

Analisis Keterkaitan Eco-Product Innovativeness, Social Dan Green Performance Di Umkm Batik Kota Purworejo

Fatur Rohmat Ashari¹, Ratih Hendayani²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, faturrohmat@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ratihhendayani@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Inovasi hijau atau eco-product innovativeness merupakan upaya yang dapat dilakukan industri dalam segala hal, berkembang secara berkelanjutan dengan kemajuan aspek lingkungan. Sementara kinerja hijau atau green performance merupakan kinerja yang berfokus pada pemanfaatan produk ramah lingkungan. Salah satu penerapan inovasi hijau dan kinerja hijau adalah pada UMKM batik. Penggunaan eco-product innovativeness, social, green performace di UMKM batik Dewa, Ngasto Tirto dan Srikandi di Purworejo masih terbilang belum efektif sehingga perlu adanya penilaian dengan pendekatan eco-product innovativeness, social, green performace terhadap business performances References. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh eco-product innovativeness terhadap kinerja bisnis, kinerja hijau dan kinerja sosial pada UMKM batik Dewa, Ngasto Tirto dan Srikandi di Kabupaten Purworejo. Selain itu, juga untuk mengetahui pengaruh kinerja sosial dan kinerja hijau terhadap kinerja bisnis. Pengujian yang dilakukan, terdapat hubungan yang signifikan antara eco-product innovativeness dengan kinerja perusahaan, eco-product innovativeness dengan green performance, eco-product innovativeness dengan kinerja sosial dan hubungan antara kinerja hijau dan kinerja bisnis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan terhadap kegiatan bisnis dari UMKM batik Dewa, Ngasto Tirto dan Srikandi. Selain itu, diharapkan dapat diterapkan dalam mempertahankan praktik dari eco-product innovativeness, kinerja hijau dan kinerja sosial. Melalui penerapan tersebut diharapkan adanya peningkatan kinerja perusahaan.

Kata Kunci : batik, *business performance*, *eco-product innovativeness*, *green performances*, *social performance*, UMKM

Abstract

Green innovation or environmentally friendly product innovation is an effort that can be made by the industry in all respects, developing sustainably with the advancement of environmental progress. Meanwhile, green performance is a performance that focuses on the use of environmentally friendly products. One of the applications of green innovation and green performance is on batik SMEs. The use of eco-product innovationness, social, green performance at the UMKM batik Dewa, Ngasto Tirto and Srikandi in Purworejo is still relatively ineffective, so there needs to be an eco-product innovation, social, green performance approach to business performance. References. The purpose of this study was to determine the effect of eco product innovation on business performance, performance, and performance of UMKM batik Dewa, Ngasto Tirto and Srikandi in Purworejo Regency. In addition, also to determine the effect of business performance and business performance. The tests carried out, there is a significant relationship between environmentally friendly product innovation and company performance, environmentally friendly product innovation with environmentally friendly performance, environmentally friendly product innovation and business performance. The results of this study are expected to be used as a reference for the business activities of the UMKM batik Dewa, Ngasto Tirto and Srikandi. In addition, it is hoped that it can be applied in maintaining the practice of environmentally friendly product innovation, performance and social performance. Through this application, it is hoped that the company's performance will increase.

Keywords: batik, *business performance*, *eco-product innovativeness*, *green performances*, SMEs, *social performance*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Batik merupakan salah satu karya seni yang telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai situs warisan dunia dalam hal budaya pada tahun 2009. Adapun dengan penetapan ini, permintaan batik di Indonesia menjadi meningkat hingga di ekspor ke banyak Negara lain. Salah satu daerah dengan penjualan batik tertinggi berdasarkan data penjualan Tokopedia pada tahun 2018 adalah Provinsi Jawa Tengah. Sektor Industri batik memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan asli daerah di Jawa Tengah, tak terkecuali di Kabupaten Purworejo. Akan tetapi tingginya kontribusi tidak sebanding dengan dampak negatif dari pengolahan industri seperti dampak pengolahan limbahnya bagi lingkungan. Penyebab permasalahan limbah adalah akibat dari kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam merancang proses produksi dan kepedulian pelaku usaha pada lingkungan. Sebab itu, diperlukan adanya kinerja perusahaan yang bersifat ramah lingkungan atau bersifat hijau. Kinerja hijau tersebut dibarengi dengan inovasi hijau yang akan mempengaruhi kinerja sosial. Kinerja perusahaan dapat mengevaluasi dengan melihat laporan keuangan. Informasi tentang posisi keuangan masa lalu dan indikator keuangan seringkali sering dapat memenuhi dividen, upah, nilai harga dan perusahaannya. Kinerja sosial merupakan bentuk tanggung jawab moral yang berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi, pemberdayaan karyawan, dan kesejahteraan masyarakat dan komunitas melalui keadilan sosial dan praktik etis. Inovasi hijau merupakan usaha yang dilakukan pada industri yang dapat dilakukan di segala aspek dan dikembangkan secara berkelanjutan seiring perkembangannya ditinjau dari aspek lingkungan.

B. Rumusan Masalah

Kondisi produksi batik pada Kota Purworejo UMKM batik srikandi, ngasto tirta, dan dewa dalam melakukan produksi tidak bisa dipungkiri dengan terjadinya dampak negatif terhadap lingkungan baik dari internal atau ketidakpastian lingkungan. Sehingga UMKM batik cocok dijadikan sebagai objek pelaksanaan eco-product innovativeness, social, and green performances sebagai salah satu cara mengetahui pengaruh metode sesudah dan sebelum pengimplementasian metode tersebut.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta perumusan masalah diatas, pertanyaan penelitian yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah eco-product innovativeness berpengaruh signifikan terhadap business performances pada UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
2. Apakah eco-product innovativeness berpengaruh signifikan terhadap green performance pada UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
3. Apakah eco-product innovativeness berpengaruh signifikan terhadap social performance pada UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
4. Apakah social performance berpengaruh signifikan terhadap business performances pada UMKM batik di Kabupaten Purworejo?
5. Apakah green performance berpengaruh signifikan terhadap business performances pada UMKM batik di Kabupaten Purworejo?

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Eco-Product Innovativeness

Secara umum pembaruan dalam hal ramah lingkungan merupakan suatu pembaruan yang bertujuan untuk mengurangi efek samping terhadap lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan konsumsi dan produksi [1]. Inovasi perangkat keras atau perangkat lunak yang terkait dengan produk atau ramah lingkungan, terkait dengan konservasi energi, pengendalian polusi, daur ulang limbah, desain produk berkelanjutan, atau lingkungan perusahaan beroperasi [2].

B. Hubungan antara EPI, Kinerja Bisnis, Kinerja Hijau dan Kinerja Sosial

EPI dengan demikian dapat menjadi hasil dari alasan ekonomi lainnya seperti meningkatkan pangsa pasar atau mengurangi biaya. Seperti dapat dilihat dari penjelasan di atas, kontribusi EPI pada kinerja perusahaan juga telah diakui [3] [4] Ada hubungan positif antara EPI dan *business performance* dalam dimensi berikut: laba atas investasi, pangsa pasar, profitabilitas, dan penjualan. [5]

C. EPI, Green Performance, dan Social Performance

EPI dikaitkan dengan agenda pengelolaan lingkungan yang tegas dan bahwa inovasi hijau merangsang kinerja lingkungan [6][8]. Selanjutnya, inovasi produk dan proses hijau tidak hanya mengurangi dampak negatif lingkungan dari bisnis tetapi juga meningkatkan kinerja keuangan dan sosial perusahaan melalui pengurangan limbah & biaya [8]. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi hijau tidak boleh dianggap sebagai tindakan reaktif perusahaan terhadap tekanan pemangku kepentingan melalui niat organisasi yang proaktif dan praktik untuk meningkatkan kinerja lingkungan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif [9] [10] [11].

D. Social Performance and Business Performance

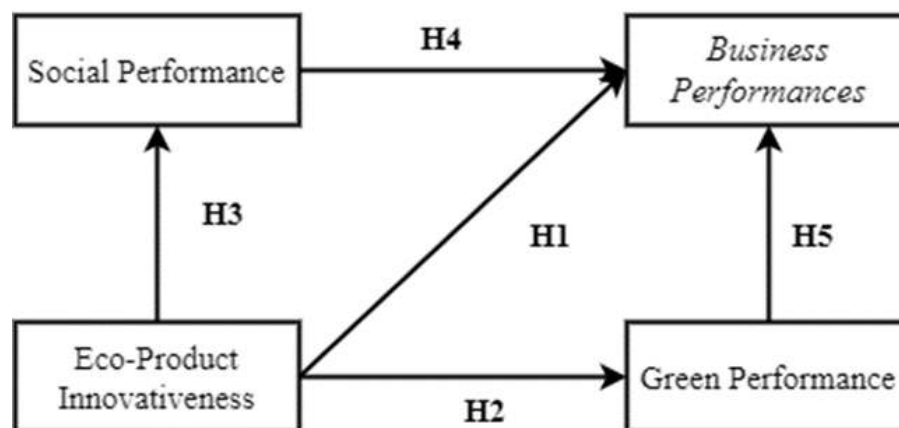
Hubungan antara Kinerja sosial dan kinerja keuangan telah mendapat banyak perhatian dalam literatur manajemen. Bukti untuk hubungan positif beragam [12] [13]. [14] meninjau 127 studi dan menunjukkan bahwa sekitar 40% menemukan hubungan positif antara Kinerja sosial dan kinerja perusahaan, dan [15] menunjukkan bahwa sekitar 60% dari 159 studi melaporkan hubungan positif.

E. Green Performance dan Business Performance

Dalam literatur, ada beberapa penelitian yang menyelidiki tentang hubungan kinerja inovasi hijau perusahaan dengan kinerja lingkungan dan keunggulan kompetitifnya. Menurut studi ini, kinerja inovasi produk dan proses hijau perusahaan memiliki efek positif pada keunggulan kompetitif [16] [17]. Selain itu, inovasi hijau memiliki hubungan positif dengan kinerja hijau dan kinerja lingkungan merupakan dimensi penting dari kinerja hijau [18]. Menurut penelitian lain, yang menyelidiki inovasi hijau dalam manajemen rantai pasokan hijau, kesadaran pemasok mempengaruhi inovasi hijau secara positif dan juga inovasi hijau berpengaruh pada kinerja lingkungan dan keunggulan kompetitif [19].

F. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini mengadopsi penelitian dari [20] yang menggambarkan hubungan antara *Business Performance* dengan *Social Performance*, *Eco-Product Innovativeness*, dan *Green Performance*. Dari penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh signifikan dari empat variabel tersebut dengan indikatornya *Lean operation*, *Social Performance*, *Eco-Product Innovativeness*, dan *Green Performance*, *Business Performance*. Yang dimana secara simultan berpengaruh positif terhadap *Business Performance*. Berikut merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian:



Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran
Sumber: Afum *et al.* (2021)

III. METODE PENELITIAN

A. Karakteristik Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan pendekatan metode eksplorasi yaitu untuk menemukan ide-ide baru dan mengetahui apa yang terjadi [21]. Ada tiga jenis penelitian tentang asosiasi, yaitu hubungan simetri, hubungan sebab akibat, dan interaksi. Jenis penelitian ini adalah studi tentang penelitian yang dicoba oleh para peneliti untuk menentukan penyebab kelompok individu yang ada [22].

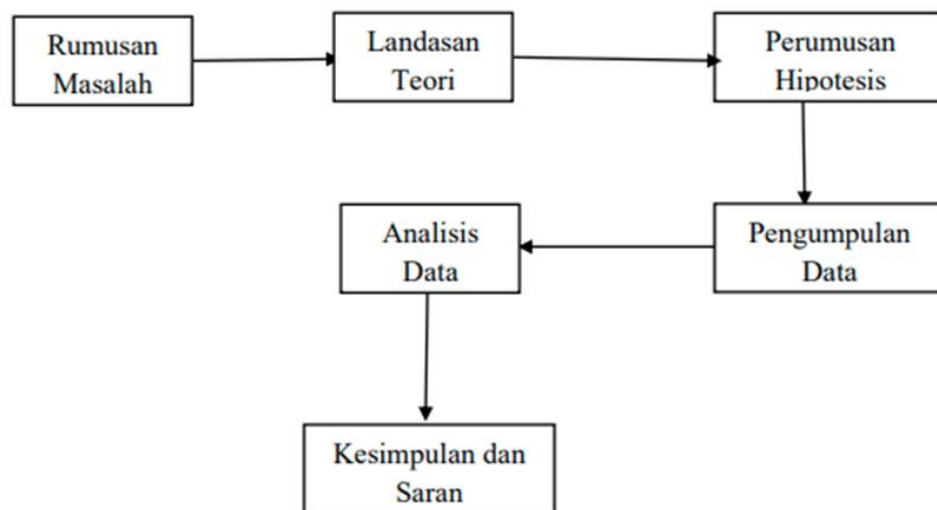
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian

No.	Karakteristik Penelitian	Jenis
1.	Berdasarkan Metode	Kuantitatif
2.	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	Kausalitas
3.	Berdasarkan Unit Analisis	<i>Exploratory research</i>
4.	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	<i>Single cross sectional method</i>

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

B. Tahapan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan pekerja UMKM batik di lokasi batik dewa, ngasto tirta, dan srikandi. Penelitian ini menggunakan skala likert dalam menghitung jumlah skor, teknik analisis multivariat dan PLS dalam menganalisis hasil terhadap uji pengaruh. Dalam penelitian ini melakukan uji validitas untuk memperoleh layak atau tidaknya setiap item pertanyaan untuk mendefinisikan sebuah variabel. Penelitian ini juga melakukan uji reabilitas untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan responden dalam memberikan jawaban dari pertanyaan pada kuesioner. Beberapa bagian uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu Uji Normalitas, Uji Validitas, Setelah melakukan seluruh pengujian yang telah disebutkan, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari Uji PLS Outer model, dan Uji PLS Inner model.



Gambar 3.2 Tahapan Penelitian
Sumber: Sugiyono 2013

C. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada pemilik dan pekerja UMKM batik. Sedangkan untuk data sekunder dikumpulkan melalui artikel, penelitian terdahulu, buku-buku, dan jurnal referensi yang terkait dengan topik penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Variabel	Kode Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	Korelasi minimal (r tabel)	Keterangan
<i>Social Performance</i>	SP1	0,519	0,195	VALID
	SP2	0,527	0,195	VALID
	SP3	0,532	0,195	VALID
	SP4	0,604	0,195	VALID
	SP5	0,529	0,195	VALID
<i>Eco-Product Innovativeness</i>	EPI1	0,566	0,195	VALID
	EPI2	0,621	0,195	VALID
	EPI3	0,733	0,195	VALID
	EPI4	0,653	0,195	VALID
	EPI5	0,563	0,195	VALID
<i>Green Performance</i>	GP1	0,584	0,195	VALID
	GP2	0,604	0,195	VALID
	GP3	0,519	0,195	VALID
	GP4	0,632	0,195	VALID
	GP5	0,595	0,195	VALID
<i>Business Performance</i>	BP1	0,665	0,195	VALID
	BP2	0,630	0,195	VALID
	BP3	0,621	0,195	VALID
	BP4	0,552	0,195	VALID
	BP5	0,314	0,195	VALID

Gambar 4.2.1 Uji Validitas
Sumber: Data yang telah diolah (2022)

B. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	20

Gambar 4.2.2 Uji Reabilitas
Sumber: Data yang telah diolah (2022)

C. Analisis Outer Model

1. Convergent Validity

Convergent validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score yang diestimasi dengan Software Smart PLS 3.3.3. Ukuran reflektif individual dapat dikatakan tinggi jika nilainya menunjukkan hasil yang lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur [23]. Adapun hasil dari pengujian loading factor dan convergent validity yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Indikator	Loading	Standar	Keterangan
BP1	0.295	0,7	Diterima
BP2	0.283	0,7	Diterima
BP3	0.265	0,7	Diterima
BP4	0.230	0,7	Diterima
BP5	0.168	0,7	Diterima
EPI1	0.234	0,7	Diterima
EPI2	0.253	0,7	Diterima
EPI3	0.315	0,7	Diterima
EPI4	0.301	0,7	Diterima
EPI5	0.251	0,7	Diterima
GP1	0.276	0,7	Diterima
GP2	0.269	0,7	Diterima
GP3	0.229	0,7	Diterima
GP4	0.291	0,7	Diterima
GP5	0.325	0,7	Diterima
SP1	0.207	0,7	Diterima
SP2	0.238	0,7	Diterima
SP3	0.253	0,7	Diterima
SP4	0.326	0,7	Diterima
SP5	0.329	0,7	Diterima

Gambar 4.3.1 Convergent Validity

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada hasil uji convergent validity yang ditunjukkan pada tabel 4.1, maka dapat dinyatakan bahwa semua dimensi dinyatakan valid dikarenakan memiliki nilai loading factor telah melebihi standar minimal 0,7. Sehingga semua butir pertanyaan dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

Ukuran convergent validity yang kedua adalah dengan menunjukkan nilai average variance extracted (AVE), dimana variabel dinyatakan valid jika nilai AVE melebihi 0,5 [23]. Maka nilai AVE dapat dilihat pada gambar berikut:

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Business Performance	0.630
Eco-Product Innovativeness	0.542
Green Performance	0.519
Social Performance	0.543

Gambar 4.3.2 Convergent Validity
Sumber: Data yang telah diolah (2022)

2. Discriminant Validity

Discriminant validity digunakan untuk membuktikan apakah dimensi pada suatu konstruk akan mempunyai nilai lebih besar pada konstruk yang dibentuknya daripada nilai dengan konstruk yang lain. Hasil dari *discriminant validity* dapat dilihat pada tabel cross loading di bawah ini:

	Business Performance	Eco-Product Innovativeness	Green Performance	Social Performance
BP1	0.863	0.444	0.541	0.254
BP2	0.856	0.430	0.508	0.226
BP3	0.833	0.454	0.448	0.243
BP4	0.798	0.380	0.390	0.184
BP5	0.585	0.208	0.262	-0.066
EPI1	0.260	0.668	0.358	0.462
EPI2	0.321	0.770	0.423	0.430
EPI3	0.424	0.842	0.487	0.559
EPI4	0.409	0.727	0.525	0.465
EPI5	0.385	0.659	0.509	0.279
GP1	0.329	0.500	0.701	0.392
GP2	0.334	0.476	0.688	0.418
GP3	0.273	0.417	0.738	0.387
GP4	0.414	0.469	0.756	0.334
GP5	0.593	0.407	0.716	0.195
SP1	0.173	0.311	0.337	0.717
SP2	0.056	0.415	0.389	0.727
SP3	0.190	0.390	0.328	0.719
SP4	0.210	0.516	0.358	0.820
SP5	0.209	0.522	0.325	0.694

Gambar 4.3.2 Discriminant Validity
Sumber: Data yang telah diolah (2022)

Untuk mendapatkan hasil yang valid, maka besarnya hubungan setiap dimensi terhadap variabelnya harus lebih besar dari pada hubungan setiap dimensi ke variabel lainnya. Dari tabel 4.3 di atas diperoleh hasil bahwa factor loading setiap dimensi terhadap variabel latennya (dicetak tebal) terbukti lebih besar dibandingkan dengan hubungan terhadap variabel laten yang lainnya sehingga dapat disimpulkan bahwa *discriminant validity* terpenuhi.

3. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Uji reliabilitas model pengukuran dengan memperhatikan dua kriteria, yakni cronbach's alpha dan composite reliability yang didapat dengan melihat output overview pada hasil algoritma SmartPLS. Nilai yang disarankan untuk memenuhi reliabilitas struktur pengukuran adalah diatas 0,700 [23]. Berikut merupakan hasil uji *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada setiap variabel penelitian:

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Business Performance</i>	0.850	0.893	Reliabel
<i>Eco-Product Innovativeness</i>	0.786	0.854	Reliabel
<i>Green Performance</i>	0.769	0.843	Reliabel
<i>Social Performance</i>	0.793	0.855	Reliabel

Gambar 4.3.3 *cronbach's alpha* dan *composite reliability*

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

Pada hasil tersebut dinyatakan reliabel dimana seluruh variabel memiliki nilai melebihi nilai yang disarankan yakni 0,7, hal tersebut menunjukan bahwa model pengukuran memiliki reliabilitas yang baik.

Selain itu menurut [24] terdapat kriteria untuk menguji *Discriminant Validity* adalah dengan melihat hasil dari matriks Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dalam PLS. dalam nilai pengukuran harus lebih kecil dari 0,85 jika nilai diatas 0,85 hingga maksimal 0,90 masih dianggap cukup.

	Business Performance	Eco-Product Innovativeness	Green Performance	Social Performance
Business Performance				
Eco-Product Innovativeness	0.588			
Green Performance	0.651	0.806		
Social Performance	0.291	0.732	0.615	

Gambar 4.3.4 HTMT

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

4. Analisis Inner Model

a. Analisis R Square (R2)

Analisis *R Square* (R2) dilakukan pada setiap variabel laten endogen yang menunjukkan sebesar apa tingkat pengaruh yang diterima oleh variabel laten endogen dari setiap variabel eksogen yang berkontribusi kepadanya.

	R Square	R Square Adjusted
Business Performance	0.360	0.340
Green Performance	0.397	0.391
Social Performance	0.363	0.357

Gambar 4.3.5 Analisis R Square

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

b. Analisis Q Square (Q²)

Nilai *Q square* digunakan untuk melihat kebaikan dalam model struktural yang mana jika $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance* dan jika model $Q^2 < 0$ menunjukkan model tidak memiliki *predictive relevance*.

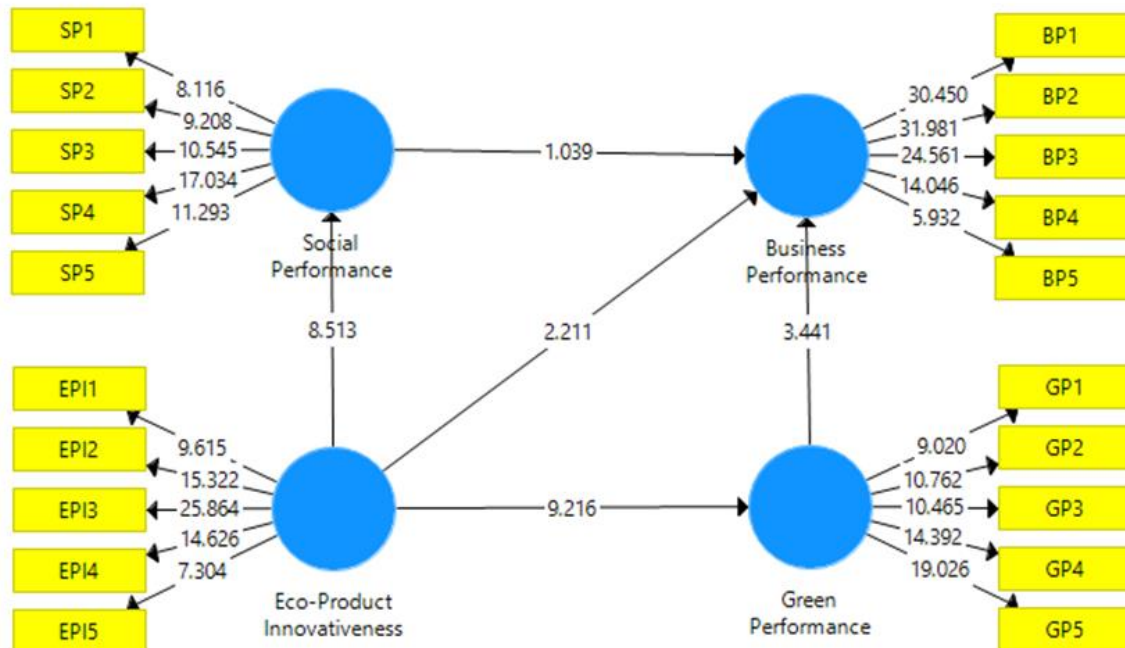
Green Performance	0,195
Social Performance	0.178
Green Performance	0,195
Social Performance	0.178

Gambar 4.3.6 Analisis Q Square

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

Pada tabel diatas dapat lihat bahwa keseluruhan variable menunjukkan nilai Q^2 lebih besar dari 0 yang dapat diartikan bahwa struktur model penelitian yang dilakukan memiliki relevansi prediktif yang baik.

Dalam SmartPLS untuk menguji signifikansi koefisien jalur menggunakan bootstrap dengan tingkat signifikansi 5%. Adapun hasil dari perhitungan untuk menguji hipotesis disajikan pada gambar dan tabel berikut: tabel berikut:



Gambar 4.3.7 Jalur Koefisien

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Eco-Product Innovativeness -> Business Performance	0.322	0.304	0.146	2.211	0.027	Signifikan
Eco-Product Innovativeness -> Green Performance	0.630	0.637	0.068	9.216	0.000	Signifikan
Eco-Product Innovativeness -> Social Performance	0.603	0.618	0.071	8.513	0.000	Signifikan
Green Performance -> Business Performance	0.428	0.456	0.125	3.441	0.001	Signifikan
Social Performance -> Business Performance	-0.161	-0.154	0.155	1.039	0.300	Tidak Signifikan

Gambar 4.3.8 Convergent Validity
Sumber: Data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Pengaruh Hubungan Eco-Product Innovativeness Dengan Business Performance (H1)

Dari pengujian hasil penelitian, terdapat pengaruh yang positif dan bernilai signifikan antara Eco-Product Innovativeness dengan Business Performance pada UMKM Batik Dewa, Ngasto Tirto, dan Batik Srikandi. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0,322 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 2,221 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,027 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel Eco-Product Innovativeness berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Business Performance.

b. Pengaruh Hubungan Eco-Product Innovativeness dengan Green Performance (H2)

Dari pengujian hasil penelitian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Eco-Product Innovativeness terhadap Green Performance pada UMKM Batik Dewa, Ngasto Tirto dan Batik Srikandi. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0,630 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 9,216 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel Eco-Product Innovativeness berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Green Performance.

c. Pengaruh Hubungan Eco-Product Innovativeness Dengan Social Performance (H3)

Dari pengujian hasil penelitian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Eco-Product Innovativeness terhadap Social Performance pada UMKM Batik Dewa, Ngasto Tirto dan Batik Srikandi. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0,603 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 8,513 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel Eco-Product Innovativeness berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Social Performance.

d. Pengaruh Hubungan Green Performance dengan Business Performance (H4)

Hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0,428 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 3,411 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diinterpretasikan bahwa peningkatan praktik green performance yang dilakukan UMKM Batik Dewa, Batik Ngasto Tirto dan Batik Srikandi juga mempengaruhi peningkatan business performance.

e. Pengaruh Hubungan Social Performance Dengan Business Performance (H5)

Social Performance terhadap Business Performance memiliki koefisien jalur sebesar -0,161 dengan nilai t-statistic sebesar 1,039 dan p-value sebesar 0,300. Dari pengujian hasil penelitian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Social Performance terhadap Business Performance. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel -0,161 yang menunjukkan angka negatif dengan nilai t-hitung 1,039 lebih kecil dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,300 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel Social Performance berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Business Performance.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa eco-product innovativeness terhadap business performances berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai original sampel 0,322 yang menunjukkan angka yang positif dengan nilai t-hitung 2,221 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,027 yang lebih kecil dari 0,05.

Pada hasil penelitian didapatkan bahwa eco-product innovativeness terhadap green performance dapat dibuktikan pada hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0,630 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 9,216 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu berdasarkan hasil yang didapatkan eco-product innovativeness berpengaruh signifikan terhadap green performance.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa eco-product innovativeness terhadap social performance hal ini didasarkan pada hasil uji pengaruh dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0,603 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 8,513 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga berdasarkan hasil yang didapatkan eco-product innovativeness terhadap social performance.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa social performance terhadap business performances hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian path coefficients dengan nilai original sampel 0,428 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 3,411 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan social performance berpengaruh signifikan terhadap business performance.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa green performance terhadap business performance dapat dilihat dari hasil koefisien jalur sebesar -0,161 dengan nilai t-statistic sebesar 1,039 dan p-value sebesar 0,300. Dari pengujian hasil penelitian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Social Performance terhadap Business Performance. Dan hasil path coefficients dengan nilai original sampel -0,161 yang menunjukkan angka negatif dengan nilai t-hitung 1,039 lebih kecil dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-value 0,300 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel Social Performance berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Business Performance.

REFERENSI

- [1] Yudi Fernando, W. X. (2017, 05). The Impact of Eco-innovation Drivers on Environmental Performance: Empirical Results From the Green Technology Sector in Malaysia. Retrieved from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/317036214_The_impact_of_eco-innovation_drivers_on_environmental_performance_Empirical_results_from_the_green_technology_sector_in_Malaysia
- [2] Yu-Shan Chen, S.-B. L.-T. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal business ethics*, 67 (4), 331-339.
- [3] Christmann, P. (2000). Effects of best practices of environmental management on cost advantage: the role of complementary assets. *Academy of Management Journal*, 43, 663-680.
- [4] Klassen, R. a. (1999). The impact of environmental technologies on manufacturing performance. *Academy of Management Journal*, 42, 599-615.
- [5] Cheng, C. a. (2012). Validation of a proposed instrument for measuring eco-innovation: An implementation perspective. *Technovation*, 32, 329-344.

- [6] Adegbile, A. S. (2017). Strategic foresight for innovation management: a review and research agenda. *Int. j. innovation technol. Manage*, 14 (4), 1750019.
- [7] Kammerer, D. (2009). The effects of customer benefit and regulation on environmental product innovation.: empirical evidence from appliance manufacturers in Germany. *Ecol. Econ*, 68 (8–9), 2285–2295.
- [8] Weng, H. C. (2015). Effects of green innovation on environmental and corporate performance; a stakeholder perspective. *Sustainability* 7 (5), 4997-5026.
- [9] Kratzer, J. M. (2017). Open innovation and company culture; internal openness makes the difference. *Technol. Forecast. Social change*, 119, 128-138.
- [10] Lin, R. T. (2013). Market demand, green product innovation, and firm performance; evidence from Vietnam motorcycle industry. *J. clean. Prod.*, 40, 101-107.
- [11] de Burgos-Jiménez, J. V.-B.-Ú. (2013). Environmental protection and financial performance: an empirical analysis in Wales. *Int. J. Oper. Prod. Manage.*, 33 (8), 981–1018.
- [12] Carroll, A., & Shabana, K. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12, 85–105.
- [13] Grewatsch, S. &. (2017). When Does It Pay to be Good? Moderators and Mediators in the Corporate Sustainability–Corporate Financial Performance Relationship: A Critical Review. *Journal of Business Ethics*.
- [14] Margolis, J., Elfenbein, H., & Walsh, J. (2007). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Ann. Arbor. Ann. Arbor.*, 1001, 48109–1234.
- [15] Margolis, J. D. (2003). Misery loves firms: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48, 268–305.
- [16] Peloza, J. (2009). The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate social performance. *Journal of management*.
- [17] CH., C. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: The mediation role of green innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3): 361–370.
- [18] Conding, J. &. (2012). The structural analysis of green innovation and green performance in Malaysian automotive industry. *Research Journal of Finance and Accounting*.
- [19] Chiou, T.-Y. H. (2011). The influence of greening the suppliers and green innovation on environmental performance and competitive advantage in Taiwan. *Transportation Research*.
- [20] Ebenezer Afum, Y. G.-M. (2021). Nexus between lean operations, eco-product innovativeness, social, green and business performances: an empirical evidence from Ghanaian manufacturing SMEs. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- [21] Rahi, S. (2017). Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. *International Journal of Economics & Management Sciences*.

[22] Apuke, O. D. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review.

[23] Hair, J. F. (2014). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). USA: SAGE Publications.

[24] Henseler, J. R. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation. Journal of The Academy of Marketing Science, 43 (1), 115-135.

