

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)

**GREEN PRACTICES: UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN
BERSAING DAN KINERJA BISNIS PADA INDUSTRI KULINER
LOKAL DI KOTA MALANG**

Bayu Ilham Pradana, Atikah Nur Aini Putri, Muhammad Tajuddin Meivianto

Universitas Brawijaya

ARTICLE INFO

Keywords:

*Green Practices; Competitive Advantage;
Business Performance; Local Culinary
Industry*

Kata Kunci:

*Green Practices; Keunggulan Bersaing;
Kinerja Bisnis; Kuliner Lokal*

Corresponding author:

Bayu Ilham Pradana
bayuilham@ub.ac.id

Abstract. *The increasing awareness of environmental sustainability has encouraged the F&B industry to increasingly adopt environmental conservation practices. This study examines the influence of green practices on business performance with competitive advantages as a mediator in the F&B industry. The prediction model was tested using the PLS-SEM analysis technique. The results show that green practices have a significant effect on business performance, green practices have a significant effect on competitive advantage, and competitive advantage has a significant effect on business performance. The study found that having a competitive edge partly helped improve business performance through green practices. Implementing green practices can increase the competitiveness of local culinary businesses and ultimately improve business performance.*

Abstrak. Maraknya kesadaran terhadap kelestarian lingkungan mendorong industri F&B untuk semakin mengadopsi praktik pelestarian lingkungan. Penelitian ini menguji pengaruh *green practices* pada kinerja bisnis dengan keunggulan bersaing sebagai mediasi pada industri F&B. Populasi dalam penelitian ini adalah industri kuliner lokal di Kota Malang, menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sampel diperoleh sebanyak 224 responden. Pengujian model prediksi menggunakan teknik analisis PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green practices* berpengaruh signifikan pada kinerja bisnis, *green practices* berpengaruh signifikan pada keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan pada kinerja bisnis. Pada uji mediasi menunjukkan hasil bahwa keunggulan bersaing berhasil memediasi secara parsial pengaruh *green practices* pada kinerja bisnis. Implementasi *green practices* dapat meningkatkan keunggulan bersaing bisnis kuliner lokal dan pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan konsep pembangunan yang berkelanjutan secara global, tingkat kepentingan keterbukaan bisnis dalam mengungkapkan informasi lingkungan semakin meningkat (Delima & Usman, 2024). Pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat secara luas menghadapi tantangan besar (*grand challenges*) seperti kerusakan lingkungan, perubahan iklim, perselisihan sosial, ketidaksetaraan ekonomi, dan pandemi (Doh et al., 2021; Verbeke, 2021). Tantangan ini perlu segera diatasi melalui inovasi dan strategi proaktif yang mencakup transisi dari model produksi linear ke praktik *circular economy*. Perubahan ini didukung oleh preferensi konsumen yang kini lebih memilih produk yang ramah lingkungan (Kumar & Ghodeswar, 2015). Adopsi *circular economy* mendorong suatu bisnis untuk mengurangi limbah, menghindari bahan kimia beracun, serta menekankan proses penggunaan ulang dan daur ulang material, yang mendukung konsumsi dan produksi (Paruzel et al., 2023). Keberhasilan bisnis tercermin dari pencapaian tujuan utama bisnis yang selaras dengan kemampuan memenangkan persaingan pasar melalui integrasi aspek finansial, sosial, dan lingkungan dalam bisnis (Ammer et al., 2020; Tjahjadi et al., 2020). Dengan demikian, suatu bisnis dapat mengungguli kompetitor, memperkuat reputasi (Svensson & Wagner, 2015), dan meningkatkan keuntungan finansial (Rehman Khan & Yu, 2021) melalui keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Industri F&B berperan signifikan dalam perekonomian global. Namun, industri ini juga menjadi salah satu penyumbang utama kerusakan lingkungan, seperti limbah makanan (BAPPENAS, 2021), limbah plastik dari alat makan sekali pakai (Wilcox et al., 2016; Fieschi & Pretato, 2018), serta pemborosan air dan listrik (Baloglu et al., 2022). Berdasarkan akumulasi data Bappenas (2021) dari tahun 2000 hingga 2019, *food loss* dan *food waste* (FLW) Indonesia mencapai 115-185 kg/kapita/tahun. Jumlah hilangnya nutrisi (energi) dari FLW tersebut dapat menghidupi 61-125 juta orang atau sekitar 29-47% dari populasi Indonesia. Kondisi ini mendorong konsumen untuk lebih memilih industri kuliner lokal yang mengadopsi praktik ramah lingkungan (Bacig & Young, 2019). Di sisi lain, semakin banyak pelaku bisnis yang mengadopsi *green practices* untuk memperbaiki citra bisnis, meningkatkan kinerja bisnis (Hwang et al., 2020), serta meningkatkan produktivitas dan efisiensi biaya (Kauffman & Cusmano, 2022). *Green practices* merupakan solusi berkelanjutan yang dapat diterapkan dalam strategi bisnis dengan menitikberatkan pada pengurangan limbah, penggunaan sumber daya secara efisien, optimalisasi pemanfaatan kembali (*reuse*) dan daur ulang material (*recycle*), dan menghindari penggunaan produk kimia (Schubert et al., 2010; DiPietro et al., 2013). Praktik ini selaras dengan prinsip *circular economy* yang bertujuan pemanfaatan limbah dan perputaran produk semaksimal mungkin. Penerapan praktik ini tidak hanya membantu menjaga reputasi suatu bisnis, tetapi juga menawarkan keunggulan kompetitif dengan menarik loyalitas konsumen yang semakin memiliki produk ramah lingkungan, seiring dengan peningkatan penjualan (Chiu & Hsieh, 2016; Kee et al., 2023). Sementara itu, Abbas & Hussien, (2021) menyatakan bahwa penerapan *green practices*, terutama pada industri F&B, mendukung peningkatan pendapatan, keuntungan, dan *customer turnover*. Secara keseluruhan, *green practices* memberikan dampak positif pada pendapatan, keuntungan, dan kinerja keuangan suatu bisnis (Chiu & Hsieh, 2016).

Beberapa tahun terakhir telah dilakukan penelitian dalam industri F&B terkait implementasi praktik ramah lingkungan dalam lingkup F&B. Tjahjadi et al (2020) menegaskan pentingnya pelaku bisnis UMKM menciptakan keseimbangan dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial melalui adopsi *green market orientation* dan *green innovation* dalam proses bisnisnya untuk meningkatkan kinerja bisnis yang lebih baik. Hal ini turut dibuktikan pada penelitian Cantele

& Cassia (2020) bahwa implementasi keberlanjutan memberikan kontribusi positif pada peningkatan kinerja bisnis yang diukur melalui keberhasilannya dalam mencapai keunggulan bersaing serta kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menguji penerapan *green practices* pada industri kuliner lokal di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Fokus utama adalah menguji peran mediasi keunggulan bersaing melalui kepuasan konsumen dan diferensiasi dalam pencapaian kinerja bisnis.

kuliner terus berkembang seiring dengan meningkatnya para *gourmands* (penggemar makanan dengan cita rasa unik) yang bepergian ke berbagai daerah untuk mencicipi berbagai hidangan tradisional (Winarno, 2023). Kota Malang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam jumlah rumah makan, dengan peningkatan sebesar 20% sepanjang tahun 2023 (Radar Malang, 2024), secara keseluruhan terdapat 505 restoran pada tahun 2023 (BPS Kota Malang, 2024). Kuliner lokal berperan penting dalam transisi ke *circular economy* dan keberlanjutan lingkungan. Boone et al., (2019) menyatakan bahwa bisnis kecil cenderung lebih adaptif terhadap perubahan preferensi konsumen, terutama terkait minat pada produk dan inisiatif layanan ramah lingkungan. Hal ini selaras dengan salah satu tujuan Kota Malang mewujudkan *Green City*, yang saat ini telah berhasil menerapkan *Green Waste* dengan skor 97,3% dan *Green Community* dengan skor 100% (Utomo et al., 2023). Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mengadopsi praktik daur ulang, pengurangan limbah, dan penghematan energi dalam operasional bisnis (Yuliani & Soetjipto, 2019). Penerapan praktik ramah lingkungan pada UMKM mendukung meminimalkan kerusakan lingkungan akibat dari operasional bisnis, efisiensi biaya dalam jangka panjang, mengurangi biaya operasional, meningkatkan reputasi bisnis, serta meningkatkan loyalitas konsumen dan potensi pertumbuhan bisnis (Zonna Lia & Fitri, 2023).

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Industri F&B berkontribusi signifikan terhadap kerusakan lingkungan melalui keputusan operasional, seperti penggunaan kemasan, pengelolaan sampah, dan bahan baku yang dipengaruhi oleh permintaan pasar yang terus berkembang (Rosyanti et al., 2023). Oleh karena itu, adopsi *green practices* menjadi krusial dalam strategi operasional, mencakup efisiensi sumber daya, pemasaran hijau, penetapan harga produk ramah lingkungan, serta pengurangan polusi dalam rantai pasokan (Kim et al., 2017). Penerapan *green practices* pada industri kuliner lokal meliputi tiga aspek: *green action* (efisiensi air, energi, daur ulang, pencegahan polusi, dan bangunan hijau), *green foods* (makanan lokal dan organik), serta *green donation* (aktivitas komunitas dan donasi lingkungan) (Schubert et al., 2010). Madanaguli et al., (2022) mengelompokkan inisiatif ini berdasarkan pengelolaan sampah makanan, non-makanan, listrik, air, dan emisi.

Penelitian menunjukkan *green practices* berdampak positif pada kinerja bisnis melalui hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, pengurangan biaya, dan peningkatan kualitas produk (Yildiz Çankaya & Sezen, 2019). Keberhasilan kinerja bisnis diukur dari pencapaian tujuan internal dan eksternal serta nilai tambah yang dihasilkan bagi pemangku kepentingan (Linton & Kask, 2017). Adopsi *green practices* terbukti meningkatkan kinerja finansial (Khan et al., 2021), kepuasan pelanggan, citra bisnis, retensi karyawan (Amegbe et al., 2017), serta produktivitas dan efisiensi biaya (Kauffman & Cusmano, 2022) yang didukung oleh efisiensi biaya dan tingginya permintaan dari konsumen. Namun, beberapa studi menemukan dampak negatif, terutama terkait pembengkakan biaya dari inovasi ramah lingkungan (Ali et al., 2021) dan tidak adanya peningkatan signifikan dalam penjualan maupun profit (Qiu et al., 2016).

H1: Green Practices berpengaruh signifikan pada Kinerja Bisnis.

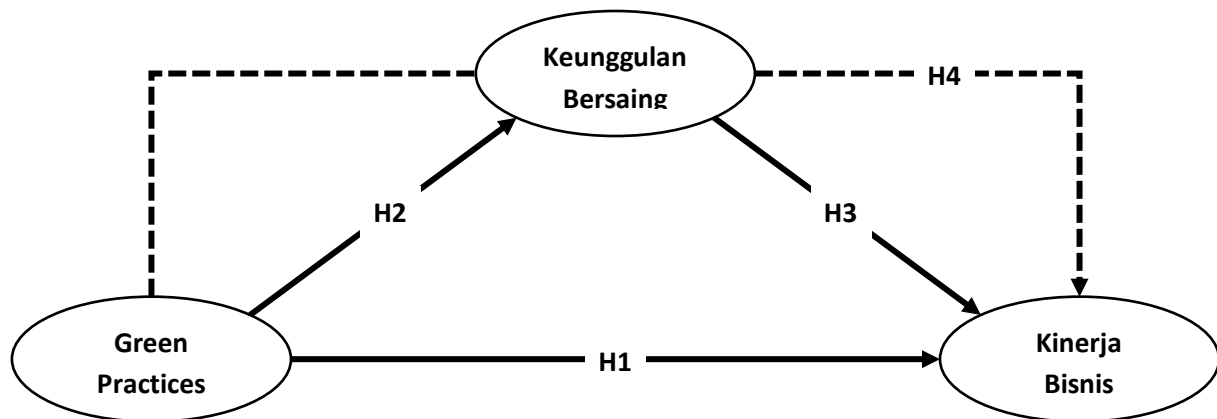
Regulasi lingkungan yang semakin ketat telah mengubah pola konsumsi dan produksi konsumen, membuat mereka lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan, sekaligus mendorong suatu bisnis untuk turut bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Diabat et al., 2013). Penelitian Le & Ikram (2022) menunjukkan bahwa inovasi keberlanjutan, khususnya produk dan proses ramah lingkungan, menjadi sumber utama keunggulan kompetitif yang berdampak positif pada kinerja bisnis. Keberhasilan keunggulan kompetitif dinilai dari keberhasilan suatu bisnis mengembangkan keunggulan dan kapasitas yang dimiliki sehingga kinerja bisnis lebih dipilih konsumen dibandingkan milik kompetitor (Vafaei et al., 2019). Inovasi ini memungkinkan suatu bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen atas produk dan proses produksi yang lebih bertanggung jawab serta mengurangi timbulnya dampak negatif pada lingkungan (Dubey et al., 2015). Selain itu, tingkat kompetitif bisnis dapat meningkat melalui keberhasilan bisnis menyelaraskan preferensi konsumen terhadap produk dan pengalaman yang berkelanjutan, sehingga memiliki diferensiasi dan dapat menarik basis pelanggan yang loyal (Chiu & Hsieh, 2016).

Dalam konteks UKM, pemasaran hijau meningkatkan kepuasan dan retensi karyawan, kepuasan pelanggan, serta citra bisnis (Amegbe et al., 2017). Hal ini menegaskan bahwa orientasi produk ramah lingkungan memberikan manfaat sosial, lingkungan, maupun bisnis itu sendiri. Studi De Giovanni & Folgiero, (2022) membuktikan bahwa inovasi hijau UKM manufaktur memiliki dampak signifikan terhadap kinerja bisnis, termasuk kepuasan pelanggan dan peningkatan reputasi melalui *word of mouth* yang positif (Hwang et al., 2020). Cantele & Cassia (2020) menegaskan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan, serta keinginan untuk merekomendasikan, dan aspek keunggulan bersaing melalui citra bisnis dan pencapaian diferensiasi dari kompetitor, berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis dari segi keuntungan, jumlah konsumen dan *market share*, serta *occupation rate*. Selain itu, faktor loyalitas, motivasi, dan kepuasan karyawan secara signifikan meningkatkan daya saing bisnis (Jang & Zheng, 2020; Cantele & Cassia, 2020). Strategi kepemimpinan biaya (*cost-leadership*) turut memperkuat kinerja bisnis dengan menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi sumber daya (Chen & Liu, 2019) sehingga suatu bisnis dapat mempertahankan keunggulan di pasar dengan biaya lebih rendah (Le & Ikram, 2022).

H2: Green Practices berpengaruh signifikan pada Keunggulan Bersaing.

H3: Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan pada Kinerja Bisnis.

H4: Green Practices berpengaruh pada Kinerja Bisnis yang dimediasi oleh Keunggulan Bersaing.



Sumber: Data Diolah, 2024

Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi desain eksplanatif, yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari sampel yang mewakili populasi untuk memastikan keakuratan dan kesesuaian data untuk analisis lebih lanjut (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian dilakukan di Kota Malang pada bulan Juni hingga Juli 2024, dengan populasi yang diteliti adalah industri kuliner lokal di Kota Malang. Hal ini dikarenakan keberadaan kuliner lokal berkontribusi pada peningkatan jumlah wisatawan yang selaras dengan peningkatan perekonomian masyarakat, pendapatan asli daerah, pendapatan nasional, dan popularitas kuliner lokal (Prabowo et al., 2024). Selain itu, hal ini didukung dengan adanya komitmen dari Pemerintah Kota Malang yang menerapkan ekonomi hijau sesuai penekanan hari Otoda ke 28 tahun 2024 bahwa Pemerintah Daerah diminta Mendagri untuk fokus pada pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menuju *green economy* dan lingkungan yang semakin sehat.

Unit analisis pada penelitian ini adalah bisnis kuliner dengan populasi penelitian pelaku bisnis kuliner lokal di Kota Malang yang menerapkan praktik ramah lingkungan. Responden penelitian ini adalah pemilik, pengelola, atau karyawan. Menggunakan teknik *purposive sampling*, kriteria pemilihan responden mencakup pemilik, pengelola, atau karyawan bisnis kuliner lokal dengan masa kerja minimal 1 tahun. Skala Likert digunakan dalam mengukur sikap pada kuesioner. Menurut Ferdinand (2014) penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menghitung ukuran sampel minimum dengan cara mengalikan 10 dengan jumlah variabel indikator sebagai parameter. Jumlah sampel yang terkumpul sejumlah 224 responden yang terdiri dari pemilik bisnis kuliner sebanyak 29 orang (12,9%), pengelola kuliner sebanyak 59 orang (26,3%) dan karyawan bisnis kuliner sebanyak 136 orang (60,7%) dengan sebaran jenis kelamin laki-laki 161 (71,9%) dan perempuan 63 (28,1%).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak WarpPLS 8.0 dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS). Pendekatan ini adalah teknik utama dalam VB-SEM yang fokus pada memaksimalkan varians yang dijelaskan oleh model. Proses analisis data meliputi analisis *outer*

model (*loading factor*, *discriminant validity*, AVE, *cronbach's alpha*, dan *composite reliability*), serta analisis *inner model* (R-square, Q-square, *Goodness of Fit*), serta pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Outer Model

Untuk mengukur akurasi indikator pada konstruk laten (validitas) menggunakan *loading factor*, *discriminant validity*, dan *Average Variance Extracted* (AVE). Kriteria yang untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* $\geq 0,7$ (Abdillah & Jogyanto., 2015). Nilai *cross loading* menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena indikator berkorelasi tinggi dengan konstruk utamanya. Untuk menilai validitas konvergen dari konstruk laten, nilai AVE menunjukkan besarnya varians dari indikator yang dijelaskan oleh konstruk laten. Nilai AVE $\geq 0,5$ dapat disebutkan konstruk tersebut valid (Hair et al., 2022). Nilai AVE menunjukkan bahwa seluruh konstruk laten valid. Uji reliabilitas diperoleh dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Reliabilitas terpenuhi jika nilai Cronbach's Alpha maupun Composite Reliability $\geq 0,7$ (Hair et al., 2020). Hasil ini menunjukkan bahwa uji reliabilitas untuk seluruh variabel terpenuhi (Tabel 1).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Variabel	Nilai <i>Loading Factor</i>	Nilai <i>Cross Loading</i>			<i>Composite Realibility</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai AVE
		X	Z	Y			
<i>Green Practices</i> (X)					0,925	0,910	0,554
X.1	0,711	(0.711)	0.148	-0.046			
X.2	0,758	(0.758)	0.006	0.042			
X.3	0,740	(0.740)	-0.182	-0.015			
X.4	0,801	(0.801)	0.072	-0.015			
X.5	0,770	(0.770)	0.012	0.113			
X.6	0,705	(0.705)	-0.052	0.072			
X.7	0,714	(0.714)	0.060	-0.069			
X.8	0,747	(0.747)	-0.108	0.016			

X.9	0,759	(0.759)	0.069	-0.084
X.10	0,732	(0.732)	-0.029	-0.018
Keunggulan Bersaing (Z)			0,889	0,854
Z.1	0,765	-0.095	(0.765)	-0.034
Z.2	0,722	-0.133	(0.722)	0.183
Z.3	0,701	0.273	(0.701)	-0.195
Z.4	0,742	-0.050	(0.742)	-0.015
Z.5	0,700	0.126	(0.700)	0.070
Z.6	0,724	-0.166	(0.724)	-0.039
Z.7	0,755	0.061	(0.755)	0.028
Kinerja Bisnis (Y)			0,919	0,893
Y.1	0,884	-0.092	-0.026	(0.884)
Y.2	0,892	-0.005	0.004	(0.892)
Y.3	0,836	-0.036	-0.112	(0.836)
Y.4	0,752	-0.114	-0.033	(0.752)
Y.5	0,749	0.163	0.057	(0.749)
Y.6	0,728	0.110	0.130	(0.728)

Sumber: Pengolahan Data dengan WarpPLS (2024)

Hasil Uji Inner Model

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015), R-Square digunakan untuk mengukur variasi perubahan variabel independen pada variabel dependen atau mengukur seberapa jauh variabel independen mampu menerangkan variabel dependen. Nilai R-square antara 0,50 hingga 0,99 dapat diterima (*acceptable*) dalam penelitian ilmu sosial, terutama jika sebagian besar *explanatory variables* signifikan secara statistik. Sementara itu, nilai R-square antara 0,10 dan 0,50 (atau antara 10 persen dan 50 persen bila dinyatakan dalam persentase) masih dapat diterima dalam penelitian ilmu sosial hanya jika beberapa atau sebagian besar *explanatory variables* signifikan secara

statistik (Ozili, 2023). Dalam penelitian ini, hasil *adjusted* R-Square pada variabel mediasi keunggulan bersaing adalah 0,159 dan pada variabel output kinerja bisnis adalah 0,526 dengan *explanatory variables* signifikan secara statistik, sehingga R-square dapat diterima. *Green practice* dan keunggulan bersaing mampu menjelaskan kinerja bisnis sebesar 52,6%.

Tabel 2. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Keunggulan Bersaing (Z)	0,163	0,159
Kinerja Bisnis (Y)	0,530	0,526

Sumber: Pengolahan Data dengan WarpPLS (2024)

Relevansi prediktif merupakan pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan. Nilai Q-Square > menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif terhadap variabel endogen yang diteliti, sedangkan Q-Square ≤ 0 menunjukkan bahwa model tidak memiliki relevansi prediktif (Hair et al., 2020). Nilai Q-Square > 0,35 menunjukkan relevansi prediktif kuat, nilai $0.15 < \text{Q-Square} \leq 0,35$ menunjukkan relevansi prediktif sedang, nilai $0,02 < \text{Q-Square} \leq 0,15$ menunjukkan relevansi prediktif lemah. Variabel output pada penelitian ini menunjukkan relevansi prediktif yang kuat, yaitu sebesar 0,527 pada variabel kinerja bisnis. Nilai Q-Square dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Q-Square

Variabel	Q-Square Predict
Keunggulan Bersaing (Z)	0,171
Kinerja Bisnis (Y)	0,527

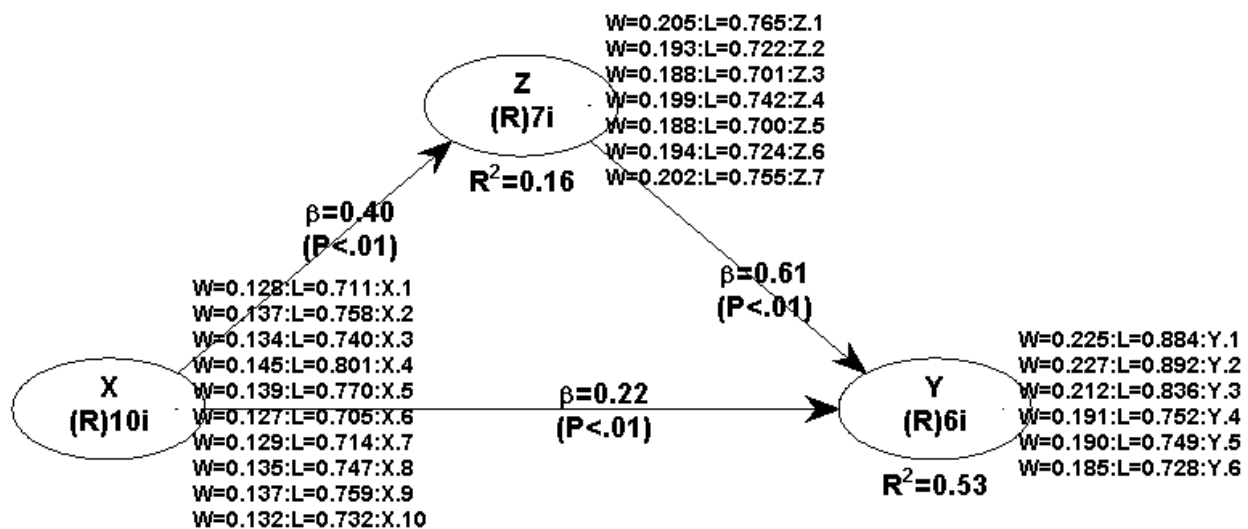
Sumber: Pengolahan Data dengan WarpPLS (2024)

Goodness of Fit merupakan konsep statistik yang mengukur seberapa baik suatu model sesuai dengan sekumpulan observasi. Model penelitian semakin baik jika semakin tingginya *Goodness of Fit index* (GoF). Nilai GoF $\geq 0,36$ dianggap menunjukkan kesesuaian yang kuat, nilai GoF $\geq 0,25$ untuk kriteria sedang, dan nilai GoF $\geq 0,10$ untuk kriteria lemah (Hair et al., 2020).

Hasil pengujian menunjukkan nilai GoF sebesar 0,448, dengan demikian model termasuk memiliki kriteria kesesuaian yang kuat.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan WarpPLS untuk menguji pengaruh antara variabel dalam model konseptual. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai p-value pada inner model dengan tingkat signifikan 5%. Apabila p-value > 0,05 maka variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sebaliknya apabila nilainya $\leq 0,05$ maka pengaruh antar variabel signifikan. Besarnya pengaruh langsung *green practices* pada kinerja bisnis serta pengaruh tidak langsung melalui keunggulan bersaing tersaji pada Gambar 2.



Sumber: Pengolahan Data dengan WarpPLS (2024)

Gambar 2. Model Konseptual

Tabel 4 menunjukkan nilai koefisien jalur pada masing-masing variabel. Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh signifikan pengaruh *green practice* (X) pada kinerja bisnis (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0,22, dengan demikian H1 diterima. *Green practice* juga berpengaruh signifikan pada keunggulan bersaing, nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,40, dengan demikian H2 diterima. Demikian halnya pengaruh keunggulan bersaing pada kinerja bisnis yang signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,61, dengan demikian H3 diterima.

Tabel 4. Hasil Uji *Direct Effect*

Hipotesis	<i>P-Values</i>	Koefisien Jalur	Kesimpulan
<i>Green Practices</i> => Kinerja Bisnis	<0.001	0,22	Signifikan
<i>Green Practices</i> => Keunggulan Bersaing	<0.001	0,40	Signifikan
Keunggulan Bersaing => Kinerja Bisnis	<0.001	0,61	Signifikan

Sumber: Pengolahan Data dengan WarpPLS (2024)

Tabel 5 menunjukkan nilai pengaruh tidak langsung pada pengaruh *green practice* pada kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing memiliki peran mediasi dalam pengaruh *green practice* pada kinerja bisnis secara signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,247, dengan demikian H4 diterima. Efek total pengaruh *green practices*, baik itu langsung maupun tidak langsung pada kinerja bisnis adalah 0.464 yang menunjukkan pentingnya peran keunggulan bersaing pada kinerja bisnis.

Tabel 5. Hasil Uji *Indirect Effect*

Hipotesis	<i>P-Values</i>	Koefisien Jalur	Kesimpulan
<i>Green Practices</i> => Keunggulan Bersaing => Kinerja Bisnis	<0.001	0,247	Signifikan

Sumber: Pengolahan Data dengan WarpPLS (2024)

***Green Practices* berpengaruh signifikan pada Kinerja Bisnis**

Dalam penelitian ini, *green practices* diukur dengan kombinasi *green food*, *green action*, dan *green donation*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *green practices* memiliki pengaruh signifikan pada kinerja bisnis industri kuliner lokal di Kota Malang. Hasil ini didukung dengan meningkatnya nilai produk yang diterima oleh konsumen dan mengimbangi peluang dari biaya investasi kelestarian lingkungan (Chang, 2011). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian dari Ali et al. (2021) dan Qiu et al., (2016) yang menyatakan dengan adanya inovasi praktik ramah lingkungan menimbulkan pembengkakan biaya operasional dan tidak menghasilkan penjualan yang lebih menguntungkan. Selain itu, pada penelitian Perramon et al. (2014) menunjukkan bahwa bisnis berskala kecil lebih memiliki kemampuan adaptif lebih baik untuk menjawab perubahan preferensi konsumen, terutama pada perubahan permintaan yang cenderung fokus pada kelestarian lingkungan (Boone et al., 2019). Kemampuan tersebut mendorong

peningkatan kinerja finansial yang didukung oleh peningkatan kepuasan pelanggan dan citra bisnis (Khan et al., 2021).

Green Practices berpengaruh signifikan pada Keunggulan Bersaing

Pengukuran *Green Practices* yang terdiri dari *green food*, *green action*, serta *green donation* menunjukkan bahwa praktik tersebut memiliki pengaruh signifikan pada keunggulan bersaing industri kuliner lokal di Kota Malang. Bisnis yang menerapkan *green practices* cenderung mendapatkan citra positif di mata konsumen, yang dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan daya tarik pasar. Selain itu, suatu usaha dapat menciptakan produk baru yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga lebih ramah lingkungan, sehingga mengurangi biaya produksi jangka panjang dan meningkatkan efisiensi operasional. Produk yang dihasilkan melalui proses yang ramah lingkungan juga dapat membedakan suatu bisnis dari pesaing. Hal tersebut mengonfirmasi hasil penelitian dari Le dan Ikram (2022) bahwa inovasi keberlanjutan berpengaruh signifikan sebagai sumber utama suatu bisnis dalam memperoleh keunggulan bersaing.

Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan pada Kinerja Bisnis

Pengukuran daya saing dilihat dari kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan produk yang lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan yang ditawarkan pesaing, serta memenangkan persaingan dalam hal harga dan kualitas yang menguntungkan bisnis. Penelitian ini memberikan hasil bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang signifikan pada kinerja bisnis industri kuliner lokal di Kota Malang. Industri kuliner lokal dengan keunggulan bersaing yang kuat cenderung memiliki kinerja bisnis yang lebih baik melalui kepuasan serta loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Selain itu, industri kuliner lokal yang mampu memberikan nilai lebih pada pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan akan lebih berhasil dalam mempertahankan pangsa pasar. Tidak hanya itu, *green practices* yang diterapkan tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga meningkatkan citra positif suatu bisnis dan kepuasan pelanggan yang selaras dengan hasil dari De Giovanni & Folgerio (2022) dan Hwang et al., (2020) yang menyatakan bahwa dengan melakukan inovasi hijau berdampak signifikan pada kinerja bisnis.

Keunggulan Bersaing memediasi pengaruh Green Practices berpengaruh signifikan pada Kinerja Bisnis

Pada hasil analisis data menunjukkan bahwa *green practices* secara signifikan memengaruhi kinerja bisnis dengan adanya dukungan keunggulan bersaing di industri kuliner lokal Kota Malang. Keunggulan bersaing memediasi parsial pengaruh antara *green practices* kepada kinerja bisnis, di mana industri kuliner lokal yang berhasil menerapkan praktik ramah lingkungan memiliki potensi lebih besar memperoleh keunggulan kompetitif melalui respon

positif pelanggan. Praktik ini turut memperkuat reputasi bahwa kuliner yang dapat menerapkan *green practices* memiliki keunggulan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan profitabilitas bisnis. Maka dari itu, penting bagi bisnis untuk mengintegrasikan *green practices* dengan strategi bisnis, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang baik. Dengan tetap menekankan keunggulan pada penerapan strategi biaya rendah, bisnis dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi sumber daya, sehingga memperkuat kinerja dan daya saing dengan mempertahankan biaya rendah (Chen & Liu, 2018; Le & Ikram, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, *green practices* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan pada keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Keunggulan bersaing memiliki peranan penting pada kinerja bisnis, pada hasil uji mediasi mengindikasikan bahwa keunggulan bersaing secara parsial memediasi pengaruh *green practices* pada kinerja bisnis industri kuliner lokal di Kota Malang. Kinerja bisnis akan meningkat dengan semakin meningkatnya intensitas *green practices* sebagai strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Semakin tinggi inisiatif dalam mengimplementasikan *green practices* pada industri kuliner lokal, semakin besar pula kontribusinya dalam mencapai kinerja bisnis yang juga ditopang dengan meningkatnya keunggulan bersaing.

SARAN

Saran bagi industri kuliner lokal adalah untuk terus lebih banyak menerapkan praktik ramah lingkungan secara konsisten dan lebih luas, guna mendukung keunggulan bersaing yang menjadi bagian integral dari kinerja bisnis. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan kepedulian lingkungan, pelaku kuliner dapat menjadi pionir dalam mempromosikan gaya hidup baru. Untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan investigasi lebih lanjut mengenai peran praktik ramah lingkungan sebagai bagian dari strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja bisnis serta memperluas cakupan wilayah maupun industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, T. M., Hussien, F. M. (2021). The Effects of Green Supply Chain Management Practices on Firm Performance: Empirical Evidence From Restaurants In Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 21(3), 358-373. <https://doi.org/10.1177/14673584211011717>.
- Abdillah, W., Jogiyo, H. (2015). Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ali, Y., Younus, A., Khan, A. U., Pervez, H. (2020). Impact of Lean, Six Sigma and Environmental Sustainability on The Performance of SMEs. *International Journal of Productivity and*

- Performance Management*, 70(8), 2294-2318. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-11-2019-0528>.
- Amegbe, H., Owino, J. O., Nuwasiima, A. (2017). Green Marketing Orientation (GMO) and Performance of SMEs in Ghana. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 11(1). 99-109.
- Ammer, M. A., Aliedan, M. M., Alyahya, M. A. (2020). Do Corporate Environmental Sustainability Practices Influence Firm Value? The Role of Independent Directors: Evidence from Saudi Arabia. *Sustainability*, 12(22), 1-1. <https://doi.org/10.3390/su12229768>.
- Bacig, M., Young, C. A. (2019). The Halo Effect Created for Restaurants That Source Food Locally. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(3), 209-238. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1592654>.
- Baloglu, S., Raab, C., Malek, K. (2022). Organizational Motivations for Green Practices in Casual Restaurants. *International Journal of Hospitality Tourism Administration*, 23(2), 269-288. <https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1746216>.
- BAPPENAS Study Report: *Food Loss and Waste in Indonesia Supporting the Implementation of circular Economy and low Carbon Development*. (2022, July 7). <https://grasp2030.ibcsd.or.id/2022/07/07/bappenas-study-report-food-loss-and-waste-in-indonesia-supporting-the-implementation-of-circular-economy-and-low-carbon-development/>.
- Boone, L E., Kurtz, D. L. Berston, S. (2019). *Contemporary Business 18th Edition*. Hoboken: John Wiley and Sons Inc.
- BPS Kota Malang. (2024). *Jumlah Rumah Makan (Restoran) Menurut Kecamatan di Kota Malang - Tabel Statistik*. Badan Pusat Statistik Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMzIzI=/jumlah-rumah-makan-restoran-menurut-kecamatan-di-kota-malang.html>
- Çankaya, S. Y., Sezen, B. (2018). Effects of Green Supply Chain Management Practices on Sustainability Performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(1), 98–121. <https://doi.org/10.1108/jmtm-03-2018-0099/>.
- Cantele, S., Cassia, F. (2020). Sustainability Implementation in Restaurants: A Comprehensive Model of Drivers, Barriers, and Competitiveness-Mediated Effects on Firm Performance. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102510. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102510>.
- Chang, C. H. (2011). The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation. *Journal of business ethics*, 104, 361-370. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>.
- Chen, J., Liu, L. (2018). Profiting from Green Innovation: The Moderating Effect of Competitive Strategy. *Sustainability*, 11(1), 15. <https://doi.org/10.3390/su11010015>.

- Chiu, J., Hsieh, C. (2016). The Impact of Restaurants' Green Supply Chain Practices on Firm Performance. *Sustainability*, 8(1), 42. <https://doi.org/10.3390/su8010042>
- De Giovanni, P., Folgiero, P. (2023). Strategies for the Circular Economy. In *Routledge eBooks*. <https://doi.org/10.4324/9781003378846>.
- Delima, Usman, B. (2024). Pengaruh Kinerja CSR dan Board Size Terhadap Kinerja Perusahaan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 205–218. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53028>,
- DiPietro, R. B., Gregory, S., Jackson, A. (2013). Going Green in Quick-Service Restaurants: Customer Perceptions and Intentions. *International Journal of Hospitality Tourism Administration*, 14(2), 139–156. <https://doi.org/10.1080/15256480.2013.782217>.
- Doh, J., Budhwar, P., Wood, G. (2021). Long-term Energy Transitions and International Business: Concepts, Theory, Methods, and a Research Agenda. *Journal of International Business Studies*, 52(5), 951–970. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-n00405-6>.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., Ali, S. S. (2014). Exploring the Relationship between Leadership, Operational Practices, Institutional Pressures and Environmental Performance: A framework for Green Supply chain. *International Journal of Production Economics*, 160, 120–132. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.10.001>
- Ferdinand, A.. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen Ed.5* (Ed.5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fieschi, M., Pretato, U. (2017). Role of Compostable Tableware in Food Service and Waste Management. A Life Cycle Assessment Study. *Waste Management*, 73, 14–25. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2017.11.036>.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Hwang, J., Kim, H., Choe, J. Y. (2020). The role of Eco-Friendly Edible Insect Restaurants in the field of Sustainable Tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11), 4064. <https://doi.org/10.3390/ijerph17114064>.
- Jang, Y. J., Zheng, T. (2019). Assessment of the Environmental Sustainability of Restaurants in the U.S.: The Effects of Restaurant Characteristics on Environmental Sustainability Performance. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(2), 133–148. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1691416>
- Kauffmann, C., Cusmano, L. (2022). No net Zero without SMES: Strengthening Policy and Collective action for SME greening. *IFAC*. <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/discussion/no-net-zero-without-smes-strengthening-policy-and-collective-action-sme-greening>.

- Kee, D. M. H., Lee, J. V. K., Azlan, I. Y. a. B., Subramaniam, J. A., Koay, J. C. W., Putri, A. M., Asthana, R., Shrivastava, K., Beg, A. (2023). Sustainability in the Food and Beverage Industry: A comparative study of Malaysia, India, and Indonesia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 6(3), 1–17. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v6i3.2591/>
- Khan, S. a. R., Yu, Z. (2020). Assessing the Eco-Environmental Performance: an PLS-SEM Approach with Practice-Based view. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 24(3), 303–321. <https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1754773>.
- Kim, S., Lee, K., Fairhurst, A. (2017). The Review of “Green” Research in Hospitality, 2000-2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 226–247. <https://doi.org/10.1108/ijchm-11-2014-0562>.
- Kumar, P., Ghodeswar, B. M. (2015). Factors Affecting Consumers’ Green Product Purchase Decisions. *Marketing Intelligence Planning*, 33(3), 330–347. <https://doi.org/10.1108/mip-03-2014-0068>.
- Le, T. T., Ikram, M. (2021). Do Sustainability Innovation and Firm Competitiveness Help Improve Firm Performance? Evidence from the SME Sector in Vietnam. *Sustainable Production and Consumption*, 29, 588-599. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.11.008>.
- Lia, D. a. Z., Fitri, R. (2023). Green Entrepreneurial Orientation and Green Innovation in SMEs: An Evidence from Systematic Literature Review and Opportunities for Future Research Agenda. *Journal of Economics Finance and Management Studies*, 06(11). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i11-25>.
- Linton, G., Kask, J. (2016). Configurations of Entrepreneurial Orientation and Competitive Strategy for High Performance. *Journal of Business Research*, 70, 168–176. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.08.022>.
- Madanaguli, A., Dhir, A., Kaur, P., Srivastava, S., Singh, G. (2022). Environmental Sustainability in Restaurants. A Systematic Review and Future Research Agenda on Restaurant Adoption of Green Practices. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 22(4–5), 303–330. <https://doi.org/10.1080/15022250.2022.2134203>.
- Mahmudan (2024). *Bisnis Kafe-Restoran di Malang Tumbuh 20 Persen*. Jawa Pos Radar Malang. <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/813710405/bisnis-kafe-restoran-di-malang-tumbuh-20-persen.%20how%20to%20cite%20apa%20style>.
- Ozili, P. K. (2023). The Acceptable R-square in Empirical Modelling for Social Science Research. In *Social research methodology and publishing results: A guide to non-native english speakers*. 134-143. IGI global.
- Paruzel, A., Schmidt, L., Maier, G. W. (2023). Corporate Social Responsibility and Employee Innovative Behaviors: A Meta-Analysis. *Journal of Cleaner Production*, 393, 136189. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136189>

- Perramon, J., Del Mar Alonso-Almeida, M., Llach, J., Bagur-Femenías, L. (2014). Green Practices in Restaurants: Impact on firm performance. *Operations Management Research*, 7(1–2), 2–12. <https://doi.org/10.1007/s12063-014-0084-y>.
- Prabowo, I. D. P., Lestariningsih, T., Mau, D. P. (2024). Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Kota Malang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(2), 143-146.
- Qiu, Y., Shaukat, A., Tharyan, R. (2014). Environmental and Social Disclosures: Link with Corporate Financial Performance. *The British Accounting Review*, 48(1), 102–116. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.10.007>.
- Rosyanti, D. M., Khoirotunnisa, F., Dewanti, M. C. (2023). The Effects Of Green Culture And Employee Motivation On Green Workplace Practice In The Food And Beverage Industry In Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(1), 57-67.
- Schubert, F., Kandampully, J., Solnet, D., Kralj, A. (2010). Exploring Consumer Perceptions of Green Restaurants in the US. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 286–300. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.17>.
- Sekaran, U., Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: John Willey Sons Ltd*. Chichester.
- Soetjipto, B. E. (2019, October). Why Should SMEs in Indonesia Have To Apply" Green Practices"?. In *2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)* (249-251). Atlantis Press.
- Svensson, G., Wagner, B. (2015). Implementing and Managing Economic, Social and Environmental Efforts of Business Sustainability. *Management of Environmental Quality an International Journal*, 26(2), 195–213. <https://doi.org/10.1108/meq-09-2013-0099>.
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Hariyati, H., Nafidah, L. N., Kustiningsih, N., Nadyaningrum, V. (2020). The Role of Green Innovation between Green Market Orientation and Business Performance: Its Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(4), 173. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040173>.
- Utomo, F. D., Purnamasari, W. D., Wijaya, I. N. S. (2023). Prioritas Pengembangan Green City di Kota Malang. *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, 12(2), 127-136.
- Vafaei, S. A., Azmoon, I., Fekete-Farkas, M. (2019). The Impact of Perceived Sustainable Marketing Policies on Green Customer Satisfaction. *Polish Journal of Management Studies*, 19(1), 475–491. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.19.1.36>.
- Verbeke, A. (2021). The Long-Term Energy Transition and Multinational Enterprise Complexity: A BJM–JIBS Joint Initiative. *Journal of International Business Studies*, 52(5), 803–806. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-00450-1>
- Wilcox, C., Mallos, N. J., Leonard, G. H., Rodriguez, A., Hardesty, B. D. (2016). Using Expert Elicitation to Estimate the Impacts of Plastic Pollution on Marine Wildlife. *Marine Policy*, 65, 107–114. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2015.10.014>.

Winarno, P. S., (2023). Perspektif Konsumen Cita Rasa Kuliner Lokal Terhadap Produk Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Surabaya. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1162–1167.
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49181>