



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN RAMAH LINGKUNGAN

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING GREEN PURCHASE

Shafia Najla¹, Wahyuningsih Santosa²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti^{1,2}
shafianajla18@gmail.com¹, wahyuningsih@trisakti.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kemampuan ramah lingkungan sebagai pendorong adopsi manajemen rantai pasokan ramah lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 200 karyawan pada Departemen Manajer Operasional di Perusahaan Manufaktur Industri Logam dan Mesin di Bekasi, diperoleh beberapa kesimpulan penting. Pertama, tidak terdapat pengaruh pengembangan pemasok ramah lingkungan terhadap pembelian ramah lingkungan. Perusahaan Manufaktur Industri logam dan mesin di Bekasi tidak berhasil menerapkan pengembangan pemasok ramah lingkungan kepada seluruh karyawannya, sehingga tidak berdampak pada pembelian ramah lingkungan. Kedua, terdapat pengaruh positif pemasaran ramah lingkungan terhadap pembelian ramah lingkungan. Perusahaan Manufaktur Industri logam dan mesin di Bekasi telah berhasil menerapkan pemasaran ramah lingkungan kepada seluruh karyawannya, sehingga berdampak pada pembelian ramah lingkungan. Ketiga, terdapat pengaruh positif manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan terhadap pembelian ramah lingkungan. Perusahaan Manufaktur Industri logam dan mesin di Bekasi telah menerapkan manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan kepada seluruh karyawannya, sehingga berdampak pada pembelian ramah lingkungan. Keempat, terdapat pengaruh positif partisipasi lingkungan terhadap pembelian ramah lingkungan. Perusahaan Manufaktur Industri logam dan mesin di Bekasi telah menerapkan partisipasi lingkungan kepada seluruh karyawannya, sehingga berdampak pada pembelian ramah lingkungan.

Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasokan, Ramah Lingkungan, Pengembangan Pemasok, Pemasaran Ramah Lingkungan, Manufaktur Ramah Lingkungan, Pengemasan Ramah Lingkungan, Partisipasi Lingkungan.

ABSTRACT

This study aims to examine the environmental friendliness capability as a driver for the adoption of green supply chain management. Based on research conducted with 200 employees in the Operations Manager Department at a Metal and Machinery Manufacturing Company in Bekasi, several key conclusions were drawn. First, there is no effect of supplier development on green purchasing. The Metal and Machinery Manufacturing Company in Bekasi has not successfully implemented green supplier development to all its employees, thus it has no impact on green purchasing. Second, there is a positive effect of green marketing on green purchasing. The Metal and Machinery Manufacturing Company in Bekasi has successfully implemented green marketing to all its employees, thus impacting green purchasing. Third, there is a positive effect of green manufacturing and packaging on green purchasing. The Metal and Machinery Manufacturing Company in Bekasi has implemented green manufacturing and packaging to all its employees, thus impacting green purchasing. Fourth, there is a positive effect of environmental participation on green purchasing. The Metal and Machinery Manufacturing Company in Bekasi has implemented environmental participation to all its employees, thus impacting green purchasing.

Keywords: Supply Chain Management, Green, Supplier Development, Green Marketing, Green Manufacturing, Green Packaging, Environmental Participation, Manufacturing Company, Metal and Machinery Industry.

PENDAHULUAN

Manajemen lingkungan dapat dianggap sebagai kegiatan yang secara langsung bertujuan untuk melindungi lingkungan, teknik, kebijakan, dan prosedur yang secara khusus digunakan oleh perusahaan untuk memantau dan mengendalikan dampak operasinya terhadap lingkungan alam (Montabon et al., 2007). Secara khusus, manajemen lingkungan proaktif dianggap sebagai implementasi sukarela dari praktik dan inovasi, seperti merancang atau mengubah operasi, proses, dan produk, untuk mencegah dampak lingkungan yang negatif (Huang, Wong, & Yang, 2014).

Konsep Green Supply Chain Manajemen (GSCM) mengacu pada usaha-usaha untuk meminimalkan dampak negatif dari suatu organisasi dan rantai pasoknya terhadap lingkungan yang berkaitan dengan perubahan iklim, polusi dan sumber-sumber daya yang tidak diperbaharui. GSCM mengintegrasikan supply chain management dengan tujuan mengurangi dampak lingkungan yang diakibatkan siklus hidup produk (product life cycle) dengan melakukan harmonisasi dengan supply chain partner untuk melakukan tindakan-tindakan yang menunjang proses bisnis yang berwawasan lingkungan. Dalam mewujudkan hal ini, aktivitas-aktivitas yang terkait didalamnya adalah kerjasama suppliers dan customer, analisa proses dan operasi secara internal, pertimbangan faktor-faktor lingkungan dalam proses pengembangan produk dan pengawasan yang berkelanjutan antar siklus hidup produk (Corbett dan Klassen, 2006).

Konsep manajemen rantai pasokan hijau (GSCM) semakin diminati baik di kalangan akademisi maupun praktik baru-baru ini (Cousins et al., 2019).

Strategi GSCM merupakan konsep yang mengacu pada usaha-usaha untuk meminimalkan dampak negatif dari suatu organisasi dan rantai pasoknya terhadap lingkungan yang berkaitan dengan

perubahan iklim, polusi dan sumber-sumber daya yang tidak diperbaharui. GSCM mengintegrasikan supply chain management dengan tujuan mengurangi dampak lingkungan yang diakibatkan siklus hidup produk (product life cycle) dengan melakukan harmonisasi dengan supply chain partner untuk melakukan tindakan-tindakan yang menunjang proses bisnis yang berwawasan lingkungan. Dalam mewujudkan hal ini, aktivitas-aktivitas yang terkait didalamnya adalah kerjasama suppliers dan customer, analisa proses dan operasi secara internal, pertimbangan faktor-faktor lingkungan dalam proses pengembangan produk dan pengawasan yang berkelanjutan antar siklus hidup produk (Corbett dan Klassen, 2006).

Terdapat tiga ruang lingkup Green Supply Chain Management (GSCM) yang penting dalam teori ekologi modern dan juga penting bagi manajemen lingkungan serta keberlangsungan secara umum. Pertama, penyertaan aspek-aspek lingkungan dalam rantai manajemen yang terintegrasi. Kedua, integrasi dari inovasi teknologi yang hasilnya bermanfaat bagi lingkungan melalui supply chain industri dan yang ketiga partisipasi dari aktor-aktor industri yang lebih luar bagi manajemen lingkungan dari produksi industri yang tujuan akhirnya adalah penguatan pembangunan-kapasitas Capacity-building) tata kelola lingkungan (Berger et al, 2001).

KAJIAN PUSTAKA

1. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasokan adalah sebuah sistem yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk dalam rangka memenuhi permintaan akan produk tersebut rantai pasokan didalamnya termasuk seluruh proses dan kegiatan yang terlibat didalam penyampaian produk tersebut sampai ke tangan

pemakai konsumen. Semua itu termasuk proses produksi pada manufaktur, sistem transportasi yang menggerakkan produk dari manufaktur A sampai ke outlet retail, gudang tempat penyimpanan produk tersebut, pusat distribusi tempat dimana pengiriman dalam lusin besar dibagi kedalam lusin kecil untuk dikirim kembali ke toko-toko dan akhirnya sampai ke pengecer yang menjual produk tersebut. Sebuah operasi yang efisien dari rantai pasokan tergantung lengkap dan akuratnya aliran data yang berhubungan dengan produk yang diminta dari pengecer sampai pelanggan.

2. Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan

Mengembangkan pemasok ramah lingkungan adalah meningkatkan kinerja lingkungan pemasok melalui kerja sama dan dukungan, seperti pelatihan, bantuan teknis, dan insentif. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pemasok mematuhi standar lingkungan dan berkontribusi pada rantai pasokan yang berkelanjutan (Kannan & Tan, 2006; Lee et al, 2009)

3. Pemasaran Ramah Lingkungan

Pemasaran ramah lingkungan adalah strategi pemasaran yang menekankan karakteristik lingkungan dan manfaat produk dan layanan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sadar lingkungan, dan mempromosikan praktik bisnis berkelanjutan (Polonsky, 1994; Ottman et al, 2006).

4. Manufaktur dan Pengemasan Ramah Lingkungan

Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan adalah proses yang mengurangi dampak lingkungan melalui efisiensi energi, penggunaan bahan terbarukan, dan pengurangan limbah (Sarkis, 2003; Srivastava, 2007).

5. Partisipasi Lingkungan

Partisipasi lingkungan hidup adalah partisipasi aktif individu dan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan yang mendukung pelestarian dan perlindungan lingkungan hidup, seperti: Pengambilan keputusan, pendidikan, dan tindakan lingkungan (Beierle & Cayford, 2002; Reed, 2008)

6. Pembelian Ramah Lingkungan

Pembelian Ramah Lingkungan (**Green purchase**) dapat didefinisikan sebagai pembelian produk-produk yang ramah lingkungan dan menghindari produk-produk yang berbahaya bagi lingkungan. Selain itu, adalah green products, yang memenuhi kebutuhan konsumen tanpa merusak lingkungan serta berkontribusi terhadap dunia yang berkelanjutan. Produk tersebut memiliki dampak lingkungan yang rendah dan ramah lingkungan. Green purchasing behavior merupakan pembelian produk ramah lingkungan yang juga disebut sebagai produk berkelanjutan atau green products (Soomro et al.,2020). Menurut Chen & Chai (2010) green products mengkonsumsi bahan yang lebih aman bagi lingkungan, dapat didaur ulang, dan membutuhkan lebih sedikit kemasan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Pengaruh tingkat kemampuan pengembangan pemasok ramah lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan

pengaruh tingkat kemampuan pengembangan pemasok yang ramah lingkungan terhadap tingkat adopsi GSCM (Green Supply Chain Management) dapat dianggap positif. Green Supply Chain Management adalah strategi yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dari proses produksi, distribusi, penggunaan, dan pembuangan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

kapabilitas pengembangan pemasok ramah lingkungan dan kapabilitas partisipasi lingkungan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi GSCM.

2. Pengaruh tingkat kemampuan pemasaran ramah lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan

pengaruh tingkat kemampuan pemasaran yang ramah lingkungan yang lebih tinggi terhadap tingkat adopsi GSCM (Green Supply Chain Management) Pembelian Ramah Lingkungan dapat dianggap positif.

3. Pengaruh Tingkat kemampuan manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan

Green Manufacturing mampu memberikan dampak yang baik bagi lingkungan melalui peralatan yang ramah lingkungan, yang mampu menghemat energi yang digunakan serta menghasilkan emisi yang lebih baik (Dheeraj & Vishal, 2012).

4. Pengaruh Partisipasi Lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan

Partisipasi aktif dalam inisiatif atau kegiatan lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pembelian yang ramah lingkungan. Ini diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat partisipasi individu atau masyarakat dalam upaya perlindungan lingkungan, semakin besar kemungkinan mereka akan cenderung memilih untuk membeli produk atau layanan yang memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa individu yang aktif terlibat dalam kegiatan lingkungan lebih mungkin untuk menginternalisasi nilai-nilai lingkungan dalam keputusan pembelian mereka, sehingga meningkatkan adopsi produk atau layanan yang dianggap ramah lingkungan.

METODE

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Seth Kofi Nkrumah et al., 2020) pada tahun 2020. Metodologi pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan survei yaitu kuisioner yang di sebar pada manajer departemen Rantai Pasok. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan data primer karena kuesioner dibagikan secara langsung oleh peneliti.

Keterlibatan dalam penelitian ini adalah minim karena melakukan penelitian sesuai dengan keadaan sebenarnya pada suatu perusahaan. Unit analisis pada penelitian ini adalah Manajer departemen Rantai Pasok di suatu perusahaan. Time horizon yang digunakan yaitu cross sectional, menurut (Sekaran al., 2017) cross sectional adalah data yang hanya sekali dikumpulkan pada periode waktu tertentu dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan membuktikan apakah hipotesis yang telah disusun diterima atau ditolak. Terdapat empat hipotesis yang akan diuji pengaruhnya pada penelitian ini, yaitu: Pengaruh tingkat kemampuan pengembangan pemasok ramah lingkungan pada Pembelian Ramah Lingkungan, Pengaruh tingkat kemampuan pemasaran ramah lingkungan pada Pembelian Ramah Lingkungan, Pengaruh Tingkat kemampuan manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan pada Pembelian Ramah Lingkungan, Pengaruh Tingkat kemampuan partisipasi lingkungan pada Pembelian Ramah Lingkungan.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu non-probability sampling dan menggunakan metode purposive sampling. purposive sampling, yaitu Teknik penentuan sampel berdasarkan pada pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini, populasi merupakan manajer departemen Rantai Pasok yang berjumlah 94 respons. Sampel yaitu untuk membuat kesimpulan tentang

2024. COSTING: *Journal of Economic, Business and Accounting* 7(5): 3650-3658
populasi yang diinginkan (Hibberts et al., 2012). Sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu dari populasi manajer departemen Rantai Pasok pada suatu perusahaan.

Sampel adalah teknik (prosedur atau perangkat) yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sejumlah item atau individu yang relatif lebih kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya untuk dijadikan subjek (sumber data) untuk observasi atau eksperimen sesuai tujuan. dari studiny (Delice, 2010). Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Hair. Menurut (Hair et al., 2018) sampel dapat dihitung berdasarkan jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Pada penelitian ini terdapat jumlah indikator sebanyak 38 item dan akan dikali 5 ($38 \times 5 = 190$). Terkait dengan penyebaran kuesioner pada manajer departemen Rantai Pasok suatu perusahaan.

Teknik yang dilakukan untuk memperoleh data yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penyebaran kuesioner

pada penelitian ini dilakukan kepada Manajer departemen Rantai Pasok suatu perusahaan. Kuesioner yang dibuat dengan menggunakan Skala Likert 5 poin sebagai kriteria penilaian persepsi responden. Dengan skala lima poin, responden didorong untuk memikirkan masalah tersebut lebih dalam sebelum memilih jawaban yang cenderung negatif atau positif (Redda et al., 2019). Dalam skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, presepsi dari pendapat orang terhadap suatu fenomena atau objek tertentu.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan Structural Equation modeling (SEM) karena penelitian multivariat atau variabel lebih dari 2. SEM digunakan untuk mengidentifikasi hubungan dari variabel bebas dan variabel terikat dengan menguji menggunakan data kuesioner. SEM memberikan teknik estimasi yang tepat dan lebih efisien untuk serangkaian persamaan regresi berganda terpisah yang diestimasi secara bersamaan (Hair, 2018).

HASIL

A. Uji Instrumen

Tabel 1. Hasil Uji Instrumen

NO	Pernyataan	Factor Loading	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan			0.909	Reliabel
1	Perusahaan melakukan evaluasi praktik ramah lingkungan pemasok tingkat kedua	0.834		Valid
2	Pemasok dari perusahaan kami bersertifikasi ISO14000	0.820		Valid
3	Pilihan pemasok berdasarkan kriteria lingkungan	0.828		Valid
4	Menekan pemasok untuk mengambil Tindakan lingkungan	0.825		Valid
5	Perusahaan mewajibkan pemasok untuk memberikan pengujian sertifikasi yang sesuai dengan produk ramahl lingkungan	0.822		Valid
6	Memberikan spesifikasi desain kepada pemasok yang mencakup persyaratan lingkungan untuk barang yang dibeli	0.855		Valid
Pemasaran Ramah Lingkungan			0.935	Reliabel
1	Perusahaan Memberikan Informasi Sukarela secara Berkala Kepada Pelanggan dan Institusi Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup	0.833		Valid
2	Perusahaan Mensponsori Acara Lingkungan/Bekolaborasi dengan Organisasi Ekologi	0.831		Valid
3	Perusahaan kami memiliki Sistem Pemulihan dan Daur ulang	0.839		Valid
4	Perusahaan Menggunakan argumen Lingkungan Alam dalam Pemasaran	0.834		Valid
5	Perusahaan kami Memperbarui website secara berkala mengenai isu-isu lingkungan hidup	0.839		Valid

6	Perusahaan kami memberikan label untuk kemasan material untuk tujuan penyortiran	0.789	Valid
7	Perusahaan Mempertimbangkan bahwa produk eco akan meningkatkan kemauan beli konsumen	0.825	Valid
8	Perusahaan Mengadakan Seminar untuk pemasok/kontraktor	0.844	Valid
Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan		0.951	Reliabel
1	Perusahaan melakukan Rencana produksi dan pengendalian yang terfokus pada pengurangan limbah dan mengoptimalkan pemanfaatan material	0.854	Valid
2	Perusahaan Mengganti bahan/bagian yang menimbulkan polusi berbahaya	0.802	Valid
3	Perusahaan Mendesain proses yang berfokus pada pengurangan konsumsi energi dan sumber daya alam dalam operasi	0.846	Valid
4	Perusahaan kami Melakukan proses manufaktur yang mengurangi polusi suara seminimal mungkin	0.836	Valid
5	Perusahaan Membuat kemasan/kontainer yang dapat didaur ulang atau digunakan Kembali dalam bidang logistik	0.835	Valid
6	Perusahaan Melakukan Filter dan kontrol terhadap emisi dan pembuangan	0.815	Valid
7	Perusahaan memilih metode transportasi yang lebih bersih	0.861	Valid
8	Perusahaan Men-desain produk untuk menghindari atau mengurangi penggunaan produk dan proses manufaktur yang berbahaya	0.856	Valid
9	Perusahaan menggunakan teknologi/peralatan yang bersih	0.824	Valid
10	Perusahaan menggunakan Bahan ekologis untuk kemasan primer	0.808	Valid
Partisipasi Lingkungan		0.944	Reliabel
1	Perusahaan Mengadakan Program pelatihan lingkungan alam untuk manajer dan karyawan	0.832	Valid
2	Perusahaan melakukan Kerjasama lintas fungsi untuk perbaikan lingkungan	0.825	Valid
3	Perusahaan Menetapkan indeks perlindungan	0.845	Valid
4	Perusahaan kami Memiliki sistem pengelolaan lingkungan hidup	0.850	Valid
5	Manajer senior di Perusahaan Ber-Komitmen terhadap green supply chain management	0.792	Valid
6	Setiap karyawan di Perusahaan kami harus memahami betul target kinerja lingkungan hidup setiap tahunnya	0.829	Valid
7	Upaya perusahaan kami dalam kaitannya dengan masalah lingkungan hidup telah melampaui persyaratan peraturan yang terkait	0.830	Valid
8	Perusahaan Melakukan seminar lingkungan alam untuk para eksekutif	0.828	Valid
9	Perusahaan kami ikut Ber-Partisipasi dalam program lingkungan alam yang disubsidi pemerintah	0.860	Valid
Pembelian Ramah Lingkungan		0.887	Reliabel
1	Perusahaan Memberikan persyaratan untuk desain lingkungan kepada para pemasok	0.847	Valid
2	Perusahaan kami Bekerja sama dengan pemasok untuk tujuan lingkungan	0.843	Valid
3	Perusahaan Melakukan audit lingkungan untuk manajemen internal pemasok	0.817	Valid
4	Perusahaan Menanyakan sertifikasi ISO14000 kepada para pemasok	0.819	Valid
5	Perusahaan Mengevaluasi praktik ramah lingkungan dari pemasok tingkat kedua	0.827	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (Terlampir)

Hasil uji validitas yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *factor loading* dari setiap indikator lebih besar dari 0,40 sehingga

indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur lima variabel pada penelitian ini dinyatakan valid atau tepat dalam mengukur variabel yang

2024. COSTING: *Journal of Economic, Business and Accounting* 7(5): 3650-3658
diteliti. Demikian juga hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa lima variabel yang diteliti memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga seluruh instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel atau terdapat konsistensi internal antar indikator dalam mengukur konsep yang sama.

B. Uji Goodness Of Fit

Tabel 2. Hasil Uji Goodness Of Fit

Jenis Pengukuran	Pengukuran	Nilai	Batas penerimaan yang di.sarankann	Kesimpulan
<i>Absolut fit measures</i>	ECVI	16.642	Mendekati nilai Saturated dibanding independent	<i>Goodness of Fit</i>
<i>Parsimonious fit measures</i>	CMIN/DF	4.768	Batas bawah 1, batas atas 5	<i>Goodness of Fit</i>
	AIC	3311.718	Mendekati nilai Saturate dibanding independent	<i>Goodness of Fit</i>

Sumber : Pengolahan data menggunakan AMOS

Hasil pengujian *goodness of fit* terdapat 3 pengukuran yang menyatakan *goodness of fit* yaitu ECVI, CMIN/DF, dan AIC. Menurut Hair *et al.*, (2019) menyatakan bahwa apabila terdapat satu pengukuran saja yang menyatakan *goodness of fit*, maka model yang digunakan dapat diterima dan dapat dilakukan pengujian hipotesis. Dengan demikian, model penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini dapat dinyatakan layak atau lolos uji GOF sehingga dapat

dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya yaitu uji hipotesis.

C. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian dengan menolak hipotesis null (H_0), sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Estimate	P- Value	Keputusan
Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan berpengaruh positif terhadap Pembelian Ramah Lingkungan	-0.026	0.581	H1 Tidak didukung
Pemasaran Ramah Lingkungan berpengaruh positif terhadap Pembelian Ramah Lingkungan	0.303	0.000	H2 didukung
Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan berpengaruh positif pada Pembelian Ramah Lingkungan	0.280	0.000	H3 didukung
Partisipasi Lingkungan berpengaruh positif pada Pembelian Ramah Lingkungan	0.364	0.000	H4 didukung

Sumber : Pengolahan data menggunakan AMOS

Hipotesis 1

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan nilai P-value sebesar $0.581 \geq 0,05$ yang berarti Hipotesa peneliti tidak

didukung yang artinya Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan oleh

Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan tidak mendorong Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap Pembelian Ramah Lingkungan (Juhri & Dewi, 2017).

Hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan nilai P-value sebesar $0.000 \leq 0,05$ yang berarti Hipotesa peneliti didukung yang artinya Pemasaran Ramah Lingkungan berpengaruh positif terhadap Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan oleh Pemasaran Ramah Lingkungan mendorong Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Madan & Yadav, 2016) dan (Chawla & Joshi, 2019) bahwa Pemasaran Ramah Lingkungan dapat berpengaruh positif terhadap Pembelian Ramah Lingkungan.

Hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan nilai P-value sebesar $0.000 \leq 0,05$ yang berarti Hipotesa peneliti didukung yang artinya *Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan* berpengaruh positif terhadap *Pembelian Ramah Lingkungan*. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan oleh *Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan* mendorong Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Madan & Yadav, 2016) dan (Chawla & Joshi, 2019) bahwa *Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan* dapat berpengaruh positif terhadap *Pembelian Ramah Lingkungan*.

Hipotesis 4

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan nilai P-value sebesar $0.000 \leq 0,05$ yang berarti Hipotesa peneliti didukung yang artinya *Partisipasi Lingkungan* berpengaruh positif terhadap

Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan oleh *Partisipasi Lingkungan* mendorong Pembelian Ramah Lingkungan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Madan & Yadav, 2016) dan (Chawla & Joshi, 2019) bahwa *Partisipasi Lingkungan* dapat berpengaruh positif terhadap *Pembelian Ramah Lingkungan*.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk Mengkaji kemampuan ramah lingkungan sebagai pendorong adopsi manajemen rantai pasokan ramah lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dalam penelitian ini terhadap 200 karyawan pada Departemen manajer operasional di Perusahaan Manufaktur Industri Logam & Mesin di Bekasi maka dapat disimpulkan beberapa hal dibawah ini.

1. Tidak terdapat Pengaruh Pengembangan Pemasok Ramah Lingkungan Terhadap Pembelian Ramah Lingkungan.
2. Terdapat Pengaruh Positif Pemasaran Ramah Lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan.
3. Terdapat Pengaruh Positif Manufaktur dan pengemasan ramah lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan.
4. Terdapat Pengaruh Positif Partisipasi Lingkungan terhadap Pembelian Ramah Lingkungan.

SARAN

Adapun saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya dengan tujuan untuk memperbaiki keuangan yang ada dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti sektor industri lain dan memperluas jangkauan wilayah penelitian.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah sample penelitian ini menjadi semakin banyak dan terpercaya

DAFTAR PUSTAKA

- Budhi Cahyono, S. E., Abdul Hakim, S. E., & Wachjutomo, A. INOVASI MANAJEMEN RAMAH LINGKUNGAN.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Galaxy, A. B., Wibowo, M. A., & Suharyanto, S. (2021). PENGHAMBAT DAN PENDORONG GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (Studi Kasus: Aluminium Formwork). *Wahana Teknik Sipil: Jurnal Pengembangan Teknik Sipil*, 26(2), 189-208.
- Heriyanto, H., & Noviardy, A. (2019). Kinerja Green Supply Chain Management Dilihat Dari Aspek Reverse Logistic dan Green Procurement pada UKM Kuliner di Kota Palembang. *Mbia*, 18(1), 65-75.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Prastyo, E., Hasiholan, L. B., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Honorer Dinas Bina Marga Pengairan dan ESDM Kabupaten Jepara. *Journal of Management*, 2(2).
- Susanty, A., Sari, D. P., Rinawati, D. I., & Setiawan, L. (2018). Impact of internal driver on implementation of GSCM practice. In *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Bandung, Indonesia*.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Yaputra, H., Risqiani, R., Lukito, N., & Sukarno, K. P. (2023). Pengaruh Green Marketing, Sustainable Advertising, Eco Packaging/Labeling Terhadap Green Purchasing Behavior (Studi Pada Kendaraan Listrik). *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, 2(1), 71-90.
- Ang, J.S.K., Shimada, T., Quek, S.A. and Lim, E. (2015), "Manufacturing strategy and competitive performance – an ACE analysis", *International Journal of Production Economics*, Vol. 169, pp. 240-252.