JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i1
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 15 Juli 2025 | **Revised:** 25 Agustus 2025 | **Accepted:** 21 September 2025

Pengaruh *Green Market Orientation*, Dukungan Organisasional dan Faktor Teknologi terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau di UMKM Produk Hijau

Montanus Nurak[1], Audita Nuvriasari[2]
[1]Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, montanusnurak@gmail.com
[2]Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, audita@mercubuana-yogya.ac.id

Corresponding Author: montanusnurak@gmail.com[1]

Abstract: *This study aims to analyze the influence of Green Market Orientation, Organizational Support, and Technological Factors on the Adoption of Green Innovation in green product MSMEs in the Special Region of Yogyakarta. The sample in this study were 100 respondents who were owners or responsible for green product MSMEs. The data collection technique used a survey method with a research instrument in the form of a questionnaire. The instrument test results show that all statement items are valid and reliable. In the classical assumption test, the data proved to be normally distributed and the regression model was free from symptoms of multicollinearity and heteroscedasticity. The results of this study prove that: (1) Green Market Orientation has a positive and significant effect on Green Innovation Adoption in green product MSMEs in the Special Region of Yogyakarta, (2) Organizational Support has no significant effect on Green Innovation Adoption in green product MSMEs in the Special Region of Yogyakarta, (3) Technological Factors have no significant effect on Green Innovation Adoption in green product MSMEs in the Special Region of Yogyakarta. These findings provide implications for MSME players to improve green market orientation as a key strategy in encouraging sustainable green innovation practices.*

Keywords: *Green Market Orientation, Organizational Support, Technological Factors, Green Innovation Adoption*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Market Orientation, Dukungan Organisasional, dan Faktor Teknologi terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau di UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan pemilik atau penanggung jawab UMKM produk hijau. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Hasil uji instrumen menunjukkan bahwa semua item pernyataan valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik, data terbukti terdistribusi normal dan model regresi bebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) Green Market Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau di UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta, (2) Dukungan Organisasional tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau di UMKM produk hijau di Daerah

Istimewa Yogyakarta, (3) Faktor Teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau di UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Temuan ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan orientasi pasar hijau sebagai strategi utama dalam mendorong praktik inovasi ramah lingkungan yang berkelanjutan.

Kata kunci: *Green Market Orientation, Dukungan Organisasional, Faktor Teknologi, Pengadopsian Inovasi Hijau*

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat terhadap degradasi lingkungan dan perubahan iklim semakin meningkat, seiring dengan lonjakan emisi karbon Indonesia sebesar 4,8% pada 2023 dibandingkan tahun sebelumnya (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2024). Tekanan ini mendorong sektor bisnis, termasuk UMKM, untuk mengambil langkah konkret melalui pengembangan bisnis hijau. UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% dan serapan tenaga kerja sebesar 97% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Di Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah UMKM produk hijau meningkat 1,1% pada 2023, dengan sektor unggulan seperti batik berbahan alam, *ecoprint*, dan kerajinan serat alam (Sumarlin & Nuvriasari, 2024).

Dalam konteks ini, inovasi hijau menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Menurut Fan et al. (2025), inovasi hijau merupakan pengembangan produk, proses, atau praktik manajemen baru yang bertujuan mengurangi dampak negatif aktivitas bisnis terhadap ekosistem. Liu et al. (2025) juga menyatakan bahwa inovasi hijau diartikan sebagai implementasi ide, proses, atau produk yang secara signifikan berkontribusi pada pengurangan kerusakan lingkungan. Inovasi ini diyakini berdampak positif terhadap kinerja pemasaran dan bisnis secara keseluruhan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi adopsi inovasi hijau adalah *green market orientation*. Konsep ini merujuk pada orientasi perusahaan terhadap pemahaman dan respons atas kebutuhan pasar yang berkaitan dengan isu lingkungan (Nugroho et al., 2025; Borah et al., 2023). Toryanto & Indriani (2022) menyatakan bahwa *green market orientation* merupakan strategi pemasaran proaktif yang mengintegrasikan nilai keberlanjutan ke dalam produk dan jasa. Yandi et al. (2023) menekankan pentingnya pendekatan ini bagi UMKM dalam memahami konsumen yang makin peduli terhadap lingkungan. Beberapa penelitian, seperti Putri & Riyanto (2023) serta Sulaiman (2025), menunjukkan pengaruh positif *green market orientation* terhadap adopsi inovasi hijau, meskipun temuan berbeda dikemukakan oleh Afum et al. (2020) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan.

Selain itu, dukungan organisasional juga memegang peran penting. Bhatti et al. (2022) mendefinisikannya sebagai penyediaan sumber daya dan lingkungan yang mendukung inovasi ramah lingkungan. Dukungan ini memperkuat integrasi inovasi hijau dalam proses bisnis dan memotivasi keterlibatan karyawan (Zhao & Huang, 2022; Alhazami & Tobing, 2023). Ahmed et al. (2023) menekankan bahwa kontribusi organisasi melalui kebijakan internal dapat mendorong adopsi inovasi hijau. Bataineh et al. (2024) dan Shamsuzzoha et al. (2023) juga menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan dari dukungan organisasional, didukung pula oleh temuan Indrawati et al. (2025). Namun, Nawangsari et al. (2024) menyatakan hasil berbeda bahwa dukungan tersebut tidak selalu berdampak signifikan.

Faktor teknologi menjadi variabel lain yang berpengaruh. Shahzad et al. (2022) menjelaskan bahwa faktor ini meliputi kompleksitas, kesesuaian, dan keuntungan relatif dari teknologi yang mendukung adopsi inovasi hijau. Teknologi dinilai penting bagi UMKM dalam mengurangi limbah, meningkatkan efisiensi, dan menghasilkan produk ramah lingkungan (Bremser et al., 2019; Aryanto et al., 2023). Kousar et al. (2017) menjelaskan pengaruh karakteristik teknologi terhadap keputusan adopsi. Penelitian oleh Fernando et al. (2019) dan

Islam (2025) mendukung pandangan bahwa teknologi berdampak signifikan terhadap inovasi hijau. Bratamanggala & Hendayana (2024) menambahkan bahwa teknologi juga menjadi katalisator untuk peningkatan daya saing. Namun, hasil berbeda disampaikan oleh Serrano et al. (2025) yang menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan.

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang dikenal sebagai pusat pertumbuhan UMKM dengan potensi besar dalam pengembangan inovasi ramah lingkungan (Nuryakin & Maryati, 2022). UMKM yang diteliti meliputi produsen batik pewarna alam, *eco-print*, kerajinan serat alam, makanan dan minuman organik, kosmetik organik, serta produk daur ulang. Sebelumnya, Indrawati et al. (2020) mencatat bahwa adopsi inovasi hijau dihadapkan pada berbagai kendala seperti keterbatasan sumber daya, lemahnya dukungan organisasi, dan akses yang terbatas terhadap teknologi hijau.

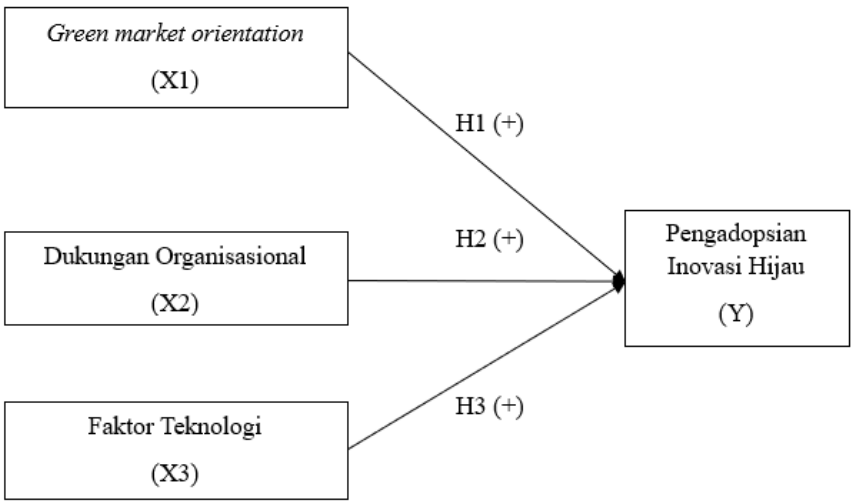
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green market orientation*, dukungan organisasional, dan faktor teknologi terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Diharapkan hasil penelitian dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang lebih efektif guna memperkuat praktik bisnis berkelanjutan yang kompetitif di pasar global yang semakin peduli pada keberlanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk menganalisis pengaruh *Green market orientation* terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMKM produk hijau di Daerah Yogyakarta. (2) Untuk menganalisis pengaruh dukungan organisasi terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMKM produk hijau di Daerah Yogyakarta. (3) Untuk menganalisis pengaruh faktor teknologi terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMKM produk hijau di Daerah Yogyakarta.

Hipotesis

H1: *Green market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMUK produk hijau.
H2: Dukungan organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMUK produk hijau.
H3: Faktor Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMUK produk hijau.

Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berpijak pada filsafat positivisme, dengan tujuan utama menguji hipotesis secara statistik menggunakan data numerik yang dikumpulkan melalui instrumen penelitian objektif (Sugiyono, 2019). Lokasi penelitian berada di UMKM produk hijau di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan data yang diperoleh langsung dari responden melalui *questionnaire* (Sekaran & Bougie, 2016).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh UMKM produk hijau di wilayah tersebut, dengan karakteristik populasi yang bersifat tidak terhingga. Sampel ditentukan sebanyak 100 responden menggunakan teknik *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, di mana pemilihan responden didasarkan pada kriteria spesifik seperti status kepemimpinan dalam UMKM hijau dan aktif beroperasi minimal tiga tahun terakhir (Creswell & Creswell, 2018).

Questionnaire yang digunakan mencakup variabel *green market orientation*, dukungan organisasional, faktor teknologi, dan adopsi inovasi hijau, yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin (Låstad & Haerter, 2022). Definisi operasional masing-masing variabel mengacu pada teori dan indikator dari para ahli seperti Papadas et al. (2017) untuk *green market orientation*, Adomako & Tran (2024) untuk dukungan organisasional, Zhao et al. (2015) untuk faktor teknologi, dan Dangelico et al. (2017) untuk inovasi hijau.

Instrumen penelitian diuji validitasnya menggunakan korelasi *Pearson* dengan nilai $r \geq 0{,}195$, serta reliabilitasnya melalui *Cronbach's alpha* dengan nilai > 0,70 (Sugiyono, 2019; Arikunto, 2016; Ghozali, 2018). Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi, mencakup uji normalitas menggunakan *Kolmogorov–Smirnov test*, uji multikolinearitas melalui nilai *VIF* < 10 dan *Tolerance* > 0,10 (Widarjo & Setiawan, 2020), serta uji heterokedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* (Ghozali, 2018).

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh *green market orientation*, dukungan organisasional, dan faktor teknologi terhadap adopsi inovasi hijau (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji *t* dengan batas signifikansi < 0,05. Selain itu, analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen (Sugiyono, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang menjalankan usaha UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan data profil responden menunjukan bawah gender yang paling banyak adalah perempuan yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 53%. Berdasarkan posisi/kedudukan responden di UMKM produk hijau paling banyak adalah pimpinan/penanggungjawab yaitu 72 orang atau sebesar 72%. Lama masa kerja responden di UMKM produk hijau paling banyak adalah lebih dari 5 tahun atau sebesar 72%.

Hasil Uji Instrumen Pengumpulan Data

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Signifikansi (p)	Keterangan
Green market orientation				
X1.1	0,763	0,195	0,001	Valid
X1.2	0,699	0,195	0,001	Valid
X1.3	0,696	0,195	0,001	Valid
X1.4	0,689	0,195	0,001	Valid
X1.5	0,685	0,195	0,001	Valid
X1.6	0,682	0,195	0,001	Valid
X1.7	0,680	0,195	0,001	Valid
Dukungan Organisasional				

Pernyataan	r hitung	r tabel	Signifikansi (p)	Keterangan
X2.1	0,738	0,195	0,001	Valid
X2.2	0,688	0,195	0,001	Valid
X2.3	0,618	0,195	0,001	Valid
X2.4	0,673	0,195	0,001	Valid
X2.5	0,565	0,195	0,001	Valid
X2.6	0,721	0,195	0,001	Valid
X2.7	0,697	0,195	0,001	Valid
Faktor Teknologi				
X3.1	0,784	0,195	0,001	Valid
X3.2	0,635	0,195	0,001	Valid
X3.3	0,680	0,195	0,001	Valid
X3.4	0,587	0,195	0,001	Valid
X3.5	0,692	0,195	0,001	Valid
X3.6	0,578	0,195	0,001	Valid
X3.7	0,584	0,195	0,001	Valid
Pengadopsian Inovasi Hijau				
Y.1	0,705	0,195	0,001	Valid
Y.2	0,715	0,195	0,001	Valid
Y.3	0,714	0,195	0,001	Valid
Y.4	0,603	0,195	0,001	Valid
Y.5	0,668	0,195	0,001	Valid
Y.6	0,643	0,195	0,001	Valid
Y.7	0,610	0,195	0,001	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel hasil uji validitas menunjukan bawah semua item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,195 dan nilai signifikansi (p) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner valid dan layak untuk digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	Nilai Kritis	Keterangan
Green market orientation (X1)	0,823	0,70	*Reliable*
Dukungan Organisasional (X2)	0,788	0,70	*Reliable*
Faktor Teknologi (X3)	0,768	0,70	*Reliable*
Pengadopsian Inovasi Hijau (Y)	0,787	0,70	*Reliable*

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memperoleh nilai *cronbach alpha* > 0,70. Hal ini dapat disimpulkan bawah seluruh instrumen kuesioner dinyatakan *reliabel* sehingga layak untuk digunakan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02616047
Most Extreme Differences	Absolute	.069

	Positive		.069
	Negative		-.062
Test Statistic			.069
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.292
	99% Confidence Interval	Lower Bound	280
		Upper Bound	304

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas yang diukur mengunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukan bawah nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05 artinya bawah data pada penelitian ini tersebar secara normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa[a]

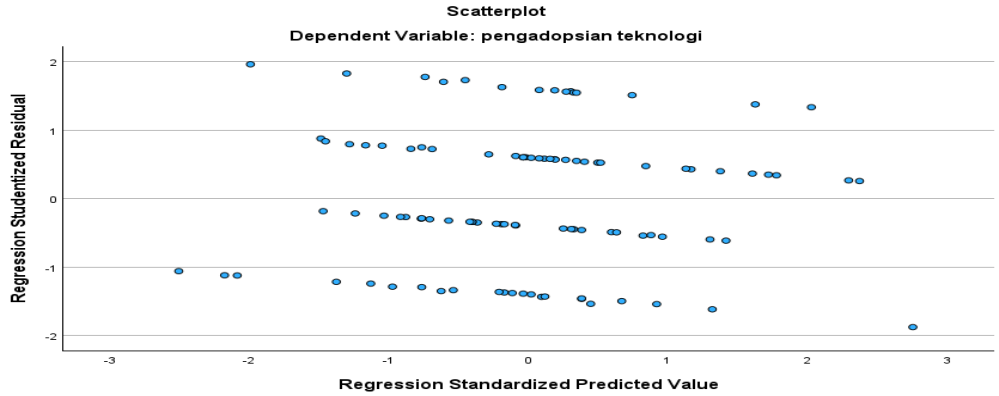
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Eroor	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	26.932	2.176		12.375	,001		
Green market orientation	.063	.031	.202	2.034	.045	.993	1.007
Dukungan Organisasi	.012	.045	.027	.272	.786	.988	1.012
Faktor Teknologi	.079	.055	.142	1.432	.155	.991	1.009

a. Dependent Variable: Pengadopsian Inovasi

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan data di atas menunjukan bawah seluruh variabel memiliki nilai toleransi >0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Artinya bawah data tersebut tidak menunjukan adanya gejala multikolonearitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: Data Primer Diolah

Pengujian dilakukan mengunakan metode scatterplot, di mana scatterplot menunjukan bawah titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Dengan demikian, pola sebaran tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Penilaian Terhadap Green Market Orientation

Tabel 5. Penilaian Terhadap *Green Market Mrientation*

No	Pernyataan *Green Market Orientation*	*Mean*	Kategori
1	UMKM kami secara aktif mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan akan produk ramah lingkungan	3.92	Tinggi
2	UMKM kami secara rutin menganalisis tren pasar produk hijau	4.08	Sangat Tinggi
3	UMKM kami selalu memperhatikan strategi pemasaran hijau yang dilakukan pesaing	4.09	Sangat Tinggi
4	UMKM kami merespon dengan cepat terhadap informasi pasar terkait produk ramah lingkungan	4.25	Sangat Tinggi
5	UMKM kami mendorong kolaborasi antar departemen untuk meningkatkan nilai produk hijau	4.07	Sangat Tinggi
6	UMKM kami secara konsisten mengkomunikasikan nilai lingkungan dalam promosi produk	4.10	Sangat Tinggi
7	UMKM kami mengutamakan kepuasan pelanggan terhadap produk ramah lingkungan	4.09	Sangat Tinggi
	Rata-rata	4,08	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah

Pada Tabel 5 dapat dijelaskan bawah secara rata-rata penilaian responden terhadap variabel *green market orientation* berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bawah UMKM produk hijau memiliki orientasi pasar yang kuat. Adapun indikator *green market orientation* yang dinilai paling tinggi adalah kecepatan merespon informasi pasar terkait produk ramah lingkungan sedangkan indikator yang dinilai paling rendah adalah keakuratan dalama mengumpulkan informasi produk ramah lingkungan.

Penilaian Terhadap Dukungan Organisasional

Tabel 6. Penilaian Terhadap Dukungan Organisasional

No	Pernyataan Dukungan Organisasional	*Mean*	Kategori
1	Pimpinan UMKM kami berkomitmen penuh terhadap pengembangan produk ramah lingkungan	4.15	Sangat Tinggi
2	UMKM kami mengalokasikan anggaran khusus untuk pengembangan inovasi hijau	4.35	Sangat Tinggi
3	UMKM kami memiliki nilai-nilai organisasi yang mendukung keberlanjutan lingkungan	4.30	Sangat Tinggi
4	UMKM kami memberikan pelatihan kepada karyawan tentang praktik bisnis ramah lingkungan	4.39	Sangat Tinggi
5	UMKM kami menghargai ide dan gagasan karyawan terkait inovasi hijau	4.33	Sangat Tinggi
6	UMKM kami memiliki sistem penghargaan bagi karyawan yang berkontribusi pada inovasi hijau	4.36	Sangat Tinggi
7	UMKM kami memiliki struktur organisasi yang mendukung pengembangan produk ramah lingkungan	4.40	Sangat Tinggi
	Rata-rata	4,33	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah

Pada Tabel 6 dapat dijelaskan bawah secara rata-rata penilaian responden terhadap variabel dukungan organisasional berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bawah UMKM produk hijau memiliki dukungan organisasi yang kuat. Adapun indikator dukungan organisasional yang dinilai paling tinggi adalah struktur organisasi yang mendukung pengembangan produk hijau sedangkan indikator yang dinilai paling rendah adalah komitmen dalam mengembangkan produk hijau.

Penilaian Terhadap Faktor Teknologi

Tabel 7. Penilaian Terhadap Faktor Teknologi

No	Pernyataan Faktor Teknologi	*Mean*	Kategori
1	UMKM kami memiliki peralatan/teknologi yang mendukung produksi produk ramah lingkungan	4.62	Sangat tinggi
2	UMKM kami mengadopsi teknologi digital untuk memasarkan produk hijau	4.39	Sangat tinggi
3	UMKM kami menggunakan teknologi untuk mengurangi dampak lingkungan dalam proses produksi	4.33	Sangat tinggi
4	UMKM kami memiliki akses terhadap informasi teknologi terbaru untuk pengembangan produk hijau	4.31	Sangat tinggi
5	UMKM kami mampu mengintegrasikan teknologi baru ke dalam proses bisnis yang sudah ada	4.25	Sangat tinggi
6	UMKM kami memiliki kemampuan teknis untuk mengembangkan produk ramah lingkungan	4.38	Sangat tinggi
7	UMKM kami memanfaatkan teknologi informasi untuk mengelola rantai pasok produk hijau	4.27	Sangat tinggi
	Rata-rata	4,36	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah

Pada Tabel 7 dapat dijelaskan bawah secara rata-rata penilaian responden terhadap variabel faktor teknologi berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bawah UMKM produk hijau memiliki teknologi yang kuat. Adapun indikator faktor teknologi yang dinilai paling tinggi adalah ketersediaan teknologi untuk produksi hijau sedangkan indikator yang dinilai paling rendah adalah pemanfaatan teknologi untuk pengelolahan rantai pasokan.

Penilaian Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau

Tabel 8. Penilaian Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau

No	Pernyataan Pengadopsian Inovasi Hijau	*Mean*	Kategori
1	UMKM kami mengembangkan produk hijau dengan menggunakan bahan baku alami yang ramah lingkungan	4.48	Sangat tinggi
2	UMKM kami mengembangkan proses produksi yang secara efektif mampu meminimalkan emisi zat atau limbah berbahaya	4.42	Sangat tinggi
3	UMKM kami mengembangkan kemasan produk yang ramah lingkungan (sangat minimal dalam menggunakan bahan plastik atau kertas)	4.48	Sangat tinggi
4	UMKM kami mengembangkan model bisnis yang mengutamakan keberlanjutan lingkungan	4.38	Sangat tinggi
5	UMKM kami melakukan inovasi dalam pengelolaan limbah produksi	4.41	Sangat tinggi
6	UMKM kami secara aktif mencari cara untuk mengurangi jejak karbon dalam seluruh operasi bisnis	4.36	Sangat tinggi
7	UKKM kami mengembangkan produk yang mudah didaur ulang	4.17	Sangat tinggi
	Rata-rata	4,39	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah

Pada Tabel 8 dapat dijelaskan bawah secara rata-rata penilaian responden terhadap variabel pengadopsian inovasi hijau berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bawah UMKM produk hijau memiliki inovasi hijau yang kuat. Adapun indikator pengadopsian inovasi hijau yang dinilai paling tinggi adalah penggunaan bahan baku alami yang ramah lingkungan dan penggunaan kemasan ramah lingkungan yang minimal bahan plastik atau kertas sedangkan indikator yang dinilai paling rendah adalah , pengembangan produk yang mudah didaur ulang

Hasil Analisis Inferensial

Hasil Analisis Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.932	2.176		12.375	,001
Green market orientation	.063	.031	.202	2.034	.045
Dukungan Organisasi	.012	.045	.027	.272	.786
Faktor Teknologi	.079	.055	.142	1.432	.155

a. Dependent Variable: pengadopsian inovasi

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel hasil analisis linear berganda dapat diketahui persamaan regresi linear berganda yang dinyatakan sebagai berikut:

Y = 26,932 - 0,202X1 + 0,027X2 + 0,142X3 + e

Hasil dari persamaan tersebut yaitu:

1. Nilai konstanta βo bernilai positif yaitu sebesar 0,001 Nilai positif menunjukan bawah variabel independen memiliki pengaruh searah dengan variabel dependen dalam pengujian. Variabel independen terdiri dari *Green market orientation*, Dukungan Organisasional, dan Faktor Teknologi = 0, maka variabel dependen (Pengadopsian Inovasi Hijau) bernilai 26,932.
2. Nilai koefisien regresi *green market orientation* (X1) adalah 0,063 yang bermakna bahwa apabila nilai variabel *green market orientation* meningkat sebesar satu satuan, maka nilai dari Pengadopsian Inovasi Hijau akan meningkat sebesar 0,063 satuan. Adapun arah pengaruh *green market orientation* terhadap pengadopsian inovasi hijau adalah positif.
3. Nilai koefisien regresi dukungan organisasional (X2) adalah 0,012 yang berarti jika skor variabel dukungan organisasional meningkat sebesar satu satuan, maka pengadopsian inovasi hijau akan meningkat sebesar 0,012 satuan. Adapun arah pengaruh dukungan organisasional terhadap pengadopsian inovasi hijau adalah positif.
4. Nilai koefisien regresi faktor teknologi (X3) adalah 0,079, yang menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan dalam variabel faktor teknologi akan meningkatkan nilai pengadopsian inovasi hijau sebesar 0,079 satuan. Adapun arah pengaruh faktor teknologi terhadap pengadopsian inovasi hijau adalah positif.

Hasil Uji t

Tabel 10. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model	Hasil	Signifikansi	Kesimpulan
Green Market Orientation terhadap Pengadopsian inovasi hijau	2.034	0.045 (p < 0,05)	Ho1, ditolak Ha1, diterima
Dukungan Organisasi terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau	0.272	0.786 (p > 0,05)	Ho2, diterima Ha2, ditolak

Faktor Teknologi terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau	1.432	0.155 (p > 0,05)	Ho2, diterima Ha2, ditolak

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasar hasil uji t pada tabel 10 dinyatakan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh *Green market orientation* Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau)

   Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,034, lebih besar dari t tabel sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar 0,045 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa H_a1 diterima dan H_o1 ditolak, yang berarti bahwa variabel *Green market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Pengujian hipotesis 2 (Pengaruh Dukungan Organisasional Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau.

   Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,272, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar 0,786 > 0,05. Maka, H_a2 ditolak dan H_o2 diterima, yang berarti bahwa dukungan organisasional tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Pengujian hipotesis 3 (Pengaruh Faktor Teknologi Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau)

   Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,432, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar 0,155 > 0,05. Maka, H_a3 ditolak dan H_o3 diterima, yang berarti bahwa faktor teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11. Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,246[a]	,061	,031	1,042

a. Predictors: (Constant), Green Market Orientation, Dukungan Organisasional, Faktor Teknologi

b. Dependen Variabel: Pengadopsian Inovasi Hijau

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dapat ditunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,031. Hasil tersebut menjelaskan bahwa kontribusi pengaruh variabel green market orientation, dukungan organisasional, dan faktor teknologi terhadap pengadopsian inovasi hijau 3,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Green Market Orientation* Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama, ditemukan bahwa *green market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Temuan ini menegaskan bahwa *green market orientation* berperan penting dalam mendorong adopsi inovasi yang berkelanjutan. UMKM yang memiliki orientasi pasar yang kuat, baik dalam aspek orientasi pelanggan, orientasi pesaing, maupun koordinasi antar unit kerja, cenderung lebih mampu mengadopsi inovasi hijau secara efektif. Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa keaktifan UMKM dalam merespons informasi pasar mengenai produk ramah lingkungan menjadi salah satu pendorong utama pengadopsian inovasi hijau. Hal ini mencerminkan perhatian besar pelaku UMKM terhadap tren pasar dan preferensi konsumen terhadap produk yang berkelanjutan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Nugroho et al. (2025) yang menyatakan bahwa *green market orientation* mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan nilai keberlanjutan

dalam strategi produk dan pemasaran. Selain itu, hasil ini mendukung penelitian Judijanto (2025) dan Salobar et al. (2024) yang menegaskan bahwa orientasi pasar hijau berkontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas inovasi hijau, khususnya di sektor UMKM.

Pengaruh Dukungan Organisasional Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa dukungan organisasional tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat dukungan organisasional bukan faktor penentu dalam mendorong adopsi inovasi hijau di kalangan UMKM. Baik tingginya maupun rendahnya dukungan dari organisasi tidak menjamin adanya kesadaran atau komitmen pelaku UMKM untuk mengembangkan produk ramah lingkungan.

Salah satu penyebabnya adalah lemahnya komitmen pelaku usaha terhadap praktik keberlanjutan. Hal ini berkaitan dengan karakteristik mayoritas UMKM hijau di Yogyakarta yang masih berskala mikro dan dimiliki secara perseorangan (83%), sehingga sistem dukungan organisasi cenderung bersifat informal dan sangat tergantung pada individu, bukan pada struktur kelembagaan yang mapan. Temuan ini selaras dengan penelitian Nawangsari et al. (2024) yang menyatakan bahwa dukungan organisasional tidak selalu menjadi faktor determinan dalam pengadopsian inovasi, khususnya di sektor UMKM.

Pengaruh Faktor Teknologi Terhadap Pengadopsian Inovasi Hijau

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa faktor teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau pada UMKM produk hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Meskipun teknologi telah digunakan dalam operasional sehari-hari, pemanfaatannya belum mampu mendorong inovasi hijau secara berarti. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dalam menguasai teknologi serta kurangnya kemampuan teknis untuk mengoptimalkannya dalam mendukung keberlanjutan. Selain itu, sebagian besar UMKM masih berskala mikro dan berbentuk usaha perseorangan tanpa sistem manajemen teknologi yang terstruktur, sehingga teknologi hanya digunakan untuk kebutuhan dasar operasional, bukan untuk pengembangan inovatif yang ramah lingkungan. Temuan ini sejalan dengan Serrano et al. (2025) yang menyatakan bahwa teknologi pada UMKM sering kali belum dimanfaatkan secara optimal dalam mendorong inovasi hijau.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *green market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMKM Produk Hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, semakin tinggi orientasi pasar hijau yang dimiliki UMKM, maka semakin besar UMKM untuk mengadopsi inovasi hijau.

Dukungan organisasional tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMKM Produk Hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendanya dukungan organisasi belum tentu menjadi faktor penentu keberhasilan adopsi inovasi hijau, terutama di lingkungan UMKM yang didominasi oleh usaha mikro dan perseorangan.

Faktor teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian inovasi hijau di UMKM Produk Hijau di Daerah Istimewa Yogyakarta. Walaupun teknologi digunakan dalam operasional UMKM, hal tersebut belum cukup mendorong inovasi hijau secara signifikan.

REFERENSI

Adomako, S., & Tran, M. D. (2024). Exploring the effect of R&D support, green technology transfer, sustainable innovation. *Sustainable Development*, *32*(5), 4758–4769. https://doi.org/10.1002/sd.2936

Afum, E., Osei-Ahenkan, V. Y., Agyabeng-Mensah, Y., Amponsah Owusu, J., Kusi, L. Y., & Ankomah, J. (2020). Green manufacturing practices and sustainable performance among Ghanaian manufacturing SMEs: The explanatory link of green supply chain integration. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, *31*(6), 1457–1475. https://doi.org/10.1108/MEQ-01-2020-0019

Ahmed, R. R., Akbar, W., Aijaz, M., Channar, Z. A., Ahmed, F., & Parmar, V. (2023). The role of green innovation on environmental and organizational performance: Moderation of human resource practices and management commitment. *Heliyon*, *9*(1), e12679. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12679

Alhazami, L., & Tobing, R. P. (2023). *PENGARUH STRATEGI GREEN MARKET ORIENTATION DAN GREEN SUPPLY CHAIN RELATIONSHIP QUALITY DALAM MENINGKATKAN GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE*. *08*(01).

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Aryanto, A., Hanum, N., & Syaefudin, R. (2023). Faktor Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan pada Penerapan Akuntansi Digital serta Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Owner*, *7*(1), 632–643. https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1224

Bataineh, M. J., Sánchez-Sellero, P., & Ayad, F. (2024). The role of organizational innovation in the development of green innovations in Spanish firms. *European Management Journal*, *42*(4), 527–538. https://doi.org/10.1016/j.emj.2023.01.006

Bhatti, S. H., Saleem, F., Murtaza, G., & Haq, T. U. (2022). Exploring the impact of green human resource management on environmental performance: The roles of perceived organizational support and innovative environmental behavior. *International Journal of Manpower*, *43*(3), 742–762. https://doi.org/10.1108/IJM-05-2020-0215

Borah, P. S., Dogbe, C. S. K., Pomegbe, W. W. K., Bamfo, B. A., & Hornuvo, L. K. (2023). *Green market orientation*, green innovation capability, green knowledge acquisition and green brand positioning as determinants of new product success. *European Journal of Innovation Management*, *26*(2), 364–385. https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2020-0345

Bratamanggala, R. I., & Hendayana, Y. (2024). Sustainability and Technology Use in SMEs: A Pathway to Green Innovation (Keberlanjutan dan Penggunaan Teknologi pada UMKM: Jalan Menuju Inovasi Ramah Lingkungan). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, *3*(6).

Bremser, C., Piller, G., & Helfert, M. (2019). Technology Adoption in Smart City Initiatives: Starting Points and Influence Factors: *Proceedings of the 8th International Conference on Smart Cities and Green ICT Systems*, 70–79. https://doi.org/10.5220/0007702700700079

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Dangelico, R. M., Pujari, D., & Pontrandolfo, P. (2017). Green Product Innovation in Manufacturing Firms: A Sustainability-Oriented Dynamic Capability Perspective. *Business Strategy and the Environment*, *26*(4), 490–506. https://doi.org/10.1002/bse.1932

Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2024). *Data perkembangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2022–2024*. Dinas Koperasi dan UKM DIY.

Fernando, Y., Chiappetta Jabbour, C. J., & Wah, W.-X. (2019). Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: Does service capability matter? *Resources, Conservation and Recycling*, *141*, 8–20. https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.09.031

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrawati, H., Caska, C., Hermita, N., Sumarno, S., & Syahza, A. (2025). Green innovation adoption of SMEs in Indonesia: What factors determine it? *International Journal of Innovation Science*, *17*(1), 19–37. https://doi.org/10.1108/IJIS-02-2023-0047

Indrawati, H., Caska, & Suarman. (2020). Barriers to technological innovations of SMEs: How to solve them? *International Journal of Innovation Science*, *12*(5), 545–564. https://doi.org/10.1108/IJIS-04-2020-0049

Islam, H. (2025). Nexus of economic, social, and environmental factors on sustainable development goals: The moderating role of technological advancement and green innovation. *Innovation and Green Development*, *4*(1), 100183. https://doi.org/10.1016/j.igd.2024.100183

Judijanto, L., Mardiah, A., & Juliandi, Y. (2025). Tren Kewirausahaan Digital Hijau: Analisis Bibliometrik. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, *3*(02), 123–135. https://doi.org/10.58812/sek.v3i02.529

Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2024). *Laporan status lingkungan hidup Indonesia 2023*. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Kousar, S., Sabri, P. S. U., Zafar, M., & Akhtar, A. (2017). *Technological factors and adoption of green innovation: Moderating role of government intervention: A case of SMEs in Pakistan*. *9*(3), 833–861.

Nawangsari, L. C., Siswanti, I., Arijanto, A., & Wahyu, M. (2024). From Knowledge to Action: Exploring Green Intellectual Capital's Role in Sustainable Organizational Performance for Millennials. *International Review of Management and Marketing*, *15*(1), 82–90. https://doi.org/10.32479/irmm.17546

Nugroho, Arif, Novianti, Erny, & Army, Widya Lelisa. (2025). *Dampak Orientasi Pasar Hijau dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Kawasan Pariwisata Taman Mini Indonesia Indah*. Journal Scientific of Mandalika.

Nuryakin, N., & Maryati, T. (2022). Do green innovation and green competitive advantage mediate the effect of green marketing orientation on SMEs' green marketing performance? *Cogent Business & Management*, *9*(1), 2065948. https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2065948

Papadas, K.-K., Avlonitis, G. J., & Carrigan, M. (2017). Green marketing orientation: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Business Research*, *80*, 236–246. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.024

Putri, V. P., & Riyanto, D. W. U. (2023). GREEN INNOVATION AND GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE MEDIATE THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ORIENTATION ON GREEN MARKETING PERFORMANCE IN SME INDONESIA. *International Journal*, *7*(4).

sSalobar, A. L. A., Efendi, B., & Akbar, M. A. M. (2024). *ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK HIJAU TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM KULINER DI KABUPATEN WONOSOBO*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7, Ed.). Wiley.

Serrano, R. A., Li, J. J., & Wang, Q. (2025). Technological opportunism on green innovation and the ambivalent effect of atmospheric quality perception. *International Journal of Innovation Studies*, *9*(2), 129–143. https://doi.org/10.1016/j.ijis.2025.03.001

Shahzad, M., Qu, Y., Rehman, S. U., & Zafar, A. U. (2022a). Adoption of green innovation technology to accelerate sustainable development among manufacturing industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, *7*(4), 100231. https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100231

Shamsuzzoha, A., Suihkonen, A.-M., Wahlberg, C., Jovanovski, B., & Piya, S. (2023). Development of value proposition to promote green innovation for sustainable organizational development. *Cleaner Engineering and Technology*, *15*, 100668. https://doi.org/10.1016/j.clet.2023.100668

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulaiman, M. A. B. A. (2025). Green Product Innovation as a Mediator Between *Green market orientation* and Sustainable Performance of SMEs. *Sustainability*, *17*(4), 1628. https://doi.org/10.3390/su17041628

Sumarlin, F. A., & Nuvriasari, A. (2024). The Effect of Green Innovation, Environmental Awareness, and Competitive Advantage on MSME Marketing Performance. *Research Horizon*, *4*(3), 159–202.

Toryanto, C. J. K., & Indriani, F. (2022). Green Marketing Orientation Towards Competitive Advantage and Marketing Performance of Non-Food SMEs in Java. *International Journal of Scientific Research and Management*, *10*(02), 3062–3062. https://doi.org/10.18535/ijsrm/v10i2.em06

Widarjo, W., & Setiawan, A. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Aplikasi pada Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Andi.

Yandi, A., Muklhlis, I., & Zagladi, A. N. (2023). Penerapan Konsep Green Marketing dalam Menghasilkan Produk yang Ramah Lingkungan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, *8*(2), 1941. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1527

Yu, D., Tao, S., Hanan, A., Ong, T. S., Latif, B., & Ali, M. (2022). Fostering Green Innovation Adoption through Green Dynamic Capability: The Moderating Role of Environmental Dynamism and Big Data Analytic Capability. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(16), 10336. https://doi.org/10.3390/ijerph191610336

Zhao, G., Feng, T., & Wang, D. (2015). Is more supply chain integration always beneficial to financial performance? *Industrial Marketing Management*, *45*, 162–172. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.02.015

Zhao, W., & Huang, L. (2022). The impact of green transformational leadership, green HRM, green innovation and organizational support on the sustainable business performance: Evidence from China. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, *35*(1), 6121–6141. https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2047086