi Arabia*. *Discover Sustainability*, 6(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01297-4>
- Almeida, F., & Wasim, J. (2023). *Eco-Innovation And Sustainable Business Performance: Perspectives of SMEs in Portugal and the UK*. *Society and Business Review*, 18(1), 28–50. <https://doi.org/10.1108/SBR-12-2021-0233>
- Arsawan, I. W. E., Koval, V., Rajiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G., & Suryantini, N. P. S. (2022). *Leveraging Knowledge Sharing And Innovation Culture Into Smes Sustainable Competitive Advantage*. *International Journal Of Productivity And Performance Management*, 71(2), 405–428. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2020-0192>
- Ayu Widhiastuti, & Muafi, M. (2022). *The Role Of Environmental Commitment And Green Creativity On Business Performance Mediated By Circular Economy Implementation*. *International Journal Of Business Ecosystem & Strategy (2687-2293)*, 4(4), 96–107. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i4.355>
- Baah, C., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., & Lascano Armas, J. A. (2024). *Exploring Corporate Environmental Ethics And Green Creativity*

*As Antecedents Of Green Competitive Advantage, Sustainable Production And Financial Performance: Empirical Evidence From Manufacturing Firms. Benchmarking, 31(3), 990–1008. <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2022-0352>*

- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2022). Data usaha mikro, kecil, dan menengah Provinsi Lampung. BPS Provinsi Lampung. <https://lampung.bps.go.id>
- Bahri, B. B. (2022). Dampak *Green Product* Dan *Green Marketing* Terhadap Keunggulan Bersaing Kelompok UPPKS “Kalipakem Baru”: Dimediasi Etika Lingkungan Bisnis. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis, 27(1), 1. <https://doi.org/10.20961/jkb.v27i1.52113>*
- Baquero, A. (2024). *Examining The Role Of Ambidextrous Green Innovation And Green Competitive Advantage In Stimulating Sustainable Performance: The Moderating Role Of Green Absorptive Capacity. SAGE Open, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241294160>*
- Bini, L., Bellucci, M., & Giunta, F. (2018). *Integrating Sustainability In Business Model Disclosure: Evidence From The UK Mining Industry. Journal of Cleaner Production, 171, 1161–1170. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.282>*
- Bintara, R., Yadiati, W., Zarkasyi, M. W., & Tanzil, N. D. (2023). *Management of Green Competitive Advantage: A Systematic Literature Review and Research Agenda. Economies, 11(2). <https://doi.org/10.3390/economies11020066>*
- Budi, & Didi Sundiman. (2021). Pengaruh Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Berkelanjutan: Peran Moderasi Dari Kepedulian Lingkungan Manajerial (Studi Pada Umkm Di Batam) (Vol. 16, Number 1). <http://dx.doi.org/10.19166/derema.v16i1.2505>
- Bui, T. D., Aminah, H., Wang, C. H., Tseng, M. L., Iranmanesh, M., & Lim, M. K. (2022). *Developing a Food and Beverage Corporate Sustainability Performance Structure in Indonesia: Enhancing the Leadership Role and Tenet Value from an Ethical Perspective. Sustainability (Switzerland), 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063658>*
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bandar Lampung. (2022). Data usaha mikro, kecil, dan menengah Kota Bandar Lampung tahun 2022. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung. <https://koperasiukm.lampungprov.go.id/>
- Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Lampung. (2023). Data sampah dari tahun 2010 s/d 2023. DLH Provinsi Lampung. <https://dlh.lampungprov.go.id/pages/data-sampah-dari-tahun-2010-s-d-2023>
- Chang, C. H. (2011). *The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation. Journal of Business Ethics, 104(3), 361–370. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>*
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). *The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green*

- Transformational Leadership, and Green Creativity. Journal of Business Ethics*, 116(1), 107–119. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x>
- Djalic, N., Nikolic, M., Bakator, M., & Erceg, Z. (2021). *Modeling The Influence Of Information Systems On Sustainable Business Performance And Competitiveness. Sustainability (Switzerland)*, 13(17). <https://doi.org/10.3390/su13179619>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Limited.
- Ermitajani Judi, T., & Darmawan, A. (2022). *The Public Role Of Green Performance And Competitive Advantages On Sustainability: Analysis Of The Importance Of Green Organizational Culture And Green Innovation In Companies* (Vol. 20, Number 2). *Jurnal Administrasi Publik*. <https://doi.org/10.30996/dia.v20i02.7155>
- Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E. A., & Barlow, C. Y. (2017). *Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. Business Strategy and the Environment*, 26(5), 597–608. <https://doi.org/10.1002/bse.1939>
- Farhani, A., Fitri, A., & Diani Sormin, R. (2025). Analisis Penerapan Ekonomi Sirkular dan Inovasi Hijau UMKM: Studi Kasus Kabupaten Pesawaran. *MDP Student Conference 2025*. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v4i2.11219>
- Fields, Z., & Atiku, S. O. (2016). *Collective Green Creativity and Eco-Innovation as Key Drivers of Sustainable Business Solutions in Organizations* (pp. 1–25). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1823-5.ch001>
- Geissdoerfer, M., Pieroni, M. P. P., Pigosso, D. C. A., & Soufani, K. (2020). *Circular business models: A review. In Journal of Cleaner Production* (Vol. 277). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123741>
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). *Sustainable business model innovation: A review. In Journal of Cleaner Production* (Vol. 198, pp. 401–416). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goni, F. A., Gholamzadeh Chofreh, A., Estaki Orakani, Z., Klemeš, J. J., Davoudi, M., & Mardani, A. (2021). *Sustainable Business Model: A Review And Framework Development. Clean Technologies and Environmental Policy*, 23(3), 889–897. <https://doi.org/10.1007/s10098-020-01886-z>
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Kot, S., Androniceanu, A., & Jermisittiparsert, K. (2019a). *Role Of Social And Technological Challenges In Achieving A Sustainable Competitive Advantage And Sustainable Business Performance. Sustainability (Switzerland)*, 11(14). <https://doi.org/10.3390/su11143811>

- Ilman, M., Natsir, R., Rahman Kadir, A., & Almaida, A. (2025). Pengaruh *Systematic Strategic Planning* Dan *Strategic Business Innovation* Terhadap *Sustainable Performance* UMKM (Studi Kasus Pada Umkm Makanan Dan Minuman Kota Makassar). In *Paulus Journal of Accounting* (Vol. 6, Number 2).
- Ismaila, Marwanb, Hanizac, & Surya Rd. (2024). Penerapan *green business* pada pengembangan industri UMKM (*Application of green business in the development of the UMKM industry*). *CORAL (Community Service Journal)*.
- Jelmer, J. B., & Stellingwerf, J. (2012). *Sustainable Entrepreneurship: The Motivations & Challenges of Sustainable Entrepreneurs in the Renewable Energy Industry*. urn:nbn:se:hj:diva-18608
- Joseph F. Hair, Jr. G. T. M. H. C. M. R. M. S. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Peran UMKM sebagai penggerak ekonomi Indonesia. <https://linkumkm.id/media/detail/15845/peran-umkm-sebagai-penggerak-ekonomi-indonesia>
- Kompas.com. (2025, Maret 8). Foopak dorong upaya UMKM kuliner mandiri dan ramahlingkungan. <https://lestari.kompas.com/read/2025/03/08/104352186/foopak-dorong-upaya-umkm-kuliner-mandiri-dan-ramah-lingkungan>
- Kuo, F. I., Fang, W. T., & LePage, B. A. (2022). *Proactive Environmental Strategies In The Hotel Industry: Eco-Innovation, Green Competitive Advantage, And Green Core Competence*. *Journal Of Sustainable Tourism*, 30(6), 1240–1261. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931254>
- Larbi-Siaw, O., Xuhua, H., Owusu, E., Owusu-Agyeman, A., Fulgence, B. E., & Frimpong, S. A. (2022). *Eco-Innovation, Sustainable Business Performance And Market Turbulence Moderation In Emerging Economies*. *Technology In Society*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101899>
- Layinatut Taqiyah, Yanti, & Awaliawati Rachpriliani. (2025). Peran Regulasi Pemerintah, Dan Inovasi Ekologis Dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*. <http://jra.politala.ac.id/index.php/JRA/index>
- Li, W., Bhutto, T. A., Xuhui, W., Maitlo, Q., Zafar, A. U., & Ahmed Bhutto, N. (2020). *Unlocking Employees' Green Creativity: The Effects Of Green Transformational Leadership, Green Intrinsic, And Extrinsic Motivation*. *Journal of Cleaner Production*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120229>
- Lin, Y. H., & Chen, Y. S. (2017). *Determinants Of Green Competitive Advantage: The Roles Of Green Knowledge Sharing, Green Dynamic Capabilities, And Green Service Innovation*. *Quality And Quantity*, 51(4), 1663–1685. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0358-6>

- Lüdeke-Freund, F., Gold, S., & Bocken, N. M. P. (2019). *A Review and Typology of Circular Economy Business Model Patterns*. In *Journal of Industrial Ecology* (Vol. 23, Number 1, pp. 36–61). Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1111/jiec.12763>
- Mahmood, A., & Bashir, J. (2020). *How does corporate social responsibility transform brand reputation into brand equity? Economic and noneconomic perspectives of CSR*. *International Journal of Engineering Business Management*, 12. <https://doi.org/10.1177/1847979020927547>
- Makki, A. A., Alidrisi, H., Iqbal, A., & Al-Sasi, B. O. (2020). *Barriers to Green Entrepreneurship: An ISM-Based Investigation*. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/jrfm13110249>
- Muangmee, C., Dacko-Pikiewicz, Z., Meekaewkunchorn, N., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). *Green entrepreneurial orientation and green innovation in small and medium-sized enterprises (Smes)*. *Social Sciences*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/socsci10040136>
- Nirwana, I., Nasrah, R., & Rahmadani, I. (2024). *Strategi Inovasi UMKM : Bidang Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif UMKM Innovation Strategy: Culinary Field Based On Creative Economy*. Menara Ekonomi. <https://doi.org/10.31869/me.v10i2.5923>
- Novitasari, M., & Agustia, D. (2023). *Competitive Advantage As A Mediating Effect In The Impact Of Green Innovation And Firm Performance*. *Business: Theory and Practice*, 24(1), 216–226. <https://doi.org/10.3846/btp.2023.15865>
- Ogbeibu, S., Jabbour, C. J. C., Gaskin, J., Senadjki, A., & Hughes, M. (2021). *Leveraging STARA Competencies And Green Creativity To Boost Green Organisational Innovative Evidence: A Praxis For Sustainable Development*. *Business Strategy and the Environment*, 30(5), 2421–2440. <https://doi.org/10.1002/bse.2754>
- Palmié, M., Aebersold, A., Oghazi, P., Pashkevich, N., & Gassmann, O. (2025). *Digital-Sustainable Business Models: Definition, Systematic Literature Review, Integrative Framework And Research Agenda From A Strategic Management Perspective*. *International Journal of Management Reviews*, 27(3), 346–374. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12380>
- Peric, M., Durkin, J., & Vitezic, V. (2017). *The Constructs of a Business Model Redefined: A Half-Century Journey*. *SAGE Open*, 7(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2158244017733516>
- Pradani, L. E. A. H. I. I. H. (2023). *Penerapan Konsep Green Economy Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Tahu Di Dusun Tahu Kabupaten Situbondo*. 11(1), 19–25. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n1.p1>
- Prasetya, F. V., Sri Hastuti, Fahmi Poernamawatie, Mitha Endah Aprillia, & Alvia Intan Magroaini. (2025). *Green Competitive Advantage as a Mediator of Green Strategy in Indonesia's Financial Performance*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 12(2), 31–47. <https://doi.org/10.55963/jraa.v12i2.835>

- Qiu, L., Jie, X., Wang, Y., & Zhao, M. (2020). *Green Product Innovation, Green Dynamic Capability, And Competitive Advantage: Evidence From Chinese Manufacturing Enterprises*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 146–165. <https://doi.org/10.1002/csr.1780>
- Ramadhani Abanan, M. Z., & Isharina, I. K. (2024). Pengaruh *Green Creativity* terhadap *Green Competitive Advantage* dengan Mediasi *Green Brand Image*. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 157–169. <https://doi.org/10.35912/rambis.v4i2.3705>
- Rambe, D., Kusumawati, A., Harahap, R. E., & Martrifah, Y. (2024). Pengaruh Biaya Usaha, Biaya Lingkungan, Kepedulian Lingkungan Terhadap Implementasi *Green Accounting* UMKM Batik Bantul. *JRPM Jurnal Riset Dan Penalaran Mahasiswa*, 2(1).
- Salama, W. M., Suliman, M. A., Hassanin, M., Khairy, H. A., Asrag, A. S. A. Al, & Fahmy, N. S. (2024). *Catalyzing Green Competitiveness In Hotel And Tourism Businesses: Leveraging Digital Dynamic Capability And Green Creativity*. *Environment and Social Psychology*, 9(9). <https://doi.org/10.59429/ESP.V9I9.2978>
- Setiabudhi, M., Kusumawati, A., & Nimran, U. (2025). *Analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): Teori dan Aplikasi dengan SmartPLS 4*. Penerbit Andi.
- Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., & Susilo, P. (2023). *Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment*. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151512096>
- Shakeel, J., Mardani, A., Chofreh, A. G., Goni, F. A., & Klemeš, J. J. (2020). *Anatomy of sustainable business model innovation*. *Journal of Cleaner Production*, 261. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121201>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Song, W., & Yu, H. (2018). *Green Innovation Strategy and Green Innovation: The Roles of Green Creativity and Green Organizational Identity*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135–150. <https://doi.org/10.1002/csr.1445>
- Sudirman, A., Chusnu, R., Diah Kusuma, S., Halim, F., & Sembiring, L. D. (2024). *Analysis of the Mediation Effect of Green Competitive Advantage: Reviewing the Influence of Green Innovation on SMEs' Business Performance* (Vol. 5, Number 2). <https://ijble.com/index.php/journal/index>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- UNDP Indonesia. (2023). *Sustainable Development Goals dan peran UMKM*. <https://www.undp.org/indonesia>

- Warganegara, T. L. P., & Ardila, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 647–653. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1175>
- Wayan Duti Ariani, N., & Ayu Suresmiathi, A. D. (n.d.). *E-Jurnal EP Unud*, 2 [2] : 102-107 Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja, Bantuan Modal Usaha Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Kerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Jimbaran.
- Wu, S., Cheng, P., & Yang, F. (2024). *Study On The Impact Of Digital Transformation On Green Competitive Advantage: The Role Of Green Innovation And Government Regulation*. *PLoS ONE*, 19(8 August). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0306603>
- Yulaeli, T., Murwaningsari, E., & Mulyani, S. D. (2024). *The Influence of Green Human Capital and Green Creativity on Business Performance with Green Environmental Commitment as Moderation*. In *International Journal of Environmental Sciences* (Vol. 10, Number 1). <http://www.theaspd.com/ijes.php>
- Yusliza, M. Y., Yong, J. Y., Tanveer, M. I., Ramayah, T., Noor Faezah, J., & Muhammad, Z. (2020). *A Structural Model Of The Impact Of Green Intellectual Capital On Sustainable Performance*. *Journal of Cleaner Production*, 249. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119334>
- Zameer, H., Wang, Y., & Yasmeen, H. (2020). *Reinforcing Green Competitive Advantage Through Green Production, Creativity And Green Brand Image: Implications For Cleaner Production In China*. *Journal of Cleaner Production*, 247. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119119>
- Zameer, H., Wang, Y., Yasmeen, H., & Mubarak, S. (2022). *Green Innovation As A Mediator In The Impact Of Business Analytics And Environmental Orientation On Green Competitive Advantage*. *Management Decision*, 60(2), 488–507. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2020-0065>
- Zekhnini, K., Cherrafi, A., Bouhaddou, I., Chaouni Benabdellah, A., & Bag, S. (2022). *A Model Integrating Lean And Green Practices For Viable, Sustainable, And Digital Supply Chain Performance*. *International Journal of Production Research*, 60(21), 6529–6555. <https://doi.org/10.1080/00207543.2021.1994164>
- Zhang, W., Xu, F., & Wang, X. (2020). *How Green Transformational Leadership Affects Green Creativity: Creative Process Engagement As Intermediary Bond And Green Innovation Strategy As Boundary Spanner*. *Sustainability (Switzerland)*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/su12093841>
- Zhang, Z. (2024). *Exploring The Green Edge: The Role Of Market Orientation And Knowledge Management In Achieving Competitive Advantage Through Creativity*. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03174-3>