

PENGARUH VARIABEL HIJAU TERHADAP BISNIS YANG BERKELANJUTAN: STUDI SEKTOR KULINER DESTINASI WISATA JOGLOSEMAR SAAT PANDEMI COVID-19

Helin G Yudawisastra^{1*}, Yeni Andriyani²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung

*Email Korespondensi :Yudawisastra.helin@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis variabel hijau (produk hijau, disain hijau, produksi hijau, kredit hijau) terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau pada kota destinasi wisata Joglosemar saat kondisi pandemi covid-19. Penelitian menggunakan survey deskriptif verifikatif. analisis data menggunakan analisis faktor dan *partial least square* dengan sampel 144 pelaku usaha sektor kuliner. Pada model 1 menunjukkan bahwa produksi hijau dan disain hijau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau. Variabel hijau lain berpengaruh secara signifikan terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau. Model 2 menunjukkan bahwa produksi hijau dan kredit hijau berpengaruh secara signifikan terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau. Kewirausahaan hijau merupakan variabel mediasi antara variabel hijau dan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci : Variabel hijau; Bisnis yang berkelanjutan; Pandemi covid-19

ABSTRACT

The purpose of the study was to analyze green variables (green products, green design, green production, green credit) for sustainable business through green entrepreneurship in the tourist destination city of Joglosemar during the COVID-19 pandemic. The study used a descriptive verification survey. Data analysis used factor analysis and partial least squares with a sample of 144 business actors in the culinary sector. Model 1 shows that green production and green design have no significant effect on sustainable business through green entrepreneurship. Another green variable has a significant effect on sustainable business through green entrepreneurship. Model 2 shows that green production and green credit significantly affect sustainable business through green entrepreneurship. Green entrepreneurship is a mediating variable between green variables and sustainable business.

Keywords : Green variables; Sustainability business; Covid-19 pandemic

PENDAHULUAN

Sistem ekonomi pariwisata di Indonesia ditopang oleh keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian baik secara nasional maupun regional semakin meningkat seiring dengan produksi, distribusi dan konsumsi terhadap produk UMKM. Salah satu UMKM yang turut menopang perekonomian negara adalah sektor kuliner dimana sektor ini merupakan salah satu sub sektor unggulan.. Sektor kuliner mempunyai peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa Indonesia (Menteri Pariwisata RI, 2016). Pada awal tahun 2020 industri pariwisata terpuak akibat penyebaran virus corona. Farzanegan et al., (2020) mengemukakan wabah covid-19 berdampak parah bagi pariwisata internasional. Tentu saja hal ini berdampak pada sektor lain seperti sektor kuliner yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari dunia pariwisata.

Hasil penelitian dari Wen et al., (2020) menunjukkan pandemi covid-19 menghambat pertumbuhan pariwisata. Hoque et al., (2020) melaporkan pandemi covid-19 telah menyebabkan kejatuhan besar di industri pariwisata domestik maupun perspektif internasional. Higgins-Desbiolles (2020) mengemukakan pandemi covid-19 dikenal luas sebagai tantangan atau bahkan mengubah dunia pariwisata. Lebih lanjut ditegaskan perlunya mereformasi pariwisata menjadi lebih etis, bertanggung jawab dan berkelanjutan. Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah mencoba melepaskan dari kondisi ketidakpastian akibat pandemi covid-19 ini. Penetapan *physical distancing* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) telah dilakukan semenjak awal penyebaran virus corona terjadi. Konsekuensi dari penetapan ini berdampak pada perjalanan internasional, pariwisata, dan industri perhotelan. Krisis pandemi covid-19 harus dilihat sebagai peluang untuk secara kritis mempertimbangkan kembali pertumbuhan pariwisata dan lebih banyak menyiratkan manfaat yang lebih besar. Hal ini dapat berawal dari refleksi kritis dan aspek positif dari pandemi covid-19 terhadap dunia pariwisata (Gossling et al., 2020).

Secara umum, sektor kuliner mengalami penurunan, begitu juga dengan pertumbuhan sektor kuliner di daerah tujuan wisata kuliner pada tahun 2020 masih belum mengalami pertumbuhan positif. Sebanyak 60% usaha kuliner di Indonesia telah terkena pukulan pandemi covid-19 yang membuat roda perekonomian bisnis sektor ini terhenti sementara. Yogyakarta, Solo dan Semarang (Joglosemar) dikenal sebagai daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan domestik maupun internasional. Aktivitas bisnis olahan makanan termasuk sektor kuliner pada tahun 2020 mengalami stagnasi karena kondisi pandemik yang terjadi. Jumlah pengusaha kuliner mengalami perkembangan tetapi belum mampu memiliki jaminan keberlanjutan bisnis yang memadai. Ditambah pula perkembangan usaha kuliner ketiga daerah tersebut belum didukung oleh sistem tata kelola berkelanjutan. Moskwa et al., (2015) bahwa aktivitas keberlanjutan mendorong keberlanjutan industri pariwisata di tingkat pragmatis. Penciptaan komunitas lokal yang berkembang dan terlibat untuk meningkatkan ekonomi, lingkungan dan budaya lokal dengan cara yang dapat dinikmati oleh penduduk lokal maupun turis asing. Lapointe (2020) mencontohkan adanya orientasi pariwisata pada keberlanjutan. Ditegaskan salah satu transformasi yang diinduksi oleh penghentian yang hampir sempurna pariwisata akibat pandemi covid-19 adalah perubahan orientasi sektor pariwisata ke masyarakat. Nepal (2020) menambahkan pandemi covid-19 memberi industri pariwisata kesempatan untuk mengatur ulang, mengalihkan perhatiannya, mereposisi sebagai mitra utama yang berkontribusi pada

berkelanjutan. Purvis et al., (2019) mengemukakan usaha kuliner diselenggarakan berdasarkan pilar keberlanjutan bisnis yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan.

Aktivitas bisnis di sub sektor kuliner di Joglosemar (Jogja, Solo, Semarang), yang menjual dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya belum banyak dilengkapi dengan perlengkapan untuk proses pembuatan dan penyimpanan yang menjamin higienitas. Proses tersebut dalam jangka panjang sulit mendukung terwujudnya bisnis yang berkelanjutan. Lemahnya masalah produk, nilai, sumber daya, teknologi yang digunakan untuk mengelola usaha kuliner serta diduga berkaitan dengan lemahnya kemampuan usaha kuliner untuk: (1) menjamin produk yang memiliki ramah lingkungan; (2) efisien sektor kuliner dianggap sebagai konsumen tinggi dalam penggunaan sumber daya dan timbunan sampah yang dihasilkan.; (3) produk dapat didaur ulang dan menimbulkan polusi.

Pada masa pandemi sampai akhir tahun 2020, telah terjadi penurunan permintaan konsumen pada sektor kuliner sebesar 87% (BPS, Indonesia). Hal ini dikarenakan himbauan *physical distancing* dan pengetatan jam operasional pelaku usaha usaha kuliner akibat efek dari PSBB. Selama masa pandemi covid-19 telah terjadi pergeseran kebiasaan pada ruang lingkup kuliner yang menyebabkan perubahan kebiasaan seluruh pihak baik pelaku usaha maupun konsumen. Pergeseran kebiasaan konsumen dari *dine in ke take away* atau *drive thru* menyebabkan perubahan perilaku dalam produksi bisnis. Kecenderungan lain terdapat perubahan gaya hidup konsumen yang memasak dirumah saja dengan lebih memprioritaskan kebersihan produk. Disain produk yang dihasilkan belum didukung oleh sistem amdal yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola produk belum sesuai aturan lingkungan. Selain masalah pada produk dan disainnya, faktor yang klasik adalah masalah keuangan. Pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam sisi akses keuangan. Hal ini disebabkan antara lain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menghasilkan laporan keuangan, yang menjadi alat utama lembaga keuangan menilai kelayakan kredit.

A. Variabel ramah lingkungan

1. Produk hijau

Produk hijau merupakan produk yang dirancang meminimalkan dampak lingkungan dalam siklus hidupnya. Saxena & Khandelwal (2010) berpendapat bahwa perusahaan yang menjual produk ramah lingkungan dapat bertahan lebih lama di pasar dibandingkan produk non hijau. Produk hijau memiliki target pasar yang berbeda, persyaratan produksi baru atau saluran distribusi baru.

2. Disain hijau

Mengacu pada Fraj et al., (2011) mengemukakan disain hijau sebagai konstruksi pemasaran hijau yang berorientasi strategis dalam jangka panjang dan merupakan proses internal organisasi. Glantsching (1994) disain hijau merujuk pada praktik untuk menghasilkan produk yang memiliki dampak pada lingkungan sekecil mungkin. Hydes & Creech (2000) mengemukakan disain hijau merupakan kebutuhan lingkungan dan sosial. Perancangan disain hijau berkaitan dengan upaya global mempertahankan konsumsi, terutama jika negara berkembang dengan mengadopsi kebiasaan yang berorientasi pada keberlanjutan.

3. Produksi hijau

Melnyk & Smith (1996) menjelaskan produksi hijau adalah sistem yang mengintegrasikan disain produk dan proses dengan masalah perencanaan. Tsai et al., (2015) mengemukakan aplikasi berkelanjutan strategi lingkungan terpadu pada proses,

produk dan layanan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko pada manusia dan lingkungan hidup.

4. Kredit hijau

Zhang (2018) menegaskan kredit hijau berasal dari keuangan hijau dengan konsep mirip dengan keuangan hijau karena potensi sektor keuangan untuk menjawab tantangan lingkungan dan sosial melalui instrumen. Aizawa & Yang (2010) mendefinisikan kredit hijau sebagai potensi sektor keuangan untuk menghadapi tantangan lingkungan dan sosial melalui instrumen keuangan. He & Liu (2018) mengemukakan bahwa kredit hijau mengacu pada implementasi bank komersial dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan sebagai syarat yang diperlukan untuk pemberian pinjaman. Kredit hijau adalah sistem yang berfungsi membatasi pola perilaku perusahaan yang tidak memperhatikan keberlanjutan.

B. Variabel bisnis yang berkelanjutan

Keberlanjutan menjadi tujuan bisnis, nirlaba, dan pemerintah namun mengukur sejauh mana suatu organisasi dapat berkelanjutan masih sulit dilakukan (Slaper & Hall, 2011). Tantangan keberlanjutan yang dihadapi perusahaan perlu melakukan audit terhadap persyaratan dan ekspektasi yang muncul didorong oleh *triple bottom line* dalam keberlanjutan. Konsep *Triple Bottom Line* yang dikembangkan oleh John Elkington (1998) telah mengubah cara bisnis, nirlaba, dan pemerintah untuk mengukur keberlanjutan dan kinerja proyek atau kebijakan. Grubicka (2015) mendefinisikan praktik bisnis yang berkelanjutan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Nwabueze (2019) menegaskan bahwa bisnis yang berkelanjutan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam riset ini menggunakan survey deskriptif dan verifikatif. Tujuan penelitian survey deskriptif untuk memperoleh gambaran tentang sektor kuliner pada kota destinasi wisata Joglosemar (Yogyakarta, Solo, Semarang) pada masa pandemi covid-19. Penelitian survey verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis serta menganalisis hubungan dan berapa besar pengaruh antar variabel. Analisis model *multivariate data analysis* meliputi analisis faktor dan *Partial Least Square (PLS)*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 144, dihitung berdasarkan rumus Slovin (Sugiyono, 2005).

Tabel 1. Indikator variabel ramah lingkungan dan bisnis yang berkelanjutan

Variabel	Indikator
Produk hijau (GP)	Kegunaan bagi lingkungan (GP1) ; Efisiensi energi (GP2); Produk daur ulang (GP3); Polusi lingkungan (GP4)
Disain hijau (GD)	Disain sesuai aturan lingkungan (GD1); Bahan baku berbahaya rendah (GD2); Keamanan produk (GD3); Produk hemat konsumsi energi (GD4); Disain daur ulang produk (GD5)
Produksi hijau (GPro)	Komitmen produksi (GPro1); Teknologi ramah lingkungan (GPro2); Kesehatan (GPro3); Reduksi kerusakan lingkungan (GPro4); Perdagangan ramah lingkungan (GPro5)
Kredit hijau (GC)	Pembiayaan ramah lingkungan (GC1); Operasi biaya rendah (GC2); Profit dan lingkungan (GC3)
Kewirausahaan hijau (GE)	Penerapan prinsip kewirausahaan (GE1); Prioritas produksi (GE2); Prioritas layanan (GE3); Peluang profitable (GE4); Pemicu pertumbuhan

Variabel	Indikator
Bisnis yang berkelanjutan (SB)	ekonomi (GE5) Produk (SB1); Nilai pemangku kepentingan (SB2); Ketersediaan sumber daya (SB3); Pemakaian energi terbarukan (SB4); Tanggung jawab sosial (SB5); Solusi masalah lingkungan (SB6)

Sumber : Dyllick & Hockerts, (2002), Wang et al (2011), Lotfi et al (2018), diolah peneliti (2021)

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu jawaban kuesioner dari responden yaitu pelaku usaha kuliner di Joglosemar. Data sekunder berasal dari media elektronik dan data pendukung lainnya. Agar peneliti dapat memperoleh data yang valid serta dapat dipertanggung jawabkan, maka data tersebut diperoleh melalui : pengumpulan data primer melalui kuesioner dan pengumpulan data sekunder melalui studi kepustakaan. Skala Likert digunakan sebagai skala pengukuran dimana skala 1-5 digunakan untuk mewakili jawaban responden yaitu:

Tabel 2. Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2015)

Berikut hipotesis dalam penelitian ini :

- H1 : Produk hijau diduga mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau
- H2 : Disain hijau diduga mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau
- H3 : Produksi hijau diduga mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau
- H4 : Kredit hijau diduga mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau

Teknik analisis data

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif dan dengan menggunakan teknik sebagai berikut: analisa deskriptif statistik, uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek demografis responden

1. Usia responden

Karakteristik responden berdasarkan usia pelaku usaha kuliner di Joglosemar yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Responden berdasarkan usia

Usia responden	Frekuensi	Presentase (%)
< 20 thn	5	8,62
21-40 tahun	72	50,00
41-60 tahun	58	40,28
> 60 tahun	9	6,25
Total	144	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Komponen terbanyak dari responden adalah yang berusia 21-41 tahun sebanyak 50%, responden dengan usia 41-60 tahun sebanyak 40,28%, usia kurang dari 20 tahun sebanyak 8,62% dan 6,25% memiliki usia lebih dari 60 tahun.

2. Gender responden

Karakteristik responden berdasarkan gender pelaku usaha kuliner di Joglosemar yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Responden berdasarkan gender

Gender	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	108	75,00
Perempuan	36	25,00
Total	144	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Komponen terbanyak dari pelaku usaha kuliner adalah responden laki-laki sebanyak 108 pelaku usaha atau 75%. Terdapat 38 responden perempuan yang menjadi pelaku usaha kuliner atau 25% lainnya.

3. Pendidikan terakhir responden

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir responden pelaku usaha kuliner di Joglosemar yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Responden berdasarkan Pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir	Frekuensi	Presentase (%)
SMP sederajat	2	1,87
SMA sederajat	33	22,92
S1/D4/D3	107	74,31
S2/S3	2	1,39
Total	144	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Komponen terbanyak dari pelaku usaha kuliner hampir 75% adalah responden dengan Pendidikan terakhir setara S1/D4/D3, kemudian responden dengan Pendidikan terakhir SMA sebanyak 33% sedangkan untuk pendidikan terakhir SMP sederajat dan pendidikan S2/S3 sebanyak 2%.

4. Umur usaha

Karakteristik umur usaha kuliner di Joglosemar yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Umur usaha kuliner

Umur usaha kuliner	Frekuensi	Presentase (%)
< 3 tahun	49	34,03
3 - 6 tahun	91	63,19
> 6 tahun	4	2,78
Total	144	100

Sumber : Data primer diolah, 2021

Komponen terbanyak usaha kuliner di Joglosemar memiliki umur usaha 3-6 tahun sebanyak 63,19%, yang memiliki umur usaha kurang dari 3 tahun sebanyak 34,03% sedangkan 2,78% adalah usaha kuliner yang memiliki umur usaha lebih dari 6 tahun.

A. Analisis

Tabel olah data deskriptif statistik, tabel uji validitas dan reliabilitas serta uji signifikan parsial (Uji t) dan uji signifikan parsial (Uji F) yang merupakan analisis validitas dan reliabilitas variabel (Siregar, 2015) dapat dilihat pada lampiran penelitian ini. Berdasarkan hasil analisa data diperoleh hasil sebagai berikut:

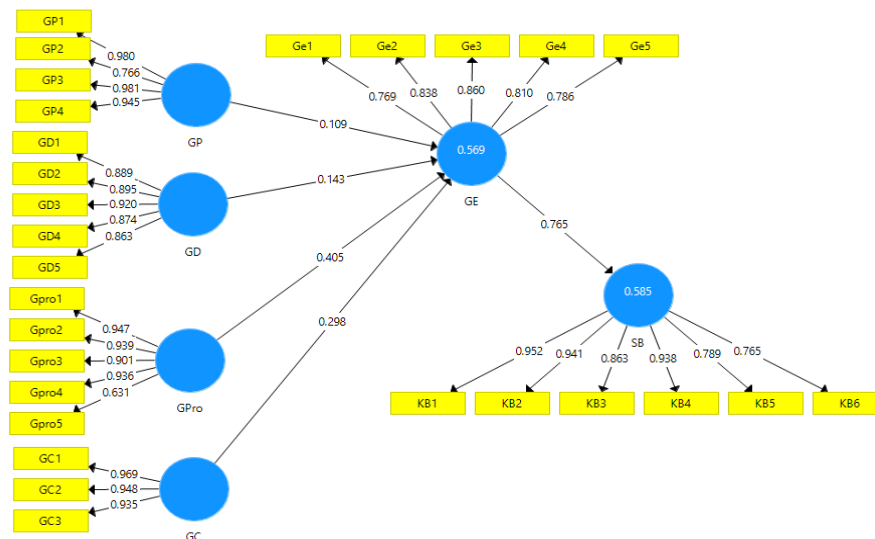
1. Tanggapan responden mengenai produk hijau
Mayoritas responden kurang sepatat pada pernyataan kegunaan dan efisien si energi saat kondisi pandemik covid-19. Hal ini adanya penurunan jumlah pelanggan dikarenakan tidak adanya *purchasing intention* pelanggan akibat regulasi pembatasan berskala sosial dari pemerintah.
2. Tanggapan responden mengenai disain hijau
Mayoritas responden bersikap netral terhadap pernyataan disain sudah sesuai dengan aturan lingkungan (UU RI no 7 tahun 1996 pasal 16 dan 17 mengenai kemasan pangan, UU No 7/1999 mengenai pangan, Peraturan Menteri Kesehatan RI No.329/Menkes/XII/76 mengenai produksi dan peredaran pangan, PP Nomor 28 tahun 2004 mengenai keamanan mutu dan gizi pangan). Pernyataan bahan baku kadar bahaya rendah, keamanan produk dan disain bahan baku seperti Menciptakan resep dengan bahan baku yang sama dan penggunaan limbah kemasan bahan baku menjadi barang non kuliner.
3. Tanggapan responden mengenai produksi hijau
Mayoritas responden sepatat dengan pernyataan untuk komitmen terhadap produksi, Kesehatan konsumen dan mengadopsi teknologi yang ramah lingkungan. Begitu juga dengan prinsip untuk mengurangi kerusakan yang akan berdampak pada lingkungan. Responden bersikap netral terhadap perdagangan ramah lingkungan karena beberapa alasan salah satunya sulitnya menggunakan bahan baku lokal. Namun mengusung kearifan lokal dan menghindari proses produksi menggunakan elemen flora dan atau fauna langka sudah dilakukan.
4. Tanggapan responden mengenai kredit hijau
Mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan pembiayaan ramah lingkungan mendapat bantuan dari pihak ketiga begitu juga dengan pernyataan Mendapatkan bantuan karena menerapkan biaya operasional rendah dan efisien. Saat masa pandemic covid-19 pelaku usaha sulit untuk menyeimbangkan antara profit dan lingkungan sehingga mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan ini. Pelaku usaha mencoba untuk mengoptimalisasi pembelian peralatan pendukung

usaha yang ramah lingkungan dan melakukan penghematan penggunaan bahan baku dan material.

5. Tanggapan responden mengenai kewirausahaan hijau
Mayoritas pelaku usaha kuliner sebagai responden mayoritas bersikap netral dengan pernyataan menerapkan prinsip kewirausahaan ramah lingkungan dalam bisnis, melakukan prioritas produksi dan layanan. Sebagian responden tidak sepakat dengan pernyataan peluang profit dengan Menjual produk dari hasil limbah yang telah diolah dan Menjual produk yang bertema ramah lingkungan. Responden setuju dengan pernyataan pemicu pertumbuhan ekonomi.
6. Tanggapan responden mengenai bisnis yang berkelanjutan
Mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan peningkatan produk melalui proses ramah lingkungan, memaksimalkan penggunaan bahan baku, menciptakan nilai dari sampah, mengganti dengan energi dan proses terbaharukan dan keterlibatan secara social dengan Ikut serta dalam komunitas peduli lingkungan, misal WWF, greenpeace maupun berpartisipasi dalam acara hari lingkungan hidup. Sebagian responden setuju dengan pernyataan menciptakan dan memberikan nilai bagi pemangku kepentingan dengan cara Memperhatikan kesejahteraan pegawai, Memperhatikan Kesehatan konsumen dan Menjaga kepercayaan investor (bila ada). Begitu juga dengan pernyataan selalu mengembangkan solusi masalah lingkungan dalam skala lebih luas, mayoritas responden memberi tanggapan setuju.

Validitas dan reliabilitas

Seluruh indikator memiliki bobot faktor (*loading factor*) lebih dari 0,70 yang berarti seluruh indikator yang digunakan valid dan reliabel.



Gambar 1. Model 1

: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2021

Uji Hipotesis

- Model 1
Model struktural menunjukkan hubungan antar variabel laten dalam penelitian. Variabel hijau yang berpengaruh signifikan terhadap bisnis yang berkelanjutan adalah produksi hijau dan kredit hijau. Sedangkan produk hijau dan desain hijau secara

signifikan tidak mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan. Kewirausahaan hijau dapat dijelaskan oleh variabilitas produk hijau, disain hijau, produksi hijau dan kredit hijau sebesar 58,1% dan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada riset ini.

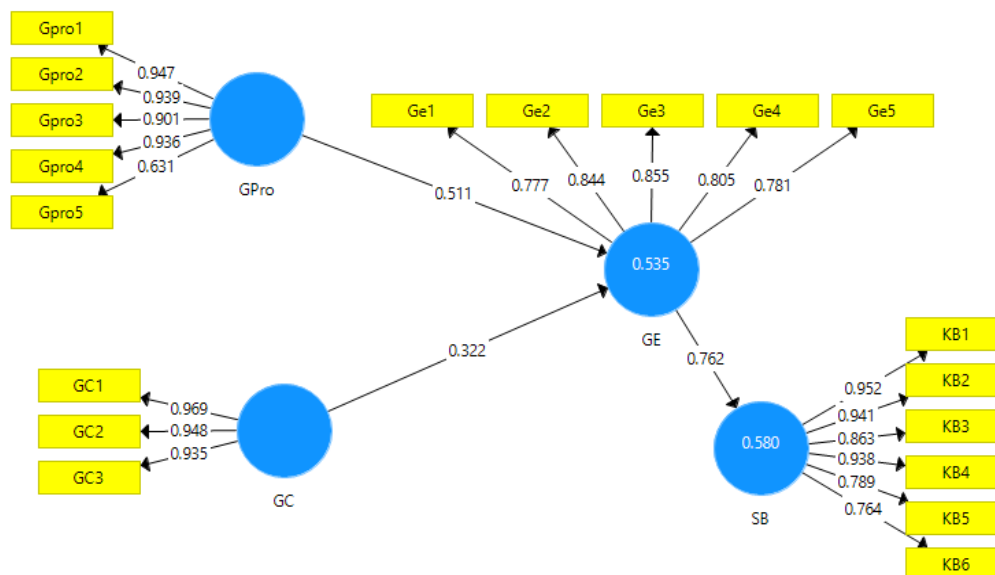
Tabel 7. Uji hipotesis parsial model 1

	T Statistics	P Values	Simpulan
GP -> GE	1,337	0,182	tidak didukung
GD -> GE	1,438	0,151	tidak didukung
GPro -> GE	3,519	0,000	didukung
GC -> GE	2,471	0,014	didukung
GE -> SB	18,303	0,000	didukung

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS, 2021

Hasil uji simultan pada model modifikasi sebesar 68,828 yang artinya nilai F statistik > F tabel . Dengan demikian pada model modifikasi terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel hijau terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau.

- Model 2



Gambar 2. Model 2

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS, 2021

Berdasarkan olah data yang dilakukan, karena produk hijau dan desain hijau secara signifikan tidak mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan maka dilakukan *bootstrapping* kembali dimana variabel kontruk yang diolah adalah produksi hijau dan kredit hijau. Hasil menunjukkan bahwa produksi hijau dan kredit hijau secara signifikan mempengaruhi bisnis yang berkelanjutan. Kewirausahaan hijau dapat dijelaskan oleh variabilitas produksi hijau dan kredit hijau sebesar 57,6% dan sisanya sebesar 42,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada riset ini.

Tabel 8. Uji hipotesis parsial model 2

	T Statistics	P Values	Simpulan
GC -> GE	2,429	0,015	didukung
GPro -> GE	3,823	0,000	didukung
GE -> SB	17,373	0,000	didukung

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk hijau tidak berpengaruh secara signifikan pada bisnis yang berkelanjutan baik secara langsung maupun melalui variabel kewirausahaan hijau. Pada periode waktu penelitian yang dilakukan pada masa pandemi covid-19, terjadi perubahan pola hidup konsumen sehingga mempengaruhi pada penurunan konsumsi pada sektor kuliner. Saat pandemi covid-19 terjadi, pemerintah melakukan pengetatan *physical distancing* dan PSBB (Pembatasan Sosial berskala besar) per wilayah. Salah satu aturan yang harus patuhi oleh seluruh pelaku usaha termasuk pada pelaku usaha bidang kuliner adalah pembatasan jam operasional dan kapasitas pengunjung. Dengan diberlakukannya aturan ini pada daerah objek penelitian maka minat pelanggan untuk melakukan kegiatan di tempat kuliner menurun. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Wang et al., (2019) yang menyebutkan bahwa bahwa orientasi pada produk hijau menjamin bisnis yang berkelanjutan karena adanya *repurchases intention konsumen*. Penelitian tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian Lotfi et al., (2018) menyebutkan bahwa pola kenaikan pembelian konsumen terhadap produk hijau merupakan peluang yang menjanjikan bagi penciptaan kewirausahaan hijau. Pendapat tersebut tidak sejalan dengan penelitian ini pada karena rentang waktu penelitian ini dilakukan saat pandemic covid-19 terjadi.

Secara spesifik, studi yang dilakukan saat pandemi covid-19 ini menemukan bahwa disain yang ramah lingkungan tidak berpengaruh terhadap bisnis yang berkelanjutan. Disain hijau dikalangan para pelaku usaha kuliner masih terbatas konsep. Implementasi disain hijau dalam aktivitas usaha masih terbatas dengan tingkat standar deviasi yang tinggi. Disain hijau terbatas pada kelompok usaha kuliner yang memiliki kesadaran tinggi mengenai fungsi disain hijau untuk menjamin keberlanjutan bisnis, Implementasi disain hijau belum dirumuskan sebagai sebuah proses yang berkelanjutan.

Hasil studi empiris ini sesuai dengan temuan studi dari Bocken et al., (2015) menyebutkan proses produksi ramah lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau. Sejalan dengan penelitian dari Baines et al., (2012), yang menyebutkan bahwa produksi hijau membuat komitmen yang berdampak pada proses bisnis dalam jangka Panjang. Produksi hijau merupakan suatu sistem yang mengintegrasikan masalah disain, proses dan masalah perencanaan (Melnyk & Smith, 1996). Perencanaan di lakukan untuk menyusun strategi jangka panjang yang akan mendukung pada proses keberlanjutan. Hasil peneliti ini sejalan dengan penelitian dari Tsai et al., (2015) yang menjelaskan bahwa produksi hijau sebagai aplikasi berkelanjutan dari strategi manajemen lingkungan usaha yang ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa produksi hijau tidak hanya bertanggung jawab pada masalah sosial perusahaan namun menggambarkan kesadaran etis bagi bisnis yang berkelanjutan. Gibbs & o'neill (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa produksi

hijau dan bisnis yang berkelanjutan memiliki potensi untuk berkembang secara lebih baik. Hal ini menghasilkan peluang luas bagi kewirausahaan hijau yang bertujuan menyeimbangkan lingkungan, social dan ekonomi. Kegiatan produksi usaha yang sesuai dengan aturan lingkungan hijau akan berjalan berkelanjutan jika dilakukan melalui semangat dan konsep kewirausahaan yang juga berpihak pada lingkungan meskipun dalam kondisi pandemi covid-19.

Alokasi kredit yang mensyaratkan perilaku pelaku usaha yang berpihak pada lingkungan hijau mendorong keberlanjutan usaha yang ramah lingkungan melalui sikap wirausaha yang juga melindungi lingkungan hijau. Kredit semacam ini dapat efektif memicu perilaku yang mendukung lingkungan karena bersifat relative memaksa dan lebih dari sekedar menghimbau. Hal ini sesuai dengan hasil studi Wang et al., (2011) dan Cao et al., (2019). Upaya untuk menjamin berkembangnya inovasi memerlukan dukungan sistem perbankan yang ramah lingkungan antara lain ditunjukkan dengan tingkat suku bunga yang rendah. Pengaruh kredit hijau pada bisnis yang berkelanjutan melalui kewirausahaan hijau memiliki dampak yang paling rendah. He et al., (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh kredit hijau pada bisnis yang berkelanjutan. Dimana mekanisme kredit hijau merupakan cara untuk mencapai bisnis yang berkelanjutan. Para pelaku usaha yang mengusung kewirausahaan hijau memiliki nilai lebih yang dapat menarik bagi lembaga keuangan untuk memberi preferensi dan dukungan kredit. Bantuan kredit mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperluas skala usaha untuk menjamin keberlanjutan. Para pelaku usaha kuliner mengalami kesulitan untuk menjamin keseimbangan anatar profitabilitas dan pemecahan masalah lingkungan tanpa adanya dukungan terhadap struktur pinjaman modal yang ramah lingkungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang berasal dari Li & Li (2017) yang mengemukakan bahwa pemberian insentif dan subsidi untuk mendorong keberlanjutan dalam usaha yang berorientasi pada lingkungan hijau.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Pada saat pandemi covid-19 ini, kewirausahaan hijau memiliki peran sebagai mediator hubungan antara produksi hijau, kredit hijau dan keberlanjutan bisnis. Perlunya mengintegrasikan variabel hijau lain dalam satu sistem kemitraan guna mendorong kewirausahaan hijau pada usaha kuliner agar tercipta bisnis yang berkelanjutan. Meskipun pada masa pandemik tingkat kunjungan terhadap pelaku kuliner di Joglosemar menurun, namun keberlanjutan bisnis masih terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aizawa, M., & Yang, C. (2010). Green credit, green stimulus, green revolution? China's mobilization of banks for environmental cleanup. *The Journal of Environment & Development*, 19(2), 119-144.
- Bocken, N.M.P. P. Rana & S.W. Short (2015) Value mapping for sustainable business thinking, *Journal of Industrial and Production Engineering*, 32:1, 67-81
- Cao, S., Tian, D., Zhang, X., & Hou, Y. (2019). Sustainable Development of Food

- Processing Enterprises in China. *Sustainability*, 11(5), 1318.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business strategy and the environment*, 11(2), 130-141.
- Elkington, J. (1998). Accounting for the triple bottom line. *Measuring Business Excellence*.
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2020). International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19): A cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 0047287520931593.
- Fraj, E., Martínez, E., & Matute, J. (2011). Green marketing strategy and the firm's performance: The moderating role of environmental culture. *Journal of Strategic Marketing*, 19(4), 339-355.
- Gibbs, D. (2009). Sustainability entrepreneurs, ecopreneurs and the development of a sustainable economy. *Greener Management International*, (55).
- Glantschnig, W. J. (1994). Green design: an introduction to issues and challenges. *IEEE Transactions on Components, Packaging, and Manufacturing Technology: Part A*, 17(4), 508-513.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Grubicka, J., & Matuska, E. (2015). Sustainable entrepreneurship in conditions of UN (Safety) and technological convergence. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 2(4), 188-197.
- Hall, J. K., Daneke, G. A., & Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 439-448.
- He, L. Y., & Liu, L. (2018). Stand by or follow? Responsibility diffusion effects and green credit. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(8), 1740-1760.
- He, L., Zhang, L., Zhong, Z., Wang, D., & Wang, F. (2019). Green credit, renewable energy investment and green economy development: Empirical analysis based on 150 listed
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 1-14.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- Hydes, K. R., & Creech, L. (2000). Reducing mechanical equipment cost: the economics of green design. *Building Research & Information*, 28(5-6), 403-407.
- Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*, 1-6.
- Li, X., & Li, Y. (2017). On green market segmentation under subsidy regulation. *Supply Chain Management: An International Journal*, 22(3), 284-294.
- Lotfi, M., Yousefi, A., & Jafari, S. (2018). The effect of emerging green market on

- green entrepreneurship and sustainable development in knowledge-based companies. *Sustainability*, 10(7), 2308.
- Melnyk, S. A., & Smith, R. T. (1996). *Green manufacturing*. Computer Automated Systems of the Society of Manufacturing Engineers.
- Moskwa, E., Higgins-Desbiolles, F., & Gifford, S. (2015). Sustainability through food and conversation: The role of an entrepreneurial restaurateur in fostering engagement with sustainable development issues. *Journal of sustainable Tourism*, 23(1), 126-145.
- Nepal, S. K. (2020). Travel and tourism after COVID-19—business as usual or opportunity to reset?. *Tourism Geographies*, 1-5.
- Nwabueze, S. (2019). *Strategies for Small Energy Consulting Business Survivability* (Doctoral dissertation, Walden University).
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681-695.
- Saxena, R., & Khandelwal, P. K. (2010). Sustainable development through green marketing: The industry perspective.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Bumi Aksara
- Slaper, T. F., & Hall, T. J. (2011). The triple bottom line: What is it and how does it work. *Indiana business review*, 86(1), 4-8.
- Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tsai, S. B., Xue, Y. Z., Huang, P. Y., Zhou, J., Li, G. D., Guo, W. F., ... & Shang, Z. W. (2015). Establishing a criteria system for green production. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, 229(8), 1395-1406.
- Wang, E., Liu, X., Wu, J., & Cai, D. (2019). Green Credit, Debt Maturity, and Corporate Investment—Evidence from China. *Sustainability*, 11(3), 583.
- Wang, Q., Lai, K. K., & Niu, D. (2011, April). Green credit scoring system and its risk assessment model with support vector machine. In *2011 Fourth International Joint Conference*
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*.
- Zhang, Q. Y. (2018). The impacts of green credit on the financial performance and risks of Chinese SMEs—Taking BOSSCO as an example. *Open Access Library Journal*, 5(10), e4892.