



PENGARUH GREEN ORGANIZATIONAL CULTURE TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGES KARYAWAN: PERAN MEDIASI GREEN INNOVATION BEHAVIOUR

Ahmad Fandy Kusuma¹

Muafi^{2*}

¹Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Email : 17311188@students.uui.ac.id

²Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

*Corresponden Author: Email: muafi@uui.ac.id

Diterima: 3 Maret 2024

Direview: 3 Mei 2024

Dipublikasikan: 15 Mei 2024

Abstract

Abstract This study examines and analyzes the effect Green Organizational Culture to Competitive Advantages employees: a mediating role Green Innovation Behaviour to employees at PT. Gunung Sejahtera Puti Pesona in Central Kalimantan. The research method used in this study is a quantitative research method by distributing questionnaires to respondents. The population studied in this study were employees of PT. Gunung Sejahtera Puti Pesona in Central Kalimantan, with a total of 190 people. The data analysis method used in this study is Structural Equation Model (SEM) by using Partial Least Square (PLS). The results of this study are that there is a positive and significant effect of Green Organizational Culture to Green Innovation, there is a positive and significant influence from Green Organizational Culture to Competitive Advantage, there is a significant positive effect of Green Innovation to Competitive Advantage, and there is a positive and significant influence from Green Organizational Culture against Competitive Advantage mediated by Green Innovation Behaviour.

Keywords: Green Organizational Culture, Green Innovation, Competitive Advantage

Abstrak

Penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh Green Organizational Culture terhadap Competitive Advantages karyawan: peran mediasi Green Innovation Behaviour pada karyawan di PT. Gunung Sejahtera Puti Pesona di Kalimantan Tengah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menyebar kuesioner kepada responden. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Gunung Sejahtera Puti Pesona di Kalimantan Tengah yang berjumlah 190 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Green Organizational Culture terhadap Green Innovation, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Green Organizational Culture terhadap Competitive Advantage, terdapat pengaruh yang positif signifikan dari Green Innovation terhadap Competitive Advantage, dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Green Organizational Culture terhadap Competitive Advantage di mediasi oleh Green Innovation Behaviour.

Kata Kunci: Green Organizational Culture, Green Innovation, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Kesadaran lingkungan yang meningkat di masyarakat sebagai reaksi terhadap degradasi lingkungan dan pemanasan global telah membuat industri perkebunan kelapa sawit harus lebih memperhatikan isu-isu lingkungan (Leonanda, 2019). Hal ini dikarenakan peraturan lingkungan yang sangat ketat dan meningkatnya minat konsumen terhadap masalah lingkungan (Prud'homme &

Raymond, 2013), perusahaan seperti ini harus sudah memulai melakukan upaya untuk mempertahankan kinerja keuangan mereka dan melakukan investasi yang berfokus pada lingkungan (Prud'homme & Raymond, 2013). Namun demikian, ada konflik antara kegiatan perlindungan lingkungan dan kinerja keuangan. Alasan yang mendasari konflik ini adalah kemungkinan bahwa investasi ke dalam praktik lingkungan akan memiliki efek negatif pada kinerja keuangan organisasi (Lin et al., 2014).

Secara umum, solusinya adalah meninggalkan *greenwashing*, yaitu untuk tujuan mengurangi kerugian finansial, perusahaan tidak fokus pada kegiatan perlindungan lingkungan sama sekali atau mencoba berpura-pura seolah-olah mereka akan peduli dengan lingkungan (Rahman, et al., 2015). *Green innovation* dapat menjadi solusi untuk konflik yang dimaksud tanpa meninggalkan praktik hijau dan kecurangan pada publik. Selain itu, *Green innovation* memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk melindungi lingkungan dan meningkatkan kinerja perusahaan mereka (Aguilera-Caracuel & Ortiz-de-Mandojana, 2013). Dengan demikian, perusahaan akan memiliki solusi *win-win* untuk konflik antara manajemen lingkungan dan kinerja keuangan melalui investasi dalam *green innovation*, yang meningkatkan nilai produk dan mengurangi biaya yang dihasilkan dari efek lingkungan.

Green innovation didefinisikan sebagai inovasi dalam produk dan proses produksi untuk mencapai tujuan lingkungan dan mengurangi jejak ekologis sepanjang siklus hidup suatu produk (Lin et al., 2014). Berkat green innovation, perusahaan dapat memiliki kesempatan untuk diferensiasi dan keuntungan berbiaya rendah (Nanath & Pillai, 2017). Artinya, green innovation memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk menjadi berbeda melalui peningkatan desain dan kualitas produk (Huang & Li, 2017). Dengan demikian, perusahaan dapat menjual produk mereka dengan harga lebih tinggi dan memiliki margin keuntungan yang lebih tinggi. Selain itu, green innovation meningkatkan produktivitas sumber daya melalui memastikan penghematan material (Duque-Grisales et al., 2020), mengurangi konsumsi energi, meningkatkan daur ulang limbah (Asadi et al., 2020) dan mengurangi penggunaan sumber daya (Tariq et al., 2017). Dengan cara ini, green innovation tidak hanya mengurangi efek negatif terhadap lingkungan tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif melalui penurunan biaya selama produksi.

Banyak perusahaan merevisi kebijakan, produk, dan proses produksi mereka untuk mengurangi polusi dan meminimalkan pemanfaatan sumber daya. Namun demikian, perubahan tersebut tidak cukup untuk memastikan lingkungan yang berkelanjutan. Maka, perlu menjalani proses perubahan dan transformasi budaya sehingga dapat bereaksi terhadap masalah lingkungan dengan cara yang memadai (Yusoff, et al., 2020). Dalam hal ini, *green organizational culture* (GC) dapat membantu strategi hijau untuk diterapkan dengan sukses. Oleh karena itu, GC memainkan peran penting bagi perusahaan untuk memastikan keberhasilan implementasi kegiatan *green innovation* (GI). GC, bagi perusahaan, harus dianggap sebagai kebutuhan dasar GI karena menyediakan kondisi yang tepat untuk praktik hijau (Song & Yu, 2018) dan menyederhanakan kegiatan GI. GC tidak hanya berkontribusi untuk meningkatkan kesadaran anggota organisasi tentang pentingnya praktik hijau tetapi juga mendorong mereka untuk menuntut implementasi praktik-praktik hijau. Akibatnya, GC menciptakan kondisi yang memungkinkan implementasi GI (Chang, et al., 2015; Imran et al., 2021; Song & Yu, 2018; Wang, 2019).

KAJIAN PUSTAKA

Competitive Advantage

Menurut Porter dalam Ali dan Anwar (2021), *competitive advantage* adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi, dan *competitive advantage* adalah kemampuan perusahaan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber dayanya untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan serta bagaimana perusahaan mampu merumuskan dan melakukan strategi-strategi dalam pemasarannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) *competitive advantage* adalah sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menawarkan konsumen nilai lebih.

Keunggulan bersaing merupakan kekuatan spesifik perusahaan yang dapat menjadikan perusahaan mampu membuat produk berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing dan

mempunyai harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing (Porter, 1990). Karena para konsumen cukup selektif dalam memilih harga ketika melakukan pembelian, konsumen akan cenderung memilih produk yang diinginkan yang mempunyai harga lebih murah maka perusahaan yang mampu menarik lebih banyak konsumen sudah tentu akan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Menurut Li et al., (2006) *competitive advantage* merupakan keadaan dimana perusahaan dapat menciptakan posisi pertahanan yang baik atas pesaing-pesaingnya.

Green Organizational Culture

Konsep *Green Organizational Culture* (GOC) masih dalam tahap yang baru lahir, dan oleh karena itu definisinya masih berkembang (Al-Swidi et al., 2021). Namun demikian, bahwa perubahan dramatis dalam budaya organisasi diperlukan bagi perusahaan untuk mengembangkan potensi untuk mengatasi tantangan lingkungan. Definisi GOC telah diadaptasi dari definisi budaya organisasi (Norton et al., 2015). Budaya organisasi mengacu pada asumsi mental bersama (Ravasi & Schultz, 2006), simbol, ritual, dan pola sosial (Gorden, 1984) yang mengatur perilaku dalam organisasi. Ini terdiri dari kombinasi standar dan nilai-nilai bersama yang konsisten dengan karakteristik organisasi (García-Machado & Martínez-Ávila, 2019). Dengan demikian, GOC telah didefinisikan sebagai nilai-nilai dan keyakinan yang memandu berbagai praktik dalam organisasi menuju menjadi ramah lingkungan (Aggarwal & Agarwala, 2021). GOC mencakup keyakinan, nilai, norma, simbol, dan stereotip sosial bersama tentang pengelolaan lingkungan organisasi dan membentuk perilaku standar yang diharapkan dari individu (Chang & Lin, 2015).

Green Organizational Culture adalah seperangkat nilai, symbol, asumsi, dan artefak organisasi yang mencerminkan kewajiban atau keinginan untuk mencoba menjadi organisasi yang ramah lingkungan (Harriss & Crane, 2002). Budaya organisasi didefinisikan sebagai “seperangkat asumsi mental bersama yang memandu tindakan dan interpretasi dalam organisasi dengan mendefinisikan perilaku yang sesuai untuk situasi yang berbeda” (Ravasi & Schultz, 2006) Simbolisme untuk pengelolaan dan perlindungan lingkungan dalam budaya ramah lingkungan / *Green Organization Culture* membentuk persepsi dan perilaku anggota organisasi (Ahmad, 2015).

Green Innovation

Green innovation adalah pengembangan produk baru dan perubahan proses atau metode produksi yang lebih memperhatikan lingkungan (Oxborrow & Brindley, 2013). Ada tiga jenis *Green innovation* yakni *eco-process*, *eco-product*, dan *eco-organizational innovation* (Triguero et al., 2013). Inovasi *eco-process* melibatkan elemen-elemen baru yang diimplementasikan ke dalam sistem produksi untuk menghasilkan produk ramah lingkungan (Negny et al., 2012). Selanjutnya, inovasi *eco-process* mengacu pada “peningkatan proses produksi yang ada atau penambahan proses baru untuk mengurangi dampak lingkungan” (Negny et al., 2012). Inovasi *eco-product* mengacu pada peningkatan produk atau pengembangan produk baru yang memiliki dampak minimal terhadap lingkungan (Peng & Liu, 2016).

Green Innovation dapat dijadikan sebagai pendekatan lingkungan yang tepat untuk meningkatkan efisiensi lingkungan, perlindungan lingkungan, serta pengelolaan limbah (Chen et al., 2006) *Green Innovation* tidak hanya meningkatkan proses, produk, dan organisasi dengan meningkatkan kemampuan teknologi, namun juga apat mencegah polusi dan menghemat energi. *Green Innovation* merupakan mekanisme yang dapat meminimalkan polusi industri serta mengurangi dampak lingkungan yang dapat merugikan perusahaan (Wong, 2014). Sehingga pada dasarnya terbagi menjadi dua yaitu *Green Product Innovation* dan *Green Process Innovation*.

PENGEMBANGAN HIPOTHESIS

Pengaruh Green Organization Culture (GOC) terhadap Green Innovation (GI)

GOC dapat menstimulasi keunggulan kompetitif di antara anggota organisasi karena dapat membuat mereka menerima isu-isu lingkungan sebagai nilai dasar organisasi (Bansal, 2003). Dengan kata lain, GOC yang kuat membantu karyawan untuk memahami strategi lingkungan perusahaan. Dengan demikian, karyawan dapat mengetahui apakah GOC merupakan bagian dari nilai inti perusahaan. Melalui kegiatan dan kebijakan, perusahaan dapat menghasilkan nilai-nilai pelestarian lingkungan, yang kemudian akan menghasilkan keunggulan kompetitif (Qi et al., 2012). Strategi GOC seperti itu dapat membantu membedakan keunggulan kompetitif perusahaan dari nilai-nilai ramah

lingkungan yang secara signifikan ada di benak konsumen. Selain itu, meningkatkan orientasi ramah lingkungan dalam budaya organisasi dapat membantu perusahaan untuk membangun citra yang lebih baik di mata publik (Leonidou et al., 2015). Selain itu, telah ada beberapa penelitian yang membuktikan kemampuan GOC dalam mendorong keunggulan bersaing perusahaan (Chandra et al., 2021; Gürlek & Tuna, 2018; Wang, 2019). Akibatnya, jika keunggulan kompetitif bergantung pada perilaku karyawan yang sesuai dan nilai bisnis, maka GOC yang mendukung kinerja dapat bermanfaat bagi perusahaan.

H1: Green Organizational Culture (GOC) berpengaruh positif terhadap Green Innovation (GI)

Pengaruh Green Organizational Culture (GOC) terhadap Competitive Advantage (CA)

Organisasi harus membangun budaya hijau dan berpartisipasi dalam proyek inovasi hijau untuk memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Menurut (Scholz & Voracek, 2016), perusahaan dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan dengan membangun budaya organisasi hijau di dalam organisasi mereka. Selain itu, organisasi membutuhkan budaya yang mendorong pengembangan operasi inovatif. Misalnya, jika tujuan mereka adalah untuk mempromosikan inovasi hijau, mereka harus menjadikannya titik untuk menyampaikan nilai-nilai hijau mereka di seluruh organisasi. Mengingat bahwa hal itu mempengaruhi perusahaan dan karyawannya (Gürlek & Tuna, 2018), budaya organisasi hijau sangat penting untuk keberhasilan implementasi inovasi hijau. (Küçükoğlu & Pınar, 2016) meneliti relevansi budaya organisasi hijau sebagai anteseden inovasi hijau. Mengikuti hasil penelitiannya, mereka menyimpulkan bahwa memiliki budaya organisasi yang sadar lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada inovasi hijau. Menurut Sepahvand et al. 2022 budaya organisasi hijau dapat meningkatkan kinerja upaya inovasi produk hijau organisasi di lingkungan hijau. Menurut penelitian terbaru, budaya organisasi dapat dipandang sebagai faktor penting yang mempengaruhi dalam inovasi hijau (Gürlek & Tuna, 2018; Imran & Jingzu, 2022; Wang, 2019)

H2: Green Organizational Culture (GOC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage (CA)

Pengaruh Green Innovation (GI) terhadap Competitive Advantage (CA)

Studi sebelumnya telah mencatat peran positif yang mungkin dimainkan oleh inovasi hijau dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Mengacu pada mekanisme *push and pull* untuk *eco-innovation*. Bai et al (2019) menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan inovasi hijau dapat memperoleh premi produk untuk mengimbangi biaya tata kelola lingkungan. Sebagai respons proaktif terhadap tren konsumsi hijau, inovasi hijau menandakan perhatian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan permintaan konsumen; Kepedulian terhadap pemangku kepentingan inilah yang membantu mempertahankan atau meningkatkan reputasi pasar (Huang & Li, 2017). Dengan demikian, berdasarkan keunggulan penggerak pertama dan keunggulan legalitas, suatu perusahaan dapat mencapai situasi “win-win” dari manfaat ekonomi dan sosial melalui inovasi hijau. Studi lain mempelajari perusahaan manufaktur, Roud & Thurner (2018) menemukan bahwa BUMN dapat melampaui persyaratan peraturan lingkungan dan mendapatkan lebih banyak sumber daya persaingan dengan menerapkan inovasi hijau. Secara keseluruhan, inovasi hijau tidak hanya berkontribusi untuk mengumpulkan modal, teknologi, pengetahuan, dan sumber daya lainnya, tetapi juga memfasilitasi adaptasi terhadap peraturan yang semakin ketat dan pergeseran global menuju praktik berkelanjutan. Lebih lanjut, telah banyak penelitian yang menunjukkan bahwa *green innovation* mampu meningkatkan *competitive advantage* (Gürlek & Tuna, 2018; Puspasari, 2020; Tu & Wu, 2021; Wang, 2019).

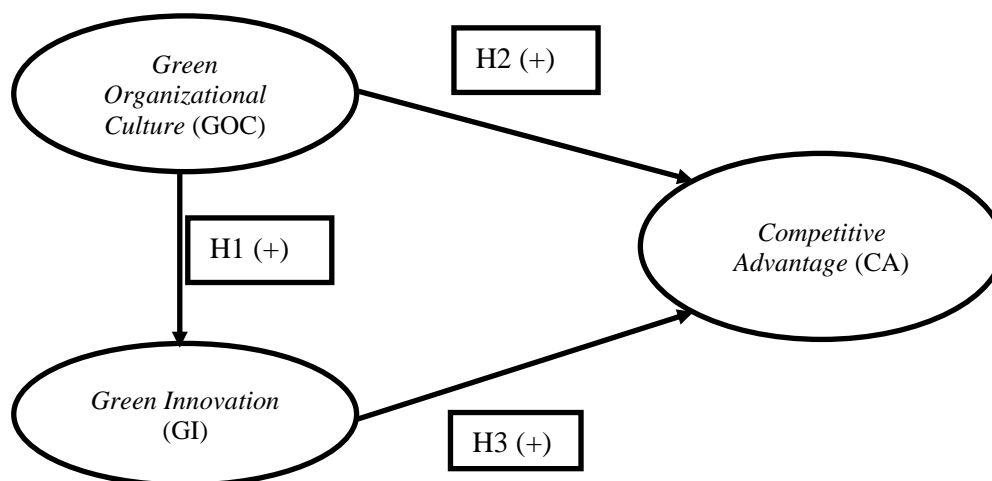
H3: Green Innovation (GI) berpengaruh positif terhadap Competitive Advantage (CA)

Pengaruh Green Organizational Culture (GOC) terhadap Competitive Advantage (CA) karyawan yang di mediasi oleh Green Innovation Behaviour (GIB)

Inovasi penghijauan merupakan prioritas bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Meskipun telah banyak penelitian dan pengembangan produk ramah lingkungan, inovasi penghijauan masih kurang diakui sebagai prestasi yang signifikan. Perusahaan terpaksa mengadopsi strategi ini untuk keberlangsungan bisnis, meskipun hal ini dapat meningkatkan biaya pengembangan dan pembangunan produk (Altmann et al., 2019). Wahyuningsih (2020) menunjukkan bahwa Budaya Hijau Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Hijau, Keunggulan Kompetitif,

dan Inovasi Hijau. Selain itu, Budaya Hijau Organisasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Hijau melalui Inovasi Hijau, serta terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Hijau. Selain itu, [Caroline & Devie \(2014\)](#) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara Organizational Culture dan entrepreneurial intensity, entrepreneurial intensity dan competitive advantage, Organizational Culture dan supply chain integration, supply chain integration dan competitive advantage, serta Organizational Culture dan competitive advantage pada perusahaan jasa keuangan di Surabaya. Selain itu, entrepreneurial intensity dan supply chain integration berperan sebagai variabel perantara yang signifikan antara Organizational Culture dan competitive advantage, menunjukkan bahwa hubungan langsung antara Organizational Culture dan competitive advantage memiliki pengaruh yang lebih kecil daripada melalui entrepreneurial intensity dan supply chain integration.

H4: Green Organizational Culture (GOC) berpengaruh positif terhadap Competitive Advantage (CA) dimediasi oleh Green Innovation Behaviour (GIB)



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis asosiatif dengan pendekatan survei, serta menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menganalisis data numerik ([Hair et al., 2015](#)). Sampel penelitian terdiri dari 190 karyawan PT. Gunung PSejahtera Puti Pesona, yang merupakan seluruh anggota populasi karena diambil dengan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui kuesioner online menggunakan bantuan Google Form. Instrumen kuesioner dirancang berdasarkan indikator yang digunakan dengan menggunakan skala Likert 5 poin untuk skor masing-masing item. Instrumen diuji coba pada kelompok kecil untuk mengetahui kelayakan dan keabsahan setiap butir item. Kajian pustaka dilakukan untuk mendapatkan data sekunder dari sumber seperti jurnal, buku, dan dokumen resmi perusahaan. Kemudian, teknik analisis data menggunakan pendekatan analisis Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan software Smart-PLS. Penjelasan tentang indikator dan definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Green Organizational Culture (GOC)	Kepercayaan terhadap kinerja Budaya industri makro Batasan organisasi Fragmentasi budaya Kejadian simbolik Filosofi alternatif bagi bisnis
Competitive Advantages (CA)	Ketahanan individu pada perubahan Keunggulan diferensiasi Keunggulan biaya Keunggulan memasuki pasar
Green Innovation Behaviour (GIB)	Green product innovation Green process innovation

Sumber: [Chen et al., 2006](#); [Ariyanti & Andika, 2016](#); [Mondy & Martocchio, 2016](#)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel dibawah ini menampilkan hasil validitas dan reliabilitas yang dihasilkan oleh perangkat lunak PLS. Validitas konvergen ditunjukkan oleh nilai AVE, yang menurut aturan praktis harus berada di atas > 0,5. Hasil pengolahan data dengan PLS menunjukkan bahwa rata-rata AVE dari semua variabel yang diuji berada di atas 0,5. Keandalan data yang diolah ditunjukkan oleh keandalan komposit, dengan nilai-nilai semua melebihi batas 0,7, serta Cronbach alpha yang semuanya melebihi 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dari sampel yang diolah bersifat valid dan dapat diandalkan.

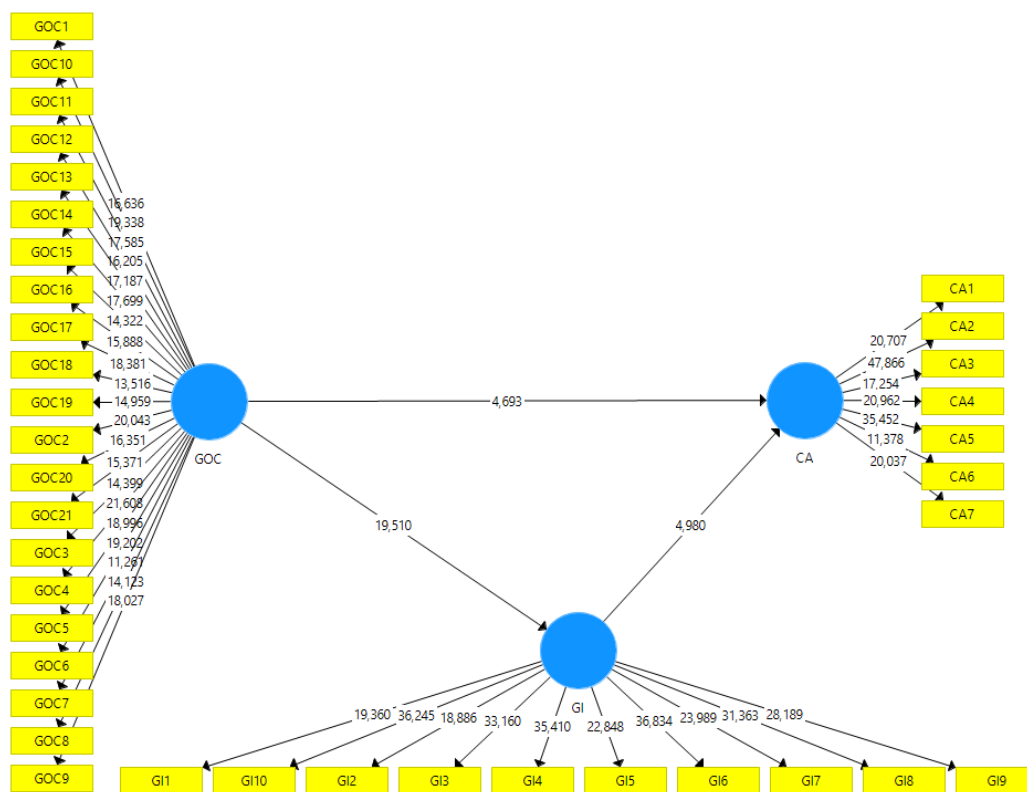
Tabel 2. Reliability and Validity Test of The Variables and Items

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilities Composite	Average Variance Extracted (AVE)
Competitive Advantages (CA)	0,911	0,903	0.917	0.656
Green Innovation Behaviour (GIB)	0,953	0,894	0.955	0.705
Green Organizational Culture (GOC)	0,959	0,852	0.960	0.548

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil Uji Hipotesis

Menurut Creswell (2013) untuk dapat mengetahui keterdukungan hipotesis, nilai koefisien yang harus ditunjukkan oleh analisis t-statistic harus di atas 1,96. Sedangkan untuk P-values harus kurang dari 0,05 agar hasilnya signifikan.



Gambar 2. Path Analysis

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis (Direct Effect)

Konstruk	Original Sample (O)	P Values
GOC -> CA	0,486	0,000
GOC -> GI	0,447	0,000
GI -> CA	0,768	0,000

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa adanya Green Organization Culture memiliki dampak yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif, dengan nilai P Values sebesar 0,000 dan arah hubungan positif mencapai 48,7%. Hal ini menunjukkan bahwa Green Organization Culture memberikan kontribusi yang positif terhadap kemampuan perusahaan untuk bersaing. Selain itu, hasil juga menunjukkan bahwa Green Organizational Culture berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi hijau, dengan nilai P Values 0,000 dan arah hubungan positif mencapai 76,8%, menunjukkan bahwa budaya organisasi yang ramah lingkungan mendorong terciptanya inovasi hijau di perusahaan. Sementara itu, inovasi hijau juga terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif, dengan nilai P Values 0,000 dan arah hubungan positif mencapai 48,6%. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa adopsi Green Organization Culture, didukung oleh inovasi hijau, memiliki peran penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis (Indirect Effect)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O O/STDEV)	P-Values
(GOC) -> (CA) -> (GIB)	0.565	0.560	0.082	6.851	0.000

Sumber: Data Diolah, 2024

Green Organizational Culture (GOC) terhadap Competitive Advantage (CA) di mediasi Green Innovation Behaviour (GIB) memiliki nilai P Values sebesar 0,000 dan nilai original sample sebesar 0,565. Artinya, variabel Green Organizational Culture (GOC) memiliki pengaruh signifikan terhadap Competitive Advantage (CA) di mediasi Green Innovation Behavior (GIB) pada taraf 5 %. Selain itu, di sini memiliki arah hubungan positif sebesar 56,6 %. Merujuk pada nilai-nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Green Organizational Culture (GOC) berpengaruh signifikan terhadap Competitive Advantage (CA) di mediasi Green Innovation Behaviour (GIB).

PEMBAHASAN

Pengaruh Green Organizational Culture Terhadap Competitive Advantage

Variabel Green Organization Culture (GOC) berpengaruh signifikan terhadap Competitive Advantagw. Adopsi GOC memberikan sejumlah manfaat bagi perusahaan yang berkontribusi pada keunggulan kompetitif, seperti penghematan biaya, reputasi merek, loyalitas pelanggan, dan motivasi serta retensi karyawan (Gürlek & Tuna, 2018). Praktik hijau seperti efisiensi energi, pengurangan limbah, dan penggunaan sumber daya berkelanjutan membantu mengurangi biaya operasional dan memungkinkan perusahaan untuk menawarkan harga lebih rendah atau produk berkualitas lebih tinggi dengan biaya lebih rendah daripada pesaing (Molina-Azorin et al., 2015). Komitmen GOC terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan meningkatkan daya saing perusahaan dengan meningkatkan persepsi pelanggan, meningkatkan loyalitas merek, dan menarik konsumen yang peduli lingkungan (Hermundsdottir & Aspelund, 2022). Selain itu, GOC juga berperan dalam membangun loyalitas pelanggan dengan menyelaraskan nilai dan preferensi konsumen yang sadar lingkungan, yang dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan melalui bisnis yang berulang dan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Hasil penelitian ini konsisten dengan penemuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa GOC dapat mendorong peningkatan competitive advantage (Chandra, Arafah, & Basri, 2021; Gürlek & Tuna, 2018; Wang, 2019).

Pengaruh Green Organizational Culture Terhadap Green Innovation

Green organizational culture memberikan dampak positif terhadap green innovation karyawan melalui berbagai mekanisme. Pertama, budaya lingkungan yang ramah mendorong kreativitas, karena karyawan merasa didorong untuk memikirkan solusi inovatif dalam mengurangi dampak lingkungan organisasi. Hal ini sejalan dengan temuan O'Regan dan Ghobadian dalam Wang (2019) yang menunjukkan bahwa budaya yang baik berkontribusi pada tingkat inovasi yang tinggi dalam sebuah perusahaan. Selain itu, budaya tersebut memfasilitasi kolaborasi di antara karyawan dari berbagai tingkat dan departemen, memungkinkan berbagi ide dan pengetahuan untuk mengembangkan praktik hijau baru. Karyawan juga lebih termotivasi dan terlibat dalam pekerjaan mereka di lingkungan yang menghargai keberlanjutan, seperti yang ditunjukkan oleh Albrecht et al. (2022). Penyediaan sumber daya yang memadai dalam organisasi yang mengutamakan keberlanjutan juga mendukung

pengembangan dan implementasi green innovation oleh karyawan. Secara keseluruhan, green organizational culture menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong green innovation, membantu organisasi mencapai tujuan keberlanjutannya dan meningkatkan keterlibatan karyawan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan dampak positif green organizational culture terhadap green innovation (Gürlek & Tuna, 2018; Imran & Jingzu, 2022; Wang, 2019).

Pengaruh Green Innovation Terhadap Competitive Advantage

Inovasi hijau memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dengan beberapa cara. Pertama, dengan mengadopsi praktik ramah lingkungan, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi sumber daya, dan meminimalkan pemborosan, yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas mereka (Tabah & Dwi, 2021). Selain itu, menjadi pionir dalam mengadopsi teknologi dan praktik baru dalam inovasi hijau membantu perusahaan tetap kompetitif dan meraih peluang pasar baru (Norifumi et al, 2018). Secara keseluruhan, inovasi hijau membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam bisnis (Thomas & Jeffrey, 2018). Namun, dampak inovasi hijau terhadap keunggulan kompetitif perusahaan bisa bervariasi tergantung pada industri dan kondisi pasar. Selain itu, inovasi hijau membantu perusahaan memenuhi persyaratan peraturan, mengurangi risiko lingkungan, dan meningkatkan kinerja keuangan mereka (Robert et al., 2014). Berbagai manfaat ini dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam lanskap bisnis saat ini, seperti yang didukung oleh beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa green innovation mendorong pertumbuhan competitive advantage (Gürlek & Tuna, 2018; Puspasari, 2020; Tu & Wu, 2021; Wang, 2019).

Pengaruh Green Organizational Culture Terhadap Competitive Advantage Melalui Green Innovation Behaviour

Peran penting anggota organisasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang berkualitas tidak dapat diabaikan. Mereka tidak hanya memahami keadaan perusahaan yang sedang beroperasi, tetapi juga melakukan tindakan sukarela yang mendukung keterpeduan terhadap hasil produksi sebagai manfaat produk yang dihasilkan (Cheung & Thadani, 2012). Partisipasi dalam kegiatan go green menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan lingkungan. Green Organizational Culture memainkan peran kunci dalam membentuk nilai, asumsi, simbol, dan artefak organisasi yang menunjukkan kewajiban atau keinginan untuk menjadi ramah lingkungan (Harris & Crane, 2002). Pemimpin memainkan peran penting dalam menyebarkan budaya tersebut dengan memberikan pelatihan dan contoh langsung dalam mengatasi masalah lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green organizational culture memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage, sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa budaya organisasi yang ramah lingkungan berdampak pada keunggulan kompetitif karyawan melalui green innovation behavior (Danirmala, 2022; Caroline & Devie, 2014).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan penting. *Pertama*, Green Organizational Culture (GOC) yang dirasakan oleh karyawan di PT. Gunung Sejahtera Puti Pesona memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Competitive Advantage (CA). *Kedua*, GOC juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Green Innovation (GI) karyawan di perusahaan tersebut. *Ketiga*, Green Innovation (GI) yang dirasakan oleh karyawan juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Competitive Advantage (CA) perusahaan. *Keempat*, pengaruh GOC terhadap CA juga ditemukan ketika dimediasi oleh Green Innovation Behaviour (GIB). Kesimpulan ini menunjukkan bahwa budaya organisasi yang ramah lingkungan dan inovatif memiliki dampak yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan.

SARAN

Saran Praktis

Berdasarkan temuan penting dari penelitian ini, disarankan agar PT. Gunung Sejahtera Puti Pesona meningkatkan dan mempertahankan budaya organisasi yang ramah lingkungan (Green Organizational Culture/GOC). Hal ini dapat dilakukan dengan mengimplementasikan kebijakan dan

praktik yang mendukung keberlanjutan lingkungan serta meningkatkan kesadaran dan keterlibatan karyawan dalam inisiatif hijau. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk mendorong inovasi hijau (Green Innovation/GI) dengan memberikan insentif kepada karyawan yang menghasilkan ide-ide baru untuk mengurangi dampak lingkungan perusahaan dan memperkenalkan produk atau proses baru yang ramah lingkungan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dengan memberikan nilai tambah yang signifikan baik dari segi reputasi maupun efisiensi operasional. Selain itu, penting juga bagi perusahaan untuk memperhatikan peran Green Innovational Behaviour (GIB) sebagai mediator antara GOC dan CA, sehingga perusahaan dapat memberikan dukungan yang memadai untuk mendorong perilaku inovatif yang berkelanjutan di antara karyawan. Dengan demikian, implementasi praktik-praktik ini dapat membawa dampak positif bagi perusahaan dalam jangka panjang, tidak hanya dalam hal keunggulan kompetitif tetapi juga dalam menjaga lingkungan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa implikasi teoritis yang dapat diambil untuk pengembangan teori manajemen lingkungan dan inovasi. Pertama, temuan bahwa Green Organizational Culture (GOC) berpengaruh positif terhadap Competitive Advantage (CA) menunjukkan pentingnya budaya organisasi dalam membentuk keunggulan kompetitif. Ini menggarisbawahi perlunya memperhatikan aspek budaya dalam teori manajemen strategis, terutama dalam konteks keberlanjutan lingkungan. Selanjutnya, pengaruh positif GOC terhadap Green Innovation (GI) menyoroti pentingnya budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan solusi-solusi hijau. Implikasi ini dapat mengarah pada pengembangan teori inovasi hijau yang lebih lengkap dan kontekstual. Selain itu, temuan bahwa GI juga berkontribusi positif terhadap CA menunjukkan bahwa investasi dalam inovasi hijau dapat menjadi strategi yang efektif dalam mencapai keunggulan kompetitif. Terakhir, hasil yang menunjukkan bahwa GOC berdampak pada CA melalui mediasi GIB memberikan pemahaman lebih mendalam tentang peran perilaku inovatif dalam menghubungkan budaya organisasi dengan kinerja perusahaan. Ini menggambarkan pentingnya mempertimbangkan peran mediator dalam memahami hubungan antara variabel-variabel penting dalam konteks keberlanjutan dan inovasi. Oleh karena itu, studi ini memberikan kontribusi teoritis yang signifikan dalam memperkaya pemahaman tentang hubungan antara budaya organisasi, inovasi hijau, dan keunggulan kompetitif.

REFERENSI

- Aguilera-Caracuel, J. & Ortiz-de-Mandojana, N. (2013) Green Innovation and Financial Performance: An Institutional Approach. *Organization & Environment*, 26, 365-385. <https://doi.org/10.1177/1086026613507931>
- Ahmad, S. (2015). Green Human Resource Management: Police and Practices. *Cogent Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2015.1030817>
- Al-Swidi, A. K., Gelaidan, H. M., & Saleh, R. M. (2021). The joint impact of green human resource management, leadership and organizational culture on employees' green behaviour and organisational environmental performance. *Journal of Cleaner Production*, 316, 128112. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128112>
- Albrecht, S. L., Bocks, A., Dalton, J., Lorigan, A., & Smith, A. (2022). Pro-Environmental Employee Engagement: The Influence of Pro-Environmental Organizational, Job, and Personal Resources. *Sustainability*, 14(1), 78-90. <https://doi.org/10.3390/su14010043>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and Its Influence Job Satisfaction. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5, 21-30. https://doi.org/10.22161/ije_bm.5.2.3
- Altmanm, E.I., Hotckiss, E., & Wang, W. (2019). *Corporate Financial Distress, Restructuring, And Bankruptcy (Fourth)*. US: John Wiley & Sons, Inc. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119541929>
- Ariyanti, F. D., & Andika, A. (2016). Supply Chain Risk Management in the Indonesia Flavor Industry: Case Study from a Multinational Flavor Company in Indonesia. *Proceedings of the 2016 Internasional Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1448-1455. Retrieved from http://ieomsociety.org/ieom_2016/pdfs/401.pdf

- Asadi, S., Pourhashemi, S. O., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., Aljojo, N., Razali, N. S. (2020). Investigating influence of green innovation on sustainability performance: A case on Malaysian hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 10, 120860. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120860>
- Bai, Y., Song, S., Jiao, J., & Yang, R. (2019). The impacts of government R&D subsidies on green innovation: Evidence from Chinese energy-intensive firms. *Journal of Cleaner Production*, 233, 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.107>
- Bansal, P. (2003). From Issues to Actions: The Importance of Individual Concerns and Organizational Values in Responding to Natural Environmental Issues. *Organization Science*, 14(5), 510–527. <http://www.jstor.org/stable/4135146>
- Caroline, A., & Devie. (2014). Pengaruh Organizational Culture Terhadap Entrepreneurial Intensity dan Supply Chain Integration dalam Rangka memperoleh Competitive Advantage pada Perusahaan Jasa Keuangan di Surabaya. *Business Accounting Review*, 160-174. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/189948-ID-none.pdf>
- Chandra, K., Arafah, W., & Basri, Y. Z. (2021). Analysis of the effect of green organizational culture on organizational performance and competitive advantages of green through green innovation in manufacturing industries. *Journal of Hunan University*, 48(6), 112. Retrieved from <http://jonuns.com/index.php/journal/article/view/596>
- Chang, C.L.-h. and Lin, T.-C. (2015). The role of organizational culture in the knowledge management process, *Journal of Knowledge Management*, 19(3), 433-455. <https://doi.org/10.1108/JKM-08-2014-0353>
- Chang, C. H., Qiu, J., O'Sullivan, D., Buck, M. D., Noguchi, T., Curtis, J. D., Chen, Q., Gindin, M., Gubin, M. M., van der Windt, G. J., Tonc, E., Schreiber, R. D., Pearce, E. J., & Pearce, E. L. (2015). Metabolic Competition in the Tumor Microenvironment Is a Driver of Cancer Progression. *Cell*, 162(6), 1229–1241. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2015.08.016>
- Chen, Y., Lai, S., & Wen, C. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Taiwan Journal*, 67, 331-339. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-9025-5>
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461-470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- Creswell, J.W. (2008). Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Dualitative Research. *Pearson Merrill Prentice Hall*, 87-103.
- Danirmala, L., & Prajogo, W. (2022). The mediating role of green training to the influence of green organizational culture to green organizational citizenship behavior and green employee involvement. *IJHCM (International Journal of Human Capital Management)*, 6(1), 66-75. <https://doi.org/10.21009/IJHCM.06.01.6>
- García-Machado, J. J., & Martínez-Ávila, M. Environmental Performance and Green Culture: The Mediating Effect of Green Innovation. An Application to the Automotive Industry. *Sustainability*, 11(8), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su11184874>
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2018). Reinforcing competitive advantage through green organiza- tional culture and green innovation. *The Service Industries Journal*, 38(7–8), 467–491. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1402889>
- Harriss, L., & Crane, A. (2002). The Greening of Organizational Culture: Management View of the Depth, Degree, and Diffusion of Change. *Journal of Organizational Change Management*, 214-234. <https://doi.org/10.1108/09534810210429273>
- Hair, J.F., Wolfinbarger, M., Moey, A.H., Samuel, P., & Page, M.J. (2015). Essentials of Business Research Methods. 2nd edition. New York Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315704562>
- Hermundsdottir, F., & Aspelund, A. (2022). Competitive Sustainable Manufacturing - Sustainability Stategies, Enviromental, and Social Innovations, and Their Effect on Firm Performance. *Journal of Cleaner Production*, 219-240. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133474>
- Huang, J. W., & Li, Y. H. (2017). Green Innovation and Performance: The View of Organizational Capability and Social Reciprocity. *Journal of Business Ethics*, 145(2), 309-324. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2903-y>

- Imran, M., & Jingzu, G. (2022). Green organizational culture, organizational performance, green innovation, environmental performance: A mediation-moderation model. *Journal of Asia-Pacif Business*, 23(2), 161-182. <https://doi.org/10.1080/10599231.2022.2072493>
- Imran, M., Arshad, I., & Ismail, F. (2021). Green Organizational Culture and Organizational Performance: The Mediating Role of Green Innovation and Environmental Performance. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 10(4), 515-530 <https://journal.unnes.ac.id/nju/jpii/article/view/32386>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). The University of Minnesota Libraries Publishing. Retrieved from <https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/>
- Küçükoğlu, & Pınar. (2016). The Mediating Role of Green Organizational Culture Between Sustainability and Green Innovation: A Research in Turkish Company. *PrePrints*, 266-278. Retrieved from <https://www.preprints.org/manuscript/201611.0122/v1>
- Leonanda, B. D. (2019). Masalah Lingkungan, Pemanasan Global, dan Masa Depan Industri Kelapa Sawit Indonesia. *Edisi Khusus: Prosiding Seminar Nasional Keinsinyuran 2019, Buletin Profesi Insinyur*, 2(3), 102-107. Retrieved from <http://buletinppi.ulm.ac.id/index.php/bpi/article/viewFile/50/52>
- Leonidou, L. C., Fotiadis, T. A., Christodoulides, P., Spyropoulou, S., & Katsikeas, C. S. (2015). Environmentally Friendly Export Business Strategy: Its Determinants and Effects on Competitive Advantage and Performance. *International Business Review*, 24, 798-811. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.02.001>
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Lin, R. J., Chen, R. H., & Huang, F. H. (2014). Green innovation in the automobile industry. *Industrial Management & Data Systems*, 114(6), 886-903. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2013-0482>.
- Molina-Azorín, Tarí, Pereira-Moliner, López-Gamero, & Pertusa-Ortega. (2015). The Effects of Quality and Environmental Management on Competitive Advantage: A Mixed Methods Study in the Hotel. *Science Direct*, 11-23. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.008>
- Mondy, R. W. D., & Martocchio, J. J. (2016). *Human Resource Management*, 14 Edition. Pearson
- Nanath, K., & Pillai, R. (2014). Green information technology: Literature review and research domains. *Journal of Management Systems*, 24(1), 57-79
- Negny, S., Belaud, J. P., Robles, G. C., Reyes, E. R., Ferre, J. B. (2012). Toward an eco-innovative method based on a better use of resources: application to chemical process preliminary design. *Journal of Cleaner Production*, 32, 101-113. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.03.023>
- Norifumi, K., Roger, S., & Antonella, Z. (2018). Stakeholder Pressures, EMS Implementation, and Green Innovation in MNC Overseas Subsidiaries. *International Business Review*, 11.
- Norton, T. A., Zacher H., Ashkanasy N. M. (2015). Pro-environmental organizational culture and climate. In Robertson J. L., Barling J. (Eds.), *The psychology of green organizations* (pp. 322-348). New York, NY: Oxford University Press
- Oxborrow, L., & Brindley, C. (2013). Adoption of "eco-advantage" by SMEs: Emerging opportunities and constraints. *European Journal of Innovation Management*, 16(3), <http://dx.doi.org/10.1108/EJIM-09-2011-0079>
- Peng, X., & Liu, Y. (2016). Behind eco-innovation: Managerial environmental awareness and external resource acquisition. *Journal of Cleaner Production*, 139, 347-360. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.051>
- Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 2(68), 73-93.
- Prud'homme, B., Raymond, L. (2013). Sustainable development practices in the hospitality industry: An empirical study of their impact on customer satisfaction and intentions. *Internasional Journal of Hospitality Management*, 34, 116-126. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.03.003>
- Puspasari, N. E. F. (2020). Pengaruh Green Innovation terhadap Kinerja Inovasi dan Keunggulan Kompetitif yang dimediasi oleh Managerial Environmental Concern (Studi Kasus pada UMKM Batik di Yogyakarta). Skripsi Universitas Islam Indonesia. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28305>

- Qi, G., Zeng, S., Li, X. and Tam, C. (2012) Role of Internalization Process in Defining the Relationship between ISO 14001 Certification and Corporate Environmental Performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19, 129-140. <https://doi.org/10.1002/csr.258>
- Rahman, I., Park, J., & Chi, C. G.-q. (2015). Consequences of “greenwashing”: Consumers’ reactions to hotels’ green initiatives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1054–1081. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2014-0202>
- Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to Organizational Identity Threats: Exploring the Role of Organizational Culture. *Academy of Management Journal*, 433-458. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/20159775>
- Robert, G. E., Ioannis, I., & George, S. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1964011>
- Scholz, P & Voracek. J. (2016). Organizational Culture and Green Management: Innovative Way ahead in Hotel Industry. *ResearchGate*, 211-217.
- Sepahvand, R., Nazarpouri, A., Sepahvand, M., & Arefnezhad. M. (2022). The Effect of Green Human Resource Management Measures on Green Innovation Through the Mediating Role of Green Organizational Culture: A Case Study of Managers and Experts of Small Waste Processing Companies. *Organizational Culture Management*, 20(1) 209-215. <https://doi.org/10.22059/jomc.2020.292975.1007939>
- 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>
- Tabah, R., & Dwi, H. (2021). Environmental Responsibility, Green Innovation, Firm Value: Asean-5. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(3), 465-470. <https://dx.doi.org/10.32535/jicp.v4i3.1349>
- Tahir, R., Athar, M. R., Faisal, F., Shahani, N. U. N., & Solangi. B. (2019). Green Organizational Culture: A Review of Literature and Future Research Agenda. *International Association of Educators and Researchers (IAER)*, 147-160. <https://doi.org/10.33166/ACDMHR.2019.01.004>
- Tariq, A., Badir, Y. F., Tariq, W., Bhutta, U. S. Drivers and consequences of green product and process innovation: A systematic review, conceptual framework, and future outlook. *Technology in Society*, 51, 8-23. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.06.002>
- Thomas, M. J., & Jeffrey, S. H. (2018). How Applying Instrumental Stakeholder Theory Can Provide Sustainable Competitive Advantage. *UR Scholarship Repository*, 373-385. *Academy of Management Review*, 43(3), 371-391. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0111>
- Triguero, A., Moreno-Mondéjar, L., & Davia, M. A. (2013). Drivers of different types of eco-innovation in European SMEs. *Ecological Economics*, 92, 25-233. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2013.04.009>
- Tu, Y., & Wu, W. (2021). How does green innovation improve enterprises’ competitive advantage? The role of organizational learning. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 504-516. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.031>
- Wahyuningsih. (2020). Analisis Pengaruh Budaya Hijau Organisasi terhadap Kinerja Hijau dan Keunggulan Kompetitif dengan Mediasi Inovasi Hijau pada PT. Arion Tech Indonesia. Skripsi, Universitas Trisakti. Retrieved from http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/SKR/judul/000000000000100758/
- 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>
- Wong, W. P. (2014). Total Quality Management & Business Excellence A Business Process Management Capabilities Perspective on Organization Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(12), 37-41. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i12/8367>

Yusoff, Y. M., Nejati, M., Kee, D. M. H., & Amran, A. (2020). Linking Green Human Resource Management Practices to Environmental Performance in Hotel Industry. *Global Business Review*, 21(3), 663-680. <https://doi.org/10.1177/0972150918779294>