

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE*

Yulia Nur Atriksa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

yulia023002018025@std.trisakti.ac.id

Etty Murwaningsari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

etty.murwaningsari@trisakti.ac.id

Disubmit	: 17 Oktober 2022
Direview	: 9 November 2022
Diterima	: 1 Desember 2022

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of environmental organizational culture, environmental leadership, environmental capability, green innovation, green supply chain management, and green organizational culture on green competitive advantage. This study analyzes the influence between variables through hypothesis testing (causality research). The data used are secondary data from sustainability reports and/or annual reports of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2020-2021. There are 369 research samples that meet the predetermined criteria (purposive sampling method). Data analysis using SPSS version 22.0. The result is that environmental leadership, environmental capability, and green supply chain management have a significant positive effect on green competitive advantage, while environmental organizational culture, green innovation, and green organizational culture have no effect on green competitive advantage.

Keywords: *Green Competitive Advantage, Environmental Organizational Culture, Environmental Leadership, Environmental Capability, Green Innovation, Green Supply Chain Management, Green Organizational Culture.*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan menguji dan menganalisis pengaruh *environmental organizational culture, environmental leadership, environmental capability, green innovation, green supply chain management*, dan *green organizational culture* terhadap *green competitive advantage*. Penelitian ini menganalisis pengaruh antar variabel melalui uji hipotesis (penelitian kausalitas). Data yang dipakai yaitu data sekunder dari laporan keberlanjutan dan/atau laporan tahunan perusahaan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2021. Terdapat 369 sampel penelitian yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan (metode *purposive sampling*). Analisis data memakai SPSS versi 22.0. Hasilnya adalah *environmental leadership, environmental capability*, dan *green supply chain management* memengaruhi *green competitive advantage* secara positif signifikan, sedangkan *environmental organizational culture, green innovation*, dan *green organizational culture* tidak memberikan pengaruh pada *green competitive advantage*.

Kata Kunci: *Keunggulan Kompetitif Hijau, Budaya Organisasi Lingkungan, Kepemimpinan Lingkungan, Kapabilitas Lingkungan, Inovasi Hijau, Manajemen Rantai Pasokan Hijau, Budaya Organisasi Hijau.*

PENDAHULUAN

Isu lingkungan menjadi menjadi topik yang seringkali dibicarakan oleh banyak kalangan dan telah menjadi perhatian masyarakat. Kerusakan lingkungan dan ancaman kesehatan yang sudah lama dirasakan seperti polusi, pemanasan global, masalah sampah yang menggunung, perubahan iklim, pencemaran air, hujan asam, berkurangnya keanekaragaman hayati, eksploitasi sumber daya alam, banjir, kerusakan hutan, dan rusaknya ekosistem laut. Hal ini tentunya akan mengganggu keberlangsungan hidup masyarakat dan keturunannya. Pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup karena ancaman kesehatan, kerusakan lingkungan, bahkan bencana lingkungan yang semakin nyata, membuat peningkatan kesadaran masyarakat terhadap gerakan mendorong kelestarian lingkungan hijau semakin tinggi. Peningkatan kesadaran lingkungan ditunjukkan dengan mulainya masyarakat memperhatikan dampak dalam penggunaan dan pemanfaatan produk terhadap lingkungan. Kesadaran masyarakat akan perlindungan lingkungan memengaruhi kerelaannya untuk membayar lebih untuk produk/layanan ramah lingkungan (Junaedi, 2005).

Dorongan kesadaran sosial dan lingkungan yang telah diberikan dari berbagai pihak seperti peraturan lingkungan akan mengubah konteks persaingan industri di dunia. Perubahan konteks persaingan tidak hanya berupa tindakan pencegahan pencemaran lingkungan, tetapi juga peningkatan model bisnis dan pemikiran manajemen untuk merangsang bisnis hijau, yang mana pengelolaan sosial dan lingkungan menjadi bagian penting dari manajemen bisnis. Sehingga perusahaan harus membuat keputusan tidak hanya berdasar faktor keuangan, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan ketika melakukan kegiatan. Perusahaan yang berhasil menjadi pelopor dalam manajemen lingkungan atau inovasi bisnis hijau akan memperoleh “keunggulan penggerak pertama”, yang dapat memperoleh manfaat lebih besar dari produk hijaunya, dan akan meningkatkan citra hijau perusahaan sehingga perusahaan memperoleh *green competitive advantage* (Chen, 2011).

Perusahaan membutuhkan legitimasi atau persetujuan dari pemangku kepentingannya untuk dapat mempertahankan keberlanjutan dari perusahaan (Gunawan, 2017). Teori legitimasi memotivasi manajemen dan perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan. Pada dasarnya teori legitimasi adalah ketika sistem nilai perusahaan seimbang dengan sistem nilai/sosial masyarakat di mana perusahaan berada. Jika ada perbedaan nyata dan potensial antara kedua sistem nilai, legitimasi perusahaan akan terancam (Tahu, 2019).

Apabila antara sistem nilai dan prinsip perusahaan dengan sistem nilai dan prinsip sosial masyarakat seimbang, dilihat dari dukungan terhadap operasi bisnis baik dari peraturan maupun masyarakat setempat, maka legitimasi perusahaan akan diperoleh. Artinya, operasi bisnis perusahaan tidak akan terhambat, karena mendapatkan kepercayaan publik. Perusahaan yang telah legitimasi, maka ada jaminan bahwa perusahaan tidak akan terhambat (Widiyati & Murwaningsari, 2021).

Green competitive advantage sebagai skenario di mana posisi yang dipegang oleh perusahaan dalam mengelola lingkungan dan inovasi hijaunya tak bisa ditiru atau disalin oleh pesaing, dan akibatnya memberikan manfaat berkelanjutan bagi perusahaan. Perusahaan memiliki *competitive advantage* yang berkelanjutan di mana budayanya berharga, unik dan tidak dapat ditiru secara sempurna. Jika sebuah organisasi memiliki budaya hijau yang terintegrasi penuh ke dalam sistemnya, maka perusahaan dapat mencapai kinerja hijau yang lebih unggul (P. Muisyo et al., 2022). Perusahaan disebut berkelanjutan ketika perusahaan berusaha membuat dampak negatif seminimal mungkin terhadap lingkungan dan sosial, dan memastikan bahwa generasi penerus dapat memenuhi kebutuhannya dan hidup lebih lama dengan sumber daya yang tercukupi (Widiyati & Murwaningsari, 2021).

Environmental organizational culture adalah praktik sehari-hari/ simbol perusahaan dalam menerapkan manajemen lingkungan dan perlindungan lingkungan yang dianggap sebagai elemen budaya organisasi yang mencerminkan betapa pentingnya masalah lingkungan

bagi organisasi (Piwowar-Sulej, 2020). *Environmental organizational culture* yang tertanam dalam organisasi merupakan salah simbol dari identitas organisasi hijau, yang mana berkaitan dengan isu-isu lingkungan dalam organisasi dapat diinterpretasikan. Identitas organisasi hijau bersumber dari *environmental organizational culture* dan *environmental leadership*. Perusahaan harus meningkatkan *environmental organizational culture* dan *environmental leadership* untuk meningkatkan identitas organisasi hijau mereka dan selanjutnya meningkatkan *green competitive advantage* (Chen, 2011). *Organizational culture* semakin penting dan telah terbukti menjadi salah satu elemen kinerja perusahaan yang kritis dan keunggulan kompetitif strategis melalui peningkatan kemampuan adaptasi agar sesuai dengan ketentuan lingkungan, prosedur panduan, memberikan solusi untuk masalah yang ada dan memfasilitasi pencapaian tujuan. Karena secara sosial sifat kompleks itu sendiri, budaya organisasi adalah sulit untuk ditiru, sehingga meningkatkan daya saing atau *competitive advantage* (Tepe Küçüköğlü & Pınar, 2015). Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Chen (2011) dan Anning-Dorson (2020), bahwa *environmental organizational culture* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *green competitive advantage*.

Environmental Leadership adalah ketika pribadi pemimpin sadar akan pentingnya pengelolaan lingkungan, yang mana akan mengarahkan dan mengelola organisasi untuk peduli pada pengelolaan lingkungan (Sudiby, 2019). *Environmental Leadership* tidak hanya memiliki pengaruh pada nilai internal organisasi, tetapi akan meningkatkan kinerja hijau organisasi. Tujuan utama perusahaan yang menerapkan praktik ramah lingkungan adalah untuk meningkatkan kinerja ekonomi dan lingkungan yang adil. (Mittal & Dhar, 2016). *Environmental Leadership* dapat memberi perusahaan keunggulan kompetitif dalam dua cara, yaitu pertama dapat memenuhi permintaan pasar akan produk atau layanan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan di depan para pesaing. Kedua, menghemat energi dan material, mengurangi limbah dan menghemat biaya pembangkit listrik. Selain itu, *environmental Leadership* dapat memuaskan lingkungan pemangku kepentingannya (Robinson and Clegg, 1998). Hal ini sejalan dengan penelitian Chen (2011), bahwa *environmental leadership* memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* dan penelitian Wibisono & Tarigan (2016) yang menyatakan bahwa *strategic leadership* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *competitive advantage*.

Environmental Capability adalah kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya dan pengetahuan untuk memperbarui dan meningkatkan kapabilitas organisasi sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan (Chen & Chang, 2013). Konsep *dynamic capability* adalah kemampuan perusahaan yang terus menerus mencari dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan eksternal yang berubah dengan cepat melalui mengintegrasikan, membangun, menggabungkan, dan merekonstruksi sumber daya dan kapasitas internal dan eksternal (Teece, D; Pisano, 1994). *Green dynamic capability* adalah kemampuan tingkat tinggi perusahaan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan hijau di lingkungan pasar yang selalu berubah. Dalam proses inovasi hijau, perusahaan berbasis sumber daya menggabungkan nilai dengan kemampuan yang unik, terintegrasi, dan dinamis. Kombinasi kemampuan ini disebut sebagai *green dynamic capability*. Kemampuan ini merupakan kekuatan intrinsik perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitifnya (Chen et al., 2015). Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Y. H. Lin & Chen (2016), yang menunjukkan hasil bahwa *green dynamic capability* memengaruhi *green competitive advantage*. Hal ini sejalan dengan Penelitian Bresciani et al., (2022), menunjukkan hasil bahwa *green dynamic capability* dan investasi dalam pengelolaan lingkungan berhubungan positif terhadap kinerja hijau untuk menciptakan *competitive advantage* yang berkelanjutan.

Green innovation sebagai produk, proses, sistem, layanan, inovasi manajerial, perubahan organisasi, pemasaran baru yang secara signifikan mengurangi penggunaan sumber daya alam dan mengurangi secara nyata akan dampak lingkungan. Perusahaan yang mendukung

green innovation dapat mencapai kinerja hijau yang membantu mereka meningkatkan citra perusahaan dan bahkan untuk menciptakan pasar baru. Karena popularitas lingkungan di kalangan konsumen dan peraturan perlindungan lingkungan yang ketat, dapat meningkatkan kinerja hijau perusahaan, sehingga menciptakan *competitive advantage* (C. H. Wang, 2019). Strategi *green innovation* adalah metode penting bagi perusahaan yang ingin bertahan dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Sebagai strategi *green innovation*, dapat meningkatkan kesadaran hijau perusahaan dan merangsang kemampuan mereka untuk mengembangkan ide-ide hijau yang berguna dan baru untuk *green product* dan *green process*. Kegiatan ini pada gilirannya dapat meningkatkan potensi kreativitas hijau organisasi (Song & Yu, 2017).

Green process innovation dapat mengurangi biaya bagi perusahaan, karena polusi adalah bukti dari penggunaan sumber daya yang tidak efisien. Perusahaan dapat menerapkan *green process innovation* dengan mendaur ulang limbah, menghemat bahan, menghemat energi, dan mengurangi sumber daya. Inovasi dalam *green process* tidak hanya dapat mencegah polusi, tetapi juga mengurangi biaya sumber daya dan biaya keseluruhan. Perusahaan dapat terus berinovasi dalam *green process* untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas manufaktur sehingga mewujudkan manfaat biaya rendah. Perusahaan dapat menerapkan *green process innovation* untuk memuaskan para pemangku kepentingan mereka. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan *competitive advantage* melalui *green process innovation* (Chang, 2011). Inovasi dalam *green product* merupakan cara yang hemat biaya, baik bagi konsumen maupun bagi produsen untuk mencapai tujuan bisnis dan tujuan lingkungan mereka, dengan pengenalan produk baru atau produk yang telah ditingkatkan secara signifikan untuk mengatasi permasalahan lingkungan (misalnya dalam penggunaan bahan baku yang tak beracun, desain ramah lingkungan, penghematan pemakaian energi, pencegahan polusi, daur ulang limbah, meminimalisasi limbah). Perusahaan juga dapat menerapkan inovasi produk ramah lingkungan pada desain dan kemasan produknya untuk meningkatkan keunggulan pada diferensiasi produk (R. J. Lin et al., 2014). Hal ini sejalan dengan penelitian Chen et al., (2006) dan P. K. Muisyo & Qin (2021), yang menunjukkan hasil bahwa *green product innovation* memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* serta *green process innovation* memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*.

Green supply chain management memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas ekosistem, mengurangi limbah, efisiensi lingkungan, dan proses daur ulang material. Dalam praktiknya, manajemen rantai pasokan hijau bertujuan untuk mencapai keuntungan yang signifikan dari segi efisiensi lingkungan dalam bentuk langkah-langkah yang berkaitan dengan teknologi, pemasangan peralatan baru, pelatihan bagi pemasok, dan penempatan karyawan (Drohomeretski et al., 2014). *Green supply chain management* merupakan hubungan perusahaan dari pemasok hingga distribusi kepada konsumen, dimana perusahaan berupaya untuk terlibat dalam pelestarian lingkungan dalam rantai pasokan. Penerapan *green supply chain management* dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal profitabilitas dan inovasi hijau melalui pengembangan produk hijau (Abu Seman et al., 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Roh et al., (2022), bahwa *green supply chain management* memberikan pengaruh positif terhadap *green innovation*, dan *green innovation* memberikan pengaruh positif terhadap *environmental performance*. Kemudian penelitian Agyabeng-Mensah et al., (2020) menunjukkan hasil bahwa *supply chain environmental cooperation* memberikan pengaruh positif terhadap *firm performance*.

Green organizational culture merupakan sistem kepercayaan, nilai, ide, prinsip, dan sikap yang membentuk perilaku dan komitmen organisasi terkait dengan perlindungan lingkungan (Afum et al., 2020). *Green Organizational Culture* memiliki karakteristik yang berbeda dari budaya pesaingnya dan sulit ditiru oleh pesaing dan sebagai aset yang tidak berwujud, dan memandu anggota organisasi untuk menerima isu-isu lingkungan sebagai nilai

dasar organisasi. Sehingga akan membantu karyawan untuk memahami strategi lingkungan perusahaan. Melalui kegiatan dan kebijakan, perusahaan dapat menghasilkan nilai pelestarian lingkungan, dimana *competitive advantage* selanjutnya akan dicapai. Selain itu, orientasi *green organizational culture* dapat membantu perusahaan membangun citra publik yang lebih khas, yang membuat anggota organisasi menerima inovasi hijau sebagai nilai fundamental organisasi dan merasa lebih banyak terlibat dalam masalah lingkungan merasa lebih terlibat dalam masalah lingkungan (C. H. Wang, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Widiyati & Murwaningsari (2021) dan C. H. Wang (2019), bahwa *organizational green culture* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *green competitive advantage*.

Berdasar atas gagasan dan penelitian terdahulu di atas, peneliti ingin memperoleh bukti empiris dan menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *green competitive advantage* dengan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: *Environmental organizational culture* (EOC) memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* (GCA)

H₂: *Environmental leadership* (EL) memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* (GCA)

H₃: *Environmental capability* (EC) memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* (GCA)

H₄: *Green innovation* (GI) memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* (GCA)

H₅: *Green supply chain management* (GSCM) memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* (GCA)

H₆: *Green organizational culture* (GOC) memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage* (GCA)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan program SPSS versi 22.00 untuk pengujian hipotesis, populasinya yakni perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk kurun waktu 2020-2021 yaitu 713 perusahaan. Kemudian sampel dipilih berdasarkan syarat tertentu (*purposive sampling*) yaitu perusahaan terlisting di BEI selain sektor *financial* yang mengeluarkan laporan keberlanjutan berturut-turut maupun tidak berturut-turut sehingga didapatkan 369 observasi memenuhi kriteria penelitian. Data yang dipakai yakni data sekunder dikumpulkan dari laporan keberlanjutan dan/atau laporan tahunan perusahaan yang didapatkan dari website BEI, yaitu www.idx.co.id, maupun website milik perusahaan. Variabel dalam penelitian ini yakni *Environmental Organizational Culture*, *Environmental Leadership*, *Environmental Capability*, *Green Innovation*, *Green Supply Chain Management*, dan *Green Organizational Culture* sebagai variabel independen, *Green Competitive Advantage* sebagai variabel dependen. Pengukuran variabel mengacu pada penelitian Saputra & Murwaningsari (2021), yang menggunakan pendekatan analisis konten dalam menganalisis informasi pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan.

$$\text{Variabel Index} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

n: Jumlah indikator komponen yang diungkapkan dalam *sustainability report* perusahaan

k: Jumlah indikator komponen yang seharusnya diungkapkan perusahaan per variabel

Alat analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, terdapat analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian model (*goodness of fit*), uji hipotesa individu. Model persamaan regresi yang dipakai dalam riset ini yakni

Uji Statistik

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maksimum	Nilai Rata-rata	Standar Deviasi
GCA	0,125	1,000	0,75000	0,208921
EOC	0,167	1,000	0,87940	0,181372
EL	0,000	1,000	0,84214	0,213296
EC	0,000	1,000	0,75271	0,292558
GI	0,000	1,000	0,70235	0,271784
GSCM	0,000	1,000	0,76125	0,227079
GOC	0,000	1,000	0,76423	0,237546

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Keterangan: GCA=Green Competitive Advantage; EOC=Environmental Organizational Culture; EL=Environmental Leadership; EC=Environmental Capability; GI=Green Innovation; GSCM=Green Supply Chain Management; GOC=Green Organizational Culture

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Error

Model	Sig	Keputusan	Keterangan
GCA	0,124	Ho diterima	Data Normal

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Hasil pengujian menunjukkan nilai asymp sig sebesar 0,124 lebih tinggi dari 0,05 (alpha 5%) maka Ho diterima sehingga kesimpulannya pada tingkatan kepercayaan 95,0% data terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keputusan
EOC	1,267	Ho diterima
EL	1,118	Ho diterima
EC	1,279	Ho diterima
GI	1,171	Ho diterima
GSCM	1,131	Ho diterima
GOC	1,058	Ho diterima

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Hasil pengujian dari tabel 3, nilai VIF semuanya kurang dari 10 maka Ho diterima sehingga kesimpulannya tidak ada multikolinearitas pada data yang artinya variabel independennya tidak berkorelasi.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keputusan	Keterangan
EOC	0,052	Ho gagal ditolak	Tidak ada heterokedastisitas
EL	0,093	Ho gagal ditolak	Tidak ada heterokedastisitas
EC	0,326	Ho gagal ditolak	Tidak ada heterokedastisitas
GI	0,208	Ho gagal ditolak	Tidak ada heterokedastisitas
GSCM	0,454	Ho gagal ditolak	Tidak ada heterokedastisitas
GOC	0,669	Ho gagal ditolak	Tidak ada heterokedastisitas

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Hasil pengujian dapat disimpulkan dengan tingkatan kepercayaan 95,0% (alpha 5%) homokedastisitas terpenuhi karena semua nilai berada di atas 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Dwstat	Keputusan	Keterangan
GCA	1.986	Ho gagal ditolak	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Hasil pengujian disimpulkan bahwa, tidak terdapat data yang berkorelasi di penelitian ini karena nilai Dwstat yakni 1.986.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adj R ²
Green Competitive Advantage	0,117

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Hasil pengujian didapatkan hasil Adj R² yakni 0,117 yang berarti kemampuan variabel independen untuk memengaruhi variabel dependen sebanyak 11,7% sisanya dipengaruhi variabel lain.

Tabel 7. Hasil Uji Global

Model	Fstat	Sig Fstat
GCA	9,150	0,000

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

Hasil pengujian nilai sig Fstat adalah lebih rendah dari 0,05 sehingga kesimpulannya setidaknya ada satu variabel independen yang memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Individu

Variabel	Teori	Beta	Std. Error	T Stat	Sig (2 Tail)	Sig (1 Tail)	Keputusan
(Constant)		0,384	0,074	5,182	0,000		
Environmental Organizational Culture (EOC)	+	-0,068	0,064	-1,071	0,285	0.142	H1 ditolak
Environmental Leadership (EL)	+	0,241	0,051	4,751	0,000	0.000*	H2 diterima
Environmental Capability (EC)	+	0,137	0,040	3,461	0,001	0.000*	H3 diterima
Green Innovation (GI)	+	0,023	0,041	0,561	0,575	0.287	H4 ditolak
Green Supply Chain Management (GSCM)	+	0,100	0,048	2,097	0,037	0.018*	H5 diterima
Green Organizational Culture (GOC)	+	0,035	0,044	0,794	0,428	0.214	H6 ditolak

Sumber : Data diolah SPSS 22.0

Keterangan:

Tingkat Signifikansi : 0,05

Berdasarkan Tabel 8, maka diperoleh penjabaran sebagai berikut:

- H₁ :** *Environmental Organizational Culture* memberikan pengaruh positif terhadap *Green Competitive Advantage*
Hasil pengujian hipotesa 1 dapat dikemukakan bahwa pengaruh *environmental organizational culture* terhadap *green competitive advantage* menunjukkan hasil yang tidak signifikan negatif dan tidak sesuai prediksi, ditunjukkan oleh sig 0,142 dengan t statistik -1,071.
- H₂ :** *Environmental Leadership* memberikan pengaruh positif terhadap *Green Competitive Advantage*
Hasil pengujian hipotesa 2 dapat dikemukakan bahwa pengaruh *environmental leadership* terhadap *green competitive advantage* menunjukkan hasil positif signifikan dan sesuai prediksi, ditunjukkan oleh sig 0,000 dengan t statistik 4,751.
- H₃ :** *Environmental Capability* memberikan pengaruh positif terhadap *Green Competitive Advantage*
Hasil pengujian hipotesa 3 dapat dikemukakan bahwa pengaruh *environmental capability* terhadap *green competitive advantage* menunjukkan hasil positif signifikan dan sesuai prediksi, ditunjukkan oleh sig 0,000 dengan t statistik 3,461.
- H₄ :** *Green Innovation* memberikan pengaruh positif terhadap *Green Competitive Advantage*
Hasil pengujian hipotesa 4 dapat dikemukakan bahwa pengaruh *green innovation* terhadap *green competitive advantage* menunjukkan hasil yang tidak signifikan dan tidak sesuai prediksi, ditunjukkan oleh sig 0,287 dengan t statistik 0,561.
- H₅ :** *Green Supply Chain Management* memberikan pengaruh positif terhadap *Green Competitive Advantage*
Hasil pengujian hipotesa 5 dapat dikemukakan bahwa pengaruh *green supply chain management* terhadap *green competitive advantage* menunjukkan hasil positif signifikan dan sesuai prediksi, ditunjukkan oleh sig 0,018 dengan t statistik 2,097.
- H₆ :** *Green Organizational Culture* memberikan pengaruh positif terhadap *Green Competitive Advantage*
Hasil pengujian hipotesa 6 dapat dikemukakan bahwa pengaruh *green organizational culture* terhadap *green competitive advantage* menunjukkan hasil yang tidak signifikan dan tidak sesuai prediksi, ditunjukkan oleh sig 0,214 dengan t statistik 0,794.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Environmental Organizational Culture terhadap Green Competitive Advantage

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *environmental organizational culture* tidak memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Hastuti & Muafi (2022) dan Anning-Dorson (2020). *Environmental organizational culture* belum dapat memberikan pengaruh terhadap *green competitive advantage* karena *environmental organizational culture* dalam perusahaan tentang manajemen lingkungan dan perlindungan lingkungan belum sepenuhnya diterapkan oleh perusahaan dan masih dianggap bukan merupakan prioritas dalam bisnis perusahaan, yang mana menyebabkan perilaku dan pengetahuan lingkungan para anggota organisasi belum tertanam dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat organisasi yang belum melaksanakan penerapan visi misi lingkungan sehingga tidak memperoleh *green competitive advantage* (Firmansyah, 2017).

Pengaruh Environmental Leadership terhadap Green Competitive Advantage

Hasil uji hipotesis ke dua menunjukkan bahwa *environmental leadership* memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Temuan ini sesuai dengan penelitian Chen (2011) dan Wibisono & Tarigan (2016). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *environmental leadership* tidak hanya memiliki pengaruh pada nilai internal organisasi, tetapi akan meningkatkan kinerja hijau organisasi. Tujuan utama perusahaan yang menerapkan praktik ramah lingkungan adalah untuk meningkatkan kinerja ekonomi dan lingkungan yang adil (Mittal & Dhar, 2016). Pemimpin sangat dibutuhkan untuk mencapai hasil pembangunan lingkungan yang baik karena pemimpin merupakan salah satu identitas organisasi yang dapat merangsang visi misi lingkungan yang memandu perilaku anggotanya (Dutton; Dukerich, 1991).

Pengaruh Environmental Capability terhadap Green Competitive Advantage

Hasil uji hipotesis ke tiga menunjukkan bahwa *environmental capability* memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Temuan ini sesuai dengan penelitian Y. H. Lin & Chen (2016) dan Bresciani et al., (2022). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *environmental capability* merupakan kemampuan tingkat tinggi perusahaan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan hijau di lingkungan pasar yang selalu berubah. Dalam proses inovasi hijau, perusahaan berbasis sumber daya menggabungkan nilai dengan kemampuan yang unik, terintegrasi, dan dinamis, yang mana kombinasi kemampuan ini merupakan kekuatan intrinsik perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitifnya (Chen et al., 2015).

Pengaruh Green Innovation terhadap Green Competitive Advantage

Hasil pengujian hipotesis ke empat menunjukkan bahwa *green innovation* tidak memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Chen et al., (2006), P. K. Muisyo et al., (2022), dan Bertan & Alkaya (2020). Namun demikian, penelitian ini didukung oleh Sherlin (2016) dan Rahmadi et al., (2020), bahwa *innovation* tidak berpengaruh terhadap *competitive advantage*. *Innovation* belum dapat memberikan pengaruh terhadap *competitive advantage* karena perusahaan berfikir bahwa melakukan peningkatan *innovation* hanya akan menambah pengeluaran biaya dan tidak akan berdampak pada *competitive advantage* apalagi di masa pandemi covid-19 dimana minat pembeli sedang menurun (Rahmadi et al., 2020).

Pengaruh Green Supply Chain Management terhadap Green Competitive Advantage

Hasil pengujian hipotesis ke lima menunjukkan bahwa *green supply chain management* memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Temuan ini sesuai dengan penelitian Roh et al., (2022) dan Agyabeng-Mensah et al., (2020). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengimplementasian *green supply chain management* membuat kinerja perusahaan lebih baik dalam hal profitabilitas dan inovasi hijau melalui pengembangan produk hijau (Abu Seman et al., 2019). *Green supply chain management* membuat kinerja perusahaan lebih baik dalam hal kinerja ekonomi, lingkungan, operasional, dan kinerja sosial, karena dapat mengoptimalkan sumber daya sebagai solusi dari penanganan dampak lingkungan dan rantai pasokan (Novitasari & Agustia, 2021).

Pengaruh Green Organizational Culture terhadap Green Competitive Advantage

Hasil pengujian hipotesis ke enam menunjukkan bahwa *green organizational culture* tidak memberikan pengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Widiyati & Murwaningsari (2021), C. H. Wang (2019), dan W. Wang et al., (2022). *Green organizational culture* belum dapat memberikan pengaruh terhadap *green competitive advantage* karena walaupun perusahaan telah mempunyai komitmen terhadap

pengelolaan lingkungan, tetapi perusahaan belum melakukan penerapan secara maksimal terhadap manajemen lingkungan dan perlindungan lingkungan, sehingga perusahaan belum memiliki karakteristik atau ciri khas lingkungan hijau yang sulit ditiru oleh para pesaingnya. Padahal budaya organisasi merupakan akar dari identitas suatu organisasi karena merupakan cerminan dari proses dinamis budaya organisasi (Firmansyah, 2017).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *environmental organizational culture* tidak memberikan pengaruh pada *green competitive advantage* karena perlindungan terhadap lingkungan masih dianggap bukan merupakan prioritas dalam bisnis perusahaan dan pengetahuan lingkungan para anggota perusahaan belum tertanam dengan baik. *Environmental leadership* mempengaruhi *green competitive advantage* secara positif signifikan. Hal ini karena pemimpin adalah pemandu perilaku anggotanya dalam menerapkan praktik ramah lingkungan yang akan meningkatkan kinerja hijau organisasi dan menciptakan *green competitive advantage*. *Environmental capability* mempengaruhi *green competitive advantage* secara positif signifikan karena kemampuan ini merupakan kekuatan intrinsik perusahaan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan membangun *green competitive advantage*. *Green innovation* tidak memberikan pengaruh pada *green competitive advantage* karena peningkatan *green innovation* hanya akan menambah pengeluaran perusahaan. *Green supply chain management* memengaruhi *green competitive advantage* secara positif signifikan karena *green supply chain management* membuat kinerja perusahaan lebih baik dalam hal kinerja ekonomi, lingkungan, operasional, dan sosial. *Green organizational culture* tidak memberikan pengaruh pada *green competitive advantage* karena perusahaan belum maksimal menerapkan visi misi lingkungan sehingga perusahaan belum memiliki ciri khas lingkungan hijau yang sulit ditiru oleh pesaingnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Seman, N. A., Govindan, K., Mardani, A., Zakuan, N., Mat Saman, M. Z., Hooker, R. E., & Ozkul, S. (2019). The mediating effect of green innovation on the relationship between green supply chain management and environmental performance. *Journal of Cleaner Production*, 229, 115–127. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.211>
- Afum, E., Agyabeng-Mensah, Y., & ... (2020). Translating Environmental Management Practices into Improved Environmental Performance via Green Organizational Culture: Insight from Ghanaian *Journal of Supply Chain ...*, 9(1), 31–49. <https://www.academia.edu/download/63854220/591920200707-124409-1cp7xb2.pdf>
- Agyabeng-Mensah, Y., Ahenkorah, E., Afum, E., Nana Agyemang, A., Agnikpe, C., & Rogers, F. (2020). Examining the influence of internal green supply chain practices, green human resource management and supply chain environmental cooperation on firm performance. *Supply Chain Management*, 25(5), 585–599. <https://doi.org/10.1108/SCM-11-2019-0405>
- Anning-Dorson, T. (2020). Organizational culture and leadership as antecedents to organizational flexibility: implications for SME competitiveness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1309–1325. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2020-0288>
- Bertan, S., & Alkaya, S. (2020). *Impact of innovation Strategy on firm financial performance*. 11(1), 379–390.
- Bresciani, S., Rehman, S. U., Alam, G. M., Ashfaq, K., & Usman, M. (2022). Environmental MCS package, perceived environmental uncertainty and green performance: in green dynamic capabilities and investment in environmental management perspectives. *Review of International Business and Strategy*. <https://doi.org/10.1108/ribs-01-2022-0005>

- Chang, C. H. (2011). The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 361–370. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>
- Chen, Y. S. (2011). Green organizational identity: Sources and consequence. *Management Decision*, 49(3), 384–404. <https://doi.org/10.1108/00251741111120761>
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership, and Green Creativity. *Journal of Business Ethics*, 116(1), 107–119. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x>
- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9025-5>
- Chen, Y. S., Lin, Y. H., Lin, C. Y., & Chang, C. W. (2015). Enhancing green absorptive capacity, green dynamic capacities and green service innovation to improve firm performance: An analysis of Structural Equation Modeling (SEM). *Sustainability (Switzerland)*, 7(11), 15674–15692. <https://doi.org/10.3390/su71115674>
- Dechant, K., & Altman, B. (1994). Environmental leadership: From compliance to competitive advantage. *Academy of Management Perspectives*, 8(3), 7–20. <https://doi.org/10.5465/ame.1994.9503101163>
- Drohomeretski, E., Da Costa, S. G., & De Lima, E. P. (2014). Green supply chain management: Drivers, barriers and practices within the Brazilian automotive industry. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 25(8), 1105–1134. <https://doi.org/10.1108/JMTM-06-2014-0084>
- Dutton; Dukerich. (1991). Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaption. *Academy of Management Journal*, 34(3), 517–534.
- Firmansyah, A. (2017). 215-Article Text-978-1-10-20180226. 1, 183–219.
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 21(3), 425. <https://doi.org/10.24912/ja.v21i3.246>
- Hastuti, D. T., & Muafi, M. (2022). The influence of organizational environmental culture on employee performance mediated by green human resource management (GHRM) and job satisfaction. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy (2687-2293)*, 4(1), 24–36. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i1.302>
- Junaedi, M. F. S. (2005). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 189–201. <https://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/1210>
- Lin, R. J., Chen, R. H., & Huang, F. H. (2014). Green innovation in the automobile industry. *Industrial Management and Data Systems*, 114(6), 886–903. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2013-0482>
- Lin, Y. H., & Chen, Y. S. (2016). Determinants of green competitive advantage: the roles of green knowledge sharing, green dynamic capabilities, and green service innovation. *Quality and Quantity*, 51(4), 1663–1685. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0358-6>
- Mittal, S., & Dhar, R. L. (2016). Effect of green transformational leadership on green creativity: A study of tourist hotels. *Tourism Management*, 57, 118–127. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.007>
- Muisyo, P. K., & Qin, S. (2021). Enhancing the FIRM'S green performance through green HRM: The moderating role of green innovation culture. *Journal of Cleaner Production*, 289, 125720. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125720>
- Muisyo, P. K., Qin, S., Ho, T. H., & Julius, M. M. (2022). The effect of green HRM practices on green competitive advantage of manufacturing firms. *Journal of Manufacturing*

- Technology Management*, 33(1), 22–40. <https://doi.org/10.1108/JMTM-10-2020-0388>
- Muisyo, P., Su, Q., Ho, T. H., Julius, M. M., & Usmani, M. S. (2022). Implications of green HRM on the firm's green competitive advantage: the mediating role of enablers of green culture. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 33(2), 308–333. <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2021-0033>
- Novitasari, M., & Agustia, D. (2021). Green supply chain management and firm performance: the mediating effect of green innovation. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(2), 391–403. <https://doi.org/10.3926/jiem.3384>
- Piowar-Sulej, K. (2020). Pro-environmental organizational culture: Its essence and a concept for its operationalization. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/su12104197>
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Robinson and Clegg. (1998). Environmental leadership and competitive advantage through environmental management system standards. *Eco Management & Auditing*, 5(1), 6–14.
- Roh, T., Noh, J., Oh, Y., & Park, K. S. (2022). Structural relationships of a firm's green strategies for environmental performance: The roles of green supply chain management and green marketing innovation. *Journal of Cleaner Production*, 356(April), 131877. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131877>
- Saputra, I., & Murwaningsari, E. (2021). Do Environmental Performance and Disclosure Contribute to the Economic Performance? The Moderating Role of Corporate Action. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4(1), 29–47. <https://doi.org/10.24815/jaroe.v4i1.18672>
- Sherlin, I. (2016). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KINERJA PEMASARAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Industri Kecil dan Menengah Batik Kerinci). *Jurnal Benefita*, 1(3), 105. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i3.724>
- Song, W., & Yu, H. (2017). Green Innovation Strategy and Green Innovation: The Roles of Green Creativity and Green Organizational Identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135–150. <https://doi.org/10.1002/csr.1445>
- Sudibyoy, Y. A. (2019). The Adoption of Environmental Consciousness and Environmental Leadership as driver of Competitive Advantage. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 12(9), 25–34.
- Tahu, G. P. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(1), 14–26. <http://journal.unla.ac.id/index.php/jasa/article/view/532>
- Teece, D; Pisano, G. (1994). The dynamic capabilities of firms: an introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537–556.
- Tepe Küçükoğlu, M., & Pınar, R. İ. (2015). Go Green at Work: Environmental Organizational Culture. *Modern Environmental Science and Engineering*, 1(2), 79–88. [https://doi.org/10.15341/mese\(2333-2581\)/02.01.2015/004](https://doi.org/10.15341/mese(2333-2581)/02.01.2015/004)
- Wang, C. H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage: The mediating role of green innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2018-0314>
- Wang, W., Zhang, D., Wang, H., Zhu, Q., & Morabbi Heravi, H. (2022). How do businesses achieve sustainable success and gain a competitive advantage in the green era? *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-07-2021-0614>
- Wibisono, E., & Tarigan, J. (2016). Pengaruh strategic leadership terhadap competitive advantage melalui intellectual capital sebagai variabel intervening pada perusahaan non-

manufaktur terbuka di kota Surabaya. *Business Accounting Review*, 4(1), 13–24.

Widiyati, D., & Murwaningsari, E. (2021). Achieving Green Competitive Advantage Through Organizational Green Culture, Business Analytics and Collaborative Competence: The Mediating Effect of Eco-Innovation. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 2(4), 98–113. <https://www.ijosmas.org>