

**PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN
YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN
INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON**

DEPOK

SKRIPSI



RIZKY MAULANA

141220124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

YOGYAKARTA

2026

**PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN
YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN
INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON
DEPOK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan gelar
Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



Rizky Maulana

141220124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul
**PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN
YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN
INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON
DEPOK**

dan diajukan untuk diuji pada hari Jum'at, 10 April 2026 adalah hasil skripsi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa hasil tulisan yang terdapat dalam skripsi ini tidak meniru atau menyalin dalam bentuk simbol atau rangkaian yang menunjukkan sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin dari penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan untuk menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Apabila kemudian ditemukan bukti bahwa saya telah melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah pikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 10 April 2026

Yang memberi pernyataan



380ANX311937827
METERAI
TEMPEL

Rizky Maulana

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI BERJUDUL
PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN
YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN
INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON
DEPOK


Disusun Oleh:
RIZKY MAULANA
NIM. 141220124


Telah dipresentasikan dan dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 10
April 2026 dan dinyatakan diterima.

Susunan Dewan Penguji:

Penguji 1/Ketua Sidang

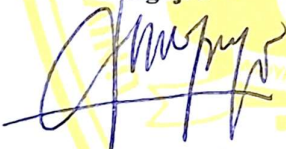
Penguji 2/Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Dyah Sugandini, SE, M.Si
197106172021212001


Dra. Yekti Utami, M.Si
196702191993032001


Penguji 3

Penguji 4


Tri Wahyuningsih, S.E, M.Si
197309172021212005


Budi Parnomo Saputro, S.Kom, M.M
199009192022031002

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta


Dr. Tiuk Kusmantini, S.E, M.Si, CRP
NIP. 197210212021212004

**PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN
YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN
INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON
DEPOK**

RIZKY MAULANA

141220124

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

141220124@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan dengan manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau sebagai variabel mediasi pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Responden penelitian berjumlah 51 pelaku UMKM *coffee shop* yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Hasil menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja berkelanjutan, manajemen rantai pasok hijau, dan inovasi hijau. Manajemen rantai pasok hijau juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja berkelanjutan serta inovasi hijau, sementara inovasi hijau tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja berkelanjutan. Selain itu, manajemen rantai pasok hijau terbukti memediasi hubungan antara digitalisasi dan kinerja berkelanjutan, sedangkan inovasi hijau tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan praktik manajemen rantai pasok hijau menjadi kunci untuk mengoptimalkan kontribusi digitalisasi terhadap pencapaian kinerja berkelanjutan UMKM *coffee shop*.

Kata Kunci: Digitalisasi, Manajemen Rantai Pasok Hijau, Inovasi Hijau, UMKM *Coffee shop*, Sleman

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, bimbingan, serta kekuatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ketulusan hati, karya ilmiah ini penulis persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, sebagai sumber segala ilmu, kekuatan, dan petunjuk hidup, yang melalui limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya telah memberikan keteguhan hati serta memudahkan setiap langkah penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang melalui kasih sayang, doa, pengorbanan, dan dukungan tanpa henti senantiasa menjadi sumber kekuatan serta motivasi bagi penulis dalam menjalani pendidikan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Kepada sahabat-sahabat penulis sejak bangku SMA, Edel dan Gwenda, yang dengan doa, dukungan, dan kebersamaan yang tulus telah membersamai penulis selama perkuliahan serta menjadi tempat berbagi cerita, suka, dan duka sepanjang perjalanan ini.
4. Kepada rekan-rekan terdekat penulis di bangku perkuliahan, Ashim, Aty, Diah, Dimas, Faza, dan Zerial, yang telah menemani dengan canda, dukungan, dan kebersamaan yang tulus, menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, serta saling menguatkan dalam menghadapi setiap tantangan akademik.

5. Kepada Kak Alya, kakak tingkat yang dengan ikhlas mendampingi dan mendukung penulis selama perkuliahan, memberikan bimbingan, nasihat, serta berbagi ilmu dan pengalaman yang sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada Febri, rekan satu objek penelitian, yang telah menjalin kerja sama dengan baik, meluangkan waktu, serta memberikan dukungan dan keterbukaan selama proses pengumpulan data sehingga turut membantu kelancaran dan penyelesaian penelitian ini.
7. Kepada teman-teman HUMMAN Kabinet Sandora dan Abyakta, khususnya rekan-rekan di Komvis HUMMAN, yang telah memberikan dukungan, kolaborasi, serta semangat kebersamaan yang membawa cerita dan warna selama masa perkuliahan, sehingga menjadi motivasi tak ternilai dalam penyelesaian skripsi.

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

QS Al-Insyirah : 5-6

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya....”

QS Al-Baqarah : 286

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpillah sendiri-sendiri”

Besok Mungkin Kita Sampai - Hindia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau dan Inovasi Hijau pada Umkm *Coffee shop* di Kapanewon Depok”. Penelitian ini merupakan tugas akhir yang menjadi salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Tugas akhir ini dapat selesai tepat waktu berkat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Januar Eko Prasetyo, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titik Kusmantini, S.E., M.Si., CRP selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Widhy Tri Astuti, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
4. Dra. Yekti Utami, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan ketulusan hati telah memberikan

bimbingan, arahan, serta masukan yang berharga kepada penulis sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi.

5. Bapak Drs. Hadi Oetomo, M.M., selaku dosen wali, yang telah memberikan bimbingan, perhatian, serta arahan selama penulis menempuh perkuliahan, sehingga sangat membantu dalam kelancaran studi hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Staf Pengajar, Karyawan, dan Karyawati Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, khususnya pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian dalam proses pengumpulan data skripsi.
8. Semua pihak yang telah memberikan doa serta dukungan selama masa penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, sehingga dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 09 Maret 2026

Rizky Maulana

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori	15
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Keterkaitan Antar Variabel	30
D. Kerangka Pemikiran	37
E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Populasi	40
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
D. Jenis Data Penelitian	42
E. Teknik Pengambilan Data	42
F. Variabel – Variabel Penelitian	43
G. Definisi Operasional Variabel	45

H. Uji Instrumen	45
I. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Analisis Kuantitatif.....	54
3. Hasil Pengujian Hipotesis	64
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	53
Tabel 4. 2 Nilai Validitas Konvergen Awal.....	56
Tabel 4. 3 Nilai Validitas Konvergen setelah Pengujian Ulang.....	57
Tabel 4. 4 Nilai Dicriminant Validity.....	58
Tabel 4. 5 Nilai Composite Reliability	60
Tabel 4. 6 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Nilai Cronbach's Alpha	61
Tabel 4. 8 Nilai R-square	62
Tabel 4. 9 Hasil uji hipotesis langsung	64
Tabel 4. 10 Hasil uji hipotesis tidak langsung.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	37
Gambar 4 1 Model PLS Algoritma.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	112
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden.....	114
Lampiran 4 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	117
Lampiran 5 Rekapitulasi Olah Data	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang semakin berkembang pesat, keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi fondasi utama yang tidak bisa diabaikan dalam struktur perekonomian nasional. UMKM berperan sebagai motor penggerak utama yang mampu menyerap tenaga kerja secara luas, menciptakan peluang usaha baru, serta meningkatkan pendapatan masyarakat secara inklusif.

Menurut data terbaru, sekitar 68% UMKM di Indonesia memiliki omzet tahunan di bawah Rp 50 juta dan sebanyak 31% usaha mikro di antaranya laba bersihnya masih di bawah Rp 1 juta per bulan (Media 2025). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih berada pada tingkat usaha kecil dan mikro yang rentan terhadap perubahan ekonomi dan fluktuasi pasar.

Selain berperan penting sebagai pelaku usaha, UMKM merupakan pilar utama penyerap lapangan kerja nasional. Berdasarkan data SIDT-UMKM, UMKM di Indonesia mencatat serapan tenaga kerja sebesar 45.263.348 orang per 31 Desember 2024. Usaha mikro merupakan penyerap terbesar dengan 44.289.995 tenaga kerja (97,85%), usaha kecil sebanyak 570.048 (1,26%), dan usaha menengah 403.305 (0,89%) (Kementerian UMKM 2024).

Salah satu UMKM yang memiliki pertumbuhan yang pesat adalah UMKM *coffee shop*. Menurut laporan *International Coffee Organization* (ICO), pasar kopi spesialti di Indonesia diperkirakan mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 12% hingga tahun 2025. Data terbaru pada tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah *outlet coffee shop* di Indonesia telah melampaui 20.000 *outlet* yang mencerminkan peningkatan yang signifikan terutama dari segmen lokal (Bizsense, 2025).

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu provinsi yang mengalami pertumbuhan *coffee shop* secara signifikan. Pertumbuhan ini didorong oleh status kota pelajar dengan konsentrasi tinggi mahasiswa dan akademisi dari berbagai perguruan tinggi ternama. Banyak *coffee shop* bermunculan di sekitar kampus-kampus dan kawasan strategis yang sering dikunjungi oleh generasi muda, menjadikan kopi sebagai magnet sosial sekaligus ruang inovasi dan kolaborasi kreatif. Selain faktor demografis, daya tarik pariwisata di Yogyakarta turut memberikan nilai tambah yang memperkuat pertumbuhan UMKM *coffee shop*.

Pertumbuhan *coffee shop* yang signifikan ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat di industri UMKM *coffee shop* di Yogyakarta, sehingga membawa dampak signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha. Estimasi jumlah gerai yang diperkirakan mencapai sekitar 3.000 hingga 3.700 unit pada tahun 2024 mencerminkan kondisi pasar yang sangat kompetitif dan menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi agar tetap relevan (Radar Jogja, 2024). Tekanan bisnis tidak hanya muncul dari

aspek harga dan diferensiasi produk, tetapi juga dari tuntutan penerapan teknologi digital dalam pengelolaan operasional sehari-hari. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan teknis, investasi, dan infrastruktur pendukung. Kondisi tersebut berpotensi menghambat efisiensi operasional, produktivitas, serta kemampuan *coffee shop* dalam mempertahankan daya saing dalam jangka panjang.

Keterbatasan dalam penerapan digitalisasi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Operasional *coffee shop* kerap menghadapi persoalan pengelolaan limbah kopi, penggunaan energi yang kurang efisien, serta ketergantungan pada kemasan sekali pakai yang berdampak negatif terhadap lingkungan. Upaya beralih menuju praktik yang lebih berkelanjutan membutuhkan perubahan pola pikir dan dukungan sumber daya yang memadai, sementara banyak pelaku UMKM masih terkendala akses pendanaan, pengetahuan teknis, dan jejaring pendukung. Kesenjangan antara kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan kemampuan nyata untuk menerapkannya menjadikan pencapaian kinerja berkelanjutan sebagai tantangan utama bagi UMKM *coffee shop*.

Kinerja keberlanjutan merupakan konsep yang menekankan pentingnya pencapaian hasil bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mencakup dampak sosial dan lingkungan secara seimbang. Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan

oleh John Elkington pada tahun 1994 menjadi landasan utama dalam memahami kinerja keberlanjutan, dengan fokus pada tiga pilar utama yaitu *profit* (keuntungan ekonomi), *people* (aspek sosial), dan *planet* (keberlanjutan lingkungan).

Pilar pertama, *profit*, kinerja keberlanjutan mengharuskan perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini bisa diwujudkan melalui pengelolaan sumber daya yang efisien, investasi pada inovasi yang ramah lingkungan, serta penetapan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar dan regulasi. Profitabilitas yang berkelanjutan akan memastikan kesinambungan usaha sekaligus memberikan sumber daya yang memadai untuk memajukan aspek sosial dan lingkungan.

Pilar kedua, *people* (aspek sosial), menegaskan bahwa perusahaan harus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, termasuk karyawan, pelanggan, serta komunitas lokal. Konsep ini menuntut praktik bisnis yang adil, etis, dan inklusif, seperti menyediakan lingkungan kerja yang sehat dan aman, memperhatikan pengembangan dan kesejahteraan karyawan, serta melibatkan komunitas sekitar dalam program-program sosial. Elkington menekankan bahwa keberlanjutan sosial merupakan salah satu kunci untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan *stakeholder*.

Pilar ketiga, *planet*, berkaitan dengan pengelolaan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis. Kinerja keberlanjutan di pilar ini menuntut perusahaan untuk mengurangi jejak ekologi, mengelola limbah secara

bertanggung jawab, menggunakan energi terbarukan, dan melindungi sumber daya alam. Implementasi strategi ramah lingkungan tidak hanya mendukung tujuan global dalam mitigasi perubahan iklim, tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif.

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang dipopulerkan oleh John Elkington telah menjadi kerangka penting dalam bisnis berkelanjutan dengan menekankan keseimbangan tiga aspek utama yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pencapaian kinerja optimal pada ketiga pilar TBL mengharuskan perusahaan memanfaatkan variabel pendukung seperti digitalisasi untuk mengatasi tantangan kompleks pada aspek *planet*.

Digitalisasi telah menjadi unsur penting yang memberikan dampak signifikan terhadap kinerja berkelanjutan perusahaan di berbagai bidang. Digitalisasi memfasilitasi perusahaan untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempercepat inovasi yang bertujuan pada keberlanjutan. Digitalisasi juga memungkinkan pengawasan dan pengelolaan rantai pasok yang lebih efektif dan efisien, sehingga penerapan GSCM dalam bisnis dapat berjalan lebih optimal. Teknologi digital juga memungkinkan transparansi yang lebih baik dalam rantai pasok hijau, sehingga pelanggan dapat lebih percaya dengan komitmen keberlanjutan *coffee shop* tersebut.

Pengelolaan media sosial juga menjadi elemen penting yang mendukung keberhasilan UMKM *coffee shop* di Yogyakarta dalam menghadapi persaingan ketat. Penggunaan *platform* seperti Instagram dan

TikTok memungkinkan pelaku usaha untuk membangun komunikasi dua arah yang erat dengan pelanggan. Selain itu, media sosial menjadi sarana yang cepat dan responsif untuk mendapatkan *feedback* pelanggan yang kemudian dapat digunakan untuk menyempurnakan produk dan layanan.

Lebih lanjut, pengelolaan media sosial yang efektif berperan sebagai jembatan dalam mengedukasi konsumen tentang komitmen keberlanjutan yang dijalankan oleh UMKM *coffee shop* melalui praktik *Green Supply Chain Management* (GSCM). Melalui konten digital, pelaku usaha dapat transparan menginformasikan langkah-langkah ramah lingkungan usahanya. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan transparansi kepada konsumen, tetapi juga memperkuat reputasi *coffee shop* sebagai bisnis yang bertanggung jawab sosial dan lingkungan.

Teknologi digital juga membantu UMKM untuk cepat menyesuaikan diri dengan regulasi lingkungan yang terus berkembang dan permintaan pasar akan produk ramah lingkungan. Digitalisasi membuat pelaporan dan penelusuran produk ramah lingkungan menjadi lebih transparan bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga meningkatkan kepercayaan dan reputasi bisnis. Selain itu, data digital yang diperoleh memungkinkan UMKM melakukan pengambilan keputusan yang lebih cerdas dan strategis, yang menyeimbangkan efisiensi operasional dengan pelestarian lingkungan.

Selain digitalisasi, variabel lain yang juga mendukung kinerja berkelanjutan adalah manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau.

Manajemen rantai pasok hijau adalah sebuah pendekatan strategis dalam mengelola seluruh aktivitas rantai pasok dengan memasukkan pertimbangan lingkungan secara menyeluruh. Manajemen rantai pasok hijau melibatkan integrasi prinsip-prinsip ramah lingkungan ke dalam proses desain produk, pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, hingga pengelolaan limbah dan logistik balik (*reverse logistics*). Tujuannya adalah untuk menciptakan rantai pasok yang lebih berkelanjutan, efisien dalam penggunaan sumber daya, dan minim dampak negatif terhadap lingkungan.

Menurut Srivastava (2007), manajemen rantai pasok hijau adalah inovasi manajemen rantai pasok yang mencakup aktivitas seperti reduksi limbah, penggunaan ulang, daur ulang, dan substitusi material berbahaya dengan bahan yang lebih ramah lingkungan. Komponen utama GSCM mencakup pengadaan hijau (*green procurement*), produksi hijau (*green manufacturing*), distribusi hijau (*green distribution*), logistik balik, serta sistem informasi hijau yang mendukung transparansi dan pengawasan keberlanjutan.

Dalam praktiknya, GSCM membantu bisnis meminimalkan dampak lingkungan melalui inovasi proses produksi yang ramah lingkungan dan pengembangan produk yang dapat didaur ulang atau digunakan kembali. Penggunaan teknologi digital juga semakin menunjang keberhasilan GSCM dengan memungkinkan pelacakan dan pelaporan dampak lingkungan secara *real time*, meningkatkan akuntabilitas dan transparansi operasional bisnis. GSCM juga berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional

dengan memaksimalkan penggunaan sumber daya dan mengurangi pemborosan. Hal ini berdampak langsung pada pengurangan biaya operasional, sehingga memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan.

Pengelolaan rantai pasok hijau dapat mengurangi konsumsi energi dan bahan baku secara signifikan, mengurangi limbah serta emisi berbahaya yang berdampak pada kesehatan masyarakat dan kualitas lingkungan sekitar. Penggunaan GSCM meningkatkan efektivitas produksi dan distribusi di UMKM sekaligus membuka akses pasar global yang menuntut standar lingkungan tinggi. Dengan memenuhi kriteria keberlanjutan, UMKM tidak hanya mampu memperluas pangsa pasar, tetapi juga memperoleh peluang pembiayaan hijau dan investasi dari lembaga yang berfokus pada aspek *Environmental Social Government* (ESG).

Studi oleh Rahmawati et al. (2025) dari LPPM UNIMMA menunjukkan bahwa implementasi GSCM mampu meningkatkan daya saing dan kinerja berkelanjutan UMKM kuliner di Kabupaten Magelang. Hal tersebut tercermin dalam peningkatan efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan jumlah limbah, serta penerapan inovasi ramah lingkungan yang mampu menambah nilai produk. Selain itu, tidak hanya memberikan efisiensi sumber daya dan pengurangan limbah, GSCM juga menjadi pendorong bagi munculnya inovasi hijau (Abdallah et al., 2024).

Inovasi hijau merupakan konsep kunci dalam mengembangkan bisnis berkelanjutan yang semakin mendapat perhatian luas di berbagai sektor industri dan UMKM. Secara mendasar, inovasi hijau mencakup

pengembangan dan penerapan inovasi produk, proses, atau sistem bisnis yang secara signifikan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan efisiensi sumber daya. Menurut Chavira et al. (2023), inovasi hijau tidak hanya terbatas pada teknologi hijau saja, tetapi juga melibatkan inovasi dalam model bisnis dan organisasi yang menciptakan nilai ekonomi sambil mendukung keberlanjutan lingkungan dan sosial. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk tidak sekadar memenuhi regulasi lingkungan, namun juga membuka peluang pasar baru yang berbasis konsumen ramah lingkungan serta meningkatkan reputasi dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Studi oleh Lv et al. (2021) dan Rehman et al. (2021) menunjukkan dua cakupan utama inovasi hijau, yaitu inovasi dalam proses hijau yang bertujuan mengurangi limbah dan emisi selama produksi, serta inovasi produk hijau yang menghasilkan barang atau jasa yang dapat didaur ulang atau lebih ramah lingkungan. Kedua tipe inovasi ini berkontribusi signifikan dalam mendorong *sustainable development goals* (SDGs) khususnya dalam konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab serta mitigasi perubahan iklim. Studi oleh Thuyen et al. (2024) di sektor manufaktur Vietnam menemukan bahwa praktik inovasi hijau secara positif mempengaruhi kinerja lingkungan dan ekonomi perusahaan sekaligus memperkuat keunggulan kompetitif melalui peluncuran produk hijau dan efisiensi proses produksi.

Menurut laporan terbaru oleh The Green Shot (2025), inovasi hijau di berbagai industri kini mencakup teknologi energi terbarukan, kendaraan listrik, material ramah lingkungan, serta praktik bisnis yang mengadopsi prinsip ekonomi sirkular. Inovasi-inovasi ini tidak hanya menurunkan emisi karbon dan penggunaan sumber daya fosil, tetapi juga menghasilkan efisiensi biaya operasional hingga 60% dan pengurangan biaya utilitas antara 10-30%, yang memberikan keuntungan finansial signifikan bagi perusahaan yang mengadopsinya.

Studi oleh Kania (2025) mengidentifikasi bahwa pengelolaan inovasi hijau di UMKM memerlukan pendekatan terpadu yang mengkombinasikan kemajuan teknologi, kemampuan organisasi, dan dukungan kebijakan pemerintah. Inovasi hijau pada UMKM sering meliputi pengembangan produk dengan bahan baku lokal berkelanjutan, efisiensi proses produksi untuk mengurangi limbah, serta promosi produk yang berorientasi pada konsumen sadar lingkungan.

Selain itu, data empiris dari Saad (2025) menyebutkan bahwa di negara-negara berkembang, inovasi hijau memberikan kontribusi nyata pada pengurangan dampak lingkungan sekaligus mendukung inklusivitas sosial dan pertumbuhan ekonomi lokal. Inovasi hijau bukan hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga strategi sosial-ekonomi yang memadukan kepedulian lingkungan dengan penciptaan lapangan kerja hijau dan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar.

Inovasi hijau secara signifikan mendukung pencapaian kinerja keberlanjutan dengan cara mendorong peningkatan efisiensi sumber daya, mengurangi dampak lingkungan, dan memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan. Sebuah studi oleh Sisca (2023) pada sektor UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa adopsi inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan, khususnya dalam aspek sosial dan lingkungan, walaupun pengaruhnya terhadap aspek ekonomi masih bersifat tidak signifikan secara statistik. Hal ini menandakan bahwa inovasi hijau lebih menonjol dalam memberikan kontribusi pada pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat yang merupakan komponen penting dari *sustainable performance*.

Selain itu, studi oleh Hindarsah et al. (2025) pada UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa praktik inovasi hijau secara langsung berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis, khususnya dalam aspek sosial dan lingkungan, yang merupakan subkomponen penting dari *sustainable performance*. Inovasi hijau membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi limbah dan emisi, serta memperkuat reputasi bisnis di mata konsumen yang semakin peduli aspek keberlanjutan (Hindarsah et al., 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai upaya mencapai kinerja yang berkelanjutan. Penelitian ini mengkaji secara mendalam bagaimana digitalisasi memengaruhi kinerja UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok, dengan menempatkan

manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau sebagai variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme sebab-akibat dalam hubungan tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau dan Inovasi Hijau pada Umkm *Coffee shop* di Kapanewon Depok”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka disusunlah perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah digitalisasi berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?
2. Apakah digitalisasi berpengaruh terhadap manajemen rantai pasok hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?
3. Apakah digitalisasi berpengaruh terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?
4. Apakah manajemen rantai pasok hijau berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?
5. Apakah inovasi hijau berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?
6. Apakah manajemen rantai pasok hijau berpengaruh terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?

7. Apakah manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok?

C. Tujuan Penelitian

Dari tujuan perumusan masalah yang sudah disusun sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap manajemen rantai pasok hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok hijau terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi hijau terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok hijau terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

7. Mengetahui dan menganalisis manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Bagi UMKM *Coffee shop* di kapanewonan Depok:

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu UMKM *coffee shop* di Kota Kapanewon Depok untuk meningkatkan kinerja berkelanjutan dengan menerapkan praktik digitalisasi, manajemen rantai pasok hijau, dan inovasi hijau dalam proses bisnisnya.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memperluas wawasan mengenai apakah UMKM dapat mewujudkan kinerja berkelanjutan dengan menerapkan digitalisasi, manajemen rantai pasok hijau, inovasi hijau, serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam bidang ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kinerja Berkelanjutan

Kinerja berkelanjutan atau *sustainable corporate performance* secara umum dipahami sebagai kinerja perusahaan yang menyeimbangkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara simultan, sejalan dengan konsep *triple bottom line* (Le et al., 2024). SCP tidak hanya diukur dari indikator keuangan seperti pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, pangsa pasar, dan *return on equity*, tetapi juga mencakup peningkatan kinerja lingkungan serta kontribusi sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan (Ma et al., 2023). Dengan demikian, SCP merefleksikan sejauh mana perusahaan mampu mencapai pertumbuhan ekonomi jangka panjang tanpa mengorbankan kualitas lingkungan dan kesejahteraan sosial (Le et al., 2022).

Le et al. (2022) mengukur SCP melalui pertumbuhan pendapatan, profit, basis pelanggan, pangsa pasar, *return on equity*, serta perbaikan kinerja lingkungan dalam periode lima tahun. Penelitian Le et al. (2024) dalam konteks UKM makanan dan minuman di Vietnam juga mendefinisikan SCP sebagai hasil gabungan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dipengaruhi oleh digitalisasi, green innovation, dan green supply chain management. Indriastuti dan Chariri (2021) menekankan bahwa sustainable performance adalah kinerja seimbang *people, planet,*

profit sehingga manajemen perlu mengintegrasikan investasi hijau dan investasi CSR ke dalam strategi perusahaan.

Dalam perspektif *resource-based view*, SCP dipandang sebagai keluaran dari pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas hijau yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik (Ma et al., 2023). Ma et al. (2023) menunjukkan bahwa kombinasi *digital transformation*, *green human resource management*, dan *green supply chain management* mampu meningkatkan kinerja pembangunan berkelanjutan pada tiga dimensi *economic*, *environmental*, dan *social performance*. Sejalan dengan itu, Le (2022) menemukan bahwa *green strategy* yang diterjemahkan ke dalam *corporate social responsibility* dan *green innovation* akan meningkatkan *sustainable firm performance*, karena kedua variabel hijau tersebut bertindak sebagai mediator dalam hubungan antara strategi hijau dan kinerja berkelanjutan.

Kinerja berkelanjutan juga erat dikaitkan dengan *keputusan green investment* dan *CSR investment* sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan dan upaya menjaga legitimasi sosial. Indriastuti dan Chariri (2021) menunjukkan bahwa *green investment* dan *CSR investment* berpengaruh positif terhadap *financial performance* dan *sustainable performance* perusahaan manufaktur di Indonesia, meskipun kinerja keuangan tidak terbukti memediasi hubungan tersebut secara signifikan. Menurut Le et al. (2024) dan Ma et al. (2023), kinerja perusahaan berkelanjutan dapat diukur menggunakan sejumlah indikator, yaitu:

- a) *Economic Performance*
- b) *Environmental Performance*
- c) *Customer–supplier relationship*

2. Digitalisasi

Digitalisasi dipahami sebagai implementasi teknologi digital yang memungkinkan perusahaan mengakses berbagai sumber daya inovasi secara cepat dan mudah, serta mengubah sinyal atau proses analog menjadi model digital yang dapat diolah dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan bisnis (Legner dkk., 2017). Le dkk. (2024) mendefinisikan digitalisasi sebagai pemanfaatan inovasi teknologi untuk menghubungkan perusahaan dengan berbagai pelaku dan sektor lintas batas geografis, sehingga memperluas cakupan dan kedalaman informasi yang tersedia bagi organisasi. Dalam perspektif ini, digitalisasi dipandang sebagai kekuatan pendorong utama transformasi industri karena mempercepat perubahan struktural di berbagai sektor melalui otomasi, integrasi sistem, dan peningkatan kemampuan analitik berbasis data.

Secara konseptual, digitalisasi dibedakan dari sekadar komputerisasi karena tidak hanya mengubah media menjadi bentuk digital, tetapi juga mengubah cara perusahaan merancang proses, mengelola informasi, dan menciptakan nilai (Legner dkk., 2017). Le dkk. (2024) menegaskan bahwa di era transformasi digital, teknologi rekayasa digunakan untuk membangun model inovasi berbasis digital sehingga perusahaan dapat merancang ulang proses bisnis dan pola kolaborasi dengan memanfaatkan

aliran informasi yang lebih cepat, akurat, dan luas. Digitalisasi juga dipandang sebagai kekuatan revolusioner yang meningkatkan produktivitas energi sekaligus menurunkan konsumsi energi industri, sehingga memiliki implikasi langsung terhadap efisiensi sumber daya dan keberlanjutan (Borowski, 2021).

Le dkk. (2024) mengaitkan digitalisasi dengan kerangka *Technology–Organization–Environment* yang memandang bahwa adopsi dan keberhasilan digitalisasi dipengaruhi oleh kesiapan teknologi (misalnya infrastruktur TI, kompatibilitas sistem, dan kompleksitas), kesiapan organisasi (dukungan manajemen puncak, budaya inovasi, dan kemampuan sumber daya manusia), serta tekanan lingkungan (regulasi, persaingan, dan ekspektasi pemangku kepentingan). Secara teoritis, digitalisasi juga dipahami melalui teori *Resource-Based View* sebagai kapabilitas dan sumber daya digital—seperti sistem informasi terintegrasi, kemampuan analitik data, dan platform digital—yang bersifat bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan, sehingga menjadi basis keunggulan bersaing jangka panjang (Le dkk., 2024).

Legner dkk. (2017) menyebutkan bahwa digitalisasi memicu perubahan mendasar dalam model bisnis dan struktur industri karena memungkinkan proses, produk, dan layanan menjadi semakin terkoneksi, otomatis, dan berbasis data. Le dkk. (2024) menambahkan bahwa digitalisasi telah menjadi topik penelitian yang sangat populer dalam beberapa tahun terakhir karena perannya yang kian krusial dalam

meningkatkan efisiensi operasional, kualitas informasi, dan kemampuan respon perusahaan terhadap dinamika pasar. Di tingkat makro, penelitian Myovella dkk. (2020) yang dikutip Le dkk. (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di negara maju, berkembang, maupun tertinggal, meskipun bentuk kontribusinya berbeda antar teknologi—misalnya peran dominan teknologi komunikasi seluler di negara kurang berkembang.

Le dkk. (2024) merangkum temuan bahwa digitalisasi proses dan otomasi pengumpulan data memungkinkan pemilik dan pemangku kepentingan memperoleh akses cepat dan luas terhadap informasi internal maupun eksternal yang sebelumnya sulit dijangkau, sehingga meningkatkan kemampuan pengawasan, mengurangi biaya pemantauan, dan memperbaiki kualitas tata kelola.

a. Orientasi strategi dan komitmen digital

Orientasi strategi dan komitmen digital adalah cara perusahaan memandang dan menempatkan teknologi digital di dalam strategi bisnis jangka panjang, termasuk sejauh mana manajemen puncak secara sadar mengarahkan organisasi menuju pemanfaatan teknologi digital. Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa perusahaan yang bertransformasi digital secara serius selalu memulai dari dimensi strategi, bukan dari teknologi, dengan mengidentifikasi bagaimana digital mengubah nilai yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan dan bagaimana perusahaan harus merespons. Dalam perspektif ini,

digitalisasi bukan sekadar proyek IT, tetapi bagian dari agenda strategis yang memengaruhi model bisnis, struktur organisasi, dan cara perusahaan bersaing.

Zhu (2023) menjelaskan bahwa digital orientation adalah cara pandang perusahaan yang memang sengaja diarahkan untuk aktif mencari dan memanfaatkan peluang yang muncul karena teknologi digital. Dalam penelitiannya, Zhu (2023) menemukan bahwa perusahaan dengan orientasi seperti ini punya kinerja inovasi yang lebih baik, karena mereka lebih siap dan lebih mau menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan produk dan proses baru. Hal ini sejalan dengan temuan Le et al. (2024) yang menempatkan digitalisasi sebagai variabel penting yang mendorong inovasi dan kinerja berkelanjutan pada UKM di sektor makanan dan minuman.

Komitmen digital manajemen puncak (*top management commitment*) dipandang sebagai faktor kunci yang menjembatani orientasi strategi dengan implementasi nyata. OECD (2021) menegaskan bahwa UMKM yang memiliki strategi digital tertulis dan komitmen pimpinan untuk menjalankannya secara konsisten cenderung mencapai tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi dan lebih stabil dibanding UMKM yang hanya bereaksi terhadap tekanan pasar tanpa arah strategis yang jelas.

b. Aplikasi Digital

1) *Digital payment*

Digital payment adalah sistem pembayaran non-tunai yang menggunakan teknologi elektronik untuk memindahkan dana dari pembeli ke penjual. Bagi UMKM, *digital payment* mempermudah transaksi karena pembayaran menjadi lebih cepat, tercatat otomatis, dan tidak bergantung pada uang tunai fisik. Penelitian Angelique (2025) pada pelaku UMKM menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital membantu pelaku usaha memantau pendapatan harian secara lebih rapi dan mengurangi risiko kesalahan pencatatan manual.

Di Indonesia, QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) menjadi salah satu bentuk *digital payment* yang paling strategis bagi UMKM. Bank Indonesia (2025) menjelaskan bahwa QRIS adalah standar kode QR nasional yang menyatukan berbagai aplikasi pembayaran digital sehingga satu kode QRIS bisa menerima pembayaran dari banyak aplikasi, seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, dan mobile banking bank. Bank Indonesia menegaskan bahwa QRIS dirancang sebagai *entry point* ke ekosistem digital bagi UMKM karena memudahkan pelaku usaha menerima pembayaran non-tunai tanpa perlu mesin EDC dan dengan biaya implementasi rendah.

2) *Instant messaging*

Instant messaging adalah jenis aplikasi digital yang memungkinkan pengguna bertukar pesan teks, suara, gambar, video, dan dokumen secara instan melalui internet. Penggunaan instant messaging membuat komunikasi bisnis lebih cepat dan terdokumentasi, karena setiap percakapan tersimpan dan dapat dirujuk kembali jika terjadi perbedaan persepsi atau sengketa informasi.

Studi Sumeta & Putra (2025) pada UKK Cake di Pelaihari menunjukkan bahwa fitur *WhatsApp Business*—seperti katalog produk, pesan otomatis, dan label pelanggan—mampu meningkatkan efisiensi komunikasi, mempercepat transaksi, dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian Brauer et al. (2025) menegaskan bahwa *WhatsApp Business* memberikan platform tersegmentasi untuk komunikasi B2C yang lebih personal, cepat, dan murah bagi pelaku UMKM. Studi lain oleh Wisnalmawati et al. (2021) menemukan bahwa *WhatsApp Business* berpengaruh positif terhadap ease of communication dan niat beli konsumen, sehingga mendukung retensi pelanggan dan peningkatan penjualan.

3) Kasir digital atau *point of sales*

Kasir digital atau *Point of Sale* (POS) adalah aplikasi yang digunakan untuk mencatat transaksi penjualan secara elektronik, sering kali dilengkapi fitur manajemen persediaan, laporan

penjualan, dan integrasi pembayaran digital. OECD (2021) mencatat bahwa penggunaan POS dan aplikasi pembukuan digital membantu UMKM meningkatkan akurasi pencatatan, mempercepat rekap data, dan menyediakan informasi penjualan yang lebih mudah diakses oleh pemilik usaha.

Briliansyah (2024) menjelaskan bahwa aplikasi POS yang dikembangkan untuk UMKM Indonesia mampu terintegrasi dengan payment gateway (misalnya pembayaran dengan kartu atau e-wallet) dan menyimpan data transaksi dalam basis data, sehingga transaksi menjadi lebih cepat dan data penjualan lebih mudah diolah. Sementara itu, Prasetyo et al. (2023) menemukan bahwa adopsi POS pada UMKM mengurangi kesalahan pencatatan manual, mempercepat proses transaksi di kasir, dan mendukung penyusunan laporan keuangan sederhana yang lebih teratur.

4) *Social Media*

Sosial media adalah platform digital yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, dan berinteraksi dengan konten serta membangun jaringan komunitas secara *online*. OECD (2021) menyatakan bahwa media sosial menjadi salah satu alat pemasaran utama bagi UMKM karena dapat menjangkau *audiens* luas dengan biaya relatif rendah dan memungkinkan interaksi dua arah dengan pelanggan.

Tulipa et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan kombinasi media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok membantu UMKM meningkatkan visibilitas merek dan penjualan, dengan pola penggunaan yang bervariasi tergantung jenis usaha. Ardimansyah dan Tandra (2024) melaporkan bahwa sebagian besar UMKM responden menggunakan Instagram sebagai kanal utama pemasaran digital, diikuti oleh Facebook, TikTok, dan WhatsApp, dan menyatakan adanya peningkatan awareness serta penjualan setelah intensif menggunakan media sosial. Bhikuning et al. (2025) menemukan bahwa TikTok lebih unggul dalam hal engagement dan konversi jangka pendek, sedangkan Instagram lebih kuat dalam membangun citra merek dan memanfaatkan fitur belanja terintegrasi untuk UMKM di sektor makanan dan minuman.

Menurut Le et al. (2024) dan Ma et al. (2023), tingkat digitalisasi dalam operasi perusahaan dapat diukur melalui serangkaian indikator utama yang mencakup berbagai aspek transformasi teknologi, meliputi:

- a) *Digital strategy*
- b) *Digital supply chain*
- c) *Digital warehouse*
- d) *Digital application*

3. Manajemen Rantai Pasok Hijau

Green supply chain management atau manajemen rantai pasok hijau merupakan pengembangan dari konsep manajemen rantai pasok konvensional dengan memasukkan pertimbangan lingkungan ke dalam seluruh aktivitas rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku, desain dan proses produksi, distribusi, hingga pengelolaan produk di akhir daur hidupnya seperti reuse, recycle, dan reverse logistics.

Secara konseptual, GSCM didefinisikan sebagai integrasi pemikiran lingkungan ke dalam manajemen rantai pasok, yang meliputi desain produk, pemilihan dan pengadaan bahan, proses manufaktur, pengiriman produk ke konsumen, sampai pengelolaan produk setelah masa pakainya berakhir, sehingga tujuan efisiensi biaya dan kinerja operasional tercapai sekaligus mengurangi jejak ekologis. Srivastava 2007 menegaskan bahwa GSCM berfungsi untuk membatasi limbah dalam sistem industri agar menghemat energi dan mencegah pembuangan material berbahaya ke lingkungan, sehingga memberikan manfaat ekonomi sekaligus lingkungan bagi perusahaan.

Manajemen rantai pasok hijau menurut Chin et al. (2015) adalah pendekatan pengelolaan rantai pasok yang memasukkan pertimbangan lingkungan ke dalam setiap aktivitasnya, mulai dari perancangan produk, pemilihan dan pengadaan bahan, proses produksi, distribusi, sampai tahap akhir daur hidup produk. Zhu dan Sarkis (2004) menunjukkan bahwa penerapan GSCM di perusahaan manufaktur Cina memberikan hubungan “win-win” antara kinerja lingkungan dan kinerja ekonomi karena

pengurangan limbah dan efisiensi sumber daya menurunkan biaya serta meningkatkan citra perusahaan.

Studi Govindan et al. (2014) mengidentifikasi adanya berbagai hambatan penerapan GSCM seperti kurangnya dukungan manajemen puncak, keterbatasan pengetahuan reverse logistics, dan kendala biaya investasi awal, sehingga diperlukan komitmen strategis dan kerangka kebijakan yang mendukung untuk mengoptimalkan implementasinya. Wooi dan Zailani (2010) mengkaji berbagai kendala yang dihadapi UMKM di Malaysia ketika mencoba menerapkan rantai pasok hijau dan menyimpulkan bahwa keterbatasan sumber daya menjadi penghambat utama adopsi inisiatif manajemen rantai pasok hijau. Di sisi lain, mereka memperkirakan bahwa bagi UMKM manufaktur, persoalan teknis adalah hambatan paling besar dalam penerapan praktik tersebut.

Rahmawati dan Hamzah (2024) menyimpulkan bahwa praktik GSCM seperti eco-design, pengadaan hijau, dan logistik terbalik secara signifikan meningkatkan dimensi lingkungan, ekonomi, dan sosial keberlanjutan perusahaan, terutama ketika diintegrasikan dengan prinsip circular economy yang menekankan reduce, reuse, dan recycle.

Dalam konteks UMKM, penerapan GSCM dipandang sebagai kemampuan unik yang dapat menjadi sumber keunggulan bersaing sekaligus meningkatkan kinerja usaha. Penelitian Zainurrafiqi dan Gazali (2024) pada UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa *green supply chain*—yang mencakup sistem pengelolaan isu hijau, perencanaan

pembelian bahan baku hijau, proses produksi hijau, distribusi hijau, dan kolaborasi lingkungan dengan pemasok serta pelanggan—berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing dan kinerja UMKM, baik secara langsung maupun melalui mediasi variabel competitiveness. Menurut Le et al. (2024) dan Ma et al. (2023), efektivitas manajemen rantai pasok hijau dapat diukur melalui sejumlah indikator utama, meliputi:

- a) *Green Distribution*
- b) *Green Manufacture*
- c) *Green Procurement*
- d) *Green Marketing*

4. Inovasi Hijau

Green innovation atau inovasi hijau merupakan bentuk inovasi dalam produk, proses, maupun praktik manajerial yang secara sengaja dirancang untuk mengurangi dampak negatif aktivitas bisnis terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan efisiensi dan kinerja perusahaan secara berkelanjutan (Le et al., 2022). Inovasi ini mencakup penggunaan teknologi hemat energi, pengurangan emisi dan limbah, pemakaian bahan baku yang aman dan ramah lingkungan, serta penerapan teknologi pengolahan dan daur ulang limbah sesuai standar internasional (Chen et al., 2006; Zhang et al., 2020). Dengan demikian, inovasi hijau tidak hanya menjawab tuntutan regulasi lingkungan, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing melalui diferensiasi produk dan

peningkatan citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Dalam perspektif teori, *green innovation* diposisikan sebagai mekanisme kunci yang menjembatani tujuan ekonomi perusahaan dengan tujuan keberlanjutan, karena mampu mengintegrasikan kepentingan pemangku kepentingan dan prinsip triple bottom line lingkungan, sosial, ekonomi ke dalam strategi dan operasi perusahaan (Le, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa praktik inovasi hijau, seperti pengembangan produk ramah lingkungan, penerapan sistem manajemen lingkungan, dan adopsi teknologi produksi bersih, berkontribusi pada peningkatan kinerja lingkungan, reputasi, loyalitas pelanggan, hingga kinerja finansial jangka panjang (Chen et al., 2006). Dalam kerangka *resource-based view*, *green innovation* dipandang sebagai sumber daya strategis yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tertanam dalam kapabilitas organisasi, sehingga menjadi basis penting bagi keunggulan bersaing berkelanjutan.

Lebih jauh, berbagai studi menunjukkan bahwa *green innovation* berperan sebagai variabel mediasi penting dalam hubungan antara strategi hijau, digitalisasi, dan kinerja berkelanjutan, baik pada konteks UKM manufaktur maupun sektor makanan dan minuman. Le et al. (2022, 2024) menemukan bahwa inovasi hijau dan *green supply chain management* memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* dan Digitalisasi terhadap *sustainable corporate performance*, sedangkan Lumwartono dan Hanafiah (2025) menunjukkan bahwa inovasi hijau dalam bentuk program

penggunaan tumbler, pengurangan plastik sekali pakai, serta edukasi lingkungan berbasis aplikasi digital mampu *meningkatkan green purchase intention* konsumen Gen Z di kedai kopi. Menurut Le et al. (2024) dan Le et al. (2022), tingkat inovasi hijau dalam perusahaan dapat diukur melalui serangkaian indikator kunci, yaitu:

- a) *Green Product Innovation*
- b) *Green Process Innovation*
- c) *Eco-friendly product*

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1	Peneliti	Thanh Tiep Le, Quynh Phan Vo Nhu, Thy Bui Ngoc Bao, Linh Vu Nguyen Thao, Vijay Pereira	Lina Ma, Xue Zhang, Longzhu Dong	Thanh Tiep Le, Xuan Vinh Vo, V.G. Venkatesh
2	Judul dan Tahun	Digitalisasi driving sustainable corporate performance: The mediation of green innovation and green supply chain management (2024)	Enhancing Sustainable Performance: The Innovative Strategy of Digital Transformation Leading Green Collaborative Management (2023)	Role of green innovation and supply chain management in driving sustainable corporate performance (2022)
3	Variabel	a. Digitalization (X) b. Green Supply Chain Management, Green Innovation (Z) c. Sustainable Performance (Y)	a. Digital Transformation (X) b. Green Supply Chain Management, Green Human Resource Management (Z) c. Sustainable Performance (Y)	a. Corporate Social Responsibility (X) b. Green Supply Chain Management, Green Innovation (Z) c. Sustainable Corporate Performance (Y)
4	Objek Penelitian	UMKM sektor makanan dan minuman di Vietnam	Perusahaan manufaktur Tiongkok	UMKM makanan di Vietnam
5	Teknik Sampling	Random Sampling	Random Sampling	Non-probability sampling
6	Alat Analisis	PLS-SEM	PLS-SEM	PLS-SEM
7	Hasil Penelitian	Digitalisasi pada UKM makanan dan minuman meningkatkan kinerja perusahaan	Transformasi digital meningkatkan kinerja keberlanjutan perusahaan manufaktur, baik secara langsung maupun lewat	CSR internal dan eksternal mendorong terjadinya inovasi hijau di UKM makanan, yang kemudian memperkuat praktik GSCM. Kombinasi

	berkelanjutan melalui dua jalur utama, yaitu inovasi hijau dan manajemen rantai pasok hijau. Digitalisasi berpengaruh langsung pada kinerja, tetapi juga secara tidak langsung dengan cara mendorong inovasi hijau dan praktik GSCM yang kemudian memperbaiki kinerja finansial dan non-finansial.	GHRM dan GSCM. Sinergi kolaboratif antara GHRM dan GSCM terbukti memberi pengaruh paling kuat terhadap kinerja keberlanjutan dibanding jika keduanya berjalan sendiri-sendiri.	inovasi hijau dan GSCM tersebut pada akhirnya meningkatkan sustainable corporate performance, sehingga CSR bekerja tidak hanya langsung, tetapi juga secara tidak langsung terutama melalui inovasi hijau dan rantai pasok hijau untuk memperbaiki kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan.
--	--	--	--

C. Keterkaitan Antar Variabel

1. Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan

Digitalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui praktik hijau *seperti green innovation*, GHRM, dan GSCM (Ma et al., 2023). Penguatan strategi dan penerapan teknologi digital membuat proses bisnis lebih efisien, transparan, dan responsif, sehingga menurunkan biaya, mengurangi emisi dan limbah, serta memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan (Le et al., 2024).

Dalam perspektif *resource-based view*, *digital transformation* dipandang sebagai sumber daya heterogen yang bernilai, langka, dan sulit ditiru sehingga menjadi sumber keunggulan bersaing jangka panjang (Ma et al., 2023). Penerapan *digital technologies* memungkinkan otomasi proses, monitoring *real-time* atas konsumsi energi, limbah, dan emisi, sehingga mendorong perbaikan kinerja lingkungan dan efisiensi penggunaan sumber daya (Le et al., 2024). Temuan pada UKM makanan-

minuman di Vietnam juga memperlihatkan bahwa digitalisasi meningkatkan *sustainable corporate performance* karena memperkuat pengambilan keputusan, menurunkan biaya persediaan dan logistik, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan (Le et al., 2024).

Digitalisasi terbukti mendorong *green innovation* berupa inovasi produk dan proses yang mengurangi penggunaan bahan berbahaya, meningkatkan efisiensi energi, memperbaiki sistem pengolahan limbah, dan menerapkan *traceability*, yang kemudian meningkatkan *sustainable corporate performance* (Le et al., 2022).

2. Pengaruh Digitalisasi terhadap Manajemen Rantai Pasok Hijau

Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan manajemen rantai pasok hijau, baik pada sisi desain maupun operasi rantai pasok. Melalui pemanfaatan teknologi digital, perusahaan mampu membuat proses pengadaan, produksi, distribusi, dan *reverse logistics* menjadi lebih efisien, transparan, dan ramah lingkungan (Ma et al., 2023; Le et al., 2024).

Secara konseptual, *digital transformation* dipandang sebagai sumber daya strategis yang mendorong praktik GSCM seperti *green procurement*, *green manufacturing*, dan *green logistics*. Teknologi seperti IoT, *cloud computing*, *big data*, *artificial intelligence*, dan *blockchain* memungkinkan pelacakan bahan baku, pemantauan kualitas dan konsumsi energi secara *real-time*, optimasi persediaan, serta perencanaan produksi yang lebih

akurat, sehingga mengurangi limbah, emisi, dan penggunaan sumber daya (Ma et al., 2023). Dalam konteks UKM sektor makanan-minuman, Digitalisasi terbukti meningkatkan kemampuan perusahaan menerapkan GSCM, misalnya melalui sistem informasi standar, perangkat lunak manajemen hubungan dengan pemasok, dan platform kolaborasi dengan mitra rantai pasok, yang kemudian memperbaiki kinerja lingkungan dan ekonomi (Le et al., 2024).

3. Pengaruh Digitalisasi terhadap Inovasi Hijau

Digitalisasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi hijau karena memperluas kemampuan perusahaan dalam mengakses, mengolah, dan memanfaatkan informasi serta teknologi yang relevan dengan lingkungan. Le et al. (2024) menunjukkan bahwa Digitalisasi meningkatkan *green innovation* pada UKM makanan-minuman di Vietnam, baik dalam bentuk perbaikan produk ramah lingkungan, teknologi penghematan energi, maupun sistem pengelolaan limbah yang lebih bersih. Fan (2023) menemukan bahwa tingkat digitalisasi yang lebih tinggi pada perusahaan manufaktur di Tiongkok mendorong peningkatan signifikan pada *green innovation* melalui pelonggaran kendala pembiayaan dan penguatan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan.

Zhuo (2024) menunjukkan bahwa *digital transformation* meningkatkan kapasitas inovasi hijau (baik dari sisi kuantitas maupun kualitas paten hijau) dengan cara memperbaiki praktik *environmental, social, and*

governance (ESG) serta transparansi informasi lingkungan, sehingga perusahaan lebih mudah mengakses sumber daya pengetahuan dan tekanan positif dari pemangku kepentingan untuk berinovasi hijau. Temuan serupa juga disajikan oleh Ning (2023), yang mengembangkan model konseptual dan bukti empiris bahwa digitalisasi memfasilitasi *green innovation* melalui optimalisasi alokasi sumber daya dan penggunaan teknologi cerdas di proses produksi.

4. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau terhadap Kinerja Berkelanjutan

Manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan karena mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam seluruh aktivitas rantai pasok, mulai dari pengadaan, produksi, logistik, hingga pengelolaan limbah. Le et al (2022) menunjukkan bahwa penerapan GSCM pada UKM makanan di Vietnam *meningkatkan sustainable corporate performance* yang diukur dari kinerja keuangan, sosial, dan lingkungan, terutama ketika GSCM dikombinasikan dengan inovasi hijau dan strategi CSR. Studi Tseng et al. (2019) menyimpulkan bahwa praktik seperti *green purchasing*, *eco-design*, *green production*, dan *green logistics* cenderung menurunkan penggunaan sumber daya, emisi, dan limbah, sekaligus memperbaiki reputasi, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional, sehingga mendukung triple bottom line.

Sejumlah penelitian menegaskan bahwa pengaruh GSCM terhadap kinerja berkelanjutan dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Agyabeng-Mensah et al. (2020) menemukan bahwa GSCM secara positif

memengaruhi kinerja ekonomi melalui penghematan biaya, peningkatan kualitas, dan loyalitas pelanggan.

5. Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Kinerja Berkelanjutan

Inovasi hijau berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan karena mampu sekaligus meningkatkan kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial perusahaan. Penelitian oleh Liao (2021) menunjukkan bahwa *environmental/green innovation* secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja lingkungan perusahaan, dengan efek yang cenderung lebih kuat pada negara maju untuk dimensi finansial dan pada negara berkembang untuk dimensi lingkungan. Fernando et al. (2019) menemukan bahwa inovasi hijau membantu perusahaan mengurangi konsumsi sumber daya, emisi, dan limbah, sekaligus memperbaiki efisiensi proses dan membuka peluang diferensiasi produk ramah lingkungan yang mendukung pertumbuhan penjualan dan laba.

Pada konteks empiris yang lebih spesifik, Le et al. (2024) menunjukkan bahwa *green innovation* di UKM makanan–minuman berpengaruh positif dan signifikan terhadap sustainable corporate performance yang diukur dari indikator keuangan, sosial, dan lingkungan. Studi Rahmani et al. (2024) juga menemukan bahwa seluruh dimensi *green innovation* (produk, proses, dan manajerial) secara agregat meningkatkan *environmental performance*, dan melalui perbaikan efisiensi sumber daya serta citra hijau kemudian mendukung perbaikan kinerja ekonomi perusahaan.

6. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau terhadap Inovasi Hijau

Manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif terhadap inovasi hijau karena menciptakan tekanan sekaligus peluang bagi perusahaan dan mitra rantai pasok untuk mengembangkan produk dan proses yang lebih ramah lingkungan. Chiou et al. (2011) menunjukkan bahwa praktik GSCM yang menekankan “*greening the suppliers*” meningkatkan kemampuan perusahaan melakukan *green innovation*, misalnya melalui persyaratan bahan baku hijau, kolaborasi teknis dengan pemasok, dan tekanan lingkungan dalam kontrak pasokan. Seman et al. (2019) juga menemukan bahwa penerapan GSCM secara menyeluruh (*green purchasing, eco-design, green manufacturing, dan green logistics*) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *green innovation* karena perusahaan terdorong berinovasi untuk memenuhi standar lingkungan sepanjang rantai pasok.

Le et al. (2022) menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok hijau memiliki efek positif yang signifikan terhadap *green innovation* pada UKM di Vietnam, di mana kolaborasi lingkungan dengan pemasok dan pelanggan membantu perusahaan mengembangkan teknologi penghematan energi, desain produk hijau, dan sistem daur ulang yang inovatif. Dong et al. (2021) juga menemukan bahwa ketika regulasi lingkungan eksternal makin ketat dan konsumen semakin menyukai produk hijau, perusahaan yang menerapkan GSCM terdorong melakukan inovasi hijau untuk mengurangi risiko kepatuhan, memperbaiki citra, dan mempertahankan daya saing.

7. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau dalam memediasi pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan.

Le et al. (2024) menemukan bahwa *green supply chain management* (GSCM) berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara digitalisasi dan *sustainable corporate performance* pada UKM sektor makanan dan minuman di Vietnam, yang berarti sebagian pengaruh positif digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan disalurkan melalui penguatan praktik GSCM. Secara empiris, digitalisasi terbukti meningkatkan kapabilitas rantai pasok hijau—misalnya melalui transparansi data, integrasi sistem, dan pengelolaan logistik yang lebih efisien—yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan dimensi keuangan, lingkungan, dan sosial dari *sustainable corporate performance*.

Le et al. (2022) turut menunjukkan bahwa GSCM memediasi hubungan antara sumber daya/strategi hijau (CSR) dan *sustainable corporate performance*, sehingga menguatkan argumen bahwa GSCM adalah kanal kunci yang mengkonversi berbagai sumber daya strategis—termasuk kapabilitas digital—menjadi peningkatan kinerja keberlanjutan perusahaan.

8. Pengaruh Inovasi Hijau dalam memediasi pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan.

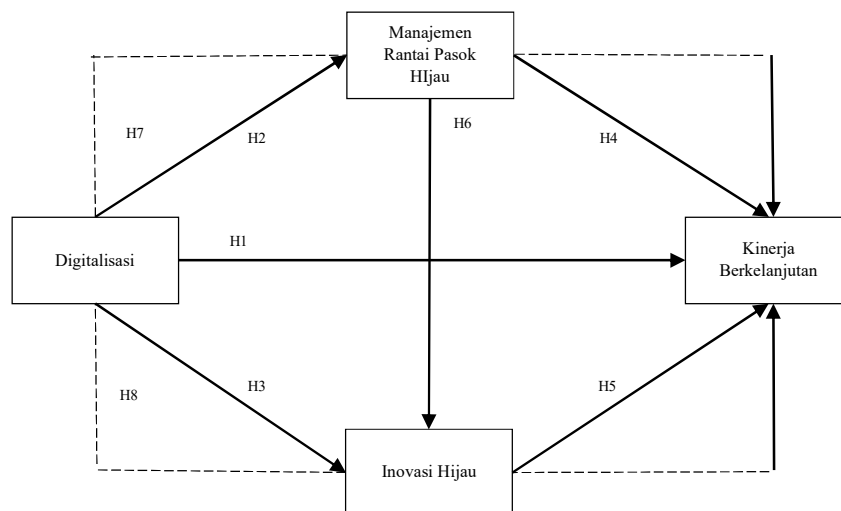
Le et al. (2024) menjelaskan bahwa inovasi hijau berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara digitalisasi dan *sustainable corporate performance* pada UKM sektor makanan and minuman di

Vietnam, karena digitalisasi terbukti meningkatkan inovasi hijau sekaligus kinerja berkelanjutan, sementara inovasi hijau sendiri secara signifikan mendorong peningkatan kinerja berkelanjutan.

Yuan dan Li (2023) menekankan bahwa digitalisasi adalah salah satu cara efektif untuk meningkatkan kinerja inovasi organisasi dan membuka jalur baru menuju kinerja berkelanjutan, karena teknologi digital mempermudah integrasi pengetahuan dan kolaborasi lintas fungsi dalam pengembangan inovasi hijau. Di sisi lain, Li et al. (2017) menunjukkan bahwa inovasi hijau mengurangi konsumsi sumber daya, limbah, dan polusi melalui pengembangan proses, produk, dan teknologi yang lebih ramah lingkungan, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap dimensi lingkungan dan ekonomi dari kinerja berkelanjutan.

D. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka penelitiannya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

Catatan:

- - - pengaruh tidak langsung

— pengaruh langsung

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang dapat diuji kebenarannya melalui data empiris. Hipotesis ini menggambarkan dugaan adanya hubungan logis antara dua atau lebih variabel yang dirumuskan secara sistematis agar dapat diuji. Adapun hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Digitalisasi berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H2: Digitalisasi berpengaruh terhadap manajemen rantai pasok hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H3: Digitalisasi berpengaruh terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H4: Manajemen rantai pasok hijau berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H5: Inovasi hijau berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H6: Manajemen rantai pasok hijau berpengaruh terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H7: Manajemen rantai pasok hijau memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

H8: Inovasi hijau memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merupakan pendekatan ilmiah di mana data yang dikumpulkan berbentuk angka atau bilangan. Ghozali (2021) menjelaskan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang mengolah data angka dengan teknik statistik untuk mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh antarvariabel yang diukur. Data tersebut dapat diolah dan dianalisis menggunakan metode perhitungan matematis atau statistik, sehingga memungkinkan untuk menguji hipotesis (Sekaran & Bougie, 2017). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei dengan menggunakan instrumen kuesioner terstruktur dengan skala likert 1-5. Survei adalah sistem pengumpulan informasi dari atau tentang orang untuk mendeskripsikan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka (Sekaran, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan yang dimediasi oleh manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok.

B. Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan individu, peristiwa, atau objek yang menjadi fokus penelitian, di mana peneliti berusaha untuk menarik kesimpulan berdasarkan analisis statistik dari sampel yang diambil (Sekaran, 2017).

Populasi bukan sekadar jumlah unit atau individu, melainkan mencerminkan keseluruhan karakteristik yang melekat pada setiap elemen di dalamnya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok.

C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang diambil untuk diteliti, berisi beberapa anggota atau elemen yang mewakili keseluruhan populasi (Sekaran, 2017). Dari sampel inilah peneliti mengumpulkan data, lalu menghitung nilai-nilai seperti rata-rata dan seberapa besar variasi data, untuk memperkirakan kondisi sebenarnya dari seluruh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang jelas atau terukur untuk terpilih menjadi responden (Sekaran, 2017). Teknik ini mencakup beberapa bentuk, seperti *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*, yang digunakan ketika pemilihan sampel tidak didasarkan pada perhitungan peluang, melainkan lebih pada pertimbangan kepraktisan atau kebutuhan untuk menggali informasi secara mendalam dari sumber tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* digolongkan sebagai *non-probabilitas*

sampling karena pemilihan responden difokuskan hanya pada kelompok tertentu yang dinilai memiliki informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini diterapkan ketika data yang dibutuhkan hanya dimiliki oleh kelompok tersebut, sehingga peneliti secara sengaja menentukan siapa yang dijadikan sampel, tanpa proses pemilihan secara acak (Sekaran, 2017). Berdasarkan penjelasan tersebut, kriteria sampel dalam penelitian ini adalah (1) UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok yang sudah memanfaatkan digitalisasi dalam operasional bisnisnya, serta (2) sudah menerapkan proses manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau dalam aktivitas operasionalnya.

D. Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data langsung yang diperoleh peneliti dari sumber utama di lapangan, baik dari responden, objek, maupun kondisi atau situasi yang sedang diteliti (Sugiyono, 2017). Data primer dalam penelitian ini didapat melalui jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan kepada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok.

E. Teknik Pengambilan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang terstruktur kepada responden untuk diisi dan paling sering digunakan dalam penelitian survei atau penelitian kuantitatif (Sekaran, 2017). Kuesioner juga dipahami sebagai

instrumen penelitian yang dirancang untuk mengukur variabel melalui butir-butir pernyataan yang disusun dari indikator setiap variabel, kemudian diberikan kepada responden guna memperoleh informasi mengenai sikap, persepsi, pengetahuan, atau karakteristik tertentu lainnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan kepada sampel secara daring melalui Google Form. Tujuan penggunaan kuesioner *online* ini adalah untuk menghimpun informasi dan data yang diperlukan terkait variabel-variabel penelitian secara lebih praktis dan terdokumentasi dengan baik.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial, dengan opsi jawaban yang berjenjang (Sugiyono, 2017). Skala *Likert* dipandang sebagai salah satu bentuk *rating scale* yang umum digunakan dalam kuesioner untuk menilai sikap atau pendapat responden terhadap suatu objek, di mana responden diminta menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap suatu pernyataan melalui kategori bertingkat dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”, lalu tiap kategori diberi skor angka sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif (Sekaran, 2017).

F. Variabel – Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat memiliki lebih dari satu nilai dan menjadi komponen penting dalam membangun kerangka teori serta merumuskan hipotesis penelitian (Sekaran, 2017).

1. Digitalisasi

Digitalisasi adalah pemanfaatan inovasi teknologi untuk menghubungkan perusahaan dengan berbagai pelaku dan sektor lintas batas geografis, sehingga memperluas cakupan dan kedalaman informasi yang tersedia bagi organisasi (Lee dkk, 2024).

2. Kinerja Keberlanjutan

Kinerja berkelanjutan atau *sustainable corporate performance* secara umum dipahami sebagai kinerja perusahaan yang menyeimbangkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara simultan, sejalan dengan konsep triple bottom line (Le et al., 2024).

3. Manajemen Rantai Pasok Hijau

Manajemen rantai pasok hijau merupakan pengembangan dari konsep manajemen rantai pasok konvensional dengan memasukkan pertimbangan lingkungan ke dalam seluruh aktivitas rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku, desain dan proses produksi, distribusi, hingga pengelolaan produk di akhir daur hidupnya seperti *reuse*, *recycle*, dan *reverse logistics*.

4. Inovasi Hijau

Inovasi hijau merupakan bentuk inovasi dalam produk, proses, maupun praktik manajerial yang secara sengaja dirancang untuk mengurangi dampak negatif aktivitas bisnis terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan efisiensi dan kinerja perusahaan secara berkelanjutan (Le et al., 2022).

G. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi dan Sumber	Indikator
Digitalisasi	Penerapan teknologi digital secara spesifik yang memungkinkan perusahaan mengakses beragam sumber inovasi dengan cepat dan mudah, mempercepat transformasi industri, meningkatkan produktivitas energi, serta memperbaiki kinerja ekonomi dan lingkungan perusahaan. (Le dkk, 2024; Ma, dkk 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Digital strategy</i> 2. <i>Digital supply chain</i> 3. <i>Digital warehouse</i> 4. <i>Digital application</i> (Le dkk, 2024; Ma, dkk 2023)
Manajemen Rantai Pasok Hijau	Pengelolaan rantai pasok secara menyeluruh dengan mengintegrasikan prinsip lingkungan pada setiap tahap—mulai dari pengadaan, produksi, distribusi, logistik, hingga daur ulang dan penggunaan kembali—untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial, sekaligus meningkatkan efisiensi, profitabilitas, dan kinerja berkelanjutan (Le dkk, 2024; Ma dkk., 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green Distribution</i> 2. <i>Green Manufacture</i> 3. <i>Green Procurement</i> 4. <i>Green Marketing</i> (Le dkk, 2024; Ma, dkk 2023)
Inovasi Hijau	Segala bentuk pembaruan produk, proses, teknologi, atau praktik manajerial yang secara sengaja dirancang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial, sekaligus menjaga atau meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan (Le dkk, 2022; Le dkk, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green Product Innovation</i> 2. <i>Green Process Innovation</i> 3. <i>Eco-friendly product</i> (Lee dkk, 2022; Lee dkk, 2024)
Kinerja Keberlanjutan	Tingkat pencapaian perusahaan dalam menghasilkan kinerja finansial sekaligus meningkatkan kinerja lingkungan dan sosial secara terpadu, misalnya melalui pertumbuhan pendapatan dan profit, pengurangan emisi dan limbah, serta peningkatan nilai bagi pemangku kepentingan dalam jangka panjang (Le dkk, 2024; Ma dkk., 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Economic Performance</i> 2. <i>Environmental Performance</i> 3. <i>Customer-supplier relationship</i> (Lee dkk, 2024; Ma dkk, 2023;)

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2015), berfungsi dalam memutuskan dapat diandalkan atau tidaknya instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data yang akurat. Proses ini penting untuk memastikan bahwa kuesioner yang telah dirancang

terbukti mampu menjalankan perannya dengan baik. Dalam penelitian ini, digunakan pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *average variance extracted* (AVE). *Convergent validity* dapat dinilai dari outer loading indikator yang idealnya $\geq 0,70$, sehingga indikator tersebut menjelaskan minimal 50% varians konstruknya dan memenuhi kriteria validitas pengukuran (Hair et. al, 2019). *Discriminant validity* digunakan untuk mengukur tingkat perbedaan empiris antar konstruk dalam model PLS-SEM dengan memastikan bahwa indikator setiap konstruk lebih berkorelasi kuat dengan konstruknya sendiri dibandingkan konstruk lainnya. *Discriminant validity* dapat dilihat melalui nilai *cross-loading* yang mengharuskan *outer loading* indikator pada konstruk asalnya lebih besar daripada *cross-loading* indikator tersebut pada konstruk-konstruk lain dalam model PLS-SEM, sehingga menjamin bahwa indikator secara tepat mengukur konstruk yang dimaksudkan (Hair et. al, 2017).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015), uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi hasil pengukuran ketika dilakukan beberapa kali terhadap fenomena dan instrumen yang sama. Proses ini menjadi penting untuk memastikan bahwa kuesioner yang disusun dapat dipercaya; sebuah alat ukur dianggap reliabel jika memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali. Pengukuran terhadap reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji composite reliability dan nilai cronbach's

alpha. Reliabilitas suatu konstruk dapat dinilai melalui nilai *Composite Reliability* yang minimal mencapai 0,70, sehingga menunjukkan konsistensi indikator dalam mengukur variabel laten yang bersangkutan (Hair et. al, 2019). *Average Variance Extracted (AVE)* berfungsi sebagai tolok ukur *validitas konvergen* yang mencerminkan proporsi rata-rata varians yang berhasil dijelaskan konstruk terhadap indikator-indikatornya (Fornell & Larcker, 1981). $AVE > 0,50$ mengindikasikan *convergent validity* yang memadai karena konstruk mampu menangkap lebih dari 50% varians dari indikator-indikatornya (Hair et. al, 2019).

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan data yang menggambarkan topik penelitian secara apa adanya (Sekaran, 2016). Sugiyono (2022) menjelaskan analisis deskriptif sebagai teknik pengolahan data dengan cara menguraikan atau memvisualisasikan data yang telah dikumpulkan secara apa adanya, tanpa niat untuk melakukan generalisasi atau kesimpulan yang berlaku luas. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik responden dari UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok yang berpartisipasi dalam survei.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif diperoleh dari data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data hasil dari penelitian yang bersifat terstruktur atau berpola yang diperoleh oleh peneliti. Analisis kuantitatif adalah metode pengolahan data angka secara terstruktur untuk menghasilkan pemahaman objektif tentang data sebelum pengujian hipotesis dan membantu keputusan manajemen berdasarkan analisis statistik (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam konteks ini, pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk menguji keterkaitan antar variabel adalah dengan menggunakan metode Partial Least Square (PLS). PLS merupakan salah satu teknik statistik berbasis Structural Equation Modeling (SEM). PLS sangat cocok digunakan untuk penelitian eksploratif dan prediktif karena memiliki keunggulan dalam menangani model dengan jumlah indikator dan sampel yang relatif kecil (Hair et al., 2017). PLS digunakan dalam dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model) .

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dievaluasi berdasarkan beberapa kriteria utama untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator terhadap konstruk yang diukur. Kriteria tersebut meliputi:

- 1) *Convergent Validity*, dilihat dari nilai loading factor setiap indikator terhadap variabel laten. Nilai ideal dari loading ini adalah lebih besar dari 0,70 (Hair et. al, 2019).

- 2) *Discriminant validity* dinilai melalui *cross-loading*, yaitu membandingkan nilai loading indikator pada konstruk asal dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan terpenuhi jika nilai loading indikator lebih tinggi pada konstruk yang dimaksudkan dibandingkan konstruk-konstruk lain (Hair et. al, 2017).
- 3) Composite Reliability merupakan indikator reliabilitas sebuah konstruk. Nilai reliabilitas dikatakan baik apabila nilainya lebih besar dari 0,70 (Hair et. al, 2019).
- 4) *Average Variance Extracted (AVE)* adalah indikator rata-rata varians yang ditangkap indikator dari konstruk terhadap total varians. Nilai AVE yang disarankan $>0,50$ ang mengindikasikan *convergent validity* yang memadai karena konstruk mampu menangkap lebih dari 50% varians dari indikator-indikatornya (Hair et. al, 2019).
- 5) *Cronbach Alpha* diperlukan untuk memastikan reliabilitas pengukuran yang memadai sebelum mengevaluasi validitas konvergen seperti AVE. Nilai minimal yang direkomendasikan adalah $>0,70$ untuk menyatakan konstruk tersebut reliable (Hair et. al, 2019).

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah outer model dinyatakan valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah menguji inner model, yang bertujuan untuk

mengevaluasi hubungan antar konstruk laten dalam model. Model Struktural (Inner Model) menggambarkan hubungan antar konstruk laten dalam analisis PLS-SEM (Ghozali, 2015). Hair et al. (2017) menyebut inner model sebagai representasi hubungan sebab-akibat antar variabel yang didasarkan pada teori penelitian. Beberapa indikator yang digunakan dalam evaluasi ini meliputi:

- 1) *R-square*, menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Hair et. al, 2017). Ghozali (2015) menjelaskan *R-square* sebagai tolok ukur pengaruh kumulatif konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dalam analisis jalur PLS. *R-square* mengindikasikan kemampuan prediksi model terhadap konstruk endogen, dengan rentang nilai 0-1 (semakin besar semakin baik). Hair et al. (2017) mengategorikan nilai *R-square* dalam PLS-SEM berdasarkan kekuatan prediksi model structural. Nilai $\geq 0,75$ menunjukkan model kuat, nilai 0,50–0,74 sebagai moderat, dan nilai 0,25–0,49 termasuk lemah dalam menjelaskan varians konstruk endogen oleh konstruk eksogen
- 2) Prediction Relevance (*Q-square*), digunakan untuk menguji kemampuan prediktif model. Nilai *Q-square* menunjukkan sejauh mana model mampu memprediksi observasi. Ghozali (2015) mengklasifikasikan *Q-square* $\geq 0,36$ sebagai kuat, 0,25–0,35 sedang, dan 0,10–0,24 lemah dalam relevansi prediktif, di

mana $Q^2 > 0$ menunjukkan model prediktif dan $Q^2 \leq 0$ tidak prediktif. Q^2 dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) \cdot (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM *coffee shop* di wilayah Kapanewon Depok. Pengumpulan data primer diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden sebanyak 70 kuesioner. Sebanyak 58 kuesioner berhasil dikembalikan dengan 7 responden yang tidak memenuhi kriteria pada penelitian ini, sehingga sampel yang digunakan berjumlah 51 UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok yang telah mengimplementasikan variabel-variabel yang diteliti. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0, sebagaimana direkomendasikan oleh Ghazali dan Latan (2015) yang menetapkan rentang sampel optimal untuk pengujian Partial Least Squares (PLS) antara 30 hingga 100 sampel demi menjamin validitas statistik.

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana digitalisasi memengaruhi kinerja UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok dengan menempatkan manajemen rantai pasok hijau dan inovasi hijau sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada UMKM *Coffee shop* di Kapanewon Depok. Hasil data karakteristik responden disajikan dalam table 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	25	49,01%
Perempuan	26	50,99%
Total	51	100%
Usia		
18-23 Tahun	33	64,70%
24-29 Tahun	13	25,5%
30-35 Tahun	5	9,8%
36-41 tahun	-	-
>41 tahun		
Total	51	100%
Jabatan		
Management	2	3.93
Manager	6	11.77
Supervisor	2	3.93
Operasional	11	21.57
Head barista	3	5.89
Barista	27	52.95
Total	51	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin responden dibedakan menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Jumlah responden laki-laki sebanyak 25 orang dan responden perempuan sebanyak 26 orang. Hal ini menjelaskan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi menjadi tiga kategori yaitu, 18-23 tahun, 24-29 tahun, dan 30-35 tahun. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data yaitu terdapat 33 responden berusia 18-23 tahun, terdapat 13 responden yang berusia 24-29 tahun dan terdapat 5 responden yang berusia 30-35 tahun. Hal ini menjelaskan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 18-23 tahun.

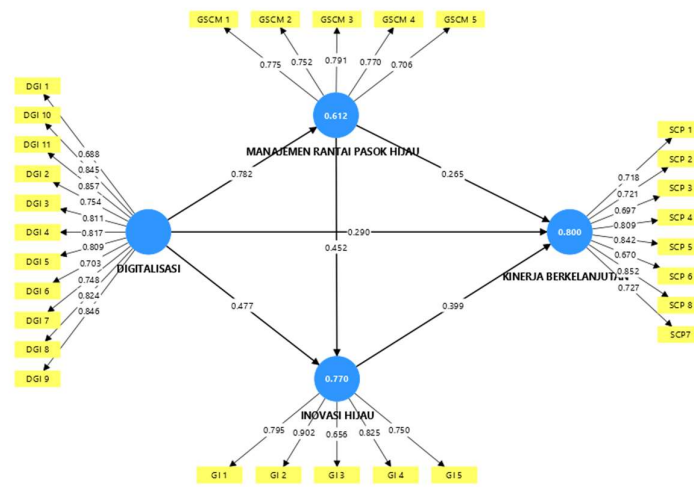
Karakteristik responden juga didasarkan pada jabatan di *Coffee shop* tempat mereka bekerja yang dibedakan menjadi 7 kategori, yakni pihak *management*, *manager*, *supervisor*, operasional, *head* barista, dan barista. Hasilnya, responden yang berada di posisi *management* berjumlah 2 orang, posisi *manager* sebanyak 6 orang, posisi *supervisor* sebanyak 2 orang, posisi operasional sebanyak 11 orang, posisi *head* barista sebanyak 3 orang, dan posisi barista sebanyak 27 orang. Hal ini menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki posisi sebagai Barista.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0 yang mencakup dua tahap pengujian utama, yaitu *outer model* dan *inner model*.

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji *Outer Model* bertujuan untuk mengevaluasi hubungan konstruk laten dengan indikatornya guna menjamin validitas dan reliabilitas pengukuran (Ghozali, 2015). Hair et al. (2017) menjelaskan bahwa *outer model* digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator secara akurat merepresentasikan konstruk laten. Uji *outer model* dalam penelitian ini



Gambar 4.1 Model PLS Algoritma

1) *Convergent Validity*

Convergent Validity merupakan tingkat di mana indikator konstruk berkorelasi positif dengan ukuran alternatif konstruk serupa (Hair et al., 2017). Sekaran & Bougie (2016) menyatakan validitas konvergen sebagai kapasitas konstruk menangkap lebih dari separuh varians indikator secara rata-rata. *Convergent validity* dapat dinilai dari outer loading indikator yang idealnya $\geq 0,70$, sehingga indikator tersebut menjelaskan minimal 50% varians konstraknya dan memenuhi kriteria validitas pengukuran (Hair et. al, 2019). Hasil uji *Convergent Validity* dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2 Nilai Validitas Konvergen Awal

	DIGITALISASI	INOVASI HIJAU	MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU	KINERJA BERKELANJUTAN
DGI 1	0.732			
DGI 2	0.757			
DGI 3	0.806			
DGI 4	0.829			
DGI 5	0.814			
DGI 6	0.679			
DGI 7	0.720			
DGI 8	0.841			
DGI 9	0.851			
DGI 10	0.837			
DGI 11	0.853			
GI 1		0.716		
GI 2		0.895		
GI 3		0.764		
GI 4		0.799		
GI 5		0.770		
GSCM 1			0.840	
GSCM 2			0.788	
GSCM 3			0.830	
GSCM 4			0.741	
GSCM 5			0.719	
SCP 1				0.594
SCP 2				0.715
SCP 3				0.623
SCP 4				0.825
SCP 5				0.859
SCP 6				0.741
SCP 7				0.768
SCP 8				0.833

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan hasil olah data, hasil pengujian validitas konvergen pada *outer loading* menunjukkan indikator DGI 6, SCP 1, dan SCP 3 memiliki *loading factor* $< 0,70$, sehingga indikator-indikator tersebut dihilangkan dari model dan peneliti

melakukan pengujian ulang. Berikut hasil pengujian validitas konvergen setelah menghilangkan indikator DGI 6, SCP 1, dan SCP 3.

Tabel 4.3 Nilai Validitas Konvergen setelah Pengujian Ulang

	DIGITALISASI	INOVASI HIJAU	MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU	KINERJA BERKELANJUTAN	KET
DGI 1	0.732				Valid
DGI 2	0.757				Valid
DGI 3	0.806				Valid
DGI 4	0.829				Valid
DGI 5	0.814				Valid
DGI 7	0.720				Valid
DGI 8	0.841				Valid
DGI 9	0.851				Valid
DGI 10	0.837				Valid
DGI 11	0.853				Valid
GI 1		0.716			Valid
GI 2		0.895			Valid
GI 3		0.764			Valid
GI 4		0.799			Valid
GI 5		0.770			Valid
GSCM 1			0.840		Valid
GSCM 2			0.788		Valid
GSCM 3			0.830		Valid
GSCM 4			0.741		Valid
GSCM 5			0.719		Valid
SCP 2				0.715	Valid
SCP 4				0.825	Valid
SCP 5				0.859	Valid
SCP 6				0.741	Valid
SCP 7				0.768	Valid
SCP 8				0.833	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2026

Setelah peneliti melakukan pengujian ulang dan menambah sampel dari yang semula berjumlah 47 sampel menjadi 51

sampel, semua indikator yang tersisa memiliki *loading factor* \geq 0,70, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen.

2) *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan digunakan untuk menilai seberapa jauh konstruk terdiferensiasi secara signifikan dari konstruk lain dalam model pengukuran (Hair et. al, 2017). Nilai *discriminant validity* dapat dilihat melalui nilai *cross-loading* yang mengharuskan *outer loading* indikator pada konstruk asalnya lebih besar daripada *cross-loading* indikator tersebut pada konstruk-konstruk lain dalam model PLS-SEM, sehingga menjamin bahwa indikator secara tepat mengukur konstruk yang dimaksudkan (Hair et. al, 2017). Hasil uji *discriminant validity* dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Nilai *Dicriminant Validity*

	DIGITALISASI	INOVASI HIJAU	MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU	KINERJA BERKELANJUTAN	KET
DGI 1	0.732	0.557	0.581	0.572	Valid
DGI 2	0.757	0.602	0.607	0.635	Valid
DGI 3	0.806	0.589	0.640	0.613	Valid
DGI 4	0.829	0.668	0.638	0.600	Valid
DGI 5	0.814	0.705	0.743	0.625	Valid
DGI 7	0.720	0.695	0.659	0.717	Valid
DGI 8	0.841	0.724	0.667	0.578	Valid
DGI 9	0.851	0.764	0.706	0.666	Valid
DGI 10	0.837	0.649	0.644	0.643	Valid
DGI 11	0.853	0.724	0.668	0.621	Valid
GI 1	0.695	0.716	0.580	0.610	Valid
GI 2	0.762	0.895	0.738	0.733	Valid
GI 3	0.653	0.764	0.606	0.568	Valid

GI 4	0.572	0.799	0.612	0.525	Valid
GI 5	0.593	0.770	0.707	0.577	Valid
GSCM 1	0.669	0.610	0.840	0.617	Valid
GSCM 2	0.764	0.665	0.788	0.690	Valid
GSCM 3	0.672	0.663	0.830	0.603	Valid
GSCM 4	0.529	0.658	0.741	0.598	Valid
GSCM 5	0.547	0.638	0.719	0.566	Valid
SCP 2	0.525	0.548	0.649	0.715	Valid
SCP 4	0.568	0.514	0.535	0.825	Valid
SCP 5	0.582	0.645	0.567	0.859	Valid
SCP 6	0.603	0.516	0.565	0.741	Valid
SCP 7	0.586	0.559	0.527	0.768	Valid
SCP 8	0.783	0.795	0.814	0.833	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa nilai *cross loading* masing-masing indikator lebih tinggi terhadap konstraknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga konstruk laten memprediksi indikator bloknya lebih baik daripada blok lainnya. Hal ini berarti semua variabel laten telah memenuhi *discriminant validity*.

3) *Average Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE) adalah indikator rata-rata varians yang ditangkap indikator dari konstruk terhadap total varians. Nilai AVE yang disarankan $>0,50$ mengindikasikan *convergent validity* yang memadai karena konstruk mampu menangkap lebih dari 50% varians dari indikator-indikatornya (Hair et. al, 2019). Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)	Kriteria	Ket
Digitalisasi	0.648	> 0.5	Valid
Inovasi Hijau	0.625	> 0.5	Valid
Manajemen Rantai Pasok Hijau	0.616	> 0.5	Valid
Kinerja Berkelanjutan	0.627	> 0.5	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria yaitu > 0.5, sehingga semua variabel dalam penelitian ini dikatakan valid.

4) *Composite Reliability*

Ghozali (2015) menyatakan *composite reliability* sebagai tolak ukur reliabilitas pengukuran yang menghitung kontribusi proporsional masing-masing indikator terhadap konstruk. Nilai *composite reliability* dikatakan reliabel apabila nilainya lebih besar dari 0,70 (Hair et. al, 2019). Hasil uji *Composite Reliability* dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6 Nilai *Composite Reliability*

	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Kriteria	Ket
Digitalisasi	0.941	0.948	> 0.7	Reliabel
Inovasi Hijau	0.857	0.893	> 0.7	Reliabel
Manajemen Rantai Pasok Hijau	0.847	0.889	> 0.7	Reliabel
Kinerja Berkelanjutan	0.893	0.909	> 0.7	Reliabel

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa nilai *composite reliability* masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria nilai *composite reliability* yaitu > 0.7 , sehingga semua variabel dalam penelitian ini dikatakan reliable.

5) *Cronbach Alpha*

Cronbach Alpha diperlukan untuk memastikan reliabilitas pengukuran yang memadai sebelum mengevaluasi validitas konvergen seperti AVE. Nilai minimal yang direkomendasikan adalah $>0,70$ untuk menyatakan konstruk tersebut reliable (Hair et. al, 2019). Nilai *Cronbach Alpha* dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Nilai *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's alpha	Kriteria	Ket
Digitalisasi	0.939	> 0.6	Reliabel
Inovasi Hijau	0.848	> 0.6	Reliabel
Manajemen Rantai Pasok Hijau	0.843	> 0.6	Reliabel
Kinerja Berkelanjutan	0.880	> 0.6	Reliabel

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria yaitu > 0.6 , sehingga semua variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Model Struktural (*Inner Model*) menggambarkan hubungan antar konstruk laten dalam analisis PLS-SEM (Ghozali, 2015). Hair

et al. (2017) menyebut inner model sebagai representasi hubungan sebab-akibat antar variabel yang didasarkan pada teori penelitian.

1) *R-square*

Uji *R-square*, menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Hair et. al, 2017). Hasil uji *R-square* dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8 Nilai *R-square*

	R-square	R-square adjusted
Kinerja Berkelanjutan	0.688	0.668
Inovasi Hijau	0.757	0.746
Manajemen Rantai Pasok Hijau	0.667	0.661

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan tabel 4.8, nilai *R-square* pada variabel kinerja berkelanjutan mempunyai nilai sebesar 0,688 atau 68,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja berkelanjutan dipengaruhi oleh variabel digitalisasi, inovasi hijau, dan manajemen rantai pasok hijau sebesar 68,8%, sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Nilai *R-square* pada variabel inovasi hijau mempunyai nilai sebesar 0,757 atau 75,7%. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi hijau dipengaruhi oleh variabel digitalisasi sebesar 75,7%, sedangkan sisanya sebesar 24,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Nilai R-square pada variabel manajemen rantai pasok hijau mempunyai nilai sebesar 0,667 atau 66,7%. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok hijau dipengaruhi oleh variabel digitalisasi sebesar 66,7%, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

2) *Q-square*

Prediction Relevance (*Q-square*), digunakan untuk menguji kemampuan prediktif model. Nilai *Q-square* menunjukkan sejauh mana model mampu memprediksi observasi. Perhitungan nilai *Q-square* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - (1 - R_1^2) \cdot (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2) \\ &= 1 - (1 - 0,688) \cdot (1 - 0,757) \cdot (1 - 0,667) \\ &= 0,974 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan *Q-square* menunjukkan nilai sebesar 0,974 atau 97,4%, yang mengindikasikan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 97,4% variasi data, sementara 2,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini. Nilai *Prediction Relevance (Q-square)* ini mencerminkan kemampuan prediktif yang sangat kuat terhadap variabel-variabel dalam penelitian, sehingga model yang digunakan mampu menginterpretasikan data dengan baik.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah tahap untuk menguji efek variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara bersama-sama maupun sebagian (Sugiyono, 2022). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan prosedur *bootstrapping*. *Bootstrapping* didefinisikan sebagai teknik pengulangan pengambilan sampel guna menilai kestabilan estimasi model serta signifikansi jalur berdasarkan nilai *p-value* (Hair et. al, 2019). Kriteria signifikansi pada prosedur *bootstrapping* ditentukan oleh nilai *p-value* dengan hubungan antar variabel dianggap signifikan jika *p-value* memiliki nilai $< 0,05$. Nilai *p-value* $\leq 0,05$ mengindikasikan bahwa koefisien jalur antara variabel independen dan dependen berhubungan secara signifikan, sehingga hipotesis diterima. Sebaliknya, *p-value* $> 0,05$ berarti hubungan tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

a. Hipotesis Langsung

Uji hipotesis langsung merupakan hasil dari pengujian hipotesis secara langsung yang dilakukan dengan mengamati nilai t-statistik dan *p-value*. Pengujian ini dinyatakan signifikan jika *p-value* $< 0,05$ dan nilai t-statistik $> 1,96$. Hasil uji hipotesis langsung dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9 Hasil uji hipotesis langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
DGI -> SCP	0.309	0.307	0.153	2.015	0.044

DGI -> GSCM	0.817	0.805	0.075	10.841	0.000
DGI -> GI	0.484	0.480	0.121	4.005	0.000
GSCM -> SCP	0.350	0.355	0.162	2.161	0.031
GI -> SCP	0.224	0.223	0.188	1.189	0.234
GSCM -> GI	0.429	0.423	0.125	3.433	0.001

Sumber: Hasil olah data, 2026

1) Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan (Hipotesis

1)

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan dengan nilai *t-statistics* sebesar 2.015 dan *p-value* sebesar 0.044. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja berkelanjutan dikarenakan *p-value* lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 1 diterima.

2) Pengaruh Digitalisasi terhadap Manajemen Rantai Pasok Hijau (Hipotesis 2)

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap manajemen rantai pasok hijau dengan nilai *t-statistics* sebesar 10.841 dan *p-value* sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen rantai pasok hijau dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05, Dengan demikian, Hipotesis 2 diterima.

3) Pengaruh Digitalisasi terhadap Inovasi Hijau (Hipotesis 3)

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap inovasi hijau dengan nilai *t-*

statistics sebesar 4.005 dan *p-value* sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi hijau dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 3 diterima.

4) Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau terhadap Kinerja Berkelanjutan (Hipotesis 4)

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan dengan nilai *t-statistics* sebesar 2.161 dan *p-value* sebesar 0.031. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok hijau berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja berkelanjutan dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 4 diterima.

5) Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Kinerja Berkelanjutan (Hipotesis 5)

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa inovasi hijau berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan dengan nilai *t-statistics* sebesar 1.189 dan *p-value* sebesar 0.234. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi hijau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja berkelanjutan dikarenakan nilai *p-*

value lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 5 ditolak.

6) Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau terhadap Inovasi Hijau (Hipotesis 6)

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif terhadap inovasi hijau dengan nilai *t-statistics* sebesar 3.433 dan *p-value* sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok hijau berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi hijau dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 6 diterima.

b. Hipotesis Tidak Langsung

Uji hipotesis langsung merupakan hasil dari pengujian hipotesis secara langsung yang dilakukan dengan mengamati nilai *t-statistik* dan *p-value*. Pengujian ini dinyatakan signifikan jika *p-value* < 0,05 dan nilai *t-statistik* > 1,96. Hasil uji hipotesis langsung dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10 Hasil uji hipotesis tidak langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
DGI -> GSCM -> SCP	0.286	0.288	0.140	2.042	0.041
DGI -> GI -> SCP	0.108	0.107	0.099	1.090	0.276

Sumber: Hasil olah data, 2026

- 1) Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau (Hipotesis 7)

Berdasarkan tabel 5.0, diketahui bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan yang dimediasi oleh manajemen rantai pasok hijau dengan nilai *t-statistics* sebesar 2.042 dan *p-value* sebesar 0.041. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh mediasi yang signifikan melalui GSCM dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 7 diterima.

- 2) Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Inovasi Hijau (Hipotesis 8)

Berdasarkan tabel 5.0, diketahui bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja berkelanjutan yang dimediasi oleh inovasi hijau dengan nilai *t-statistics* sebesar 1.090 dan *p-value* sebesar 0.276. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh mediasi yang signifikan melalui GI dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, Hipotesis 8 ditolak.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja berkelanjutan UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. *Coffee shop* yang memiliki strategi digital

yang jelas biasanya bekerja lebih teratur, mengurangi aktivitas yang membuang waktu dan biaya, serta fokus pada kegiatan yang memberi nilai tambah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Le et al. (2024) yang menyebutkan bahwa digitalisasi pada UMKM makanan dan minuman dapat meningkatkan kinerja berkelanjutan perusahaan melalui perbaikan proses bisnis dan pemanfaatan data yang lebih efektif.

Di sisi operasional, penggunaan teknologi digital untuk mengelola persediaan dan aktivitas harian menjadikan proses kerja lebih rapi dan mudah dipantau. Pencatatan stok secara elektronik dengan sistem POS, pemantauan bahan baku berdasarkan data penjualan, serta pengaturan jadwal produksi sesuai pola kunjungan pelanggan dapat menekan risiko bahan kadaluarsa dan mengurangi limbah. Cara kerja seperti ini membantu *coffee shop* menjaga kualitas produk dengan penggunaan sumber daya yang lebih efisien. Le et al. (2022) juga menemukan bahwa penggunaan teknologi dalam pengelolaan proses dan rantai pasok hijau pada usaha kecil dapat meningkatkan kinerja berkelanjutan melalui efisiensi sumber daya dan pengurangan limbah.

Selain itu, digitalisasi turut memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Melalui aplikasi pemesanan, sistem pembayaran nontunai atau QRIS, dan media sosial, *coffee shop* dapat berinteraksi lebih mudah dengan konsumen, menyampaikan informasi, serta menerima umpan balik dengan cepat. Rahmawati et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi yang selaras dengan

praktik ramah lingkungan pada UMKM kuliner mampu memperkuat daya saing dan kinerja berkelanjutan melalui efisiensi, pengurangan limbah, dan citra usaha yang lebih positif.

Pengaruh positif digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan UMKM coffee shop ini didukung *Technology-Organization-Environment (TOE) framework* (Tornatzky & Fleischer, 1990), di mana teknologi digital seperti pencatatan stok dan media sosial memperkuat kapabilitas organisasi untuk efisiensi operasional serta adaptasi lingkungan pasar. Teori ini selaras dengan *Dynamic Capabilities View* (Teece, 2007), yang menjelaskan bagaimana strategi digital mengoptimalkan sumber daya melalui data real-time, mengurangi limbah, dan mempererat hubungan pelanggan untuk keberlanjutan jangka panjang.

2. Pengaruh Digitalisasi terhadap Manajemen Rantai Pasok Hijau

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan manajemen rantai pasok hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Temuan ini sejalan dengan penelitian Le et al. (2024) pada UMKM makanan dan minuman di Vietnam yang membuktikan bahwa adopsi digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi rantai pasok.

Sistem pemesanan dan pencatatan digital membantu pemilik *coffee shop* mengelola bahan baku berdasarkan data penjualan dan pola permintaan yang aktual. Informasi seperti menu terlaris dan waktu ramai pelanggan membuat proses pemesanan lebih tepat, sehingga risiko stok

berlebih dapat diminimalkan. Pola kerja berbasis data ini menciptakan aliran bahan yang lebih efisien dan mengurangi limbah, sebagaimana dijelaskan Le et al. (2024) bahwa digitalisasi memudahkan perusahaan mengendalikan arus material dan informasi secara efektif.

Sistem digital seperti penggunaan *whatsapp business* juga membantu memperlancar komunikasi dan koordinasi kepada pemasok. Kesepakatan mengenai jadwal pengiriman, jumlah pasokan, dan standar kualitas dapat terdokumentasi dengan baik, sehingga mudah ditinjau bila terjadi penyimpangan atau pola distribusi yang kurang efisien. Selain itu, data pengiriman dan transaksi yang tersimpan di sistem kasir digital memudahkan penyusunan ulang alur distribusi agar lebih hemat waktu dan energi. Penelitian Nafisah dan Ratnamurni (2025) juga menunjukkan bahwa praktik rantai pasok hijau lebih mudah diterapkan secara konsisten ketika didukung oleh sistem informasi yang membantu mengelola pembelian, proses produksi, dan distribusi secara terpadu.

Pengaruh positif digitalisasi terhadap GSCM pada UMKM coffee shop ini didukung *Resource-Based View* (RBV) theory (Barney, 1991), di mana teknologi digital menjadi sumber daya strategis yang unik untuk mengoptimalkan prediksi permintaan, mengurangi limbah, dan efisiensi energi. Teori ini selaras dengan *Dynamic Capabilities Framework* (Teece et al., 1997), yang menekankan adaptasi pasar melalui integrasi data kasir dan komunikasi digital, sehingga memperkuat praktik hijau secara konsisten.

3. Pengaruh Digitalisasi terhadap Inovasi Hijau

Hasil pengujian menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Hal ini berarti semakin sering pelaku *coffee shop* memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya, semakin besar kemampuan mereka untuk merancang dan menerapkan inovasi yang berorientasi pada lingkungan, baik melalui pembaruan produk maupun perbaikan proses operasional.

Pemanfaatan teknologi digital membantu *coffee shop* mengakses informasi tentang tren konsumsi ramah lingkungan, preferensi konsumen terhadap produk rendah limbah, serta referensi bahan baku dan kemasan berkelanjutan. Pemilik usaha dapat memantau respons pelanggan terhadap menu, membaca ulasan, dan mengikuti kampanye lingkungan yang berkembang, lalu menggunakan informasi tersebut untuk mengembangkan varian menu baru serta mengganti bahan dengan alternatif yang lebih ramah lingkungan. Temuan ini sejalan dengan Le et al. (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap *green innovation* pada UMKM makanan dan minuman, ditunjukkan oleh penguatan pengembangan produk dan proses ramah lingkungan ketika teknologi digital diintegrasikan dalam aktivitas bisnis.

Digitalisasi juga mendorong inovasi hijau pada sisi proses. Sistem pencatatan elektronik atas penggunaan bahan baku, konsumsi energi,

dan alur kerja harian memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai letak pemborosan dan penggunaan sumber daya yang kurang efisien. Berdasarkan informasi tersebut, *coffee shop* dapat menyesuaikan jadwal produksi dengan pola kunjungan pelanggan, mengatur ulang tahapan persiapan untuk mengurangi sisa bahan, atau mengganti peralatan yang boros energi. Hal ini selaras dengan Wang et al. (2023) yang menemukan bahwa digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap *green innovation* pada perusahaan di China, tercermin dari peningkatan jumlah dan kualitas paten hijau pada perusahaan dengan tingkat digitalisasi yang lebih tinggi.

Selain itu, teknologi digital memperluas ruang belajar dan kolaborasi yang menjadi sumber ide inovasi hijau. Melalui media sosial, komunitas pelaku usaha, dan platform berbagi pengalaman, pemilik *coffee shop* dapat saling bertukar praktik terbaik terkait pengelolaan limbah kopi, pengurangan plastik sekali pakai, atau pemanfaatan kembali bahan menjadi produk baru. Hal ini mempercepat proses pembelajaran karena pelaku usaha dapat mengadaptasi solusi yang sudah terbukti di tempat lain dan menyesuaikannya dengan kondisi usahanya. Li et al. (2023) juga menegaskan bahwa digitalisasi berkontribusi pada peningkatan *green innovation*.

Sejalan dengan itu, studi Li et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *digitalization transformation* berpengaruh signifikan terhadap *green innovation*, tercermin dari peningkatan kualitas dan kuantitas inovasi

hijau pada perusahaan yang mengintegrasikan teknologi digital dalam proses pengelolaan usahanya.

Pengaruh positif digitalisasi terhadap inovasi hijau pada UMKM coffee shop ini dapat dijelaskan melalui *Diffusion of Innovations Theory* (Rogers, 2003), di mana teknologi digital mempercepat penyebaran ide-ide ramah lingkungan melalui akses informasi tren berkelanjutan dan kolaborasi online, sehingga mendorong pengembangan produk serta proses inovatif seperti pengurangan limbah dan kemasan hijau. Teori ini selaras dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem digital dapat meningkatkan adopsi inovasi hijau dengan memberikan data real-time untuk optimalisasi operasional dan respons pelanggan.

4. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau terhadap Kinerja

Berkelanjutan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja berkelanjutan UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin konsisten pelaku *coffee shop* menerapkan praktik rantai pasok yang berorientasi lingkungan di sepanjang alur usahanya, semakin baik pula kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dapat dicapai.

Manajemen rantai pasok hijau tercermin ketika *coffee shop* mulai memperhatikan aspek lingkungan dalam setiap keputusan yang terkait

aliran bahan dan produk. Pemilik usaha menjadi lebih selektif dalam memilih pemasok yang mampu menyediakan bahan dengan kualitas baik dan lebih memperhatikan jejak lingkungan, mengatur jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan nyata untuk mengurangi sisa dan limbah, serta menata proses kerja di kedai agar penggunaan energi dan bahan baku lebih efisien. Selain itu, pengelolaan limbah dilakukan secara lebih terencana, misalnya dengan meminimalkan penggunaan kemasan sekali pakai, melakukan pemilahan sampah, atau mencari cara agar sisa bahan dapat dimanfaatkan kembali. Di sisi hilir, *coffee shop* menjaga kualitas dan konsistensi produk yang dikirim atau disajikan kepada pelanggan, sehingga kepercayaan dan loyalitas konsumen meningkat. Rangkaian praktik ini pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha karena biaya operasional dapat ditekan, dampak lingkungan berkurang, dan hubungan dengan pelanggan serta pemasok menjadi lebih kuat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nafisah dan Ratnamurni (2025) yang menyatakan bahwa praktik *green supply chain management* berpengaruh signifikan terhadap *sustainability performance* UKM makanan dan minuman di Bandung, yang terlihat dari peningkatan efisiensi biaya, perbaikan kinerja lingkungan, dan penguatan keunggulan bersaing ketika GSCM diterapkan secara. Penelitian ini juga sejalan dengan studi Qadir (2019) yang menunjukkan bahwa GSCM berhubungan positif dengan kinerja organisasi pada

konteks UKM, di mana penerapan praktik hijau dalam rantai pasok membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi limbah, dan memperbaiki citra di mata pemangku kepentingan.

Pengaruh positif manajemen rantai pasok hijau (GSCM) terhadap kinerja berkelanjutan UMKM coffee shop ini didukung oleh *Triple Bottom Line (TBL) framework* (Elkington, 1997), yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi (efisiensi biaya), lingkungan (pengurangan limbah dan energi), serta sosial (loyalitas pelanggan dan hubungan pemasok) melalui praktik selektif pemasok serta pengelolaan limbah terencana.

5. Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Kinerja Berkelanjutan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi hijau tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja berkelanjutan UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Inovasi hijau yang dilakukan pelaku UMKM *coffee shop* umumnya masih berupa langkah-langkah sederhana, misalnya pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, penggantian sebagian kemasan dengan bahan yang lebih ramah lingkungan, atau pemanfaatan limbah kopi untuk keperluan tambahan. Langkah-langkah ini merupakan awal yang penting, tetapi skalanya masih terbatas sehingga dampaknya terhadap peningkatan pendapatan, penurunan biaya, dan perbaikan kondisi lingkungan belum terasa secara signifikan. Di sisi lain, pelaku UMKM menghadapi keterbatasan modal, akses teknologi, dan kapasitas manajerial, sehingga inovasi hijau sulit

diintegrasikan secara menyeluruh ke dalam proses bisnis. Kondisi ini sejalan dengan penjelasan bahwa biaya investasi awal yang tinggi, keterbatasan pembiayaan, dan ketidakpastian manfaat jangka pendek menjadi penghalang utama bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi hijau secara luas (Baharom et al., 2025).

Inovasi hijau juga menuntut penyesuaian proses kerja dan penggunaan sumber daya yang tidak sedikit. Perubahan bahan dan kemasan, penyusunan ulang prosedur produksi, serta penggantian peralatan agar lebih efisien membutuhkan biaya dan waktu adaptasi. Pada tahap awal, pengeluaran tambahan ini dapat menekan margin keuntungan, sementara manfaat finansial dan operasional baru terasa ketika inovasi sudah berjalan stabil dan diterima pasar. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi berorientasi lingkungan berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan, tetapi proses penyesuaian terhadap teknologi hijau sering membuat pengaruhnya terhadap kinerja keuangan jangka pendek tampak lemah atau belum stabil (Hasna et al., 2023).

Sejalan dengan penelitian Budi dan Sundirman (2021), *green product innovation* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja berkelanjutan. Riset FEB UGM menemukan bahwa sekitar 87,81 persen UMKM di Indonesia belum menerapkan praktik bisnis hijau, sementara 12,19 persen lainnya baru mengadopsi sebagian aspek hijau saja (Paramita, 2025, 87). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi hijau di banyak UMKM, termasuk *coffee shop* di Kapanewon Depok, masih

berada pada tahap transisi dan belum sepenuhnya ditopang oleh ekosistem pendukung yang kuat.

Ketidakterpengaruhannya signifikan inovasi hijau terhadap kinerja berkelanjutan UMKM coffee shop ini dapat dijelaskan melalui *Innovation Diffusion Theory* (Rogers, 2003), di mana adopsi inovasi hijau masih pada tahap awal (*early adopters*) dengan hambatan seperti biaya tinggi, keterbatasan modal, dan kurangnya infrastruktur, sehingga manfaat jangka panjang belum terealisasi secara signifikan. Teori ini selaras dengan *Resource Dependency Theory* (Pfeffer & Salancik, 1978), yang menyoroti ketergantungan UMKM pada sumber daya eksternal terbatas, menyebabkan inovasi sederhana seperti pengurangan plastik gagal memberikan dampak kuat pada kinerja ekonomi dan lingkungan karena adaptasi proses yang lambat dan ketidakpastian pasar.

6. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Hijau terhadap Inovasi Hijau

Hasil pengujian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan prinsip-prinsip hijau dalam pengelolaan rantai pasok, semakin besar kecenderungan pelaku usaha untuk mengembangkan dan menerapkan inovasi yang berorientasi lingkungan, baik pada aspek produk maupun proses.

Penerapan manajemen rantai pasok hijau mendorong pelaku *coffee shop* untuk lebih selektif dalam memilih pemasok, memperhatikan jejak lingkungan bahan baku, mengelola persediaan secara lebih efisien, serta mengurangi timbulnya limbah dan penggunaan kemasan yang sulit terurai. Upaya pengurangan limbah dan kemasan sekali pakai dalam rantai pasok juga mendorong *coffee shop* bereksperimen dengan bentuk dan material kemasan yang berbeda, misalnya penggunaan gelas dan sedotan yang dapat digunakan kembali atau kemasan berbahan kertas daur ulang, yang pada akhirnya mengubah desain produk dan cara penyajiannya. Proses penyesuaian ini umumnya berlangsung secara bertahap melalui *trial and error*, sehingga melahirkan berbagai ide baru yang terus disempurnakan seiring pengalaman dan umpan balik pelanggan. Di sisi lain, tuntutan untuk menjaga kualitas produk sekaligus mengurangi dampak lingkungan mendorong pelaku usaha mencari teknik penyimpanan yang lebih baik, mengatur jadwal pengiriman bahan baku secara lebih terencana, serta meminimalkan bahan terbuang, yang keseluruhannya merupakan bagian dari inovasi proses yang berorientasi hijau.

Hal ini sejalan dengan temuan Abu Seman et al. (2019) yang membuktikan bahwa penerapan *green supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap green innovation, karena integrasi aspek lingkungan dalam pengadaan dan hubungan dengan pemasok mendorong perusahaan melakukan pembaruan pada desain

produk dan proses produksi agar lebih ramah. Hasil serupa ditunjukkan oleh Novitasari et al. (2021) yang menemukan bahwa praktik *green supply chain*, seperti kolaborasi dengan pemasok hijau dan pengelolaan logistik yang ramah lingkungan, berkontribusi pada peningkatan *green product innovation* dan *green process innovation*.

Penelitian yang dilakukan Le et al. (2024) pada usaha makanan dan minuman di Vietnam juga menunjukkan bahwa perbaikan praktik *green supply chain management* berkaitan erat dengan peningkatan inovasi hijau, khususnya dalam pengelolaan pemasok, bahan baku, dan proses operasional, sehingga GSCM dan inovasi hijau berkembang secara saling menguatkan.

Pengaruh positif manajemen rantai pasok hijau (GSCM) terhadap inovasi hijau pada UMKM coffee shop ini didukung *Natural Resource-Based View* (NRBV) theory (Hart, 1995), di mana praktik selektif pemasok dan pengurangan limbah menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi produk serta proses ramah lingkungan seperti kemasan daur ulang. Teori ini selaras dengan *Knowledge-Based View* (Grant, 1996), yang menjelaskan bagaimana GSCM memfasilitasi pembelajaran bertahap melalui *trial and error* serta umpan balik pelanggan, sehingga mempercepat pengembangan ide hijau secara berkelanjutan.

7. Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau

Hasil pengujian menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja berkelanjutan UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok melalui manajemen rantai pasok hijau sebagai variabel mediasi. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memberikan manfaat langsung, tetapi juga meningkatkan kinerja berkelanjutan ketika diikuti dengan penguatan praktik manajemen rantai pasok hijau.

Digitalisasi membuat pengelolaan rantai pasok menjadi lebih akurat, cepat, dan transparan. Penggunaan sistem pemesanan berbasis aplikasi, pencatatan persediaan secara real-time, dan komunikasi digital dengan pemasok membantu pemilik *coffee shop* memantau stok, merencanakan pembelian, dan mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan persediaan yang berujung pada pemborosan. Ketersediaan data yang lebih rinci mengenai frekuensi pembelian, volume pemakaian bahan baku, serta pola permintaan pelanggan memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan jumlah dan waktu pemesanan sehingga bahan yang dipesan sesuai dengan kebutuhan aktual, sehingga limbah bahan baku dapat ditekan. Pada saat yang sama, integrasi sistem digital dengan pemasok memberi ruang untuk menyepakati jumlah minimum pemesanan, jadwal pengiriman yang lebih teratur, dan penggunaan kemasan yang lebih efisien, sehingga mengurangi timbulnya limbah

kemasan di sepanjang rantai pasok. Digitalisasi juga mempermudah pelaku *coffee shop* melakukan evaluasi terhadap kinerja pemasok berdasarkan keandalan pengiriman, kualitas bahan, dan komitmen lingkungan, sehingga mereka dapat secara bertahap membangun jaringan pemasok yang lebih selaras dengan prinsip rantai pasok hijau.

Selain itu, data digital yang terdokumentasi dengan baik memudahkan pemilik usaha menelusuri sumber bahan baku dan proses perpindahannya hingga sampai ke *coffee shop*, sehingga aspek *traceability* semakin kuat. Di sisi lain, informasi penjualan yang terekam secara digital membantu pelaku *coffee shop* mengidentifikasi menu atau produk yang paling banyak menimbulkan sisa bahan dan limbah kemasan, sehingga mereka dapat merancang ulang ukuran porsi, komposisi bahan, maupun bentuk penyajian agar lebih efisien dan ramah lingkungan.

Sejalan dengan penelitian Le et al. (2024) bahwa manajemen rantai pasok hijau memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan karena digitalisasi mendorong penguatan praktik *green supply chain management* yang kemudian akan mengakibatkan perbaikan kinerja perusahaan.

Dalam konteks UMKM, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Zainurrafiqi dan Gazali (2024) bahwa digitalisasi rantai pasok, *green supply chain*, dan *supply chain resilience* bersama-sama meningkatkan kinerja UMKM karena pemanfaatan teknologi digital

memperbaiki koordinasi dengan pemasok, meningkatkan transparansi aliran bahan, dan mendukung penerapan praktik rantai pasok hijau yang lebih konsisten.

Pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan melalui mediasi manajemen rantai pasok hijau (GSCM) pada UMKM coffee shop ini didukung *Information Processing Theory* (Galbraith, 1973), di mana teknologi digital meningkatkan kapasitas pengolahan data real-time untuk traceability dan efisiensi persediaan, sehingga memperkuat praktik GSCM parsial. Teori ini selaras dengan *Mediation Model* dalam *Structural Equation Modeling* (Baron & Kenny, 1986), yang menjelaskan bagaimana GSCM menjadi mekanisme perantara parsial antara digitalisasi dan kinerja triple bottom line melalui pengurangan limbah serta koordinasi pemasok.

8. Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Inovasi Hijau

Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi hijau tidak memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun digitalisasi telah dimanfaatkan dalam pengelolaan usaha, pengaruhnya terhadap kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan UMKM *coffee shop* tidak banyak terwujud melalui inovasi hijau, melainkan lebih melalui variabel lain seperti penguatan praktik manajemen rantai pasok hijau.

Digitalisasi memang membuka peluang bagi pelaku *coffee shop* untuk mengembangkan inovasi hijau, misalnya dengan memanfaatkan data penjualan untuk menyesuaikan porsi dan komposisi bahan agar limbah berkurang, mencari informasi pemasok yang lebih ramah lingkungan, atau merancang desain kemasan yang dapat didaur ulang. Pada konteks UMKM, inovasi hijau yang muncul dari pemanfaatan teknologi digital umumnya masih bersifat terbatas dan perubahan kecil, seperti pengurangan sedikit penggunaan plastic dan penggantian sebagian bahan dengan opsi yang lebih ramah lingkungan. Inovasi-inovasi ini penting sebagai langkah awal, tetapi skala dan intensitasnya sering kali belum cukup besar untuk menghasilkan peningkatan yang signifikan pada kinerja berkelanjutan, sehingga inovasi hijau belum cukup kuat dalam memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan. Selain itu, tingginya biaya yang dikeluarkan untuk mengadopsi inovasi hijau menjadi penghambat UMKM dalam mencapai kinerja keberlanjutannya.

Sejalan dengan penelitian Penelitian Sezen dan Cankaya (2013) yang memperkuat temuan dengan membuktikan bahwa *eco-product innovation* tidak berpengaruh signifikan terhadap dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial kinerja berkelanjutan, sementara hanya *eco-process innovation* yang efektif. Temuan Gharia (2025) menunjukkan bahwa *green product innovation* tidak memediasi pengaruh digitalisasi bisnis perusahaan terhadap *ESG Performance*.

Inovasi hijau tidak memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan UMKM coffee shop ini dapat dijelaskan melalui *Mediation Failure Model* (Baron & Kenny, 1986), di mana jalur tidak signifikan melalui inovasi hijau (karena skala terbatas dan biaya tinggi) menunjukkan efek langsung digitalisasi lebih dominan via efisiensi operasional. Teori ini selaras dengan *Absorptive Capacity Theory* (Cohen & Levinthal, 1990), yang menyatakan keterbatasan UMKM dalam menginternalisasi data digital menjadi inovasi hijau substansial, sehingga mediasi gagal meskipun peluang seperti pengurangan plastik ada

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 51 responden dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan terhadap UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Digitalisasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
2. Digitalisasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen rantai pasok hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
3. Digitalisasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
4. Manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
5. Inovasi hijau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
6. Manajemen rantai pasok hijau berpengaruh positif secara signifikan terhadap inovasi hijau pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
7. Manajemen rantai pasok hijau dapat memediasi pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

8. Inovasi hijau tidak dapat memediasi secara signifikan pengaruh digitalisasi terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok
 - a. UMKM perlu menjadikan teknologi digital sebagai alat untuk memperbaiki cara kerja sehari-hari, bukan hanya sebagai tren. Digitalisasi dapat membantu UMKM *coffee shop* mencatat transaksi dengan lebih rapi, memantau persediaan bahan baku secara real time, mempercepat pelayanan, dan memudahkan promosi melalui media sosial atau *marketplace*, sehingga efisiensi operasional meningkat dan pemborosan dapat dikurangi. Selain itu, penggunaan sistem digital juga memudahkan pemilik usaha dalam membaca data penjualan, mengevaluasi produk yang paling diminati, dan mengambil keputusan yang lebih tepat untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya membuat usaha lebih modern, tetapi juga mendukung kinerja berkelanjutan karena usaha menjadi lebih hemat biaya, responsif terhadap kebutuhan pasar, dan lebih siap beradaptasi dengan perubahan.

- b. UMKM perlu mulai memperhatikan seluruh proses usaha, dari pemilihan pemasok hingga pengelolaan limbah. Dalam praktiknya, UMKM coffee shop dapat memilih pemasok yang menggunakan bahan baku ramah lingkungan, mengurangi penggunaan kemasan sekali pakai, mengatur persediaan agar tidak banyak bahan terbuang, serta bekerja sama dengan mitra yang memiliki komitmen terhadap praktik usaha berkelanjutan. Langkah-langkah tersebut tidak hanya membantu menekan biaya operasional dan mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra usaha di mata konsumen yang semakin peduli pada keberlanjutan.
- c. UMKM perlu mengidentifikasi masalah lingkungan dan operasional yang paling sering muncul, seperti penggunaan kemasan sekali pakai, pemborosan bahan baku, atau tingginya konsumsi energi, agar inovasi hijau yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan usaha. Setelah itu, UMKM dapat memulai dari langkah sederhana dan berbiaya rendah, seperti memakai kemasan ramah lingkungan, mengurangi limbah produksi, dan mengatur penggunaan bahan baku secara lebih efisien. Inovasi tersebut juga perlu didukung kesiapan internal, seperti pemahaman pemilik usaha dan keterampilan karyawan, serta disesuaikan dengan preferensi konsumen agar memiliki nilai tambah. Dengan penerapan yang matang dan bertahap, inovasi hijau dapat membantu meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kinerja berkelanjutan UMKM.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek studi, tidak hanya pada UMKM *coffee shop* di Kapanewon Depok, tetapi juga pada jenis UMKM lain dan wilayah yang berbeda agar pola pengaruh digitalisasi, manajemen rantai pasok hijau, dan inovasi hijau terhadap kinerja berkelanjutan dapat diuji dalam konteks yang lebih beragam.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambah atau mengubah variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor lain yang mungkin lebih berpengaruh terhadap kinerja berkelanjutan pada UMKM, sehingga gambaran mengenai pendorong utama keberlanjutan usaha menjadi lebih komprehensif.
3. Keterbatasan penelitian
 - a. Terdapat keterbatasan informasi mengenai keberadaan beberapa *coffee shop* di Kapanewon Depok yang menjadi objek penelitian, karena tidak semua *coffee shop* dapat dipastikan masih beroperasi pada saat pengumpulan data dilakukan.
 - b. Tidak didukung oleh data yang menunjukkan jumlah pasti *coffee shop* di Kapanewon Depok, sehingga peneliti hanya dapat menggunakan daftar objek yang berhasil ditemukan dan dijangkau pada saat penelitian berlangsung.

- c. Dalam proses pengumpulan data, cukup banyak responden yang tidak mengisi kuesioner setelah tautan disebar, sehingga jumlah data yang diperoleh menjadi terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, Ayman Bahjat, Wafaa Shihadeh Al-Ghwayeen, Esra'a M. Al-Amayreh, and Rateb J. Sweis. 2024. "The Impact of Green Supply Chain Management on Circular Economy Performance : The Mediating Roles Of."
- Afum, Ebenezer, Victoria Yaa Osei-ahenkan, and Joseph Amponsah Owusu. 2020. "Green Manufacturing Practices and Sustainable Performance among Ghanaian Manufacturing SMEs : The Explanatory Link of Green Supply Chain Integration." doi:10.1108/MEQ-01-2020-0019.
- Ai, Thoo, Huam Hon, and Zuraidah Sulaiman. 2015. "Green Supply Chain Management , Environmental Collaboration and Sustainability Performance." *Procedia CIRP* 26:695–99. doi:10.1016/j.procir.2014.07.035.
- Aji, M. Aryo. 2025. "Bisnis Coffee Shop Di Indonesia Tahun 2025: Peluang, Tantangan, Dan Masa Depan." <https://bizsense.id/bisnis-coffee-shop-di-indonesia-tahun-2025-peluang-tantangan-dan-masa-depan>
- Angelique, Pingkan, Muhammad Yusuf Bahtiar, and Okta Supriyaningsih. 2025. "The Impact Of The Qris Government Program As A Payment System On The Development Of Msmes In 2024 In An Islamic Economic Perspective (Study on Culinary UMKM Business Actors in Labuhan Ratu Bandar Lampung City)." 05. doi:doi.org/10.54209/jasmien.v5i02.1034.
- Aslinda, Noor, Abu Seman, Kannan Govindan, Abbas Mardani, and Norhayati Zakuan. 2019. "The Mediating Effect of Green Innovation on the Relationship between Green Supply Chain Management and Environmental Performance." *Journal of Cleaner Production* 229:115–27. doi:10.1016/j.jclepro.2019.03.211.
- Baeshen, Yasser, Yasir Ali Soomro, and Muhammad Yaseen Bhutto. 2021. "Determinants of Green Innovation to Achieve Sustainable Business Performance : Evidence From SMEs." 12(November). doi:10.3389/fpsyg.2021.767968.
- Baharom, Zulkiffly. 2025. "Drivers and Obstacles : A Narrative Review of Green Technology Adoption in SMEs." *IX(2454):6903–17*. doi:10.47772/IJRISS.
- Bhikuning, Dixian, Hera Wasiati, Ivanda Davin Radinka, Noval Satria, Prodi Manajemen Ritel, Fakultas Manajemen, Universitas Teknologi, and Digital Indonesia. 2025. "Perbandingan Efektivitas Digital Marketing Melalui Instagram Dan Tiktok Pada Ritel Makanan Dan Minuman Platform." 6(2):195–208.

- Brauer, Prof Claudia. 2025. "Examining Adoption and Effectiveness of WhatsApp as A Marketing Tool : An Example of an Austrian Fitness and Health Center." 2(2):66–86.
- Briliansyah, Indra, and Donny Avianto. 2024. "Point of Sale Application for MSMEs in Indonesia with Payment Gateway Integration and NoSQL - Based." (6):138–50.
- Chiou, Tzu-yun, Hing Kai, Fiona Lettice, and Sai Ho. 2011. "The Influence of Greening the Suppliers and Green Innovation on Environmental Performance and Competitive Advantage in Taiwan." *Transportation Research Part E* 47(6):822–36. doi:10.1016/j.tre.2011.05.016.
- Dong, Zhiqing, Yusong Tan, Linhui Wang, Jiali Zheng, and Shengming Hu. 2021. "Green Supply Chain Management and Clean Technology Innovation : An Empirical Analysis of Multinational Enterprises in China." *Journal of Cleaner Production* 310(December 2020):127377. doi:10.1016/j.jclepro.2021.127377.
- Fahriza, Fahmi. 2024. "Budaya Ngopi Tinggi, Coffeeshop Menjamur: Potensi Pasar Meningkatkan Hingga Pengusaha Kopi Luar Daerah Siap Ekspansi Ke Jogja." https://radarjogja.jawapos.com/jogja/655064492/budaya-ngopi-tinggi-coffeeshop-menjamur-potensi-pasar-meningkat-hingga-pengusaha-kopi-luar-daerah-siap-ekspansi-ke-jogja#google_vignette.
- Fan, Yaojun, Quan Su, Xiaohong Wang, Min Fan, and Min Fan. 2023. "Digitalization and Green Innovation of Enterprises : Empirical Evidence from China." (February):1–14. doi:10.3389/fenvs.2023.1120806.
- Fernando, Yudi, Charbel Jose, Chiappetta Jabbour, and Wen-xin Wah. 2019. "Resources , Conservation & Recycling Pursuing Green Growth in Technology Fi Rms through the Connections between Environmental Innovation and Sustainable Business Performance : Does Service Capability Matter ?" *Resources, Conservation & Recycling* 141(July 2018):8–20. doi:10.1016/j.resconrec.2018.09.031.
- Fitriani, Ken. 2024. "'Jogja Coffee Week', Ratusan Brand Kopi Nusantara Dipamerkan." <https://kbr.id/articles/indeks/-jogja-coffee-week-ratusan-brand-kopi-nusantara-dipamerkan->.
- Fu, Xinyu, and Yanting Xu. 2024. "The Impact of Digital Technology on Enterprise Green Innovation : Quality or Quantity ?" 6(May):484–517. doi:10.3934/GF.2024019.
- Gao, Shanshan, Wenqi Li, Jiayi Meng, Jianfeng Shi, and Jianhua Zhu. 2023. "A Study on the Impact Mechanism of Digitalization on Corporate Green Innovation." 1–21.

- Gharia, Rashmi, and Shweta Mogre. 2025. "Digital Transformation Empowers ESG Performance Based on the Mediating Effect of Green Innovation." XXVI:2775–82.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, and Christian M. Ringle. n.d. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).
- Hakimi, Abdul Qadir. 2024. "THE EFFECT OF GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND COMPETITIVE ADVANTAGES ON SUSTAINABLE PERFORMANCE OF INDONESIAN SMEs."
- Hasna, : Zeina, and and Gregor Schwerhoff Jaumotte, FlorenceKim, JadenPienknagura, Samuel. 2023. "Green Innovation and Diffusion: Policies to Accelerate Them and Expected Impact on Macroeconomic and Firm-Level Performance." doi:10.5089/9798400256950.006.
- Hasna, Kania, and Elis Dwiana. 2025. "Green Supply Chain Management and Sustainability Performance : The Mediating Role of Competitive Advantage in Bandung SMEs." 25(2):131–44. doi:10.9734/ajeba/2025/v25i21669.
- Hindarsah, Ida, Teddy Hikmat Fauzi, Adi Fachrudin, Khan Sarfaraz Ali, and Universitas Pasundan. 2025. "The Impact of Green Innovation on Business Sustainability A Case Study of SMEs." 7(3):238–47. doi:https://doi.org/10.54783/ijisoc.v7i3.1515.
- Indriastuti, Maya, and Anis Chariri. 2021. "The Role of Green Investment and Corporate Social Responsibility Investment on Sustainable Performance." doi:10.1080/23311975.2021.1960120.
- Innovation, Journal, and Knowledge Jik. 2023. "Relationship between Enterprise Digitalization and Green Innovation : A Mediated Moderation Model Journal of Innovation."
- Jonker, Alexandra. 2023. "Triple Bottom Line." <https://www.ibm.com/id-id/think/topics/triple-bottom-line>.
- Junaid, Muhammad, Qingyu Zhang, and Muzzammil Wasim. 2022. "Effects of Sustainable Supply Chain Integration on Green Innovation and Firm Performance." Sustainable Production and Consumption 30:145–57. doi:10.1016/j.spc.2021.11.031.
- Kania, Dewi, and Reza Fauzi Bukhori. 2025. "Green Innovation Management in Indonesian SMEs : Drivers , Barriers , and Performance Implications for Sustainable Business Development."

- Kementerian UMKM. 2024. “UMKM INDONESIA.”
<https://satudata.umkm.go.id/login>.
- Le, Thanh Tiep. 2022. “How Do Corporate Social Responsibility and Green Innovation Transform Corporate Green Strategy into Sustainable Performance ?” 362(May). doi:10.1016/j.jclepro.2022.132228.
- Le, Thanh Tiep, Quynh Phan Vo Nhu, Thy Bui Ngoc Bao, Linh Vu Nguyen Thao, and Vijay Pereira. 2024. “Digitalisation Driving Sustainable Corporate Performance: The Mediation of Green Innovation and Green Supply Chain Management.” *Journal of Cleaner Production* 446(September 2023):141290. doi:10.1016/j.jclepro.2024.141290.
- Li, Hemei, Zhenya Liu, and Virginie Hachard. n.d. “Digital Transformation Driving Green Innovation : Evidence from Chinese A-Share Firms Digital Transformation Driving Green Innovation : Evidence from Chinese A-Share Firms.”
- Liao, Zhongju, Ping Liu, and Shuchun Liu. 2021. “A Meta-Analysis of Environmental Innovation and Firm Performance.” *Journal of Environmental Planning and Management* 0(0):1–35. doi:10.1080/09640568.2020.1855129.
- Loon, Khai, Nurul Ain, Najiha Azmi, Jalal Rajeh, and Haitham M. Alzoubi. 2022. “Uncertain Supply Chain Management The Effect of Digital Supply Chain on Organizational Performance : An Empirical Study in Malaysia Manufacturing Industry.” 10:495–510. doi:10.5267/j.uscm.2021.12.002.
- Lumwartono, Doni, and Ali Hanafiah. 2025. “The Influence of Green Innovation and Digital Experience Strategies on Green Purchase Intention Through Environmental Awareness Mediation in Gen Z Consumers : A Case Study of Using a Tumbler at Janji Jiwa Coffee Shop.” 4(8):1211–26.
- Ma, Lina, and Xue Zhang. 2023. “Enhancing Sustainable Performance : The Innovative Strategy of Digital Transformation Leading Green Collaborative Management.” doi:10.3390/ su151713085 *Academic*.
- Maulidia, Alvi Rizka. 2023. “Manfaat Green Supply Chain Management Untuk Pabrik Industri Berkelanjutan.”
- Media, Geti. 2025. “Tantangan Dan Peluang UMKM Indonesia Di Tahun 2025.”
<https://getimedia.id/2025/01/15/tantangan-dan-peluang-umkm-indonesia-di-tahun-2025/>.
- Mohammed, Aberkane, and Aberkane Otman. 2025. “Social Sciences & Humanities Open Green Innovation within Moroccan Small and Medium-Sized Enterprises : Literature Review and Questions Research.” *Social*

Sciences & Humanities Open 11(December 2024):101482.
doi:10.1016/j.ssaho.2025.101482.

Novitasari, Maya, and Dian Agustia. 2021. "Green Supply Chain Management and Firm Performance : The Mediating Effect of Green Innovation." 14(2):391–403. doi:10.3926/jiem.3384.

Novitasari, Maya, and Dian Agustia. 2022. "The Role of Green Supply Chain Management and Green Innovation in the Effect of Corporate Social Responsibility on Firm Performance." 1–19. doi:10.1590/1806-9649-2022v29e117.

Oecd. 2021. *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing.

Prasetyo, Novian Adi, Arief Rais Bahtiar, Atik Febriani, and Wahyu Andi Saputra. 2023. "Adoption of POS Technology in MSMEs: A Case Study of Ecoprint Forum, Purbalingga." 7(1). doi:10.22437/jkam.v7i1.21453.

Putra, Feby Arma. 2025. "ANALYSIS OF THE IMPACT OF WHATSAPP BUSINESS APPLICATION USAGE ON MSME MARKETING : A CASE STUDY OF UKK CAKE IN." 2(1):500–505. doi:https://doi.org/10.33830/iscebe.v2i1.

Rahmani, Amir, Ali Bonyadi Naeini, Javad Mashayekh, Roohallah Aboojafari, Tugrul Daim, and Haydar Yalcin. 2024. "Green Innovation for a Greener Future: A Meta-Analysis of the Impact on Environmental Performance." *Journal of Cleaner Production* 460. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.142547.

Rahmawati, A. A., R. Murniningsih, F. S. Tuhzzahrok, M. Santosa, and D. Suhaeli. 2024. "The Influence of Green Supply Chain Management on SMEs ' Performance." 1:1–9. doi:10.31603/biseb.50.

Rahmawati, Teti, and Amir Hamzah. 2024. "Green Supply Chain Management, Circular Economy, Dan Green Performance Sustainability Suatu Systematic Review." *Jurnal Ekonomi Akuntansi & Manajemen* 1:99–118.

Sharma, Vijay, Pankaj Chandna, and Arvind Bhardwaj. 2016. "Green Supply Chain Management Related Performance Indicators in Agro Industry: A Review." *Journal of Cleaner Production*. doi:10.1016/j.jclepro.2016.09.103.

Shofihawa. 2025. "FEB UGM Research: 87% of MSMEs Have Not Adopted Green Business Practices." <https://feb.ugm.ac.id/en/news/16278-feb-ugm-research-87-of-msmes-have-not-adopted-green-business-practices>.

- Shot, The green. 2025. "Discover How Green Technology Breakthroughs in 2025 Are Transforming Industries, Reducing CO2 Emissions, and Driving Economic Growth through Sustainable Practices and Innovations." <https://www.thegreenshot.io/uncategorized/future-of-green-technology/>.
- Sisca, and Andy Wijaya. n.d. "The Role Of Green Innovation To Achieve Sustainable Business Performance Of MSMEs In The Covid-19 Pandemic." 228–32.
- Srivastava, Samir K. 2007. "Green Supply-Chain Management : A State-of- the-Art Literature Review." 9(1):53–80. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00202.x.
- Strategic, International, and Management Conference. 2013. "Effects of Green Manufacturing and Eco-Innovation on Sustainability Performance." 99:154–63. doi:10.1016/j.sbspro.2013.10.481.
- Sumiyati. 2025. "Tren Cafe Culture Meluas, Kopi Indonesia Makin Dikenal Di Kancah Internasional." <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1803180-tren-cafe-culture-meluas-kopi-indonesia-makin-dikenal-di-kancah-internasional>.
- Sundiman, Didi. 2021. "PENGARUH INOVASI HIJAU TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN : PERAN MODERASI DARI KEPEDULIAN LINGKUNGAN MANAJERIAL (STUDI PADA UMKM Di Batam)." 16(1).
- Taib, Norraeffa, Lina Mazwein Ibrahim, Shahreena Daud, Zarinah Abu Yazid, and Mohd Zailani. 2025. "Integrating Green Supply Chain Management and Digital Transformation : Towards Resilient , Sustainable and Technology-Enabled Supply Chains." IX(2454). doi:10.47772/IJRISS.
- Tandra, Hansen. 2024. "Adopsi Social Media Marketing Oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Indonesia : Tinjauan Literatur Sistematis." 7:183–99.
- Thi, Truong, Ngoc Thuyen, and Le Nhu Bich. 2024. "Green Innovation Practices : A Case Study of Vietnamese Manufacturing Companies Manufacturing Companies." Cogent Business & Management 11(1). doi:10.1080/23311975.2024.2333603.
- Tiep, Thanh, Xuan Vinh, and V. G. Venkatesh. 2022. "Role of Green Innovation and Supply Chain Management in Driving Sustainable Corporate Performance." 374(August). doi:10.1016/j.jclepro.2022.133875.
- Tseng, Ming-lang, Shamimul Islam, Noorliza Karia, and Firdaus Ahmad. 2019. "A Literature Review on Green Supply Chain Management : Trends and Future

Challenges.” *Resources, Conservation & Recycling* 141(October 2018):145–62. doi:10.1016/j.resconrec.2018.10.009.

Tulipa, Diyah, Tigor Tambunan, and Andy Pratama Sulisty. 2024. “Social Media Marketing Mix for SMEs in Indonesia : A Decision Tree Modelling 2 Literature Study.” 23:561–74. doi:10.37394/23202.2024.23.58.

Verhoef, Peter C., Thijs Broekhuizen, Yakov Bart, Abhi Bhattacharya, John Qi Dong, Nicolai Fabian, and Michael Haenlein. 2021. “Digital Transformation : A Multidisciplinary Re Fl Ection and Research Agenda ☆.” 122(July 2018):889–901. doi:10.1016/j.jbusres.2019.09.022.

Vijayvargy, Lokesh Vijayvargy. 2017. *Green Supply Chain Management Practices and Performance: The Role of Firm-Size for Emerging Economies Abstract.*

Wang, Chuanlin, and Guowan Yan. 2023. “Does Digitization Promote Green Innovation ? Evidence from China.” 2030. doi:10.3390/ ijerph20053893.

Wibowo, Mochamad Agung. 2018. “Factors for Implementing Green Supply Chain Management in the Construction Industry.” 11(4):651–79. doi:10.3926/jiem.2637.

Wisnalmawati, Agus Sasmito Aribowo, and Yunie Herawati. 2021. “Easy Communication System as A Mediation of The Influence of Whatsapp Business on Consumer Purchase Intention on The Marketplace.” 1(3):347–57.

Wooi, Goh Chee, and Suhaiza Zailani. 2010. “Green Supply Chain Initiatives: Investigation on the Barriers in the Context of SMEs in Malaysia.”

Zainurrafiqi dan Gazali. 2024. “SUPPLY CHAIN DIGITALIZATION, GREEN SUPPLY CHAIN, SUPPLY CHAIN RESILIENCE TOWARD COMPETITIVENESS AND MSMEs PERFORMANCE Zainurrafiqi.” 22(1):175–92. doi:10.21776/ub.jam.2024.022.01.14.jam.2024.022.01.14.175.

Zhang, Yali, Jun Sun, Zhaojun Yang, and Ying Wang. 2020. “Critical Success Factors of Green Innovation : Technology , Organization and Environment Readiness.” *Journal of Cleaner Production* 264:121701. doi:10.1016/j.jclepro.2020.121701.

Zhu, Qiuwen. 2023. “Digital Capability , Digital Orientation and Enterprise Innovation Performance.” 6:1–15. doi:10.23977/ferm.2023.060801.

Zhuo, Rufeng, Yunhua Zhang, and Junwei Zheng. 2024. “Digitalization Transformation and Enterprise Green Innovation : Empirical Evidence from Chinese Listed Companies.” (March):1–18. doi:10.3389/fenvs.2024.1361576.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Sleman, 10 Januari 2026

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/I Responden
Di tempat,

Dengan hormat,
Berkaitan dengan penyusunan tugas akhir skripsi sebagai syarat kelulusan mahasiswa pada program sarjana S-1, saya:

Nama : Rizky Maulana
NIM : 141220124
Jurusan/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta

sedang melakukan penelitian berjudul “**Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau dan Inovasi Hijau pada Umkm *Coffee shop* Di Kapanewon**”. Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian kuesioner ini, sehingga saya berharap jawaban yang diberikan sesuai dengan kondisi yang ada. Seluruh data dalam kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas kerjasama, dukungan, dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Rizky Maulana

KATA PENGANTAR DALAM KUESIONER

Perkenalkan saya Rizky Maulana, mahasiswa S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau dan Inovasi Hijau pada Umkm *Coffee shop* Di Kapanewon”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S-1.

Berkaitan dengan hal tersebut, Saya memohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi mengisi kuesioner secara jujur dan lengkap. Setiap jawaban yang diberikan akan berkontribusi secara signifikan terhadap hasil penelitian.

Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Data responden tidak akan dipublikasikan maupun disebarluaskan kepada pihak lain.

A. Kriteria Responden

Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon untuk terlebih dahulu membaca dan memastikan bahwa Anda memenuhi kriteria responden yang tercantum di bawah ini. Kuesioner ini hanya diperuntukkan bagi responden yang sesuai dengan kriteria tersebut agar data yang diperoleh relevan dan tepat sasaran.

1. Apakah UMKM *coffee shop* Anda telah menerapkan *digital strategy*, serta memanfaatkan digitalisasi seperti pembayaran digital dan kasir digital dalam operasional bisnis?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)
2. Apakah UMKM *coffee shop* Anda telah menerapkan manajemen rantai pasok hijau seperti pengurangan limbah, penghematan energy, dan penerapan 3R dalam aktivitas operasionalnya?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)
3. Apakah UMKM *coffee shop* Anda telah menerapkan inovasi hijau seperti pengembangan produk agar lebih ramah lingkungan dan menggunakan teknologi hemat energy dalam aktivitas operasionalnya?
 - a. Ya

- b. Tidak (Jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia : 18 – 23 Tahun 30 – 35 Tahun
 24 – 29 Tahun >35 Tahun
3. Jenis kelamin : Laki - laki Perempuan
4. Nama *coffee shop* :
5. Jabatan :

C. Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan berikut sesuai dengan keadaan *coffee shop* tempat Anda bekerja yang sebenarnya. Tidak ada jawaban yang salah maupun benar.

Keterangan:

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju

D. Daftar Pertanyaan

Konstruk Variabel Digitalisasi

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	ST
1.	Kami aktif mencari cara dan teknologi baru untuk membuat proses bisnis menjadi digital. (Lee dkk, 2024)					
2.	Kami aktif mencari cara dan teknologi baru untuk membuat kegiatan rantai pasok menjadi digital. (Lee dkk, 2024)					
3.	Kami berupaya menghubungkan pengelolaan rantai pasok dengan sistem digital. (Lee dkk, 2024)					
4.	Kami merasa digitalisasi membuat pengelolaan rantai pasok menjadi lebih mudah dan fleksibel. (Lee dkk, 2024)					
5.	Kami merasa digitalisasi membantu mengurangi gangguan dan risiko dalam rantai pasok. (Lee dkk, 2024)					
6.	Kami merasa digitalisasi membantu mengurangi biaya persediaan dan gudang. (Lee dkk, 2024)					
7.	Kami merasa digitalisasi membantu mengurangi biaya transportasi dan logistik. (Lee dkk, 2024)					
8.	Kami menggunakan QRIS dan/atau mobile banking untuk memudahkan proses pembayaran. (Ma dkk, 2023)					
9.	Kami menggunakan kasir digital atau aplikasi point of sales (POS) untuk mencatat penjualan. (Ma dkk, 2023)					
10.	Kami menggunakan <i>instant message</i> (seperti WhatsApp) untuk berkomunikasi dengan pemasok. (Ma dkk, 2023)					
11.	Kami menggunakan <i>social media</i> (seperti Instagram dan Tiktok) sebagai sarana pemasaran dan komunikasi dengan <i>audiens</i> . (Ma dkk, 2023)					

Konstruk Variabel Manajemen Rantai Pasok Hijau

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	ST
1.	Kami menerapkan proses distribusi ramah lingkungan (Lee dkk, 2024)					
2.	Kami menerapkan strategi pemasaran berkelanjutan. (Lee dkk, 2024)					
3.	Kami membeli bahan dengan prosedur yang berusaha mengurangi dampak buruk bagi lingkungan. (Ma dkk, 2023)					
4.	Kami membuat produk dengan menggunakan bahan yang bisa didaur ulang. (Ma dkk, 2023)					
5.	Kami membuat produk dengan berusaha menggunakan sumber daya (air, listrik, dan lain-lain) sesedikit mungkin. (Ma dkk, 2023)					

Konstruk Variabel Inovasi Hijau

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	ST
1.	Kami terus memperbaiki desain dan pengembangan produk agar lebih ramah lingkungan dan sesuai standar hijau. (Lee dkk, 2024)					
2.	Kami terus memperbaiki cara produksi agar mengurangi sampah dan lebih hemat sumber daya. (Lee dkk, 2024)					
3.	Kami menggunakan teknologi yang membantu menghemat energi.					
4.	Kami hanya menggunakan bahan baku yang aman bagi pengguna dan ramah lingkungan. (Lee dkk, 2024; Lee dkk, 2022)					
5.	Kami hanya menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang atau berasal dari bahan daur ulang. (Lee dkk, 2022)					

Konstruk Variabel Kinerja Berkelanjutan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	ST
1.	Kami mengurangi penggunaan bahan yang berbahaya, beracun, dan merusak lingkungan. (Lee dkk, 2024)					
2.	Kami meningkatkan kegiatan daur ulang bahan baku dalam satu tahun terakhir. (Ma dkk, 2023)					
3.	Kami mengurangi penggunaan dan pemborosan air, listrik, dan sumber daya lain dalam tiga tahun terakhir. (Ma dkk, 2023)					
4.	Kami mengalami penurunan biaya pembuangan limbah. (Lee dkk, 2024)					
5.	Kami mengalami peningkatan produktivitas, misalnya lebih efisien dalam penggunaan aset, biaya operasi, dan tenaga kerja. (Lee dkk, 2024)					
6.	Kami mendapatkan laba atas penjualan yang baik dalam satu tahun terakhir. (Lee dkk, 2024)					
7.	Kami mengalami penurunan biaya penggunaan energi dalam satu tahun terakhir. (Ma dkk, 2023)					
8.	Kami memiliki hubungan yang semakin baik dengan pelanggan dan pemasok. (Lee dkk, 2024)					

PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON DEPOK

Kepada Yth,
Responden Penelitian

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Rizky Maulana, mahasiswa S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kinerja Berkelanjutan yang dimediasi oleh Manajemen Rantai Pasok Hijau dan Inovasi Hijau pada Umkm Coffee Shop Di Kapanewon" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S-1.

Berkaitan dengan hal tersebut, Saya memohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi mengisi kuesioner secara jujur dan lengkap. Setiap jawaban yang diberikan akan berkontribusi secara signifikan terhadap hasil penelitian. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Data responden tidak akan dipublikasikan maupun disebarluaskan kepada pihak lain.

Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Formulir ini otomatis mengumpulkan email dari semua responden. [Ubah setelan](#)

Kriteria Responden

Sebelum melakukan pengisian kuesioner, harap membaca dan mengisi kriteria responden dengan cermat di bawah ini.

Apakah *coffee shop* Anda telah menerapkan *digital strategy*, serta memanfaatkan digitalisasi seperti pembayaran digital dan kasir digital dalam operasional bisnis?

- Iya
- Tidak (Jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)

Apakah UMKM *coffee shop* Anda telah menerapkan manajemen rantai pasok hijau seperti pengurangan limbah, penghematan energy, dan penerapan 3R dalam aktivitas operasionalnya?

- Ya
- Tidak (Jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)

Apakah UMKM *coffee shop* Anda telah menerapkan inovasi hijau seperti pengembangan produk agar lebih ramah lingkungan dan menggunakan teknologi hemat energy dalam aktivitas operasionalnya?

- Ya
- Tidak (Jika tidak, Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)

Bagian 3 dari 8

Identitas Responden

Deskripsi (opsional)

Nama *

Teks jawaban singkat

Usia *

- 18 - 23 Tahun
- 24 - 29 Tahun
- 30 - 35 Tahun
- 36 - 41 Tahun
- > 41 Tahun

Jenis Kelamin *

- Laki - laki
- Perempuan

Nama coffee shop tempat bekerja *

Teks jawaban singkat

Jabatan *

Teks jawaban singkat

Bagian 4 dari 8

Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan berikut sesuai dengan keadaan *coffee shop* tempat Anda bekerja yang sebenarnya. Tidak ada jawaban yang salah maupun benar.

Keterangan:

- 1= Sangat Tidak Setuju
- 2= Tidak Setuju
- 3= Netral
- 4= Setuju
- 5= Sangat Setuju

Bagian 5 dari 8

Digitalisasi

Penerapan teknologi digital secara spesifik yang memungkinkan perusahaan mengakses beragam sumber inovasi dengan cepat dan mudah, mempercepat transformasi industri, meningkatkan produktivitas energi, serta memperbaiki kinerja ekonomi dan lingkungan perusahaan.

Kami aktif mencari cara dan teknologi baru untuk membuat proses bisnis menjadi digital. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami aktif mencari cara dan teknologi baru untuk membuat kegiatan rantai pasok menjadi digital. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami berupaya menghubungkan pengelolaan rantai pasok dengan sistem digital. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami merasa digitalisasi membuat pengelolaan rantai pasok menjadi lebih mudah dan fleksibel. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami merasa digitalisasi membantu mengurangi gangguan dan risiko dalam rantai pasok. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami merasa digitalisasi membantu mengurangi biaya persediaan dan gudang. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami merasa digitalisasi membantu mengurangi biaya transportasi dan logistik. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami menggunakan QRIS dan/atau mobile banking untuk memudahkan proses pembayaran. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami menggunakan kasir digital atau aplikasi point of sales (POS) untuk mencatat penjualan. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami menggunakan instant message (seperti WhatsApp) untuk berkomunikasi dengan pemasok. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Kami menggunakan social media (seperti Instagram dan Tiktok) sebagai sarana pemasaran dan komunikasi dengan audiens. *

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Manajemen Rantai Pasok Hijau



Pengelolaan rantai pasok secara menyeluruh dengan mengintegrasikan prinsip lingkungan pada setiap tahap—mulai dari pengadaan, produksi, distribusi, logistik, hingga daur ulang dan penggunaan kembali—untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial, sekaligus meningkatkan efisiensi, profitabilitas, dan kinerja berkelanjutan.

Kami menerapkan proses distribusi ramah lingkungan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami menerapkan strategi pemasaran berkelanjutan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami membeli bahan baku dengan prosedur yang berusaha mengurangi dampak buruk bagi lingkungan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami membuat produk dengan menggunakan bahan baku yang bisa didaur ulang. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami membuat produk dengan berusaha menggunakan sumber daya (air, listrik, dan lain-lain) * sesedikit mungkin.

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Inovasi Hijau



Segala bentuk pembaruan produk, proses, teknologi, atau praktik manajerial yang secara sengaja dirancang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial, sekaligus menjaga atau meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan

Kami terus memperbaiki desain dan pengembangan produk agar lebih ramah lingkungan dan sesuai standar hijau. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami terus memperbaiki cara produksi agar mengurangi sampah dan lebih hemat sumber daya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami menggunakan teknologi yang membantu menghemat energi. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

...

Kami hanya menggunakan bahan baku yang aman bagi pengguna dan ramah lingkungan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami hanya menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang atau berasal dari bahan daur ulang. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kinerja Berkelanjutan



Tingkat pencapaian perusahaan dalam menghasilkan kinerja finansial sekaligus meningkatkan kinerja lingkungan dan sosial secara terpadu.

...

Kami mengurangi penggunaan bahan yang berbahaya, beracun, dan merusak lingkungan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami meningkatkan kegiatan daur ulang bahan baku dalam satu tahun terakhir. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami mengurangi penggunaan dan pemborosan air, listrik, dan sumber daya lain dalam satu tahun terakhir. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami mengalami penurunan biaya pembuangan limbah. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami mengalami peningkatan produktivitas, misalnya lebih efisien dalam penggunaan aset, biaya operasi, dan tenaga kerja. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami mendapatkan laba atas penjualan yang baik dalam satu tahun terakhir. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami mengalami penurunan biaya penggunaan energi dalam satu tahun terakhir. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Kami memiliki hubungan yang semakin baik dengan pelanggan dan pemasok. *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

LAMPIRAN 2
SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Padjadjaran (Lingkar Utara) Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 486733, Faximile. (0274) 486400
Jalan Babarsari 2, Tambakbayan, Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 486911
Email : feb@upnyk.ac.id. Laman : <http://www.ekonomi.upnyk.ac.id>

Nomor : 555/UN62.14/AKD.5/I/2026 Yogyakarta, 8 Januari 2026
Klasifikasi : Biasa
Lampiran : Proposal
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.

Pengelola Coffee Shop

Kapanewon Depok, Sleman, Yogyakarta

Di

Sleman

Dengan hormat,

Sesuai dengan kurikulum Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta tentang kewajiban penulisan Skripsi bagi Mahasiswa yang menempuh Program Sarjana (S1).

Melalui surat ini mohon diijinkan mahasiswa kami :

Nama : RIZKY MAULANA
NIM : 141220124
No. Telepon/HP : 089677879118
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Untuk dapat memperoleh data/keterangan dari Instansi yang Bapak/Ibu pimpin guna penyusunan Skripsi dengan judul :

**PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP KINERJA BERKELANJUTAN
YANG DIMEDIASI OLEH MANAJEMEN RANTAI PASOK HIJAU DAN
INOVASI HIJAU PADA UMKM COFFEE SHOP DI KAPANEWON DEPOK**

Keterangan : a. Data yang diperoleh hanya untuk tulisan ilmiah

b. Lama mencari data \pm 2 (bulan)

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

A.n. Dekan
Asst. Dekan Bidang Akademik

Dr. Sri Hastuti, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 197905032021212007

LAMPIRAN 3
REKAPITULASI DATA RESPONDEN

No	Nama Responden	Umur	Jenis Kelamin	Nama UMKM	Jabatan
1.	Mohammad Alfa Reza	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Tomoro Coffee	Barista
2.	Riri	18 - 23 Tahun	Perempuan	Kopken	Barista
3.	Anastasya Kimberly	24 - 29 Tahun	Perempuan	Kalola Space	Barista
4.	Latifa Nailatul Jamilla	18 - 23 Tahun	Perempuan	Nuju Coffee	Operasional
5.	Betantio Putra Pradana	24 - 29 Tahun	Laki - Laki	Tilasawa Coffee And Roaster	Barista
6.	Yosephin Sandra	18 - 23 Tahun	Perempuan	Teduh Garden & Coffe	Barista
7.	Kristian Adi Fernanda	24 - 29 Tahun	Laki - Laki	Kedai Kopi Hitam Manis	Barista
8.	Tasya	18 - 23 Tahun	Perempuan	Carakita	Barista
9.	Aziz Umar	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Bloc D Coffee And Space	Operasional
10.	Bernadeta	24 - 29 Tahun	Perempuan	Clay Won Market Punkalarich	Barista
11.	Sasa	18 - 23 Tahun	Perempuan	Mayoni Coffee	Barista
12.	Nadine	18 - 23 Tahun	Perempuan	Lars Headquarters	Manager
13.	Farid Dihadjo	30 - 35 Tahun	Laki - Laki	Petik Merah Coffee	Manager
14.	Suci	18 - 23 Tahun	Perempuan	Limitless Cafe	Operasional
15.	Fidyah Feylaffaizzah	18 - 23 Tahun	Perempuan	Hofu Coffee	Barista
16.	Brigita Secani Putri	18 - 23 Tahun	Perempuan	Mausta Caffè And Kopitiam	Operasional
17.	Ima	24 - 29 Tahun	Perempuan	Kgyk Coffee And Eatery	Operasional
18.	Tari	18 - 23 Tahun	Perempuan	Ekologi Desk And Coffee	Manager
19.	Tiara Anggun Mahadewi	18 - 23 Tahun	Perempuan	Seeu Coffee	Barista
20.	Strada Naraputra	24 - 29 Tahun	Laki - Laki	Jrny Coffee & Records	Manager
21.	Laksmi Nurrosmaya	18 - 23 Tahun	Perempuan	Rubah Coffe	Barista
22.	Bunga	18 - 23 Tahun	Perempuan	Sedaya	Operasional
23.	Fatah Muqorrobin K	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Luke & Friends Coffe	Barista
24.	Dicky	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Luk Coffee & Book	Barista
25.	Ilyas Mardiyanto	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Xyz Coffee And Collabs	Operasional
26.	Aan Anwar	24 - 29 Tahun	Laki - Laki	Kemari Coffee And Space	Barista
27.	Rara	18 - 23 Tahun	Perempuan	7stones	Barista
28.	Miftahul Huda	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Tentrem Bumi Jogja	Head Barista
29.	Ana	24 - 29 Tahun	Perempuan	Elasi Coffee	Supervisor
30.	Satila Novianti Sammy	24 - 29 Tahun	Perempuan	Couvee Seturan	Barista
31.	Ilmi	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Jokopi	Barista
32.	Erhan	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Jempolan Coffe	Barista
33.	Yolana	30 - 35 Tahun	Perempuan	English Ivy Coffee	Management
34.	Ara	24 - 29 Tahun	Perempuan	Homi Coffee And Eatery	Barista
35.	Genio Abitya Surya	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Kedai Lamboc	Operasional
36.	El	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	505	Barista
37.	Deva Gely Sahaputra	24 - 29 Tahun	Laki - Laki	Vertu Coffee	Supervisor
38.	Rey	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Djiwa Coffee	Operasional

39.	Rayhan Favian Adichandra	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	The Ruum	Manager
40.	Hani	18 - 23 Tahun	Perempuan	Giras.Co	Operasional
41.	Rudi S	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Cylo Labs Bar & Kitchen	Head Barista
42.	M. Aqil Aziz	24 - 29 Tahun	Laki - Laki	Hoja Coffe Bar	Head Barista
43.	Esti	18 - 23 Tahun	Perempuan	Aurora Coffee	Operasional
44.	Atta	30 - 35 Tahun	Laki - Laki	Candhu Coffee	Management
45.	Muhammad Sultan Aiko Riansyah P.	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Arah Coffee Nook	Barista
46.	Natania Acintya	18 - 23 Tahun	Perempuan	Hayati Coffee Roaster	Barista
47.	Hanafi	18 - 23 Tahun	Laki - Laki	Prada Espresso	Barista
48.	Bakunin	30 - 35 Tahun	Laki - Laki	Antologi Cafe	Barista
49.	Enoy	24 - 29 Tahun	Perempuan	Ethiopia Coffe	Barista
50.	Ridho Ibrahim Naffi	30 - 35 Tahun	Laki - Laki	Kaktus Coffee Place	General Manager
51.	Elma	18 - 23 Tahun	Perempuan	Damarasha Coffee	Barista

LAMPIRAN 3
REKAPITULASI HASIL KUESIONER

Varibel Digitalisasi

No	DGI 1	DGI 2	DGI 3	DGI 4	DGI 5	DGI 6	DGI 7	DGI 8	DGI 9	DGI 10	DGI 11
1.	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
2.	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
3.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
7.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8.	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
9.	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
10.	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
11.	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
12.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
13.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14.	2	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1
15.	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5
16.	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18.	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
19.	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5
20.	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
21.	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
22.	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
23.	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4
24.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26.	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5
27.	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
28.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
29.	5	4	3	3	4	4	3	5	5	5	5
30.	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
31.	4	3	3	3	3	4	3	5	4	4	4
32.	5	5	5	4	3	5	2	5	5	5	5
33.	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5
34.	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5
35.	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	4
36.	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
37.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
38.	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	5
39.	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
40.	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5
41.	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
42.	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3
43.	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
44.	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
45.	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47.	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
48.	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
49.	5	3	4	3	5	4	4	4	5	3	4
50.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5

Varibel Manajemen Rantai Pasok Hijau

No	GSCM 1	GSCM 2	GSCM 3	GSCM 4	GSCM 5
1.	4	3	4	5	4
2.	4	5	5	5	5
3.	5	5	5	5	5
4.	4	4	4	4	3
5.	3	5	3	3	5
6.	5	4	4	5	4
7.	4	5	5	4	5
8.	4	4	4	4	4
9.	5	5	4	5	5
10.	5	4	5	4	5
11.	4	5	5	4	3
12.	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	5	5
14.	1	1	1	1	3
15.	4	4	4	4	4
16.	4	4	5	5	5
17.	5	5	5	2	4
18.	4	3	4	3	4
19.	3	3	3	3	3
20.	4	4	5	5	5
21.	5	5	4	4	4
22.	5	3	4	5	3
23.	5	4	5	5	5
24.	4	4	4	4	4
25.	1	5	1	5	5
26.	3	4	4	5	3
27.	5	5	5	5	3
28.	4	4	4	4	4
29.	3	4	4	4	4
30.	3	4	4	2	2
31.	3	3	4	3	3
32.	5	5	3	4	3
33.	4	4	4	5	4
34.	3	3	4	3	3
35.	4	4	4	4	3
36.	3	4	3	4	3
37.	4	4	3	5	3
38.	3	3	4	3	4
39.	4	5	3	3	5
40.	3	4	4	3	4
41.	3	4	4	2	4
42.	4	3	3	2	2
43.	4	4	4	4	4
44.	4	5	4	2	5
45.	5	5	5	5	5
46.	5	5	5	3	3
47.	2	4	4	2	4
48.	1	2	1	1	1
49.	3	5	4	2	3
50.	5	5	5	5	5
51.	4	4	4	4	4

Varibel Inovasi Hijau

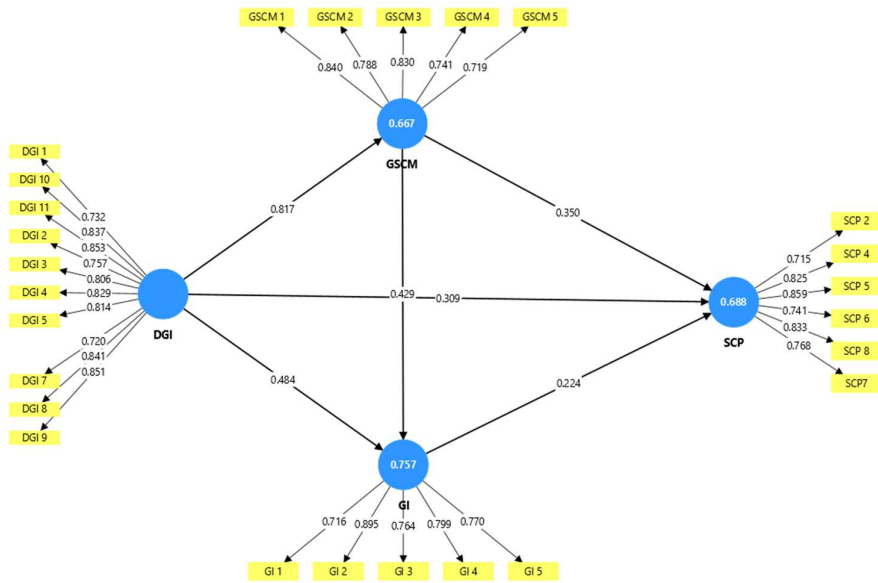
No	GI 1	GI 2	GI 3	GI 4	GI 5
1.	5	4	4	5	4
2.	5	5	4	5	5
3.	5	5	5	5	5
4.	5	5	5	5	5
5.	5	5	5	3	3
6.	5	4	4	5	4
7.	5	5	4	5	5
8.	4	4	4	4	4
9.	5	5	5	5	5
10.	5	4	5	4	5
11.	4	4	4	3	5
12.	4	4	4	4	4
13.	4	5	5	5	5
14.	2	2	2	2	1
15.	4	4	4	4	4
16.	5	5	4	5	5
17.	5	5	5	5	3
18.	5	5	4	5	5
19.	3	4	4	4	3
20.	4	5	5	5	5
21.	4	5	5	5	4
22.	4	5	3	4	5
23.	3	5	5	5	5
24.	4	4	4	4	4
25.	5	5	5	5	5
26.	4	5	5	5	5
27.	5	5	4	3	5
28.	4	4	4	5	5
29.	4	5	5	5	5
30.	5	5	4	4	3
31.	5	4	4	4	3
32.	4	3	4	4	4
33.	5	5	4	5	4
34.	4	4	3	4	3
35.	4	4	4	4	4
36.	4	3	4	4	4
37.	4	5	5	5	5
38.	3	3	4	3	4
39.	5	5	5	5	4
40.	5	5	4	5	5
41.	5	4	4	5	4
42.	3	3	3	3	3
43.	4	5	4	5	4
44.	5	5	5	3	3
45.	5	5	5	5	4
46.	5	5	3	5	3
47.	4	4	3	5	2
48.	3	1	3	2	2
49.	5	3	3	4	3
50.	5	5	4	5	5
51.	4	4	4	4	4

Varibel Kinerja Berkelanjutan

No	SCP 1	SCP 2	SCP 3	SCP 4	SCP 5	SCP 6	SCP 7	SCP 8
1.	5	4	4	4	4	3	3	5
2.	5	4	4	4	5	4	4	5
3.	5	5	5	5	5	4	3	5
4.	5	4	4	5	5	5	5	5
5.	5	3	5	5	5	5	5	5
6.	5	4	4	5	4	5	4	4
7.	5	4	5	5	5	5	5	5
8.	4	4	4	4	4	4	4	4
9.	4	4	5	5	5	5	5	5
10.	5	5	5	4	4	5	4	5
11.	5	4	3	3	3	4	3	4
12.	4	4	4	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	5	4	5	5	5
14.	1	2	3	3	2	2	2	2
15.	5	4	4	4	4	4	4	5
16.	5	4	4	4	5	5	5	5
17.	5	3	3	3	3	5	4	5
18.	5	3	4	3	4	4	4	4
19.	5	3	3	3	3	3	3	3
20.	5	5	4	5	5	5	5	5
21.	5	4	4	4	4	4	4	5
22.	3	4	5	3	4	5	3	4
23.	5	5	5	3	3	4	3	5
24.	4	4	4	4	4	4	4	5
25.	5	5	5	5	5	5	5	5
26.	4	3	5	4	4	4	4	5
27.	5	5	3	4	5	5	5	5
28.	4	4	4	4	4	4	4	4
29.	4	3	4	4	4	4	4	4
30.	5	5	5	3	4	4	3	5
31.	5	3	4	3	4	4	3	4
32.	3	5	5	5	4	5	3	5
33.	5	4	4	3	3	4	3	5
34.	4	3	4	4	3	5	3	4
35.	4	3	4	4	4	3	3	5
36.	4	3	4	3	4	4	3	4
37.	5	5	5	5	5	3	4	4
38.	4	3	5	3	3	4	3	3
39.	5	3	5	3	3	4	3	5
40.	5	4	5	3	4	4	3	4
41.	5	4	4	4	4	4	3	4
42.	4	3	3	3	3	3	3	3
43.	5	4	5	4	4	4	4	5
44.	5	3	5	5	5	5	5	5
45.	5	4	4	4	4	3	3	5
46.	5	5	3	5	5	5	5	5
47.	4	5	4	4	4	4	2	4
48.	3	1	1	1	2	3	3	2
49.	4	3	3	2	3	4	2	4
50.	5	4	4	3	3	5	5	5
51.	4	4	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 4
HASIL OLAH DATA

Model PLS-SEM



Outer Loading

	DGI	GI	GSCM	SCP
DGI 1	0.725			
DGI 10	0.833			
DGI 11	0.850			
DGI 2	0.750			
DGI 3	0.804			
DGI 4	0.831			
DGI 5	0.806			
DGI 6	0.679			
DGI 7	0.729			
DGI 8	0.841			
DGI 9	0.845			

GI 1		0.717		
GI 2		0.896		
GI 3		0.765		
GI 4		0.800		
GI 5		0.766		
GSCM 1			0.839	
GSCM 2			0.788	
GSCM 3			0.831	
GSCM 4			0.739	
GSCM 5			0.722	
SCP 1				0.594
SCP 2				0.713
SCP 3				0.623
SCP 4				0.787
SCP 5				0.835
SCP 6				0.705
SCP 8				0.858
SCP7				0.724

Diskriminan Validity

	DGI	GI	GSCM	SCP
DGI 1	0.732	0.557	0.581	0.572
DGI 10	0.837	0.649	0.644	0.643
DGI 11	0.853	0.724	0.668	0.621
DGI 2	0.757	0.602	0.607	0.635
DGI 3	0.806	0.589	0.640	0.613
DGI 4	0.829	0.668	0.638	0.600
DGI 5	0.814	0.705	0.743	0.625
DGI 7	0.720	0.695	0.659	0.717
DGI 8	0.841	0.724	0.667	0.578
DGI 9	0.851	0.764	0.706	0.666
GI 1	0.695	0.716	0.580	0.610
GI 2	0.762	0.895	0.738	0.733
GI 3	0.653	0.764	0.606	0.568
GI 4	0.572	0.799	0.612	0.525
GI 5	0.593	0.770	0.707	0.577
GSCM 1	0.669	0.610	0.840	0.617
GSCM 2	0.764	0.665	0.788	0.690
GSCM 3	0.672	0.663	0.830	0.603
GSCM 4	0.529	0.658	0.741	0.598
GSCM 5	0.547	0.638	0.719	0.566
SCP 2	0.525	0.548	0.649	0.715
SCP 4	0.568	0.514	0.535	0.825
SCP 5	0.582	0.645	0.567	0.859
SCP 6	0.603	0.516	0.565	0.741
SCP 8	0.783	0.795	0.814	0.833
SCP7	0.586	0.559	0.527	0.768

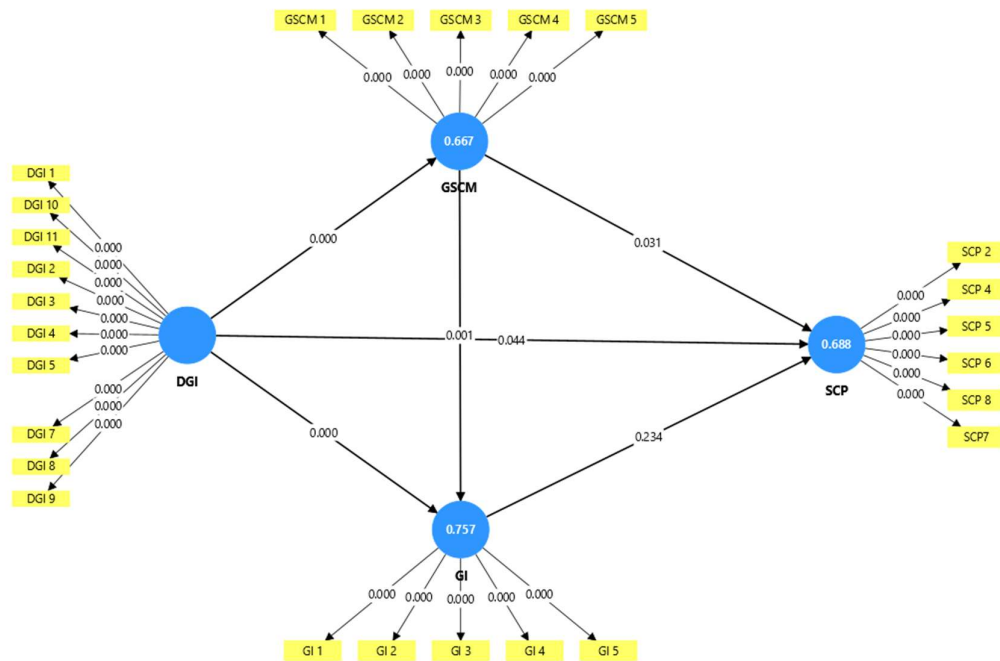
Konstruk Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...
DGI	0.939	0.941	0.948	0.648
GI	0.848	0.857	0.893	0.625
GSCM	0.843	0.847	0.889	0.616
SCP	0.880	0.893	0.909	0.627

R-Square

	R-square	R-square adjusted
GI	0.757	0.746
GSCM	0.667	0.661
SCP	0.688	0.668

Model Bootstrapping



Path Koefisien atau Hipotesis Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values
DGI -> GI	0.484	0.480	0.121	4.005	0.000
DGI -> GSCM	0.817	0.805	0.075	10.841	0.000
DGI -> SCP	0.309	0.307	0.153	2.015	0.044
GI -> SCP	0.224	0.223	0.188	1.189	0.234
GSCM -> GI	0.429	0.423	0.125	3.433	0.001
GSCM -> SCP	0.350	0.355	0.162	2.161	0.031

Specific Indirect Koefisien atau Hipotesis Tidak Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values
DGI -> GSCM -> SCP	0.286	0.288	0.140	2.042	0.041
DGI -> GI -> SCP	0.108	0.107	0.099	1.090	0.276