

PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP *BUSINESS SUSTAINABILITY* UMKM KULINER DENGAN *GREEN INNOVATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

HASNA IMARATUZ ZAHRAN



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Business Sustainability* UMKM Kuliner dengan *Green Innovation* sebagai Variabel Mediasi” merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi. Karya ini adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Hasna Imaratuz Zahran
H2401221126



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

HASNA IMARATUZ ZAHRAN. Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Business Sustainability* UMKM Kuliner dengan *Green Innovation* sebagai Variabel Mediasi. Dibimbing oleh MIMIN AMINAH.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, namun juga menghasilkan permasalahan sampah. Masyarakat kian lebih peduli terhadap isu keberlanjutan dalam kegiatan pembelian. Sehingga penting bagi UMKM kuliner untuk mengadaptasi *green marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* terhadap *business sustainability* yang dimediasi oleh *green innovation* pada UMKM kuliner di Indonesia. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 150 responden UMKM kuliner di Indonesia yang memenuhi kriteria. Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business sustainability*, baik secara langsung maupun melalui *green innovation*. Sehingga UMKM kuliner perlu melakukan penguatan strategi *green marketing* yang berfokus pada membangun citra positif dan ramah lingkungan di masyarakat, dengan mengintegrasikan *green innovation* sebagai langkah pendukung, sehingga menghasilkan peluang besar untuk mencapai keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Kata kunci: inovasi hijau, keberlanjutan usaha, kuliner, pemasaran hijau, UMKM.

ABSTRACT

HASNA IMARATUZ ZAHRAN. The Effect of Green Marketing on the Business Sustainability of Culinary MSMEs, with Green Innovation as a Mediating Variable. Supervised by MIMIN AMINAH.

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia's culinary sector are experiencing rapid growth, but this growth has also led to waste management issues. Consumers are becoming increasingly concerned about sustainability in their purchasing decisions. Therefore, it is important for food and beverage MSMEs to adopt green marketing strategies. This study aims to analyze the effect of green marketing on business sustainability, mediated by green innovation, among culinary MSMEs in Indonesia. Data were collected through an online questionnaire distributed to 150 eligible culinary MSME respondents in Indonesia. Data analysis was conducted using SEM-PLS). The research findings indicate that green marketing has a positive and significant impact on business sustainability, both directly and through green innovation. Therefore, culinary MSMEs need to strengthen their green marketing strategies by focusing on building a positive and environmentally friendly image in the community, while integrating green innovation as a supporting measure, thereby creating significant opportunities to achieve long-term business sustainability.

Keywords: business sustainability, culinary, green innovation, green marketing, MSMEs.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP *BUSINESS SUSTAINABILITY* UMKM KULINER DENGAN *GREEN INNOVATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

HASNA IMARATUZ ZAHRAN

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1 Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.

2 Nur Hadi Wijaya, S.T.P., M.M.



Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Business Sustainability*
UMKM Kuliner dengan *Green Innovation* sebagai Variabel
Mediasi

Nama : Hasna Imaratuz Zahran

NIM : H2401221126

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui Oleh

Pembimbing :

Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M.

Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen :

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian :
17 Juli 2026

Tanggal Lulus :



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, taufik, hidayah, berkah, ridha, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Business Sustainability* UMKM Kuliner dengan *Green Innovation* sebagai Variabel Mediasi” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan adanya bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M., selaku Ketua Departemen Manajemen serta seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, atas ilmu, wawasan, pengalaman, serta dukungan yang telah diberikan selama masa studi.
3. Seluruh pelaku UMKM kuliner, yang telah bersedia meluangkan waktu, kesempatan, dan informasi yang dibutuhkan, serta doa, dukungan, dan motivasi hingga skripsi ini selesai.
4. Kedua orang tua penulis, Bapak Helmi Wahyudin dan Ibu Roihatul Jannah, yang telah memberikan doa, motivasi, dan dukungan secara moril dan materil selama penulis menempuh pendidikan dari kecil hingga menyelesaikan sarjana.
5. Teman-teman dan sahabat penulis, Ashfa, Aldila, Alisa, Syifa, Ofi, Fasya, Donci, dan Bunga, yang selalu menemani, mendukung, mendoakan, dan memotivasi dalam perjalanan studi dan penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Teman-teman satu kelompok bimbingan, Naura, Rafa, Intan, Sekar, Anida, Anggi, Yohan, Bang Mahen, yang sudah menjadi teman seperjuangan, memberikan dukungan, doa, semangat, motivasi, serta bantuan hingga skripsi ini selesai.
7. Diriku sendiri, yang telah berusaha, berjuang, berani, dan melakukan yang terbaik selama ini, terima kasih karena tidak menyerah, mau dan mampu menghadapi seluruh perjalanan ini walau tidak mudah
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungannya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bisnis hijau serta menjadi referensi yang berguna bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Bogor, Juli 2026

Hasna Imaratuz Zahran



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	iv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	7
2.2 UMKM Kuliner	8
2.3 <i>Green Marketing</i>	8
2.4 <i>Green Innovation</i>	9
2.5 <i>Business Sustainability</i>	10
2.6 Penelitian Terdahulu	11
2.7 Hipotesis Penelitian	17
METODE	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Skala Pengukuran Variabel	21
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	21
3.7 Definisi Variabel Operasional	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Karakteristik Responden	27
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	30
4.3 Analisis SEM-PLS	32
4.4 Implikasi Manajerial	43
SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	65

DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	12
2	Skala <i>Likert</i>	21
3	Uji validitas	22
4	Uji reliabilitas	23
5	Rentang skala interval	23
6	Kriteria evaluasi model pengukuran	24
7	Definisi variabel operasional	25
8	Karakteristik responden	27
9	Karakteristik usaha	27
10	Analisis deskriptif variabel <i>green marketing</i>	30
11	Analisis deskriptif variabel <i>green innovation</i>	31
12	Analisis deskriptif variabel <i>business sustainability</i>	32
13	Nilai <i>loading factor</i>	34
14	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	36
15	Nilai <i>cross loading</i>	36
16	Nilai rasio <i>heterotrait-monotrait</i> (HTMT)	37
17	Nilai <i>construct reliability</i>	38
18	Nilai <i>R-square</i>	39
19	<i>Path coefficient</i> hasil <i>bootstrapping</i>	40
20	Strategi yang telah diterapkan UMKM kuliner	43
21	Implikasi manajerial dengan model POLC	44

DAFTAR GAMBAR

1	Komposisi sampah berdasarkan sumber sampah	1
2	Pertumbuhan PDB lapangan usaha	2
3	Perbandingan harga kemasan di <i>e-commerce</i>	3
4	Hipotesis penelitian	17
5	Kerangka Penelitian	19
6	Implementasi <i>green marketing</i> dan <i>green innovation</i>	30
7	<i>Outer model</i> sebelum <i>dropping</i>	33
8	<i>Outer model</i> setelah <i>dropping</i>	34
9	Hasil <i>bootstrapping</i>	40

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	55
2	Hasil uji validitas instrumen penelitian	62
3	Nilai <i>outer loading</i> evaluasi <i>outer model</i>	63
4	Nilai <i>outer loading</i>	64