

**PENGARUH *GREEN PRODUCK* DAN *GREEN ECONOMY* TERHADAP
BISNIS YANG BERKELANJUTAN PADA PENGINAPAN
COTTAGE ECOLODGE**

SKRIPSI

Oleh

**ANGGUN WIJAYA
198320083**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGARUH *GREEN PRODUCK* DAN *GREEN ECONOMY* TERHADAP
BISNIS YANG BERKELANJUTAN PADA PENGINAPAN
COTTAGE ECOLODGE**

SKRIPSI

Oleh

**ANGGUN WIJAYA
198320083**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/5/24

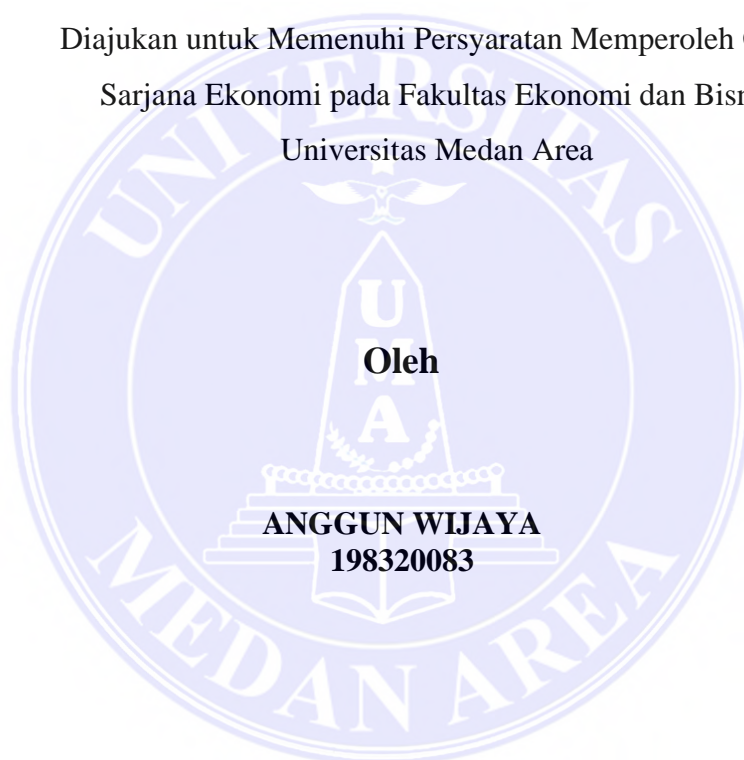
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)29/5/24

**PENGARUH *GREEN PRODUCK* DAN *GREEN ECONOMY* TERHADAP
BISNIS YANG BERKELANJUTAN PADA PENGINAPAN
COTTAGE ECOLODGE**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



Oleh

ANGGUN WIJAYA
198320083

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product* dan *Green Economy* Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Penginapan Cottage Ecolodge
Nama : Anggun Wijaya
NPM : 198320083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:


Komisi Pembimbing


Pembanding


(Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si)
Pembimbing


(Hery Syahrial, SE, M.Si)
Pembanding

Mengetahui:


(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan


(Indawati Lestari, SE, M.Si)
Ka.Prodi Manajemen

Tanggal Lulus: 18 April 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)29/5/24

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, Sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 18 April 2024

Yang Membuat Pernyataan



ANGGUN WIJAYA
NPM 198320083

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggun Wijaya
NPM : 198320083
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh *Green* Produk dan *Green* Ekonomi Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Penginapan Cottage Ecolodge.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mearawat dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Medan, 18 April 2024

Yang menyatakan



ANGGUN WIJAYA
NPM 198320083

Riwayat Hidup

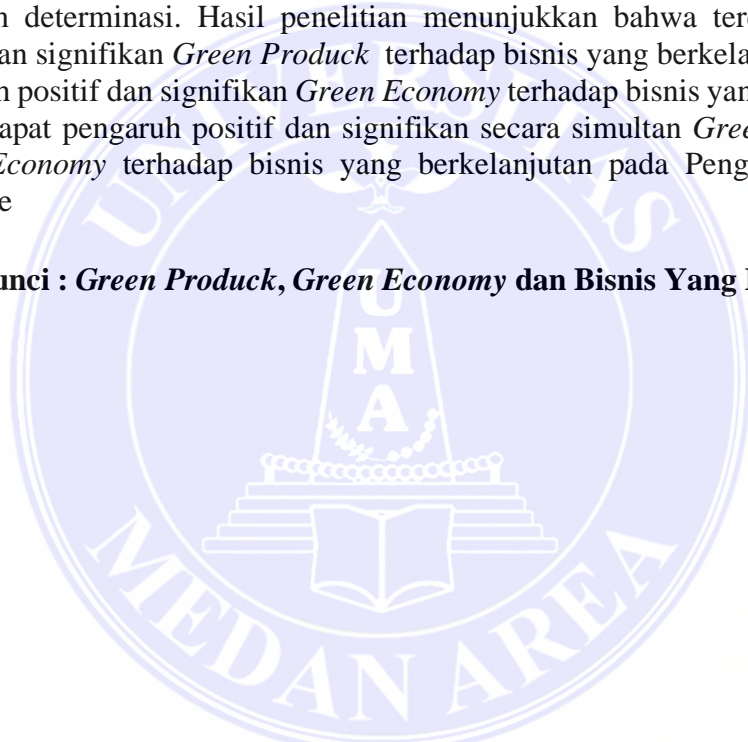


Nama	Anggun Wijaya
Npm	198320083
Tempat, Tanggal Lahir	Pulo Bandring, 04-11-1998
Nama Orang Tua :	
Ayah	Salmiran
Ibu	Kamisah
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 4 Kisaran
SMA	SMK Swasta Pemda Kisaran
Riwayat Studi di UMA	
No Hp/WA	085362027955
Email	anggunwijaya8249@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Green Product* terhadap bisnis yang berkelanjutan, untuk menganalisis pengaruh *Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan dan untuk menganalisis pengaruh *Green Product dan Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan penginapan dan berkunjung di *Cottage Ecolodge* sebanyak 11.664. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 masyarakat yang diambil dengan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Green Product* terhadap bisnis yang berkelanjutan, terdapat pengaruh positif dan signifikan *Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan dan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan *Green Product dan Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge

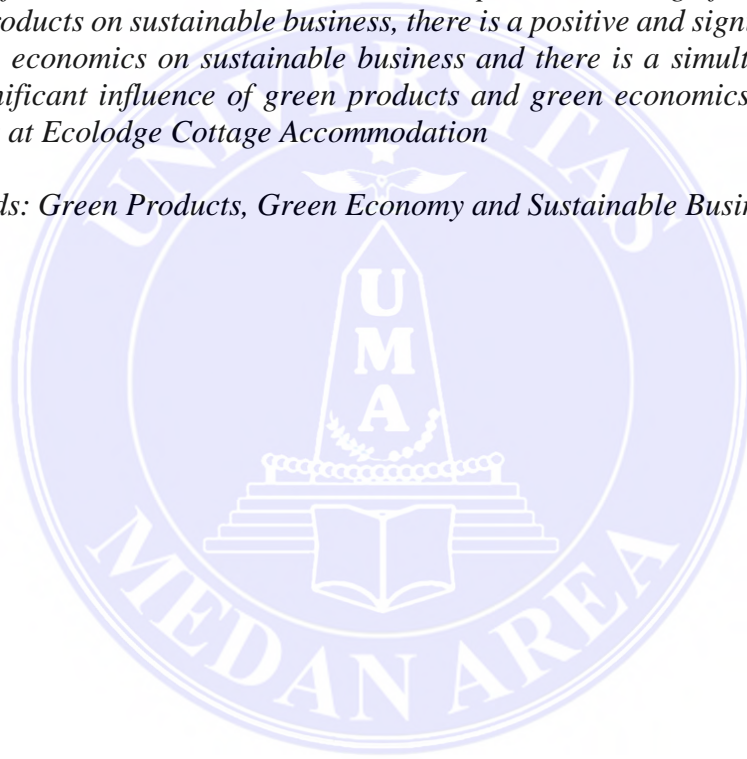
Kata Kunci : *Green Product, Green Economy dan Bisnis Yang Berkelanjutan.*



ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the influence of green products on sustainable business, to analyze the influence of green economics on sustainable business and to analyze the influence of green products and green economics on sustainable business at Ecolodge Cottage Accommodation. The population in this study was 11,664 people who stayed and visited Cottage Ecolodge. The sample in the research was 100 people taken using the Slovin formula. The data collection technique used in this research was carried out by distributing questionnaires. The analysis techniques used in this research are multiple linear regression, partial test (*t* test), simultaneous significance test (*F* test) and coefficient of determination. The results of the research show that there is a positive and significant influence of green products on sustainable business, there is a positive and significant influence of green economics on sustainable business and there is a simultaneous positive and significant influence of green products and green economics on sustainable business at Ecolodge Cottage Accommodation*

Keywords: Green Products, Green Economy and Sustainable Business.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Green Product* dan *Green Economy* Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Penginapan Cottage Ecolodge”**. Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt., P.hD,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Indawati Lestari, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
4. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.
5. Bapak Hery Syahrial, SE, M.Si selaku Dosen Pembanding dalam penelitian saya ini.
6. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Dosen Sekertaris dalam penelitian

saya ini.

7. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Kepada Seluruh Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, semoga selalu sabar dalam mengarahkan mahasiswa/i menyelesaikan urusan selama mengikuti kuliah.
9. Yang teristimewa kepada kedua orang tua Ayahanda tersayang Salmiran dan Ibunda Kamisah, dan istri tercinta Sella Novita Sari, S.Si tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan moril maupun materil kepada Saya.
10. Bapak dan Ibu selaku pegawai Ecolodge Bukit Lawang yang telah memberikan izin kesempatan untuk penulis melakukan penelitian dan wawancara guna penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun diharapkan untuk melengkapi kekurangan yang ada pada skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca umumnya.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 18 April 2024
Hormat Saya
Penulis,



Anggun Wijaya

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	<i>i</i>
ABSTRACT	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR ISI	<i>iii</i>
DAFTAR TABEL	<i>v</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>vi</i>
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Green Product</i>	9
2.1.1.1 Pengertian <i>Green Product</i>	9
2.1.1.2 Pembuatan <i>Green Product</i>	10
2.1.1.3 Karakteristik <i>Green Product</i>	10
2.1.1.4 Indikator <i>Green Product</i>	11
2.1.2 <i>Green Economy</i>	12
2.1.2.1 Pengertian <i>Green Economy</i>	12
2.1.2.2 Konsep Ekonomi Hijau (<i>Green Economy</i>)	13
2.1.2.3 Ciri-Ciri Ekonomi Hijau (<i>Green Economy</i>)	14
2.1.2.4 Prinsip Ekonomi Hijau (<i>Green Economy</i>)	15
2.1.2.5 Indikator Ekonomi Hijau (<i>Green Economy</i>)	18
2.1.3 Keberlanjutan Usaha	19
2.1.3.1 Pengertian Keberlanjutan Usaha	19
2.1.3.2 Manfaat <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha)	20
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha	21
2.1.3.4 Indikator Keberlanjutan Usaha	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel Objek	32
3.3 Definisi Operasional Penelitian	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Pengujian Instrumen	35
3.7 Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Data	41
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden.....	42
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.1.4 Analisis Data.....	49
4.2 Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.3 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Skala Likert	41
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.5 Skor Angket untuk Variabel <i>Green Product</i>	43
Tabel 4.6 Skor Angket untuk Variabel Green Ekonomi	45
Tabel 4.7 Skor Angket untuk Variabel Bisnis Yang Berkelanjutan	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Green Product</i>	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Green Ekonomi	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Bisnis Yang Berkelanjutan	51
Tabel 4.11 Reliabilitas Instrumen	52
Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.14 Uji t	57
Tabel 4.15 Uji F	58
Tabel 4.16 Koefisien Detrminasi	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Grafik Histrogram	54
Gambar 4.2 P-Plot.....	54
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	56



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh organisasi dengan menawarkan sebuah barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Agar suatu bisnis tetap hidup dan menjadi pilihan masyarakat di tengah persaingan yang semakin ketat, maka sebuah inovasi adalah hal mutlak yang dibutuhkan oleh setiap perusahaan, baik yang bergerak dalam bidang jasa maupun produk. Inovasi memiliki sebuah peranan sebagai gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. Agar inovasi dapat berjalan lancar, tepat, dan diterima oleh masyarakat, maka diperlukan juga strategi yang tepat untuk mengenal situasi persaingan saat ini, dan apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen dengan tujuan keberlangsungan usaha dalam jangka waktu yang panjang.

Pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas yang memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Bahkan sektor pariwisata melebihi sektor migas serta industri lainnya apabila dikelola dengan baik. Hal itu yang menyebabkan banyak negara di dunia berlomba-lomba mengembangkan potensi-potensi pariwisata yang dimilikinya sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan negara (Yoeti, 2018). Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar sehingga peluang bisnis dalam penginapan juga semakin besar.

Tempat penginapan sangat dibutuhkan oleh para wisatawan yang sedang berkunjung ke suatu kota, dan mereka yang membangun penginapan tersebut memberikan kenyamanan pada masyarakat yang menginap agar mereka bisa tidur dengan nyaman melebihi pada saat tidur di kamar sendiri. Tempat penginapan merupakan suatu usaha yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Sulastiyono, 2016).

Usaha dibidang penginapan merupakan usaha yang menjanjikan, sehingga banyak para pengusaha yang membuka usaha jasa penginapan. Usaha penginapan ini juga semakin berkembang. Usaha penginapan dianggap sebagai suatu usaha yang menguntungkan dan memiliki prospek yang baik karena penginapan sangat berhubungan dengan pariwisata, dimana pariwisata dari tahun ke tahun sampai saat ini masih menunjukkan terjadi peningkatan. Jika konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa penginapan akan membuat konsumen tersebut merasa senang dan puas.

Salah satu wisatawan yang nyaman dalam menempati penginapan juga dilihat dari makanan yang disajikan, dimana pelaku usaha juga harus memperhatikan produk makanan ataupun minuman yang sehat, bersih dan ramah lingkungan. Secara umum (Kanchanapibul, Lacka, Wang, & Chan, 2015) produk hijau sebagai produk yang ramah lingkungan dan kondusif untuk perlindungan lingkungan. Perusahaan yang menjual produk ramah lingkungan akan dapat

bertahan lebih lama di pasar dibandingkan dengan penjual produk non hijau. (Lestari, 2020) mengemukakan bahwa produk hijau sebagai produk yang fungsi atau idenya berhubungan dengan proses pengambilan material, produksi, penjualan, pemanfaatan dan pengolahan limbah yang tersedia untuk didaur ulang, mengurangi polusi serta hemat energi.

Selain dari *Green Product* yang ditawarkan, pelaku usaha juga harus memperhatikan *economy green* (ekonomi hijau), dimana *Green economy* juga memiliki kaitan yang erat dengan penerapan hukum persaingan usaha. Untuk menerapkan *Green Economy* yang mengedepankan lingkungan, terdapat “cost” atau biaya yang harus dikeluarkan oleh pelaku ekonomi, baik produsen, distributor, maupun konsumen. Misalnya, pada penerapan carbon tax, produsen harus membayar biaya pemakaian energi tidak ramah atau mengeluarkan biaya untuk menghasilkan energi ramah lingkungan. Pengenaan “cost” atau biaya untuk menerapkan *Green Economy* berpotensi untuk melanggar konsep persaingan usaha. Ekonomi berkelanjutan yang selaras dengan ekonomi hijau ini dalam teorinya seharusnya diterapkan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti pertumbuhan ekonomi, perbaikan lingkungan dan keberlanjutan lingkungan, khususnya pada sektor pariwisata (Haryanto, 2015).

Selain dari *green product* dan *green economy*, pelaku usaha juga perlu memperhatikan strategi dalam pemasaran seperti halnya promosi yang dilakukan dengan menggunakan sosial media yaitu instagram ataupun youtube. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam berbisnis. Komunikasi yang baik dapat menghasilkan pemasaran yang efektif. Sehingga komunikasi dan pemasaran

tidak dapat dipisahkan karena dengan adanya komunikasi, pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah. Komunikasi pemasaran adalah aplikasi komunikasi yang bertujuan untuk membantu kegiatan pemasaran sebuah perusahaan.

Internet sebagai sebuah jaringan komunikasi global memiliki beberapa fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk beberapa keperluan baik dalam bisnis maupun non bisnis (Purwanto, 2016). Dengan demikian kehadiran internet dan media sosial dapat mengatasi permasalahan dana tersebut. Karena pemasaran melalui media sosial cenderung tidak menghabiskan banyak biaya dan tidak jarang pemasaran melalui media sosial sama sekali tidak mengeluarkan biaya. Media sosial dapat menjadi media yang menghubungkan antara pengusaha dan konsumen. Konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk. Konsumen tidak lagi kesulitan dalam mendapatkan informasi-informasi terkini mengenai produk ataupun jasa yang dijual. Media sosial memudahkan interaksi antara konsumen dan pengusaha. Bagi para pelaku usaha media sosial digunakan untuk mengembangkan usaha, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi.

Cottage Ecolodge merupakan salah satu tempat penginapan yang ada di Medan yang berada dikawasan Bukit Lawang, Menginap di Ecolodge Bukit Lawang bukan hanya sekedar pengalaman menginap yang unik, juga menyediakan makanan dan minuman organik, hal ini sebagai bentuk namun juga dukungan nyata untuk wisata yang ramah lingkungan. *Ecolodge* Bukit Lawang dibangun untuk melengkapi aktivitas dari Pusat Pendidikan Lingkungan Bohorok. Di sini, *Ecolodge*

Bukit Lawang berupaya untuk meningkatkan kesadaran terhadap konservasi keanekaragaman hayati dan pengelolaan wisata ramah lingkungan, yang tidak hanya menjual tempat penginapan saja, tetapi juga menawarkan produk-produk yang ramah lingkungan, baik dari sisi keasrian lingkungan penginapan maupun makanan dan minuman yang ditawarkan berupa yang organik, yang tujuannya juga melestarikan dan menjaga lingkungan di kawasan Bukit Lawang.

Berdasarkan dari survey awal yang dilakukan kepada masyarakat yang berkunjung di *Ecolodge* Bukit Lawang merasakan bahwa tempat penginapan dan produk makanan yang ditawarkan masih tergolong cukup tinggi bila dibandingkan dengan tempat penginapan lain yang ada di sekitaran Bukit Lawang, hal ini terjadi dikarenakan *Ecolodge* Bukit Lawang menawarkan *Green Product* -produk yang tentunya memiliki harga bahan baku yang lebih mahal bila dibandingkan dengan produk-produk yang biasa. Dimana yang digunakan *Ecolodge* Bukit Lawang untuk restaurant menggunakan bahan yang ramah lingkungan, contohnya minyak yang digunakan untuk memasak menggunakan minyak kelapa tidak minyak sawit. Hal ini tentu membuat harga jual makanan yang ditawarkan lebih mahal bila dibandingkan dengan penginapan lainnya

Selain itu juga terlihat dari *green economy* yang belum maksimal dilakukan di penginapan *Cottage Ecolodge*, hal ini terlihat dengan kurang maksimalnya pemerintah setempat dalam mendukung penginapan *Cottage Ecolodge* untuk melestarikan lingkungan yang berada di sekitar daerah Bukit Lawang, terbukti dengan pemerintah kurang memberikan akses jalan yang baik untuk menuju lokasi

tempat penginapan di daerah Bukit Lawang. Hal ini tentu dapat berdampak dengan kurang baiknya pertumbuhan ekonomi di daerah setempat.

Selain itu juga masih banyaknya masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya lingkungan yang asri, selain baik untuk kesehatan seperti halnya mendapatkan udara yang segar serta makanan dan minuman yang sehat dan juga dapat menajak peningkatan perekonomian bagi pelaku usaha yang berada di daerah tersebut, dimana masih banyaknya masyarakat saat berlibur masih banyak menghabiskan waktu di daerah-daerah padat kota seperti halnya Mall, hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya tingkat kesadaran bagi masyarakat dalam pentingnya melakukan wisata di daerah-daerah yang ramah lingkungan.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di kemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul: **“Pengaruh *Green Product* dan *Green Economy* Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Penginapan Cottage Ecolodge”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dijelaskan mengenai bisnis yang berkelanjutan yang bisa dilihat dari penggunaan *Green Product* dan *green economy*. Dimana *Green Product* sebagai produk yang ramah lingkungan dan kondusif untuk perlindungan lingkungan. Sedangkan untuk *green economy* yang berkaitan erat dengan penerapan hukum persaingan usaha. Artinya dengan adanya *Green Product* dan *Green Economy* maka bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge dapat berkembang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah, hingga bisa diformulasikan permasalahan adalah:

1. Apakah ada pengaruh *Green Product* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge?
2. Apakah ada pengaruh *Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge?
3. Apakah ada pengaruh *Green Product dan Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Green Product* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge
2. Untuk menganalisis pengaruh *Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge
3. Untuk menganalisis pengaruh *Green Product dan Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Peneliti

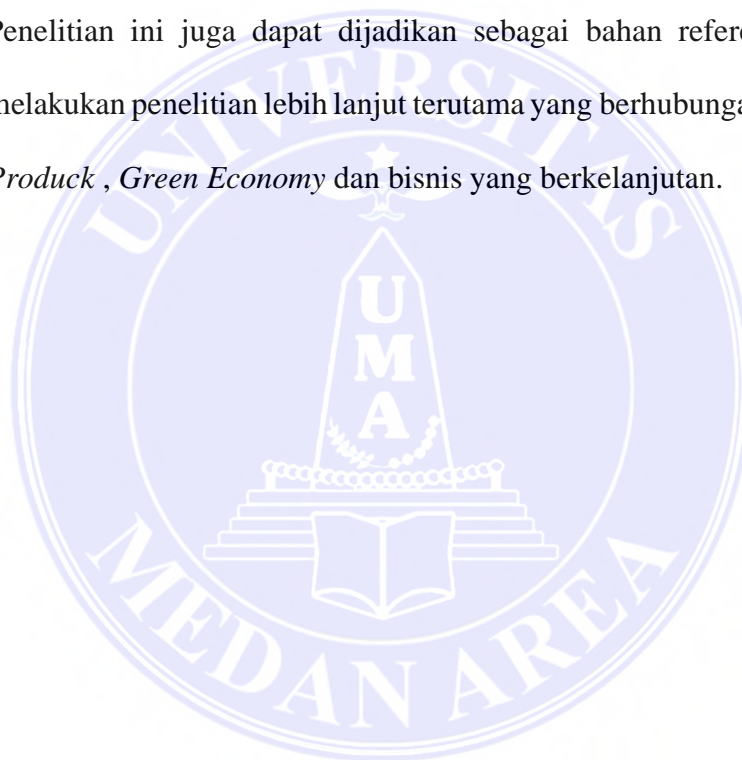
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan sumber ilmu atau konsep untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan dibidang kewirausahaan.

2. Manfaat bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan perusahaan sehingga dapat digunakan dalam kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan *Green Product*, *Green Economy* dan bisnis yang berkelanjutan.

3. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan *Green Product*, *Green Economy* dan bisnis yang berkelanjutan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Green Product*

2.1.1.1 Pengertian *Green Economy*

Green product adalah produk yang baik bagi pengguna juga tidak mencemari lingkungan sekitar. Menurut Chan & Chai (2010) dalam (Suhaily, Darmoyo, & Boentoro, 2018), “*Said green product use material safer to the environment, and require less packaging*”. Produk ramah lingkungan menggunakan bahan yang lebih aman bagi lingkungan, dan membutuhkan lebih sedikit kemasan. Menurut Handayani (2012) dalam (Lathifah & A.Widyastuti, 2018) *Green product* atau produk ramah lingkungan merupakan suatu produk yang dirancang dan diproses dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam produksi, pendistribusian, dan pengkonsumsian. Menurut Susilo (2012) dalam (Leonora, 2018), *Green Product* adalah gambaran usaha suatu organisasi didalam mendesain, mempromosikan, menawarkan dan mendistribusikan produk yang ramah lingkungan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *Green Product* merupakan produk yang aman dan tidak berbahaya bagi manusia dan lingkungan sehingga dapat mengurangi kerusakan lingkungan.

2.1.1.2 Pembuatan *Green Product*

Menurut Shamsuddoha; Panjaitan (2014) dalam (Lathifah & A.Widyastuti, 2018) Menciptakan *Green Product* dapat dilakukan dengan banyak cara di antaranya dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Konten atau material produk
Penggantian komponen dan bahan-bahan yang mendukung kelestarian alam atau penghilangan unsur produk yang dapat merusak lingkungan.
2. Manufaktur Pemilihan proses produksi yang ramah lingkungan, hemat energi dan lebih sedikit menghasilkan limbah berbahaya.
3. Kinerja Produk di desain agar dapat terdegradasi secara alamiah dan memiliki kinerja energy yang hemat.
4. Penggunaan Produk di desain untuk mudah digunakan dan praktis sehingga tidak memerlukan banyak peralatan lengkap dalam pemanfaatannya.

Perusahaan harus menyediakan informasi yang jelas dan terbuka terhadap produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Selain itu perlu juga dilakukan monitoring pesaing untuk lihat apakah mereka sedang mengembangkan produk yang menyamai *green product* serupa, dengan harga yang lebih rendah atau dengan kualitas yang lebih rendah.

2.1.1.3 Karakteristik *Green Product*

Karakteristik *Green Product* menurut (Lathifah & A.Widyastuti, 2018) adalah sebagai berikut:

1. Produk tidak mengandung toxic (racun).
2. Produk lebih tahan lama.

3. Produk menggunakan bahan baku dari bahan daur ulang.
4. Produk menggunakan bahan baku yang dapat di daur ulang.
5. Produk tidak menggunakan bahan yang dapat merusak lingkungan.
6. Menggunakan kemasan yang sederhana dan menyediakan produk isi ulang.
7. Tidak membahayakan bagi kesehatan manusia dan hewan.
8. Tidak menghabiskan banyak energi dan sumber daya lainnya selama pemrosesan, penggunaan, dan penjualan.
9. Tidak menghasilkan sampah yang tidak berguna akibat kemasan dalam jangka waktu yang singkat.

2.1.1.4 Indikator *Green Product*

Indikator *green Product* menurut Pankaj & Vishal (2014); Kong et al. (2015) dalam (Santoso & Fitriyani, 2016) yaitu:

1. *Green Product* bermanfaat bagi lingkungan
Produk yang baik merupakan produk yang tidak mencemari lingkungan dan menggunakan bahan baku alam tanpa merusak lingkungan.
2. Kinerja *Green Product* sesuai harapan
Produk yang mempunyai kinerja dan kualitas tinggi menjadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
3. Bahan baku *Green Product* terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya.
Konsumen membeli suatu produk hijau dengan pertimbangan bahwa bahan baku dalam produk tersebut tidak berbahaya bagi manusia ataupun lingkungan.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) menyatakan bahwa banyak parameter rancangan atau desain yang mencakup :

1. Bentuk: Banyak produk dapat didiferensiasi berdasarkan bentuk, ukuran model.
2. Fitur: Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan fitur yang berbeda-beda yang melengkapi fungsi dasar produk.
3. Mutu: Pembeli mengharapkan produk memiliki mutu kesesuaian dengan standar dan spesifikasi yang tinggi.
4. Daya Tahan: Ukuran usia yang diharapkan dalam kondisi normal sangat penting bagi kualitas produk tersebut.

2.1.2 Green Economy

2.1.2.1 Pengertian Green Economy

Green Economy adalah promosi produk yang menurut konsumen menguntungkan secara ekologis. Akibatnya, ekonomi hijau melibatkan berbagai tindakan, termasuk sebagai modifikasi produk, penyesuaian proses, dan bahkan penyesuaian iklan. Menurut (Antasari, 2019) *Green Economy* atau ekonomi hijau merupakan sebuah gagasan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial tanpa adanya risiko kerusakan alam.

Menurut (Sari, 2014) *Green Economy* ialah menerapkan konsep ekonomi baru yang berorientasi pada peningkatan aspek ekonomi dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup dalam kegiatan pembangunan.

Menurut (Makmum, 2016) *Green Economy* didasarkan pada pengetahuan ecological economics yang membahas tentang ketergantungan manusia secara

ekonomis terhadap ekosistem alam dan akibat dari efek aktivitas ekonomi manusia terhadap climate change dan global warming. UNEP menyatakan bahwa penerapan *Green Economy* dapat terlihat melalui, peningkatan investasi public dan private disektor *green*, peningkatan GDP dari sektor *green*, penurunan sumber daya per unit produksi dan penurunan konsumsi yang banyak menghasilkan limbah.

Dengan demikian ekonomi hijau juga merupakan kegiatan ekonomi yang selain meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan akhir kegiatan ekonomi, diharapkan berdampak pada tercapainya keadilan, baik keadilan bagi masyarakat maupun lingkungan dan sumber daya alam itu sendiri.

2.1.2.2 Konsep Ekonomi Hijau (*Green Economy*)

Konsep Ekonomi Hijau (*Green Economy*) pertama kali dilontarkan oleh Presiden Amerika Serikat (AS) Barack Obama. Namun, kemudian konsep tersebut digaungkan oleh UNEP (*United Nations Environment*) pada 2018 sebagai upaya untuk mendorong negara-negara maju dan berkembang menggunakan pengertian atau strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Tujuannya adalah untuk meminimalisir kerusakan dan krisis lingkungan global yang semakin parah untuk mengurangi bahaya dan memburuknya bencana lingkungan global parah secara umum, Menurut UNEP, "ekonomi hijau" adalah ide ekonomi yang dapat mengarah pada keadilan sosial dan kualitas hidup yang lebih tinggi sambil juga mengkonsumsi lebih sedikit energi dan sumber daya alam ekologi. Mengurangi emisi karbon dan polusi, memanfaatkan efisien, dan menghilangkan sumber daya dan energi, dan mencegah hilangnya keanekaragaman hayati dan jasa ekosistem (Andreas, 2017)

Dalam laporannya *Our Common Future*, *World Commission on Environment and Development* (WCED) mengutipkan enam keprihatinan penting yang harus dijadikan landasan untuk menetapkan kebijakan lingkungan dalam gagasan pembangunan berkelanjutan, ialah:

1. Meluruskan pertambangan dan menyuburkan kualitas
2. Pemenuhan kebutuhan dasar berupa pekerjaan, pangan, energi, air, dan sanitasi
3. Melaksanakan konservasi dan kapasitas sumber daya
4. Orientasi teknologi dan manajemen risiko
5. Memasukkan faktor ekonomi kedalam pemungutan keputusan

2.1.2.3 Ciri-Ciri Ekonomi Hijau (*Green Economy*)

Menurut (Cato, 2014) Ekonomi hijau (*Green Economy*) memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ekonomi berbasis masyarakat
2. Pasar dipandang sebagai tempat yang menyenangkan untuk bersosialisasi dan berteman, dimana opini dan berita politik diperdagangkan seperti produk dan uang.
3. Melibatkan distribusi aset melalui peningkatan warisan dan pajak capital dengan capital gain
4. Pajak juga digunakan secara strategis untuk perilaku yang berkelanjutan, bukan untuk mempengaruhi kekuasaan dan perkembangan bisnis
5. Dipandu oleh nilai yang ditimbulkan oleh nilai uang

6. Tinggalkan ketergantungan pada pertumbuhan ekonomi dan arahkan ke ekonomi yang mapan
7. Ekonomi yang bersahabat dimana koneksi dan komunitas menggantikan konsumerisme dan teknologi
8. Memberikan peran yang lebih besar kepada perekonomian informal dan sistem koperasi dan berbasis masyarakat yang saling mendukung
9. Sistem perawatan kesehatan yang berpusat pada promosi kesehatan yang baik dan perawatan primer, dengan obat-obatan berteknologi tinggi yang bersumber secara lokal
10. Menggunakan pertanian organik dan pertanian yang didukung masyarakat untuk menggantikan bahan bakar fosil dan sistem pertanian intensif.

2.1.2.4 Prinsip Ekonomi Hijau (*Green Economy*)

Menurut (Sari, 2014) Penerapan dalam prinsip-prinsip *green economy*, antara lain:

1. Memprioritaskan nilai penggunaan, kualitas dan nilai yang melekat
Ide-ide dasar ekonomi hijau sebagai layanan menempatkan premium pada hasil akhir dan masalah kawasan. Sumber daya primer, yang dapat sangat dilindungi adalah sarana untuk mencapai kepuasan keinginan tertinggi. Uang juga harus dikembalikan ke fungsi aslinya sebagai alat tukar dari pada produk akhir. Jika ini dapat dimanfaatkan secara luas dalam operasi ekonomi, dalam semua tindakan ekonomi, pengaruh uang dapat dikurangi.

2. Bergerak mengikuti arus alam

Perekonomian bergerak seperti kapal dengan angin bertiup sebagai proses alami yang meliputi sinar matahari, energi terbarukan, siklus hidrologi alami jaring makanan dan tumbuh tumbuhan daerah dan bahan-bahan terlokalisasi, Masyarakat menjadi semakin sadar ekologis, menyelaraskan batas-batas pemerintah dan ekonomi dengan batas-batas alam dan mendorong konsep dan kegiatan bioregional.

3. Sampah adalah makanan

Setiap output dari satu aktifitas menjadi input untuk proses lain di alam, yang berarti tidak ada pemborosan. Pedoman ini tidak hanya mempengaruhi tinggi badan organisasi, tetapi juga dalam hal mengharuskan produksi produk sampingan yang tidak digunakan sebagai sumber energi untuk kegiatan lain dan dianggap demikian.

4. Rapih dan keragaman fungsi

Berbeda dengan segmentasi dan fregmentasi peradaban industri. Rantai makanan yang rumit mewakili interaksi dari banyak hubungan yang terjalin. Setiap metode pemecahan masalah dalam skenario ini didasarkan pada kemenangan bersama dan hasil yang bermanfaat dari kegiatan lain.

5. Skala tepat guna/skala keterkaitan

Menjadikan kawasan dengan kapasitas bawaan yang luar biasa untuk menjadi destinasi wisata kuliner memang skala operasional yang tepat.

6. Keberagaman

Dalam dunia yang terus berubah, kesehatan dan keragaman bergantung. Hal ini berlaku untuk semua tingkat keanekaragaman (tanaman, hewan, komunitas organik, dan spesies teritorial), serta organisasi sosial dan ekologi.

7. Kesadaran diri, pengorganisasian diri dan desain sendiri

Sebuah 'sarang hierarkis' diperlukan untuk sistem yang kompleks kecerdasan yang mengoordinasikan dalam gerak terstruktur, sistem itu sendiri, hierarki ('bottom-up) pada umumnya berbeda dari hierarki masyarakat, dengan basis menjadi aspek yang paling signifikan.

8. Demokrasi langsung dan partisipasi

Ekonomi berbasis lingkungan harus melibatkan masyarakat harus berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan agar menjadi tangguh dan fleksibel.

9. Pengembangan dan kreativitas masyarakat

Mengubah sumber manufaktur menjadi inventivitas alami yang secara impulsif mensosialisasikan suatu kreativitas. Kualitas transmisi dan situasi aktual, yang ditentukan oleh faktor sosial dan psikologis sistem industri. Faktor pribadi dan politik, sosial dan ekologi semuanya berperan dalam perubahan hijau.

10. Dampak lingkungan binaan dari strategi, lansekap dan tata ruang.

Perencanaan tata ruang sistem komponen aktivitas dapat menghasilkan peningkatan efisiensi yang signifikan. Peningkatan konservasi dan efisiensi

dalam penataan ruang berdampak baik pada semua kegiatan ekonomi karena kerapian, pemanfaatan bersama, dan desain terpadu yang bergerak bersama alam.

2.1.2.5 Indikator Ekonomi Hijau (*Green Economy*)

Menurut (Faizah, 2020) Adapun indikator ekonomi hijau (*Green Economy*) sebagai berikut.

1. Perekonomian yang rendah karbon

Ekonomi rendah karbon merupakan ekonomi yang tidak banyak menggunakan sumber energy yang mengeluarkan karbon dioksida, sehingga ekonomi tersebut juga tidak banyak mengeluarkan gas rumah kaca ke biosfer.

2. *Resource Efficient* (Efisiensi Sumber Daya)

Efisiensi Sumber daya atau efisiensi sumber daya didefinisikan sebagai gagasan yang memungkinkan pemanfaatan sumber daya alam yang terbatas secara berkelanjutan tanpa merusak lingkungan. Ini menawarkan kesempatan untuk meningkatkan output sambil memanfaatkan lebih sedikit sumber daya alam atau untuk mempromosikan lebih banyak nilai dengan lebih sedikit.

3. Inklusif secara sosial

Inklusif secara media sosial berarti memberikan perhatian kepada semua orang dan memperhatikan pemenuhan dan kontras dalam kebutuhan setiap manusia sehingga intuitif sosial yang sesuai dan kehidupan yang megah dapat dibangun.

2.1.3 Keberlanjutan Usaha

2.1.3.1 Pengertian Keberlanjutan Usaha

Pengusaha tentu menginginkan usaha yang dijalankan berkembang dan berkelanjutan. Keberadaan usaha akan bermanfaat jika lingkungan usaha mampu menerima keberadaan usaha. Keberlanjutan sendiri diartikan usaha yang dijalankan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang. Menurut (Widayanti, Damayanti, & Marwanti, 2017) keberlanjutan usaha adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertumbuhan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha. Keberlanjutan usaha dalam penelitian ini diukur oleh beberapa indikator seperti yang diungkapkan oleh (Yanti & Iko, 2019).

Menurut Narayanadp dalam (Jiwa, Arnawa, & Madiarsa, 2022) *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha) adalah usaha bisnis untuk menghambat efek negatif bagi lingkungan maupun sosial agar keturunan penerus nanti memiliki sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhannya. Keberhasilan di pasar global yang memiliki kualitas baik akan membuat *Business Sustainability* aman bagi lingkungan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan usaha adalah suatu usaha yang tetap berlangsung dari waktu ke waktu secara turun menurun dalam jangka panjang dengan kepemimpinan yang sama, sehingga dapat mempertahankan hasil produk yang dihasilkan.

2.1.3.2 Manfaat *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha)

Pelaku usaha tidak hanya cukup untuk memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, tetapi juga dapat memahaminya dan menerapkan pengetahuan pengelolaan yang telah dimiliki. Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik di harapkan mampu untuk mengambil keputusan secara tepat sehingga *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha) dapat terus berkelanjutan (Aribawa, 2016). Hasil tersebut tidak lepas dari manfaat *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha), seperti yang dilansir dari (Aribawa, 2016) yaitu:

1. Produktivitas meningkat

Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha) hampir sama dengan menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang berlebihan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.

2. Membuka peluang investasi

Perusahaan yang dapat mengelola keuangan dan lingkungan dengan baik dan memiliki sumber daya manusia yang berkesinambungan akan dapat dilirik oleh investor untuk berinvestasi di perusahaan.

3. Meningkatkan keuntungan

Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha) tidak lepas dari kelestarian lingkungan. Semakin terjaga lingkungan usaha maka dapat disimpulkan usaha tersebut dapat mendapat keuntungan dari lingkungan sekitar.

4. Sumber daya manusia yang berkualitas

Sumber daya manusia yang di kelola dengan baik dengan melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar dan mampu bersaing secara kompetitif demi mewujudkan kinerja usaha yang baik.

5. Mengefisiensi energi

Keberlanjutan suatu usaha tidak lepas dari memanfaatkannya teknologi yang berkembang saat ini. Teknologi mendukung usaha seperti pemasaran bisa dilakukan secara online, mesin produksi yang di design semakin efisien, pembukuan keuangan bisa dilakukan dengan sistem di computer.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha

Secara garis besar penyebab keberlanjutan usaha menurut (Darsono & Ashari, 2018) dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Faktor Internal

- a. Manajemen yang tidak efisien akan mengakibatkan kerugian terus menerus yang pada akhirnya menyebabkan perusahaan tidak dapat membayar kewajibannya.
- b. Ketidakseimbangan dalam modal yang dimiliki dengan jumlah piutang-hutang yang dimiliki. Hutang yang terlalu besar akan mengakibatkan biaya bunga yang besar sehingga memperkecil laba bahkan dapat menyebabkan kerugian. Piutang yang terlalu besar juga akan merugikan karena aktiva yang menganggur terlalu banyak sehingga tidak menghasilkan pendapatan.

- c. Moral hazard oleh manajemen. Kecurangan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dapat mengakibatkan kebangkrutan. Kecurangan ini akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan yang pada akhirnya membangkrutkan perusahaan.

2. Faktor Eksternal

- a. Perubahan dalam keinginan pelanggan yang tidak diantisipasi oleh perusahaan yang mengakibatkan pelanggan lari sehingga terjadi penurunan dalam pendapatan.
- b. Kesulitan bahan baku karena supplier tidak dapat memasok lagi kebutuhan bahan baku yang digunakan untuk produksi.
- c. Faktor debitur juga harus diantisipasi untuk menjaga agar debitur tidak melakukan kecurangan dengan lari dari tanggung jawab utang. Terlalu banyak piutang yang diberikan debitur dengan jangka waktu pengembalian yang lama akan mengakibatkan banyak aktiva menganggur yang tidak memberikan penghasilan sehingga mengakibatkan kerugian yang besar bagi perusahaan.
- d. Hubungan yang tidak harmonis dengan kreditur juga dapat berakibat fatal terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Untuk mengantisipasi hal tersebut, perusahaan harus dapat mengelola hutangnya dengan baik dan juga membina hubungan baik dengan kreditur.
- e. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan agar selalu memperbaiki diri sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

- f. Kondisi perekonomian secara global juga harus selalu diantisipasi oleh perusahaan. Dengan semakin terpadunya perekonomian dengan Negara-negara lain, perkembangan perekonomian global juga harus diantisipasi oleh perusahaan.

2.1.3.4 Indikator Keberlanjutan Usaha

Menurut (Aribawa, 2016) Pelaku usaha tidak hanya cukup untuk memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, tetapi juga dapat memahami dan menerapkan pengetahuan pengelolaan yang telah dimiliki. Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan mampu untuk mengambil keputusan secara tepat sehingga Keberlanjutan Usaha dapat terus berkelanjutan. Hal tersebut tidak lepas dari indikator Keberlanjutan Usaha, antara lain:

1. Produktivitas meningkat

Keberlanjutan Usaha hampir sama dengan menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang berlebihan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.

2. Membuka peluang investasi

Perusahaan yang dapat mengelola keuangan dan lingkungan dengan baik dan memiliki sumber daya manusia yang berkesinambungan akan dapat dilirik oleh investor untuk berinvestasi diperusahaan.

3. Meningkatkan keuntungan

Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha) tidak lepas dari kelestarian lingkungan. Semakin terjaga lingkungan usaha maka dapat disimpulkan usaha tersebut dapat mendapat keuntungan dari lingkungan sekitar.

4. Sumber Daya Manusia yang berkualitas

Sumber daya manusia yang dikelola dengan baik dengan melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar dan mampu bersaing secara kompetitif demi mewujudkan kinerja usaha yang baik.

5. Mengefisiensi energi

Keberlanjutan suatu usaha tidak lepas dari memanfaatkannya teknologi yang berkembang saat ini. Teknologi mendukung usaha seperti pemasaran bisa dilakukan secara online, mesin produksi yang di design semakin efisien, pembukuan keuangan bisa dilakukan dengan sistem dicomputer.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut dapat disajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Yudawisastra, 2021)	Pengaruh Produk Hijau Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan: Studi Pada Restoran Di Kabupaten Badung Di Masa Pandemi Covid-19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk hijau memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap bisnis yang berkelanjutan melalui variabel kewirausahaan hijau sebesar 77% dan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis. Penelitian ini dilakukan pada masa Pandemi Covid-19 dimana hasilnya merepresentasikan kondisi

			bisnis kuliner di Kabupaten Bandung khususnya restoran yang terdampak oleh kondisi pandemi
2.	(Yudawisastra & Andriyani, 2021)	Pengaruh Variabel Hijau Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan: Studi Sektor Kuliner Destinasi Wisata Joglosemar Saat Pandemi Covid-19	Hasil penelitian 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.
3.	(Budi & Sundiman, 2021)	Pengaruh Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Berkelanjutan: Peran Moderasi Dari Kepedulian Lingkungan Manajerial (Studi Pada UMKM di Batam)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk hijau tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja berkelanjutan, proses inovasi hijau berpengaruh signifikan terhadap kinerja berkelanjutan, kepedulian lingkungan manajerial sebagai moderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk hijau dengan kinerja berkelanjutan dan kepedulian lingkungan manajerial sebagai moderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap proses inovasi hijau dengan kinerja berkelanjutan.
4.	(Prasetyo, 2021)	Penerapan Kebijakan <i>Green Economy</i> Pada 7 Sektor Industri Kecil & Menengah Di Jawa Timur	Hasil menunjukan Kategori industri hijau atau tidak menggunakan indikator ekonomi hijau yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, kemudian menggunakan analisis DEA untuk mengetahui efisiensi industri, selanjutnya menggunakan SWOT untuk merumuskan strategi kebijakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak industri di Jawa Timur memiliki nilai efisiensi dibawah
5.	(Hamidi, Fadli, & Wilion, 2022)	Tinjauan <i>Green Economy</i> dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek lingkungan hidup belum secara tegas diakui dalam hukum persaingan usaha di Indonesia tetapi dapat diinterpretasikan masuk dalam frasa “kepentingan umum,” masuknya penjelasan mengenai aspek lingkungan hidup dapat menciptakan kepastian hukum serta kebermanfaatn hukum bagi pelaku usaha dan masyarakat, dan dalam menerapkan kelonggaran demi lingkungan hidup, sepanjang memberikan kontribusi “signifikan” pada lingkungan, kelonggaran sebaiknya tetap diberikan walaupun merugikan konsumen secara cost-benefit analysis. Dengan demikian, Indonesia perlu mengakui dengan tegas aspek lingkungan hidup dalam hukum persaingan usaha di Indonesia untuk mengakselerasi pelaksanaan <i>Green Economy</i>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
6.	(Priantoko, Anbia, Margaretha, Wulan, & Panggabean, 2021)	Tinjauan Penerapan Ekonomi Hijau Dalam Pariwisata Di Provinsi Bali	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan Program Bali <i>Clean and Green</i> dalam menjaga keberlangsungan lingkungan hidup dan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam pelaksanaannya, Program Bali <i>Clean and Green</i> paling berpengaruh pada sektor pariwisata di Provinsi Bali. Dalam pelaksanaannya, program tersebut telah didukung dengan banyaknya aturan maupun sertifikasi yang diterbitkan berbagai pihak untuk memastikan terwujudnya sektor pariwisata yang berkelanjutan. Masyarakat makin sadar betapa pentingnya menjaga keseimbangan dan keberlangsungan alam sekitar.

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Pengaruh *Green Product* terhadap Bisnis yang Berkelanjutan

Kesadaran masyarakat saat ini akan pentingnya kelestarian lingkungan semakin meningkat, hal ini ditandai dengan adanya kerusakan-kerusakan lingkungan, salah satu bentuk kepedulian masyarakat pada lingkungan dengan mulai mengganti produk yang digunakan menjadi produk organik yang meminimalisir kerusakan terhadap lingkungan, dan Saat ini juga masyarakat mulai mengenal istilah *back to nature* yaitu kembali ke alam dimana dalam mengkonsumsi produk memilih bahan-bahan alami dan tanpa zat kimia berbahaya bagi tubuh. Namun dengan banyaknya produk yang mengatas namakan organik muncul dipasaran membuat masyarakat meragukan kualitas dari produk tersebut, maka dari itu untuk menarik minat masyarakat akan produk ramah lingkungan, pendekatan pada masyarakat dengan memberikan pesan tentang manfaat produk ramah lingkungan dan informasi akan produk yang dapat dikategorikan *Green Product*, sehingga masyarakat dapat menambah pengetahuan akan produk ramah lingkungan.

Menurut Shaputra (2013) dalam (Lathifah & A.Widyastuti, 2018) konsep yang sangat penting dalam sebuah *green product* adalah meminimalisasi kekecewaan konsumen sehingga membuat konsumen mencoba dan membeli *green product*. Produk ramah lingkungan haruslah berkualitas dan tidak kalah dengan produk lain, pada promosi produk pun harus berbeda karena produk alamika harus memiliki ciri khas seperti pada iklan berisi pesan yang mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan, informasi akan pentingnya mengkonsumsi makanan organik, sehingga masyarakat lebih tertarik pada produk tersebut.

Menurut (Yudawisastra, 2021) produk hijau sebagai produk yang ramah lingkungan dan kondusif untuk perlindungan lingkungan. Perusahaan yang menjual produk ramah lingkungan akan dapat bertahan lebih lama di pasar dibandingkan dengan penjual produk non hijau.

Hasil penelitian (Yudawisastra, 2021) yang menyatakan bahwa produk hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan suatu usaha.

2.3.2 Pengaruh *Green Economy* terhadap Bisnis yang Berkelanjutan

Ekonomi berkelanjutan yang selaras dengan ekonomi hijau ini dalam teorinya seharusnya diterapkan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti pertumbuhan ekonomi, perbaikan lingkungan dan keberlanjutan lingkungan, khususnya pada sektor pariwisata (Haryanto, 2015).

Untuk mencapai iklim pariwisata yang berkelanjutan, banyak usaha penginapan yang saat ini berkomitmen untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat usahanya. Bagi pelaku usaha penginapan, salah satu

mewujudkan usaha yang selaras dengan lingkungan adalah dengan mendapatkan sertifikat *green* penginapan.

Untuk mendapatkan sertifikat tersebut perlu dilakukan *benchmarking* pada aspek air, energi, dan limbah, serta sertifikasi atas praktik operasional perusahaan. Tidak hanya bangunan saja yang dinilai, praktik bisnis perusahaan juga ikut dinilai untuk mendapat sertifikat *green penginapan* sehingga hal ini sesuai dengan konsep ekonomi hijau (Antasari, 2019). Dalam pelaksanaannya, penginapan yang menerapkan *green penginapan* paling berpengaruh pada sektor pariwisata. Dalam pelaksanaannya, program tersebut telah didukung dengan banyaknya aturan maupun sertifikasi yang diterbitkan berbagai pihak untuk memastikan terwujudnya sektor pariwisata yang berkelanjutan.

Masyarakat makin sadar betapa pentingnya menjaga keseimbangan dan keberlangsungan alam sekitar. Meski begitu, program *green* penginapan masih perlu ditingkatkan lagi. Pemerintah daerah dapat memberi penegasan atas aturan yang sudah dibuat selama ini, sehingga apabila ada pihak yang melanggar aturan tersebut mendapat sanksi yang setimpal.

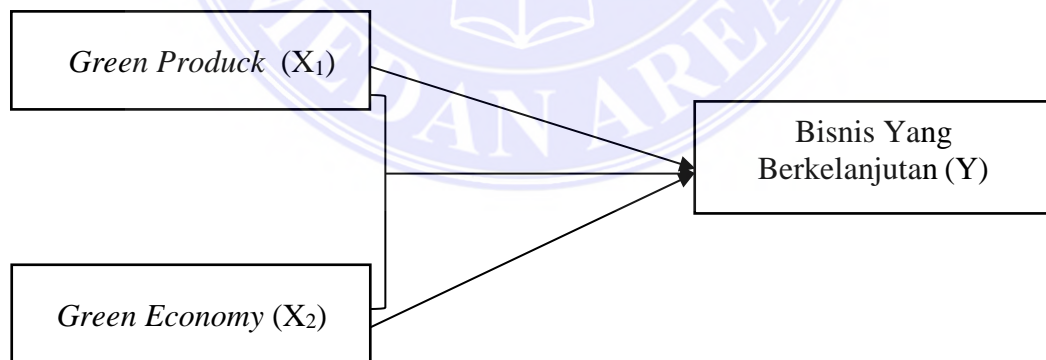
Hasil penelitian (Priantoko et al., 2021) yang menyatakan bahwa *green economy* berdampak dengan keberlanjutan suatu usaha, khususnya usaha pariwisata dalam penginapan

2.3.3 Pengaruh *Green Product* dan *Green Economy* terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan

Pengusaha tentu menginginkan usaha yang dijalankan berkembang dan berkelanjutan. Keberadaan usaha akan bermanfaat jika lingkungan usaha mampu

menerima keberadaan usaha. Keberlanjutan sendiri diartikan usaha yang dijalankan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang. keberlanjutan usaha adalah suatu usaha yang tetap berlangsung dari waktu ke waktu secara turun menurun dalam jangka panjang dengan kepemimpinan yang sama, sehingga dapat mempertahankan hasil produk yang dihasilkan.

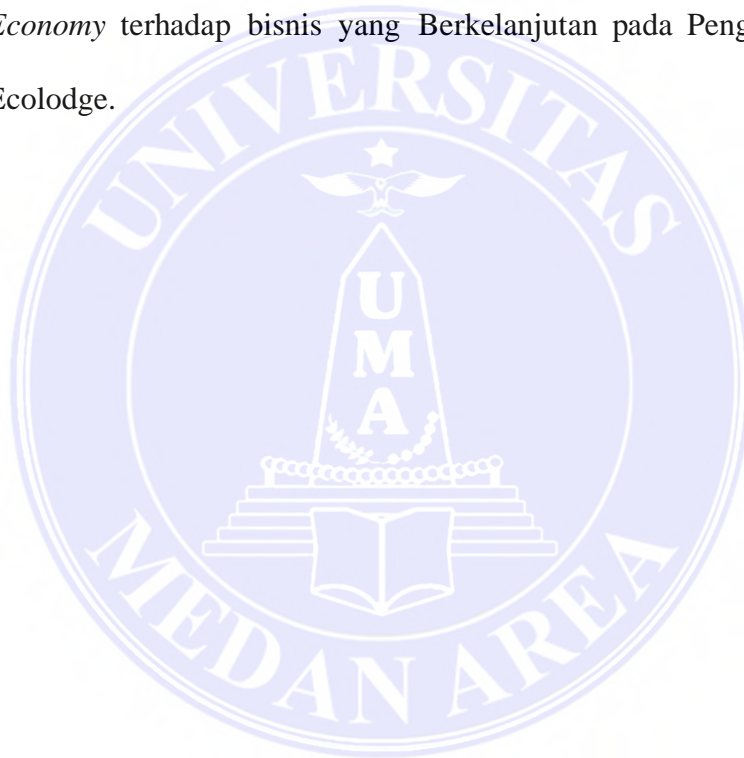
Pelaku usaha tidak hanya cukup untuk memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, tetapi juga dapat memahami dan menerapkan pengetahuan pengelolaan yang telah dimiliki. Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik di harapkan mampu untuk mengambil keputusan secara tepat sehingga *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha) dapat terus berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan teoritis yang telah diuraikan maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat dilihat pada di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *green product* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Green Product dan Green Economy* terhadap bisnis yang Berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2016) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.”

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Penginapan Cottage Ecolodge yang beralamat di Jln Besar, Jl Bukit Lawang Sampe Raya, Kec Bohorok, Kab Langkat, Sumatera Utara

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan September 2023 sampai dengan Februari 2024.

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2				
1	Proses Pengajuan Judul			■																			
2	Penulisan Proposal					■	■	■															
3	Bimbingan Proposal							■	■	■	■	■											
4	Acc Proposal													■									
5	Seminar Proposal													■	■								
6	Bimbingan Skripsi															■	■	■	■				
7	Acc Skripsi																					■	
8	Sidang Meja Hijau																					■	

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah Wilayah Generalisasi terdiri objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang melakukan penginapan dan berkunjung di *Cottage Ecolodge* sebanyak 11.664 orang bulan januari sampai desember ditahun 2022

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dari sebagian data yang dianggap telah dapat mewakili seluruh populasi. Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dapat menjadi kesimpulan dari populasi sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian benar-benar dapat mewakili populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya *purposive sampling*. (Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Berikut ini adalah kriteria sampel yang akan digunakan adalah:

- a. Pernah melakukan penginapan sebanyak lebih dari 2 kali
- b. Konsumen yang melakukan melakukan penginapan tanpa perencanaan terlebih dahulu di *Cottage Ecolodge*

Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung besarnya sampel digunakan rumus *Slovin* dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, (Sugiyono, 2016) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

ket:

- n = Besarnya sampel
- N = Besarnya populasi
- d² = Presisi

Berdasarkan rumus *Slovin*, maka banyaknya sampel yang diambil sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{11.664}{11.664 * 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{11.664}{117,64}$$

$$n = 99,1$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 Masyarakat yang melakukan penginapan dan berkunjung di *Cottage Ecolodge*.

3.3 Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional merupakan definisi variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Adapun variabel yang digunakan penelitian ini adalah:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Bisnis yang Berkelanjutan (Y)	Bisnis yang Berkelanjutan adalah suatu usaha yang tetap berlangsung dari waktu ke waktu secara turun menurun dalam jangka panjang dengan kepemimpinan yang sama, sehingga dapat mempertahankan hasil produk yang dihasilkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produktivitas meningkat. 2. Membuka peluang investasi. 3. Meningkatkan keuntungan 4. Sumber Daya Manusia yang berkualitas. 5. Mengefisiensi energi (Aribawa, 2016) 	Likert

<p><i>Green Product</i> (X_1)</p>	<p><i>Green product</i> merupakan produk yang aman dan tidak berbahaya bagi manusia dan lingkungan sehingga dapat mengurangi kerusakan lingkungan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green Product</i> bermanfaat bagi lingkungan. 2. Kinerja <i>Green Product</i> sesuai harapan 3. Bahan baku <i>Green Product</i> terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya (Santoso & Fitriyani, 2016) 	<p>Likert</p>
<p><i>Green Economy</i> (X_2)</p>	<p><i>Green Economy</i> adalah konsep ekonomi baru yang berorientasi pada peningkatan aspek ekonomi dengan mempertimbangkan lingkungan hidup dalam kegiatan pembangunan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inklusif secara sosial 2. <i>Resource Efficient</i> (Efisiensi Sumber Daya) 3. Perekonomian yang rendah karbon (Faizah, 2020) 	<p>Likert</p>

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Adapun jenis data yang penulis gunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang digunakan atau diukur dalam suatu skala numerik atau angka.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket (kuisoner).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Teknik ini dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan kepada responden secara langsung dan segera dikembalikan kepada peneliti. Peneliti sendiri menggunakan skala likert dengan

bentuk *checklist*.

Menurut (Sugiyono, 2016) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan jawaban pertanyaan yang mempunyai 5 (lima) opsi seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Likert

Pertanyaan	Bobot
a. Sangat Setuju/Tepat	5
b. Setuju /Tepat	4
c. Kurang Setuju /Tepat	3
d. Tidak Setuju /Tepat	2
e. Sangat Tidak Setuju / Tepat	1

3.6 Pengujian Instrumen

1. Pengujian Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Suharsimi, 2016) . Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dalam mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dalam rumus *Korelasi Product Moment* dari pearson, dengan ketentuan:

- a) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- b) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran penelitian ini dilakukan

dengan *caraone shot* (Pengukuran sekali saja). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Kriteria pengujiannya:

- a) Jika nilai *Cronbach Alfa* $\geq 0,60$ maka reabilitas cukup baik.
- b) Jika nilai *Cronbach Alfa* $\leq 0,60$ maka reabilitas cukup baik.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan tahap:

1. Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan *software* statistik yaitu *SPSS 23 (Statistical Product and Service Solution)*. Persamaan dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Menurut (Ghozali, 2018) model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Ada empat pengujian dalam uji asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas Data

Menurut (Ghozali, 2018) tujuan dilakukan uji normalitas adalah : “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik”.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel independen, jika terjadi korelasi antara variabel independen maka hal ini berarti terdapat multikolinieritas dan persamaan regresi ganda yang akan terbentuk tidak dapat digunakan untuk peramalan. Menurut (Ghozali, 2018) uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah heterokedastisitas. Menurut (Ghozali, 2018) uji heterokedastisitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Untuk menguji ada tidaknya masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah *residual* dan sumbu X adalah

X yang telah diprediksi. Apabila terdapat pola tertentu secara teratur pada grafik *scatterplot* maka terdapat indikasi bahwa terdapat heterokedastisitas. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, maka tidak terdapat heterokedastisitas.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dimana uji t mencari t_{hitung} dan membandikan dengan t_{tabel} apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen.

4. Uji Simultan (Uji F)

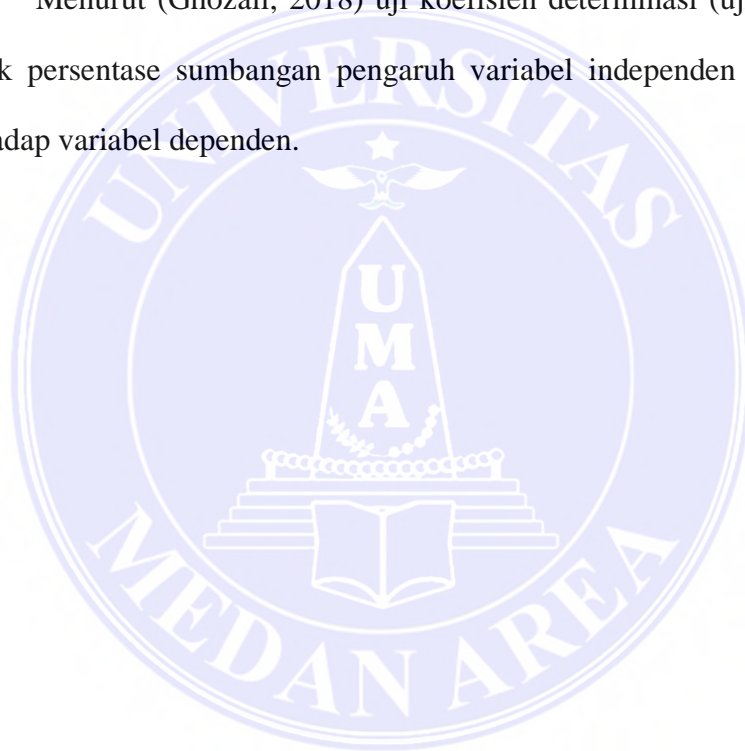
Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Menurut (Ghozali, 2018) uji koefisien determinasi (uji R^2) digunakan untuk persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Green Product* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge, hal ini diperoleh dari $t_{hitung}(3,431) > t_{tabel}(1,984)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge, hal ini diperoleh dari $t_{hitung}(5,072) > t_{tabel}(1,984)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan *Green Product dan Green Economy* terhadap bisnis yang berkelanjutan pada Penginapan Cottage Ecolodge, hal ini diperoleh dari $F_{hitung}(47,760) > F_{tabel}(3,09)$ dengan tingkat signifikansi 0.000.

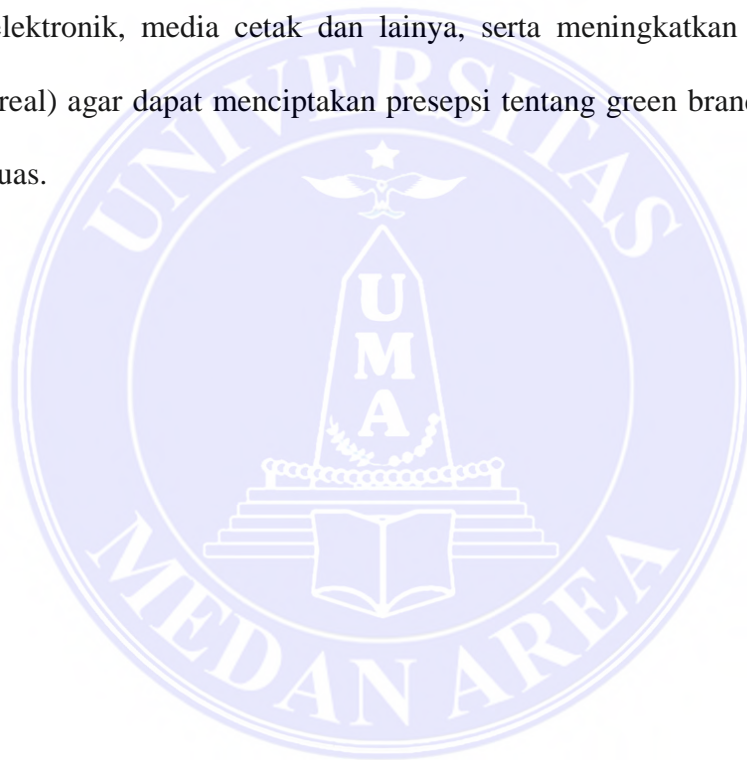
5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha Penginapan Cottage Ecolodge diharapkan dapat meningkatkan dengan melakukan inovasi terhadap produk makanan yang ramah lingkungan yang ditawarkan.
2. Pelaku usaha Penginapan Cottage Ecolodge hendaknya dapat memberikan informasi yang lebih detail dan akurat berkaitan dengan produk yang

ditawarkan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap produk khususnya mengenai green product, sehingga memudahkan konsumen dalam mengevaluasi produk sehingga mendorong konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

3. Pelaku usaha Penginapan Cottage Ecolodge hendaknya gencar atau meningkatkan intensitas periklanan hijau (green advertising) di media elektronik, media cetak dan lainnya, serta meningkatkan aksi-aksi nyata (real) agar dapat menciptakan persepsi tentang green brand di masyarakat luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, L. (2017). *Dekontruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Antasari, D. W. (2019). Implementasi Green Economy Terhadap Pembangunan Berkelanjutan di Kota Kediri. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(2).
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Studi Kasus Penjualan Komputer*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literacy keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis*, 20(1).
- Budi, & Sundiman, D. (2021). Pengaruh Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Berkelanjutan: Peran Moderasi Dari Kepedulian Lingkungan Manajerial (Studi Pada UMKM di Batam). *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 16(1), 96–114.
- Cato, M. S. (2014). *Green Economics: An Introduction to Theory, Policy and Practice*. London: Earthscan.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deeplublish.
- Darsono, & Ashari. (2018). *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Das, R., & Saikia, L. P. (2016). Comparison of Procedural PHP With Codeigniter and Laravel Framework. *International Journal of Current Trends in Engineering & Research*, 2(6), 42–48.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Zendry, C. (2017). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Faizah, B. S. Q. (2020). Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 12(2).
- Frans, A., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 9(3), 172–182.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat* (7th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hamidi, M. P., Fadli, M. A., & Wilion, Y. W. (2022). Tinjauan Green Economy dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(1).
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E - Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580–6609.
- Haryanto, J. T. (2015). Studi Ecological Fiscal Transfer sebagai Potensi Pendanaan Lingkungan di Daerah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(3).
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3).
- Hendro. (2017). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Indonesia. (2008). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- Indriani, O., Ahmad, D., Zainurossalamia, S., & Raharjo, S. (2022). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 7(3).
- Jati, G. P. (2014). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bersaing (Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Jiwa, I. D. N. A., Arnawa, G., & Madiarsa, M. (2022). Analisis Kinerja Dan Keberlangsungan Bisnis UMKM Di Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 6(2).
- Kanchanapibul, M., Lacka, E., Wang, X., & Chan, H. K. (2015). An Empirical Investigation Of Green Purchase Behaviour Among The Young Generation. *Journal of Cleaner Production*, 66.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1 Edisi Terjemahan 9*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kristian, D., & Gofur, A. (2022). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Di Pademangan Jakarta Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(1).

- Lathifah, A. R. Al, & A.Widyastuti, D. (2018). Pengaruh Green Product terhadap Minat Pembelian Ulang. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(1).
- Leonora, N. A. (2018). Bagaimana Consumer Perception Dan Consumer Attitude Mempengaruhi Motivasi Pembelian Green Product. *Kompetensi*, 12(1).
- Lestari, N. I. (2020). Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 3(1).
- Makmum. (2016). Green Economy: Konsep, Implementasi dan Peran Kementerian Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 19(2).
- Makmur, & Thahier, R. (2017). *Inovasi dan Kreativitas Manusia*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Manambing, A., Mandey, S., & Tielung, M. V. . (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Kuliner Tinutuan Di Manado). *Jurnal EMBA*, 6(4), 3803 – 3812.
- Minds, C. (2012). *Explanations Trust What Is Trust*. New Jersey.
- Nikita, V. S. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang di Asia Megamas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 1(1).
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal EMA*, 5(2).
- Prasetyo, A. S. (2021). Penerapan Kebijakan Green Economy Pada 7 Sektor Industri Kecil & Menengah Di Jawa Timur. *Ekonomi dan Bisnis*, 25(1).
- Priantoko, A., Anbia, E. F., Margaretha, G., Wulan, R., & Panggabean, N. (2021). Tinjauan Penerapan Ekonomi Hijau Dalam Pariwisata Di Provinsi Bali. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1).
- Purwanto, D. (2016). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmayanti, I. A., Wahyudi, E., & Sasongko. (2015). Inovasi Produk Berbasis Kreativitas Kaos Khas Banyuwangi Di “Osing Deles” Banyuwangi. *E-SOSPOL*, 1(1).
- Saiman, L. (2017). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salempa Empat.

- Santoso, I., & Fitriyani, R. (2016). Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, 9(2).
- Sari, A. M. (2014). Penerapan Konsep Green Economy Dalam pengembangan Desa Wisata Sebagai Upaya Mewujudkan Pembangunan Berwawasan Lingkungan (Studi Pada Dusun Kungkuk. Desa Punten Kota Batu). *urnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(4).
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(1).
- Simmons, G., Armstrong, G. A., & Durkin, M. G. (2008). A Conceptualization of the Determinants of Small Business Website Adoption: Setting the Research Agenda. *International Small Business Journal*, 26(3), 351–389.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1).
- Suhaily, L., Darmoyo, S., & Boentoro, S. (2018). Effect of Green Product, Price Perception and Green Advertising to Purchase Decision which Mediated by Attitude on Green Products. *International Journal in Management and Social Science*, 1(6).
- Suharsimi, A. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sulastiyono, A. (2016). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: CAPS.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Svetlana. (2018). *What is The Definition of Succes In Business*. New York.
- Syukron, M. Z., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4).
- Tamba, R. S., & Nurfadillah, S. (2023). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Home Industri Sepatu Di Balara ja

- Tangerang. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 3(2).
- Tambunan, T. (2016). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2).
- Wong, W. P., Tseng, M., & Tan, K. H. (2013). A Business Process Management Capabilities Perspective On Organisation Performance. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1(1), 37–41.
- Yanti, W., & Iko. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1).
- Yoeti, O. A. (2018). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yudawisastra, H. G. (2021). Pengaruh Produk Hijau Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan: Studi Pada Restoran Di Kabupaten Badung Di Masa Pandemi Covid-19. *WELFARE JURNAL ILMU EKONOMI*, 2(1).
- Yudawisastra, H. G., & Andriyani, Y. (2021). Pengaruh Variabel Hijau Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan: Studi Sektor Kuliner Destinasi Wisata Joglosemar Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(2).
- Yuseima, D., & Zulfikar, R. (2018). Pengaruh Efiksi Diri dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengrajin Boneka Di Cijerah Bandung. *Jurnal Ilmiah Universitas Komputer Indonesia*.

KUISONER PENELITIAN

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN EKONOMY* TERHADAP BISNIS YANG BERKELANJUTAN PADA PENGINAPAN COTTAGE ECOLODGE

Identitas Responden

Nomor Responden (Tidak perlu diisi) :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : 20 – 30 tahun 41 – 50 tahun
 31 – 40 tahun Di atas 51 tahun

Jenjang Pendidikan : SMA S1
 D3 S2

PETUNJUK PENGISIAN KUISONER

1. Mohon memberi tanda ceklis (√) pada jawaban yang Bapak / Ibu / Saudara / i anggap yang paling sesuai
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
3. Sesudah melakukan pengisian, mohon bapak / ibu memberikan kepada yang menyerahkan kuisoner ini pertama kali

**PENGARUH *GREEN PRODUCK* DAN *GREEN EKONOMY* TERHADAP BISNIS
YANG BERKELANJUTAN PADA PENGINAPAN
COTTAGE ECOLODGE**

5	4	3	2	1
Sangat Setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju

No	PERNYATAAN GREEN PRODUK	Penilaian				
	Green produk bermanfaat bagi lingkungan	5	4	3	2	1
1.	Makanan dan minuman yang ditawarkan cottage ecolodge mencerminkan produk ramah lingkungan					
2.	Makanan dan minuman yang ditawarkan cottage ecolodge tidak menggunakan Bahan kimia yang berbahaya bagi lingkungan					
3.	Komposisi produk makanan dan minuman yang ditawarkan cottage ecolodge terbuat dari bahan baku alami .					
	Kinerja Green produk sesuai harapan					
4.	Konsumen bersedia membeli makanan dan minuman dengan harga yang relatif mahal karena telah merasakan manfaat dari produknya					
5.	Dapat merasakan dan menikmati makanan dan minuman yang sehat sesuai keinginan konsumen.					
6.	Harga Makanan dan minuman yang ditawarkan cottage ecolodge relatif mahal daripada makanan ditempat yang lain.					
	Bahan baku green produk terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya					
7.	Makanan dan minuman yang ditawarkan cottage ecolodge menggunakan bahan makanan yang organik yang tidak berbahaya bagi kesehatan					
8.	Makanan dan minuman yang ditawarkan cottage ecolodge menggunakan bahan yang organik					

No	PERNYATAAN <i>GREEN ECONOMY</i>	Penilaian				
		5	4	3	2	1
	Inklusif secara sosial					
1.	Cottage Ecolodge merupakan penginapan yang mengutamakan dalam pelestarian lingkungan ramah lingkungan					
2.	Pemerintah setempat memberikan dukungan dalam pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan					
3.	Berbaur dengan alam yang asri dan sejuk sebagai tujuan utama tempat penginapan Cottage Ecolodge					
	Resource Efficient (Efisiensi Sumber Daya)					
4.	Cottage Ecolodge mengefisiensikan dalam penggunaan sumber daya alam yang bersih					
5.	Cottage Ecolodge merupakan penginapan yang meminimalisasi polusi yang dapat berdampak terhadap lingkungan					
6.	Cottage Ecolodge merupakan salah satu gagasan pemerintah setempat untuk memperkenalkan ekologi yang ada di Bukit Lawang					
	Perekonomian yang rendah karbon					
7.	Cottage Ecolodge dapat memberikan kualitas hidup yang lebih baik dan sehat					
8.	Cottage Ecolodge merupakan salah satu penginapan yang memperhatikan lingkungan untuk memperkecil dampak kerusakan terhadap masyarakat dimasa depan					

No	PERNYATAAN BISNIS YANG BERKELANJUTAN	Penilaian				
		5	4	3	2	1
	Produktivitas Meningkat					
1.	Cottage Ecolodge yang di sediakan sudah mencukupi untuk wisatawan yang ingin menginap					
2.	Memaksimalkan promosi atas tempat Cottage Ecolodge yang ditawarkan lebih dikenal kepada calon pelanggan					
	Membuka Peluang Investasi					
3.	Sumber daya alam Cottage Ecolodge masih sangat asri yang belum adanya eksploitasi besar-besaran.					
4.	Setiap acara/event yang dilakukan, Cottage Ecolodge selalu melibatkan vendor lain guna untuk memaksimalkan hasil yang lebih baik					
	Meningkatkan Keuntungan					
5.	Memaksimalkan penjualan tercapai sesuai dengan target yang telah ditentukan					
6.	Memastikan usaha telah mencapai Break Event Point (BEP)					
	Sumber Daya Manusia yang berkualitas					
7.	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan maupun calon pelanggan					
8.	Cottage Ecolodge dituntut untuk kreatif dalam membuat produk yang bisa ditawarkan kepada wisatawan					
	Mengefisiensi Energi					
9.	Cottage Ecolodge menggunakan bahan – bahan organik yang tidak berlebihan.					
10.	Cottage Ecolodge menggunakan penggunaan listrik yang hemat energi					

Tabulasi *Green Produk*

No. Respond	Jawaban Responden Mengenai <i>Green Produk</i>								Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	5	5	5	4	4	4	5	4	36
4	4	5	5	5	5	5	4	5	38
5	5	4	4	4	5	5	4	5	36
6	4	5	4	4	4	5	4	4	34
7	5	4	4	5	5	5	5	5	38
8	4	5	5	5	5	5	5	5	39
9	5	5	5	5	5	4	4	4	37
10	5	4	5	5	5	5	5	5	39
11	4	5	5	4	4	4	5	5	36
12	4	4	3	3	3	4	4	3	28
13	5	5	5	4	4	5	5	5	38
14	5	5	5	5	4	4	5	5	38
15	5	5	5	5	5	5	4	5	39
16	5	5	4	4	4	4	4	5	35
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	3	4	4	4	5	4	5	33
22	5	5	5	5	5	5	5	4	39
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	4	5	5	5	39
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	5	4	5	5	5	5	5	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	4	3	4	4	4	5	4	5	33
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	4	5	5	5	5	5	5	39
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	4	5	5	5	5	5	5	5	39
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40

55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	5	4	5	5	5	4	5	38
58	5	5	5	5	5	4	4	5	38
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	5	4	5	5	39
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	4	4	4	5	4	4	5	4	34
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	4	5	5	5	4	5	5	4	37
79	4	4	5	4	5	5	5	5	37
80	4	4	5	5	5	5	5	5	38
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	5	4	4	4	4	4	4	4	33
87	5	4	4	4	4	4	4	4	33
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	4	4	4	5	4	4	5	4	34
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	4	5	5	5	4	5	5	4	37
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Tabulasi *Green Ekonomi*

No. Respond	Jawaban Responden Mengenai <i>Green Ekonomi</i>								Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	5	5	5	5	5	5	38
3	4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	5	5	5	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	4	5	5	5	5	5	39
8	4	4	5	5	5	5	5	5	38
9	5	4	4	4	4	4	4	4	33
10	4	4	5	5	5	5	4	4	36
11	4	5	5	5	5	4	5	5	38
12	4	4	4	2	5	3	4	5	31
13	5	5	5	5	5	4	4	5	38
14	5	4	4	5	5	5	5	5	38
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	4	4	5	5	4	4	4	34
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	3	3	4	4	4	3	3	4	28
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	5	5	5	5	5	5	5	39
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	5	4	5	5	5	5	5	39
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	4	4	4	4	4	5	5	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	3	3	4	4	4	3	3	4	28
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	4	5	5	5	5	5	39
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	4	5	5	5	5	5	5	39
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	4	5	5	39

50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	5	5	5	5	5	5	4	39
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	4	4	4	5	37
65	5	5	5	5	5	5	4	4	38
66	4	4	4	4	5	5	5	5	36
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	4	4	5	5	5	5	5	5	38
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	4	39
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	5	5	5	5	4	5	5	38
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	5	5	5	5	4	5	5	38
87	4	4	5	5	5	5	5	5	38
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	5	5	5	5	5	5	4	39
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	4	5	5	5	5	4	5	5	38
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	4	5	5	5	5	4	5	5	38

Tabulasi Bisnis Yang Berkelanjutan

No. Respond	Jawaban Responden Mengenai Bisnis Yang Berkelanjutan										Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	47
3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
6	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
9	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	43
10	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47
11	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
12	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	42
13	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
14	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	45
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	39
22	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
23	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
33	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	38
36	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
37	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Anggun Wijaya - Pengaruh Green Product dan Green Economy Terhadap Bisnis	55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	57	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
	58	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	68	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
	69	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
	70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	73	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
	74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	78	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
	79	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
	80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	85	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
	86	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
	87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	88	4	4	4	4	4	5	5	5	4	44
	89	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
	90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

HASIL OLAHAN DATA SPSS

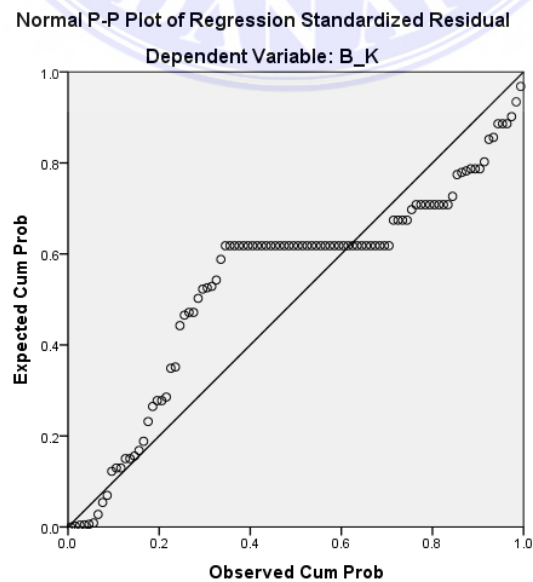
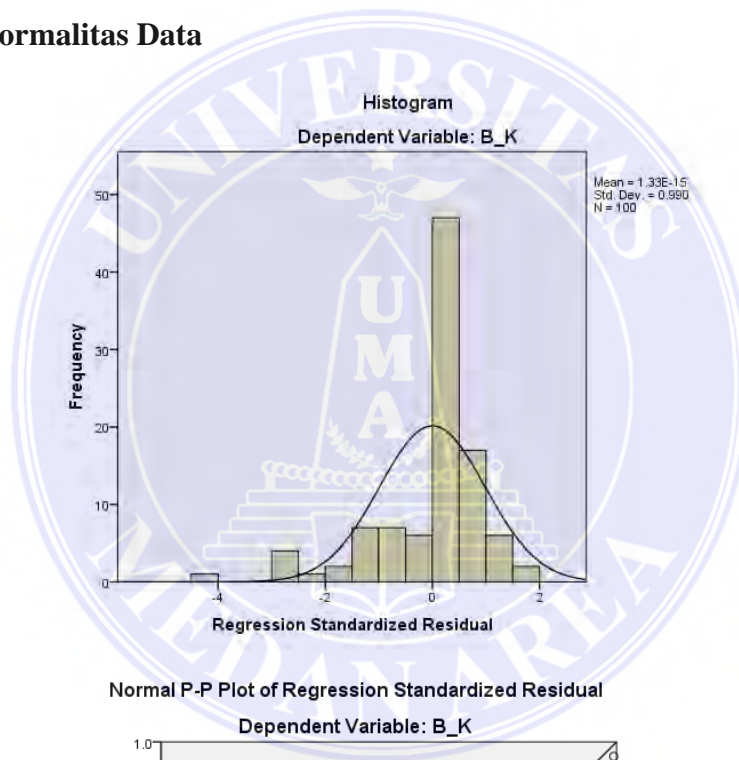
1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.500	3.535		3.819	.000		
G_P	.339	.099	.315	3.431	.001	.618	1.619
G_E	.557	.110	.465	5.072	.000	.618	1.619

a. Dependent Variable: B_K

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data



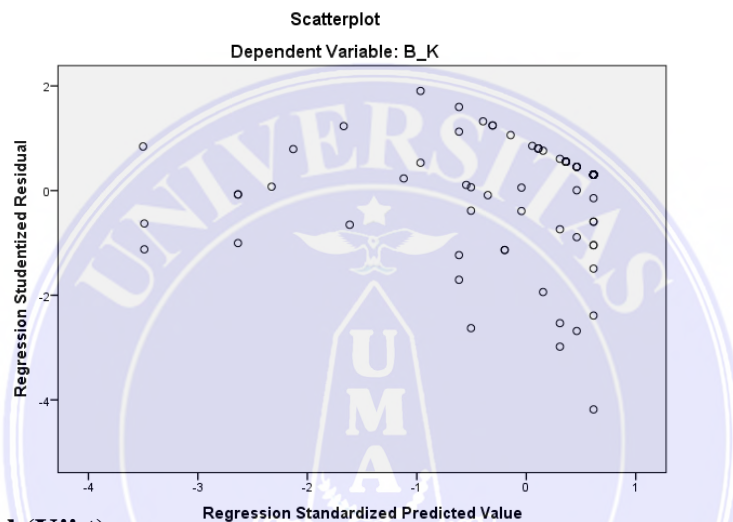
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.500	3.535		3.819	.000		
G_P	.339	.099	.315	3.431	.001	.618	1.619
G_E	.557	.110	.465	5.072	.000	.618	1.619

a. Dependent Variable: B_K

c. Uji Heteroskedastisitas



3. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.500	3.535		3.819	.000		
G_P	.339	.099	.315	3.431	.001	.618	1.619
G_E	.557	.110	.465	5.072	.000	.618	1.619

a. Dependent Variable: B_K

4. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	481.724	2	240.862	47.760	.000 ^b
	Residual	489.186	97	5.043		
	Total	970.910	99			

a. Dependent Variable: B_K

b. Predictors: (Constant), G_E, G_P

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.704 ^a	.496	.486	2.24570	1.853

a. Predictors: (Constant), G_E, G_P

b. Dependent Variable: B_K





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Teip (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas : ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 0053/FEB/01.1/1/2024
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

18 Desember 2023

Kepada Yth,
Pimpinan Penginapan Cottage Ecolodge Bukit Lawang

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a : ANGGUN WIJAYA
NPM : 198320083
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh *Green* Produk Dan *Green* Ekonomi Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Penginapan Cottage Ecolodge**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

A.n Kaprodi,
Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi
Program Studi Manajemen

Ahfito, SE, M.Si

Tembusan :
UNIVERSITAS MEDAN AREA
1. Wakil Rektor Bidang Akademik

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
2. Kepala LPTM

3. Mahasiswa ybs
4. Dekan
5. Kepala

Document Accepted 29/5/24



ECOLOGDE

BUKIT LAWANG

NORTH SUMATRA - INDONESIA

DESA BUKIT LAWANG, KECAMATAN

BOHOROK, KABUPATEN LANGKAT, 20774.

Bukit Lawang, 18 Januari 2024

Perihal : Izin melakukan Research di Ecolodge Bukit Lawang

Kepada Yth

Kabid Minat Bakat Dan Inovasi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Salam hangat dari Bukit Lawang/ Jantung hijau Sumatra. Sehubungan dengan surat Izin Research/ Survey No: 0053/FEB/01.1/1/2024 untuk mahasiswa berikut:

Nama : Anggun Wijaya

NPM : 198320083

Program Studi : Manajemen

Dengan ini kami sampaikan bahwa kami menerima sdr. Anggun Wijaya untuk melakukan research/ survey di Ecolodge Bukit Lawang

Demikian hal ini kami sampaikan, semoga bermanfaat untuk Mahasiswa dan dunia ilmu pengetahuan

Hormat kami

Bobo Chandra. S

Hotel Manager

