

UNIVERSITAS INDONESIA

**“ANALISIS PENGARUH STRATEGI LINGKUNGAN HIDUP
(*ECO-FRIENDLY*) PROAKTIF TERHADAP KINERJA EKSPOR PADA
UKM PRODUK KERAJINAN PESERTA
TRADE EXPO INDONESIA 2011”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

WIDYA SAVITRI

0906611646

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI EKSTENSI
MANAJEMEN USAHA KECIL DAN MENENGAH
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

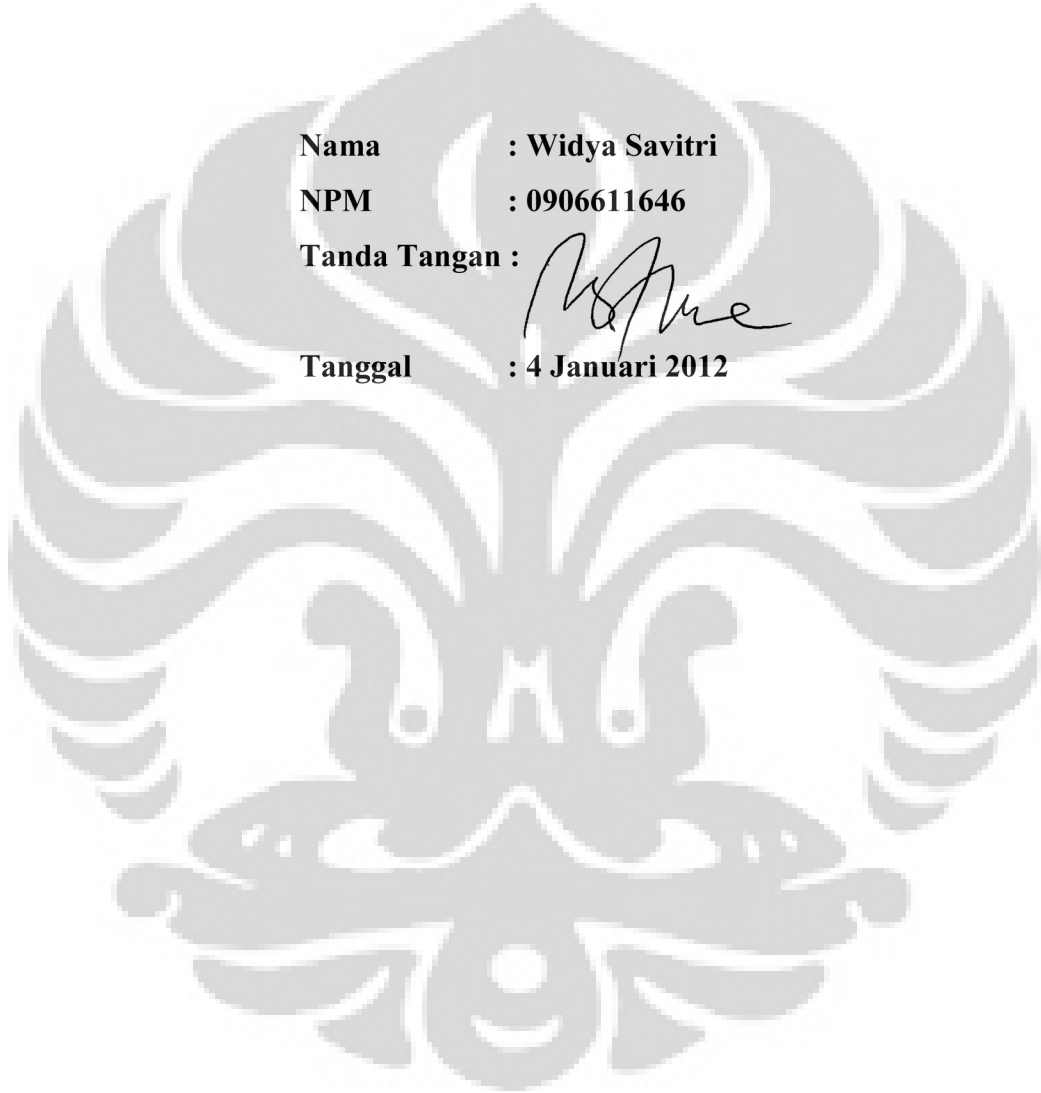
Nama : Widya Savitri

NPM : 0906611646

Tanda Tangan :



Tanggal : 4 Januari 2012



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

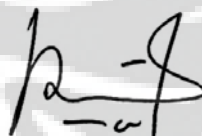
Nama : Widya Savitri
NPM : 0906611646
Program Studi : Ekstensi Manajemen
Kekhususan : Usaha Kecil dan Menengah (SME)
Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH STRATEGI LINGKUNGAN HIDUP
(ECO-FRIENDLY) PROAKTIF TERHADAP KINERJA
EKSPOR PADA UKM PRODUK KERAJINAN PESERTA
TRADE EXPO INDONESIA 2011”**

Telah diperiksa oleh Pembimbing dan disetujui untuk Ujian SIDANG SKRIPSI sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Program ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Depok, 4 Januari 2012

Menyetujui,

Pembimbing Skripsi



Rifelly Dewi Astuti, MM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Widya Savitri
NPM : 0906611646
Program Studi : Ekstensi Manajemen
Kekhususan : Usaha Kecil dan Menengah (SME)
Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH STRATEGI LINGKUNGAN HIDUP
(ECO-FRIENDLY) PROAKTIF TERHADAP KINERJA
EKSPOR PADA UKM PRODUK KERAJINAN PESERTA
TRADE EXPO INDONESIA 2011”**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Ekstensi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Rifelly Dewi Astuti, MM (.....
Penguji : Sri Daryanti (.....
Penguji : Adrian Achyar (.....

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 18 Januari 2012

Ketua Program Ekstensi Manajemen

(Imo Gandakusuma, MBA)

NIP: 196010031991031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini, serta salam dan shalawat saya ucapkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Ibu Rifelly Dewi Astuti MM., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Ibu Sri Daryanti dan Bapak Adrian Achyar selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu dan memberikan ilmu kepada saya pada saat ujian sidang.
- (3) Pihak Kementrian UKM, Departemen Perindustrian khususnya Bp. Nurzaman Sapii, pihak PT. Jiexpo dan UKM yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan khususnya untuk CV. Multi Dimensi pimpinan Ibu Siti Nurhandiah dan Mas Nova Agung atas bimbingan, serta Ibu Ayu Husodo;
- (4) Orang tua dan keluarga saya, papa, mama, Windu, Dea, Rafi, Bang Eja, Rama yang telah memberikan bantuan dukungan moril dan materiil;
- (5) *my lovely* UPS&GREY&BANDITS, dan Mendy Andriana yang tidak lelah memberikan tawa dalam sedih dan dukungan dalam keputus-asaan.
- (6) Teman seperjuangan sehidup semati di FEUI-Ekstensi 2009, The Manjas, hidup galau akademik!
- (7) Nata Kristian Gultom, *nothing more to say but thanks Barney!* ☺

- (8) Pihak GINGER MANDARIN yang telah banyak memberikan banyak dukungan dan kesempatan waktu kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini. Murid-muridku tersayang yang tidak putusny memberikan ilmu berarti dan kasih sayang yang selalu menjadi dorongan untuk hidupku.
- (9) Keluarga Besar Abang None Jakarta Kepulauan Seribu 2007, teman-teman terdekat Abdul, Echa, Putu, Yudho, Ajeng, Erlita, Bang Is, Tya, dan Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan secara satu-persatu yang telah banyak memberikan dukungan dan semangatnya selama saya mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 4 Januari 2011

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Savitri
NPM : 0906611646
Program Studi : Ekstensi Manajemen Usaha Kecil dan Menengah
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup (*Eco-Friendly*) Proaktif Terhadap Kinerja Ekspor pada UKM Produk Kerajinan Peserta *Trade Expo Indonesia 2011*”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, 4 Januari 2012

Yang menyatakan



(Widya Savitri)

ABSTRAK

Nama : Widya Savitri

Program Studi : Ekstensi Manajemen

Judul : **“Analisis Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup (*Eco-Friendly*) Proaktif Terhadap Kinerja Ekspor pada UKM Produk Kerajinan Peserta Pameran *Trade Expo Indonesia 2011*”**

Internasionalisasi usaha yang sedang berkembang dan isu lingkungan hidup merupakan dua hal yang sedang menjadi konsen utama dalam dunia bisnis pada saat ini. Skripsi ini menganalisa tentang bagaimana strategi lingkungan hidup yang diterapkan secara proaktif dalam membantu UKM dalam usaha internasionalisasi UKM mereka menembus pasar global melalui kegiatan ekspor. Penelitian mengacu pada jurnal penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares/ *Journal of World Bussines* 45 (2010) mengenai pengaruh penerapan strategi lingkungan hidup pada usaha kecil dan menengah yang dilakukan pada UKM produk makanan olahan di Granada, Spanyol. Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden yang merupakan pemilik atau pengelola/ manajer dari UKM eksportir produk kerajinan yang menjadi peserta pameran *Trade Expo Indonesia 2011*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh strategi lingkungan hidup proaktif terhadap intensitas ekspor. Menurut hasil, terbukti pula bahwa ukuran perusahaan memegang peranan sebagai variabel moderasi dalam pengaruh antara strategi lingkungan hidup proaktif terhadap intensitas ekspor.

Kata kunci:

Kinerja Ekspor, Lingkungan Hidup, UKM

ABSTRACT

Name : Widya Savitri

Program Study: Extension - Management

Title : *Proactive Environmental Strategy and Export Performance in Small Medium Enterprises of Handicraft Industry with Case Study of Trade Expo Indonesia 2011 Exhibitors.*

Growing corporate internationalization and the emergence of environmental concerns are two of the main trends in the business world. This paper analyzes whether strategies for environmental protection can help small and medium enterprises (SMEs) as they internationalize their activities through exports. Personal interviews were conducted with 100 owner or general managers of exporting SMEs from handicraft industry. This research has adopted previous journal of Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares/ Journal of World Bussines 45 (2010) about the Environmental strategy and exports in medium, small and micro-enterprises. The results show a relationship between advanced environmental strategies and export intensity for the sampled firms. However, the size of firm plays a role in this relationship, as the relationship between advanced environmental strategies and exports is stronger with an increase in the size of the SMEs. Authors discuss implications of these results for practitioners and future research

Key Words:

Export Intensity, Environmental Strategy, SME

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	10
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.4.1. Unit Analisis.....	11
1.4.2. Wilayah Penelitian	11
1.4.3. Periode Penelitian	12
1.5. Pendekatan Penelitian	12
1.6. Metode Penelitian.....	12
1.6.1. Rancangan Penelitian.....	12
1.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	12
1.6.3. Metode Pengolahan Data.....	13
1.7. Sistematika Penulisan.....	13
2. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Usaha Kecil dan Menengah.....	15
2.1.1. Definisi dan Gambaran UKM Indonesia.....	15

2.2. Strategi Lingkungan Hidup Proaktif.....	16
2.2.1. <i>Natural-Resource-based View</i>	16
2.2.2. Strategi Lingkungan Hidup Proaktif bagi UKM.....	17
2.3. Kinerja Ekspor.....	18
2.4. Penelitian Terdahulu.....	19
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	20
2.5.1. Hubungan antara Penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Kinerja Ekspor UKM.....	20
2.5.2. Peran Moderasi Ukuran Usaha dalam Hubungan antara Penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Kinerja Ekspor pada UKM.....	21
3. METODOLOGI.....	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3. Data Primer.....	24
3.4. Data Sekunder.....	25
3.5. Populasi Penelitian dan Metode Sampling.....	25
3.6. Skala Pengukuran.....	26
3.7. Kerangka Penelitian.....	27
3.8. Variabel Penelitian.....	28
3.9. Hipotesis Penelitian.....	29
3.10. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.10.1. Strategi Lingkungan Hidup Proaktif (X).....	31
3.10.2. Kinerja Ekspor UKM (Y).....	31
3.10.3. Ukuran Perusahaan (Z).....	31
3.11. Metode Pengolahan dan Analisa Data.....	31
3.11.1. Analisis Awal.....	31
3.11.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.11.3. Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.11.4. Pengujian Asumsi Klasik.....	33
3.11.5. Analisis Regresi.....	33
3.12. Disain Kuesioner.....	34

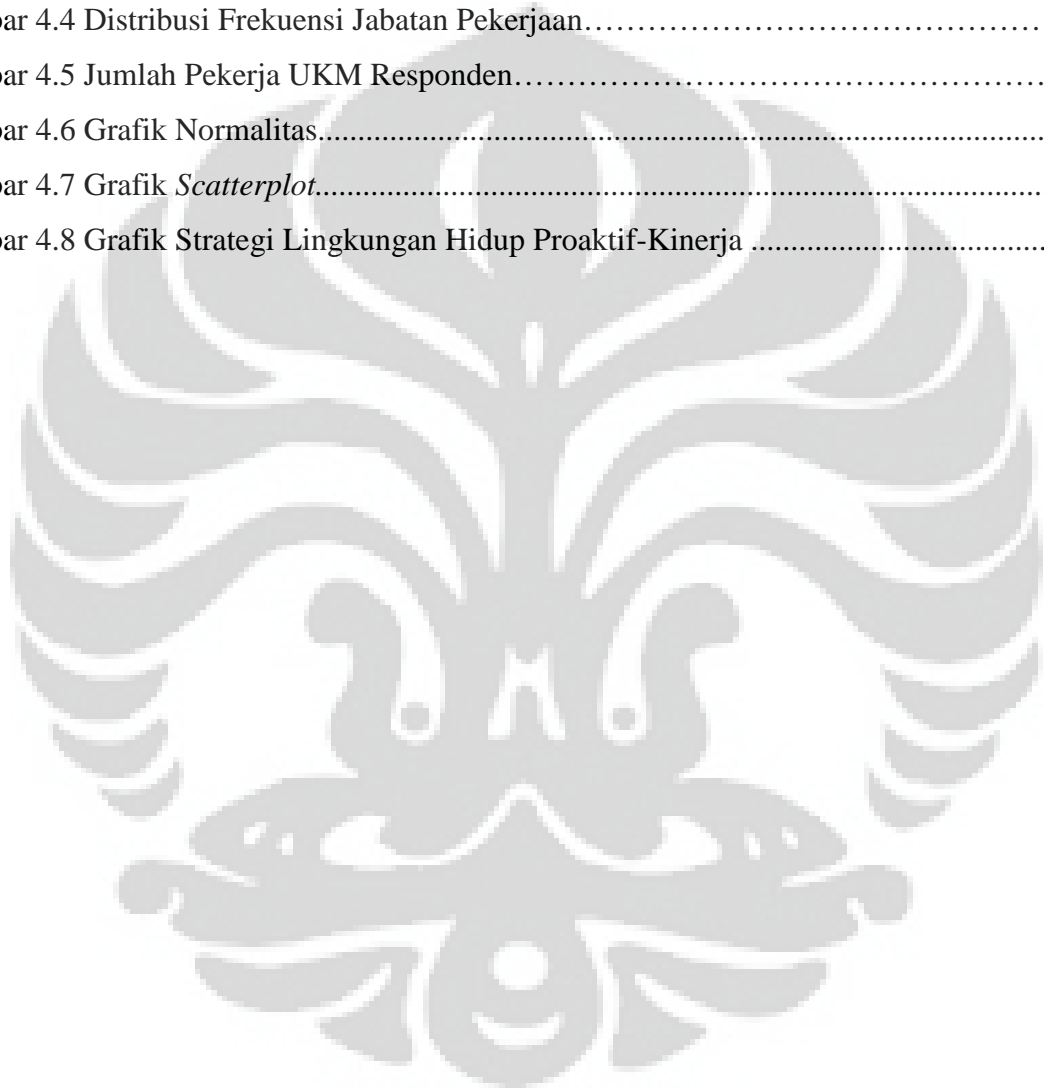
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Pengantar	37
4.2. Pretest Kuesioner.....	37
4.3. Analisis Data Survey.....	38
4.3.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	38
4.3.1.1. Analisis Validitas.....	38
4.3.1.2. Analisis Reliabilitas.....	38
4.3.2. Analisis Deskriptif.....	42
4.3.2.1. Profil Responden.....	42
4.3.2.2. Profil UKM Responden.....	44
4.3.2.3. Analisis Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner.....	46
4.3.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	47
4.3.3.1. Uji Multikolinieritas.....	47
4.3.3.2. Uji Normalitas.....	47
4.3.3.3. Uji Autokorelasi.....	48
4.3.3.4. Uji Heterokedastisitas.....	48
4.3.4. Analisis Regresi	49
4.3.4.1. Uji Regresi Berganda.....	49
4.3.4.2. Uji Interaksi Moderasi.....	53
4.4. Ringkasan Penelitian.....	57
4.4.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup Proaktif Terhadap Kinerja Ekspor pada UKM Eksporir Produk Kerajinan.....	57
4.4.2. Pengujian Hipotesis Efek Moderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Pengaruh antara Strategi Lingkungan Hidup Proaktif Dan Kinerja Ekspor UKM.....	58
4.4.3. Perbandingan dengan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	59
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3. Saran.....	64
5.3.1. Saran Manajerial.....	64
5.3.2. Saran Akademis.....	64
DAFTAR REFERENSI	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan berdasarkan Ukuran Perusahaan.....	1
Tabel 1.2 Nilai Ekspor UKM Non Migas Menurut Skala Usaha Tahun 2000-2003.....	3
Tabel 1.3 Nilai Produksi dan Ekspor UKM Kerajinan Tahun 2002-2004.....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Rangkuman Statistik Reliabilitas <i>Pretest</i>	38
Tabel 4.2 Statistik Reliabilitas Teramati.....	39
Tabel 4.3 Nilai KMO, <i>Barlett's</i> dan <i>Factor Loading (Factor Analysis)</i>	41
Tabel 4.4 Jumlah Sampel UKM Berdasarkan Produk Utama.....	44
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4.7 Uji Durbin Watson.....	48
Tabel 4.8 <i>Model Summary</i> (1).....	49
Tabel 4.9 Tabel ANOVA ^b (1).....	50
Tabel 4.10 Tabel <i>Coefficients</i> (1).....	51
Tabel 4.11 <i>Model Summary</i> (2).....	53
Tabel 4.12 Tabel ANOVA ^b (2).....	55
Tabel 4.13 Tabel <i>Coefficients</i> (2).....	56
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Penelitian	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	24
Gambar 3.2 Model Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	42
Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden.....	43
Gambar 4.3 Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	43
Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Jabatan Pekerjaan.....	44
Gambar 4.5 Jumlah Pekerja UKM Responden.....	45
Gambar 4.6 Grafik Normalitas.....	47
Gambar 4.7 Grafik <i>Scatterplot</i>	48
Gambar 4.8 Grafik Strategi Lingkungan Hidup Proaktif-Kinerja	62



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	JURNAL ACUAN
LAMPIRAN 2	HASIL WAWANCARA (<i>DEPTH INTERVIEW</i>)
LAMPIRAN 3	KUESIONER
LAMPIRAN 4	HASIL JAWABAN KUESIONER (<i>PRETEST</i>)
LAMPIRAN 5	HASIL JAWABAN KUESIONER
LAMPIRAN 6	HASIL UJI SPSS 13



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada akhir tahun 1997 telah mengakibatkan kemunduran ekonomi nasional secara serius pada tahun 1998, ditandai dengan menurunnya GDP (*Gross Domestic Products*) sebesar 13% dari tahun sebelumnya dan angka pertumbuhan ekonomi hanya mencapai 4,9 % pada tahun 2000 (Dick, 2001). Krisis ekonomi ini merupakan dampak besar dari keterlibatan para konglomerat dalam sektor perbankan dan investasi. Hal tersebut tidaklah mengherankan bahwa banyak industri besar yang lebih terkena dampaknya. Data dari Kementerian Koperasi dan Pembinaan Ekonomi Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa perusahaan besar dan menengah mengalami penurunan nilai tambahnya pada tahun 1998 sebesar (5.4% dan 27.2%) dibanding tahun 1997. Sedangkan apabila dilihat pada tabel 1.1, UKM dapat menunjukkan kinerjanya jauh lebih baik dari perusahaan berskala besar dengan angka pertumbuhan 34.9% pada tahun 1998,

Tabel 1.1 Penjualan berdasarkan Ukuran Perusahaan

Skala Perusahaan (Definisi Penjualan)	Sales (Rp)			Growth (% p.a)	
	97	98	99	98/97	99/98
Total Industri	12,358	12,639	12,605	2.3	(0.3)
Usaha Kecil < Rp 1 Miliar	2,899	3,911	3,901	34.9	(0.3)
Usaha Menengah Rp. 1-50 Miliar	7,045	4,131	5,116	(41.4)	23.8
Usaha Besar > Rp 50 Miliar	341,526	323,154	322,844	(5.4)	(0.1)

Sumber : Data Kementerian Koperasi dan Pembinaan Ekonomi Kecil dan Menengah (1997 – 1999)

Usaha kecil dan menengah di Indonesia mempunyai peran penting dalam perekonomian nasional. Pada Berita Resmi Statistik, Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah bekerjasama dengan BPS memberikan gambaran berbagai

Universitas Indonesia

peran UKM ditinjau dari indikator makro ekonomi dengan melihat kontribusinya dalam pelbagai hal.

Pada tahun 2007, UKM mampu menyerap 91.752.318 orang atau 97,3% terhadap jumlah seluruh tenaga kerja Indonesia yang mencapai hingga 94,3 juta pekerja (Berita Resmi Statistik, Badan Pusat Statistik (BPS) No.28/ 05/ Th XI, 30 Mei 2008). Selain itu kontribusi UKM terhadap penciptaan PDB (Produk Domestik Bruto) nasional baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan mencapai lebih dari 50% dari keseluruhan PDB nasional. Pada tahun 2005, sumbangan UKM terhadap PDB nasional atas dasar harga berlaku mencapai 1.491,06 triliun atau sebesar 53,54% dari keseluruhan PDB nasional sebesar 2.784,96 Triliun. Sedangkan atas harga konstan mencapai 979,71 triliun atau sebesar 55,96% dari total keseluruhan PDB nasional yang mencapai 1.750,65 triliun. Berturut-turut, untuk tahun 2006 dan 2007 kontribusi terhadap PDB nasional atas dasar harga berlaku sebesar 1.786,22 triliun dan 2.121,31 triliun atau mencapai 53,8% dan 53,60% dari total PDB nasional. Kontribusi atas harga dasar harga konstan pada tahun 2006 dan 2007 mencapai 1.035,61 triliun dan 1.101,64 triliun atau sebesar 55,92% dan 56,10% dari total PDB nasional.

Saat ini usaha kecil dan menengah merasakan pengaruh dan tekanan dari pengusaha asing yang masuk ke pasar lokal, dan hal ini menyebabkan perusahaan skala kecil dan menengah mencari peluang di pasar internasional (Zahra dan George, 2002). Nilai perdagangan ekspor secara global mengalami peningkatan dari \$40 miliar di tahun 1945 menjadi \$27 triliun di tahun 2008 (World Bank, 2009). Hal yang serupa terjadi pula pada nilai ekspor di Indonesia, dari data Biro Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa nilai ekspor mengalami peningkatan dari \$23,950.4 juta dolar Amerika pada tahun 1980 menjadi \$100,798.6 juta dolar Amerika pada tahun 2006. Peran ekspor sangat penting bagi Indonesia karena menghasilkan devisa dan pendapatan Negara (*export earnings*) yang merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan nasional. Posisi kinerja ekspor

Universitas Indonesia

Indonesia cukup baik, diantara 153 negara WTO, Indonesia selama bertahun-tahun masuk dalam kelompok 50 eksportir utama dunia, namun beberapa tahun terakhir peningkatan ekspor Indonesia cenderung turun. Disamping dipicu oleh krisis finansial global, penurunan ekspor juga disebabkan antara lain karena mulai banyaknya Negara pesaing, potensi ekspor Indonesia kurang cepat dioptimalkan pemanfaatannya, masalah infrastruktur, kapasitas produksi, ketrampilan SDM, dan teknologi.

Dewasa ini sebagian besar ekspor Indonesia ke pasar internasional tidak lagi didominasi oleh minyak mentah dan bahan tambang atau berbagai komoditi primer, akan tetapi sebagian besar justru dipenuhi oleh komoditas non migas. Kegiatan ekspor nonmigas terus dilakukan secara aktif untuk mempertahankan penerimaan ekspor nasional. Hal ini dikarenakan nilai ekspor migas nasional yang mengalami penurunan. Pada sektor non migas inilah UKM ekspor dapat berkontribusi bagi ekspor nasional.

**Tabel 1.2 Nilai Ekspor UKM Non Migas Menurut Skala Usaha
Tahun 2000-2003**

Tahun	Usaha Kecil dan Menengah		Usaha Besar	
	Nilai (Milyar Rp)	Peran (%)	Nilai (Milyar Rp)	Peran (%)
2000	75,449	19,35	314,519	80,65
2001	80,847	19,02	344,269	80,98
2002	87,290	21,87	311,916	78,13
2003	75,895	19,90	305,397	80,10
Rataan	79,861	20,04	319,025	79,97

Sumber : Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM Nomor 1 Tahun I - 2006

Peran usaha kecil dan menengah (UKM) dalam ekspor nonmigas jauh lebih kecil dibandingkan usaha besar (UB), namun menunjukkan peningkatan kinerja ekspor selama periode 2000-2003, yaitu sebesar Rp 75,449 triliun atau 19,35 persen terhadap total ekspor nasional pada tahun 2000, menjadi Rp 75,859 triliun atau 19,90 persen terhadap total ekspor nasional pada tahun 2003.

Universitas Indonesia

Sedangkan ekspor nonmigas UB sebesar Rp 314,519 triliun atau 80,65 persen terhadap total ekspor nasional pada tahun 2000, menjadi Rp 305,397 triliun atau 80,10 persen terhadap total ekspor nasional pada tahun 2003.

Struktur ekspor produk usaha kecil dan menengah Indonesia mayoritas bergerak di bidang industri pengolahan (furnitur, makanan dan minuman, pakaian jadi/tekstil, industri kayu/rotan, industri rotan), kemudian pertanian terutama perkebunan dan perikanan, sedangkan di sektor pertambangan sangat kecil hanya yang berhubungan dengan batu-batuan, tanah liat atau pasir (Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM Nomor 1 Tahun I, 2006).

Dengan adanya peningkatan nilai ekspor UKM setiap tahunnya, maka terjadi peningkatan pula pada nilai produksi barang yang dihasilkan oleh UKM. Dalam hubungannya dengan penelitian ini, merupakan hal yang tidak mengejutkan bahwa usaha kecil dan menengah memiliki kontribusi besar dalam degradasi lingkungan (Biondi, Iraldo & Meredith, 2002; Hillary, 2000). Hal ini berhubungan dengan komitmen buruk UKM terhadap lingkungan (Rutherford, Blackburn, & Spence, 2000; Schaper, 2002; Williamson & Lynch-Wood, 2001).

Tak dapat dipungkiri dalam dekade terakhir ini Lingkungan Hidup (LH) dan sumber daya alam (SDA) kita telah mengalami degradasi, yaitu penurunan baik secara kuantitas maupun kualitas, dimana yang dimaksud dengan lingkungan hidup adalah satu kesatuan komunitas yang terdiri dari tanah, air, udara, flora dan sumber daya alam lainnya beserta makhluk hidup yang ada di dalamnya. Dalam hal ini, banyak faktor yang berpengaruh atau yang menjadi penyebab terjadinya degradasi lingkungan hidup tersebut. Faktor pertama adalah penyebab yang bersifat tidak langsung dan faktor kedua adalah penyebab yang bersifat langsung. Faktor penyebab tidak langsung merupakan penyebab yang sangat dominan terhadap kerusakan lingkungan, sedangkan yang bersifat langsung, terbatas pada ulah penduduk setempat yang terpaksa mengeksploitasi hutan/lingkungan secara

Universitas Indonesia

berlebihan karena desakan kebutuhan. Salah satu faktor penyebab yang bersifat tidak langsung adalah dampak industrialisasi. Dalam proses industrialisasi ini antara lain termasuk industri perkayuan, perumahan, dan industri kertas. Ketiga industri tersebut di atas memerlukan kayu dalam jumlah yang besar sebagai bahan bakunya. Inilah awal mula eksploitasi kayu di hutan-hutan, yang melibatkan banyak kalangan terlibat di dalamnya. Keuntungan yang demikian besar dalam bisnis perkayuan telah mengundang banyak pengusaha yang terjun di bidang ini. Akibat lebih lanjut penduduk setempat yang semula peduli dan mencintai hutan serta memiliki sikap moral yang tinggi terhadap lingkungan menjadi frustrasi. Selain itu, terjadi pula pencemaran lingkungan hidup, baik pencemaran air, tanah maupun udara. Para pelaku industri berdasarkan hasil penelitian tidak ada yang mengelola sampah industri dengan baik. Sebanyak 50% dari 85 perusahaan hanya mengelola sampah berdasarkan ketentuan minimum. Sebanyak 22 perusahaan (25%) mengelola sampah tidak sesuai ketentuan bahkan ada 4 perusahaan yang tidak melakukan pengendalian atas pencemaran yang dilakukan (Buletin Litbang Departemen Pertahanan Indonesia, STT No. 2289 Volume VII Nomor 12 Tahun 2004).

Pertumbuhan perdagangan internasional dan ekonomi secara global secara tidak langsung telah berpengaruh negatif terhadap ketidakseimbangan dalam siklus alam. Sebagai contohnya adalah adanya eksploitasi yang tidak terkendali (UNEP, 2004). Beberapa memperdebatkan bahwa globalisasi menyebabkan perilaku ketidakpedulian terhadap lingkungan alam (e.g., King & Lenox, 2000), dan sebagian lain berpendapat bahwa meningkatnya upaya lingkungan hidup menawarkan keunggulan kompetitif (Hillary, 2000; Schiffer & Weder, 2001). Namun dalam hal ini, peran ukuran perusahaan dari usaha kecil menengah membuat adanya kerancuan dalam pendapat tersebut, hal ini dikarenakan UKM berbeda dalam banyak aspek dari perusahaan besar (Hillary, 2000; Schiffer & Weder, 2001). Hingga saat ini belum ada studi yang mengangkat tentang bagaimana strategi lingkungan hidup dapat mempengaruhi peningkatan pada

Universitas Indonesia

kinerja ekspor dari usaha kecil dan menengah atau peran dari ukuran perusahaan dalam pengaruhnya dengan penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup di UKM Indonesia.

Perhatian khusus perlu diberikan terhadap aspek tersebut atas dua alasan, yang pertama adalah kenyataan bahwa UKM menghasilkan 70% dari polusi yang disebabkan oleh industri dunia (Smith & Kemp, 1998) dan 60% dari emisi karbon (Marshall, 1998), selain itu jumlah total dampak lingkungan yang dihasilkan UKM melebihi dampak lingkungan gabungan dari perusahaan besar (Hillary, 2000). Meskipun literatur awal berpendapat bahwa lingkungan hidup dapat menjadi sumber daya bagi semua perusahaan (Arago 'n-Correa & Sharma, 2003; Hart, 1995; Sharma, 'Arago n-Correa, & Rueda-Manzanares, 2007), dan di lain pihak ada pula penelitian yang menunjukkan bahwa UKM tidak mendapatkan keuntungan dari upaya lingkungan hidup yang mereka lakukan (Greening & Gray, 1994; Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998). Upaya lingkungan hidup yang dimaksud di sini adalah tiga dasar pemikiran dari upaya berbasis lingkungan hidup yang dikemukakan oleh Hart (1995) yaitu Pencegahan polusi (*Pollution Prevention*) atau pengelolaan kualitas lingkungan hidup melalui *Total Quality Management (TQM)*, penatalayanan produk (*Product Stewardship*), dan pengembangan secara berkelanjutan (*Sustainable development*).

Bagi sebagian besar UKM Indonesia yang memang kurang memperhatikan aspek ini adalah sebuah hal yang lumrah, mengingat kurangnya pengetahuan pemilik atau pengelola UKM mengenai lingkungan hidup. Seperti yang disampaikan oleh Pengamat Ekonomi dari Institute of Development of Economics and Finance (INDEF) Aviliani, “Kita lihat sektor riil utamanya UKM, pengetahuan mereka tentang lingkungan hidup kurang. Nah pemerintah juga bisa berikan insentif pajak untuk meningkatkan lingkungan hidup ini. Jadi, harus ada prioritas, saat ini isu lingkungan hidup menjadi penting, karena era global terus berlanjut mengarah ke sana”(Berita Pasar Modal, 12 Juli 2011). Dalam konteks

Universitas Indonesia

ini, literatur belum memberikan bukti kuat yang dapat membantu pengelola UKM dalam memahami pentingnya penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup.

Saat ini sistem manajemen lingkungan hidup ISO 14001 kian populer di Indonesia, namun laju perolehan sertifikat ISO 14001 bagi usaha kecil dan menengah (UKM) cenderung lamban dan tidak signifikan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan finansial, kurangnya pemahaman sertifikat ISO 14001 dan rumitnya persyaratan sertifikasi ISO 14001 yang harus dipenuhi. Dalam rangka mensosialisasikan ISO 14001 dan sekaligus mendongkrak jumlah UKM bersertifikat ISO 14001, International Organization for Standardization (ISO) memutuskan untuk membuat sebuah dokumen panduan pada November 2005. ISO meluncurkan ISO 14005, buku petunjuk bagi UKM dalam menerapkan ISO 14001 langkah demi langkah ("The World below ISO 14001", 2007)

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisa apakah teori Hart (1995) tentang tiga konsep *natural-resource-based view* dalam kaitannya dengan pengelolaan lingkungan hidup dapat berlaku pula untuk perusahaan skala usaha kecil dan menengah, serta apakah keterbatasan sumber daya menjadi alasan bagi UKM untuk tidak menerapkan pendekatan *natural-resource-based view* pada pengelolaan usahanya atau justru mereka telah menerapkan pendekatan tersebut hanya untuk memperoleh keunggulan kompetitif atau hanya sekedar memenuhi tuntutan para importir dari Negara asing. Objek penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah UKM eksportir produk kerajinan di Indonesia. Menurut Asisten Deputi Urusan Ekspor dan Impor Kementerian Koperasi dan UKM Bonar Hutauruk, perluasan pasar ekspor paling besar terutama dari hasil komoditas furnitur ataupun kerajinan tangan. Data yang diolah dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, realisasi ekspor furnitur dan produk kerajinan 2010 meningkat 20 persen dibanding 2009, yaitu mencapai hingga 2,703 miliar dollar AS. (Artikel Bisnis Indonesia, Selasa, 8 Februari 2011).

Universitas Indonesia

Departemen Koperasi dan UKM dalam rencana induk pengembangan industri kecil dan menengah tahun 2002-2004 menjelaskan bahwa industri kerajinan yang terdiri dari perhiasan, sulaman bordir, mainan anak, keramik/ gerabah, kerajinan kayu, kerajinan anyaman dan batik menjadi salah satu komoditi penting dan terus dikembangkan karena industri ini berorientasi ekspor. Berdasarkan data dari Departemen KUKM, diproyeksikan kinerja industri kerajinan semakin meningkat dari tahun ke tahun baik dari nilai produksi maupun nilai ekspornya. Hal ini menunjukkan bahwa industri ini terus berkembang dan berkontribusi terhadap pembangunan negeri ini. Berikut ini tabel 1.3 yang menggambarkan proyeksi nilai produksi dan nilai ekspor industri kerajinan tahun 2002 hingga 2004.

Tabel 1.3 Nilai Produksi dan Ekspor UKM Kerajinan Tahun 2002-2004

Kelompok Komoditi	2002	2003	2004
1.Perhiasan			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	234.86	239.85	313.64
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	183.40	281.30	315.59
2.Sulaman Bordir			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	57.23	63.83	71.19
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	4.32	6.69	10.36
3.Mainan Anak			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	1,541.90	1,770.36	1,033.87
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	180.06	213.23	252.47
4.Keramik dan Gerabah			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	580.10	703.90	854.24
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	30.51	41.00	55.10
5.Kerajinan Kayu			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	1,517.45	1,578.90	2,033.87
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	250.69	281.30	315.59

6.Kerajinan Anyaman			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	883.66	1,105.11	1,382.22
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	103.39	124.27	148.88
7.Batik			
Nilai Produksi (Rp.Milyar)	1,159.30	1,373.41	1,627.10
Nilai Ekspor (US \$ Juta)	426.39	490.43	564.08

Sumber: Rencana Induk Pengembangan IKM, Departemen Koperasi dan UKM

Pada beberapa penelitian sebelumnya ukuran perusahaan secara statistik telah menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap penerapan strategi lingkungan hidup oleh perusahaan, namun penelitian sebelumnya berfokus pada perusahaan skala besar di beberapa industri sebagai sampel penelitiannya. Walaupun terdapat penelitian terbaru yang mulai memaparkan studi tentang perbedaan penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup pada usaha kecil dan menengah, namun penelitian tersebut hanya menganalisa strategi lingkungan pada usaha kecil dan menengah secara parsial. Seperti regulasi atau faktor yang mendorong usaha kecil dan menengah memilih pendekatan lingkungan hidup sebagai strategi untuk manajemen dan perilaku organisasinya (Mckeiver & Gadenne, 2005), (Mir & Feitelson, 2007) .

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup (*Eco-Friendly*) Proaktif terhadap Kinerja Ekspor pada UKM Produk Kerajinan Peserta Trade Expo Indonesia 2011**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari sudut pandang teoritis, terdapat perdebatan tentang apakah keterbatasan UKM memungkinkan UKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif melalui pengembangan strategi lingkungan proaktif dan apakah

Universitas Indonesia

keterbatasan sumber daya UKM menjadi penghalang bagi UKM untuk mendapatkan keuntungan apabila strategi tersebut diterapkan? Implikasi dari perdebatan ini mengacu kepada masalah apakah UKM dapat secara proaktif menerapkan strategi manajemen lingkungan hidup atau apakah mereka hanya bersikap reaktif terhadap peraturan lingkungan yang ada dan/ atau kepentingan pemasaran. Penelitian ini berfokus pada kemungkinan bahwa UKM mampu mengembangkan strategi pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif dalam rangka meningkatkan kinerja ekspornya. Dengan demikian permasalahan di dalam penelitian ini dapat dibuat dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut,

1. Apakah penerapan strategi lingkungan hidup proaktif berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah?
2. Apakah ukuran perusahaan dari Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran moderasi dalam pengaruh strategi lingkungan hidup proaktif dan kinerja ekspor pada UKM?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi lingkungan proaktif terhadap kinerja ekspor pada UKM
2. Untuk mengetahui potensi peran moderasi dari ukuran perusahaan terhadap hubungan strategi lingkungan hidup proaktif dan kinerja ekspor pada UKM.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan maupun pihak lainnya:

Universitas Indonesia

1. Bagi peneliti, dengan pemahaman dari tujuan di atas peneliti akan mengetahui relevansi pendekatan *natural-resource-based view* dengan pengembangan usaha kecil dan menengah berbasis penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup.
2. Bagi UKM, dengan adanya penelitian ini maka UKM dapat memahami pentingnya pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif bagi peningkatan kinerja ekspor bagi usaha kecil dan menengah, sehingga perusahaan UKM dapat merancang sebuah strategi baru yang memiliki keunggulan kompetitif di pasar internasional.
3. Dilihat dari sisi lainnya, manfaat dari penelitian ini akan dapat dijadikan bahan untuk menambah pengetahuan tentang apakah ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap penerapan pengelolaan strategi lingkungan hidup dengan kinerja ekspor. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya dalam topik yang berkaitan

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.4.1 Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini adalah 100 UKM eksportir produk kerajinan yang ikut serta dalam pameran *Trade Expo Indonesia* yang diadakan pada tanggal 19 Oktober 2011 hingga 23 Oktober 2011 di JIExpo Kemayoran Jakarta dengan ketentuan hanya pemilik atau pengelola UKM termaksud yang dapat menjadi responden dari penelitian ini. Target bidang industri ini dipilih karena UKM produk kerajinan adalah salah satu UKM dengan perluasan pasar ekspor terbesar di Indonesia pada saat ini.

1.4.2 Wilayah Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di area pameran *Trade Expo Indonesia* yang akan diadakan pada tanggal 19 Oktober 2011 hingga 23 Oktober 2011 di JIExpo Kemayoran Jakarta.

Universitas Indonesia

1.4.3 Periode Penelitian

Penelitian dan pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2011.

1.5 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kombinasi kualitatif dan kuantitatif. Riset kualitatif adalah suatu bentuk metodologi riset yang tidak terstruktur dan eksplorasi berdasarkan sampel kecil yang menyediakan *insights* dan pemahaman terhadap permasalahan *problem setting*, sedangkan riset kuantitatif merupakan suatu metodologi riset yang mencoba mengkuatifikasikan data dan mengaplikasi beberapa bentuk analisa statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai langkah penelitian awal (*pre-research*) yaitu dengan melakukan wawancara secara mendalam (*In-Depth Interview*) dengan para pelaku ekspor-impor usaha produk kerajinan, pemilik UKM produk kerajinan, dan pihak Kementerian Usaha Kecil dan Menengah. Hal ini dimaksudkan untuk mendapat pertanyaan kuesioner yang tepat. Sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan sebagai bentuk analisa statistik dari data yang dikumpulkan.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner sebagai instrumen. Survey merupakan penelitian yang mengumpulkan data sampel dari suatu populasi atau dari responden atas pertanyaan yang merupakan pengukuran dari variabel-variabel yang diteliti serta menguji hipotesis (Malhotra, 2007)

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari responden menggunakan

Universitas Indonesia

metode survey dengan menyebar kuesioner kepada responden yakni pelaku UKM eksportir produk kerajinan peserta *Trade Expo Indonesia 2011*. Selain itu, guna merancang pertanyaan kuesioner agar tepat sasaran, peneliti mengadakan wawancara dengan para pelaku ekspor usaha produk kerajinan, para ahli di bidang UKM, dan ahli di bidang usaha ekspor. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan studi kepustakaan dari sumber-sumber kepustakaan yang relevan dengan penelitian, seperti buku-buku, koran, majalah dan situs-situs *website*.

1.6.3 Metode Pengolahan Data

Sebelum kuesioner disebar, dilakukan pre-test terhadap kuesioner. Pretest bertujuan untuk melakukan uji terhadap berbagai hal mengenai kuesioner, seperti pemahaman terhadap pertanyaan, layout, kata-kata dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 13.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan karya tulis akhir ini dibagi menjadi lima bagian utama, yaitu:

Bab I : Pendahuluan

Bab pertama ini mendeskripsikan gambaran umum penelitian seperti latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan diadakannya penelitian, dan ruang lingkup dari masalah yang hendak diteliti.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini penulis akan mencantumkan serta mengutip beberapa teori yang terkait dengan tema penelitian skripsi ini. Beberapa teori yang menjadi sorotan utama dalam skripsi ini antara lain, tinjauan literatur mengenai UKM dalam perekonomian global, strategi lingkungan hidup proaktif dengan pendekatan berbasis sumber daya alam atau *natural-resource-based view* dalam kaitannya dengan penerapan strategi lingkungan hidup (*eco-friendly*).

Universitas Indonesia

Bab III : Metode Penelitian

Bagian ini berisi penjabaran metodologi penelitian yang akan digunakan baik dalam proses pengumpulan data maupun pengolahan data yang telah terkumpul.

Bab IV: Pembahasan

Di bagian ini akan diberikan penjelasan dari hasil pengolahan data serta gambaran umum dari objek penelitian. Hasil-hasil penelitian juga akan dihubungkan dengan keadaan lapangan UKM eksportir yang sesungguhnya, begitupun dengan implikasi hasil penelitian ini pada keadaan lapangan UKM eksportir yang sebenarnya

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Sebagai penutup dari karya akhir ini, bagian ini akan menyajikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian, serta beberapa saran juga akan dicantumkan sebagai bahan masukan bagi para manajer UKM eksportir demi merancang strategi untuk peningkatan kinerja ekspornya di masa mendatang.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Kecil dan Menengah

2.1.1 Definisi dan Gambaran UKM Indonesia

Hingga saat ini beberapa institusi pemerintah memiliki persepsi yang berbeda tentang definisi UKM. Badan Pusat Statistik (BPS) menggunakan kriteria jumlah tenaga kerja, Departemen KUKM yang mendefinisikan UKM menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008.

Berdasarkan definisi dari Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kecil adalah industri pengolahan yang memiliki jumlah tenaga kerja antara 6 hingga 19 orang sedangkan usaha menengah adalah industri pengolahan yang memiliki jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang.

Menurut Departemen KUKM, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tersebut, yaitu:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Universitas Indonesia

Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang - Undang tersebut, yaitu:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2 Strategi Lingkungan Hidup Proaktif

Penerapan strategi lingkungan hidup proaktif dapat mempengaruhi keseluruhan aspek perusahaan dan memerlukan upaya implementasi yang sistematis (Marcus & Geffen, 1998; Russo & Fouts, 1997). Strategi lingkungan hidup proaktif telah dicirikan sebagai kemampuan dinamis yang bergantung pada pola sistematis (Arago'n-Correa & Sharma, 2003; Marcus & Anderson, 2006). Kemampuan dinamis yang dimaksud adalah sebuah proses yang memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan sebuah strategi baru yang kreatif untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang mengarah pada isu lingkungan hidup. Hal ini memberikan tantangan pula pada perusahaan untuk mendapatkan kapabilitas baru dan keunggulan yang kompetitif (Eisenhardt & Martin, 2000) dengan pendekatan teori berbasis sumber daya alam (*Natural-Resource-based View*).

2.2.1 *Natural-Resource-based View*

Telah banyak penelitian yang telah mengembangkan klasifikasi dari rancangan penerapan manajemen lingkungan hidup di perusahaan. Salah satunya adalah Hart (1995) yang mengembangkan teori berbasis sumber daya (*natural-resource-based-view*)– skala perkembangan dan lingkup kegiatan manusia yang berpotensi pada kerusakan lingkungan hidup dalam skala global. Dalam hubungannya dengan penerapan pengelolaan lingkungan hidup di perusahaan, teori tersebut dikembangkan menjadi sebuah penerapan strategi bisnis dengan mengkhususkan pada isu lingkungan hidup dan operasional sumber daya sebuah perusahaan melalui pendekatan yang dikembangkan oleh Hart (1995), yaitu:

1. Pencegahan polusi (*Pollution Prevention*) atau Manajemen Kualitas Total (*Total Quality Management*), dimana perusahaan secara berkelanjutan mengadaptasi ketentuan yang berlaku dalam proses produksi. Pendekatan ini mengarah pada biaya yang rendah atau disebut pula dengan *a cost leadership approach*.
2. Penatalayanan Produk (*Product Stewardship*), format diferensiasi produk dimana proses manufaktur dirancang sedemikian rupa untuk meminimalisir dampak negatif bagi lingkungan selama siklus produksi. Pada pendekatan ini digunakan LCA atau *life cycle analysis*, yaitu analisa produk dari seleksi material, produksi, distribusi, pengemasan, konsumsi hingga pembuangan (Welford and Gouldson, 1993).
3. Pengembangan berkelanjutan (*Sustainable development*), meminimalisir dampak lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan melalui pengembangan teknologi lingkungan.

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual *Natural-Resource-Based View*



Sumber : Hart, Stuart L. (1995)

2.2.2 Strategi Lingkungan Hidup Proaktif bagi UKM

Studi deskriptif tentang UKM sering menyoroti UKM sebagai skala industri dengan pengusaha yang memiliki tingkat rendah dalam komitmennya terhadap lingkungan hidup. Penelitian menunjukkan bahwa para pengusaha skala kecil dan menengah hanya tertarik dalam mematuhi peraturan lingkungan namun tidak secara proaktif berkontribusi pada lingkungan (Rutherford, 2000; Schaper, 2002; Williamson & Lynch-Wood, 2001; Worthington & Patton, 2005). Selain itu, disebutkan pula bahwa banyak dari pemilik UKM yang tidak memiliki pengetahuan dan keahlian dalam pengelolaan lingkungan hidup (Taylor, Barker, & Simpson, 2003; Tilley, 2000). Hal ini pula yang menjadi alasan mengapa hanya sedikit literatur dan penelitian yang membahas strategi lingkungan hidup untuk usaha kecil dan menengah, walaupun beberapa penulis pada akhirnya mulai meneliti implementasi strategi lingkungan hidup proaktif pada UKM.

Sebagian besar penelitian mengindikasikan bahwa penerapan strategi lingkungan hidup pada UKM lebih dikarenakan adanya tekanan dari pihak eksternal seperti pelanggan atau pemasok (Hillary, 2000). Penelitian lain menemukan bahwa kinerja bisnis (Gerrans & Hutchinson, 2000; Williamson, Lynch-Kayu, & Ramsay, 2006), preferensi konsumen (McKeiver & Gadenne,

Universitas Indonesia

2005), kepedulian karyawan (Petts, Herd, & O'hEocha, 1998), dan kepentingan komunitas (Gerrans & Hutchinson, 2000) adalah pemicu utama dari penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup.

2.3 Kinerja Ekspor

Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, Kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara diukur dengan menghitung pangsa nilai ekspor suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan. Beberapa literatur mengidentifikasi cara yang berbeda dalam mengukur kinerja ekspor dan cara yang paling umum adalah dengan rasio penjualan ekspor (Katsikeas, Leonidou, Morgan, 2000). Selain itu, intensitas penjualan ekspor, pertumbuhan ekspor dan keuntungan ekspor telah sering digunakan untuk mengukur kinerja ekspor perusahaan (Aaby dan Slater, 1989; Madsen, 1987, Shoham and Albaum, 1994).

Dalam penelitian ini, kinerja ekspor yang diteliti adalah kinerja ekspor dari UKM yang berorientasi ekspor. Menurut (Tambunan, 2003), UKM berorientasi ekspor diklasifikasikan menjadi dua, yakni Produsen Eksportir (*Direct Exporter*) dan Eksportir Tidak Langsung (*Indirect Exporter*). UKM Produsen Ekspor adalah UKM yang menghasilkan produk ekspor dan menjualnya secara langsung kepada pembeli dari luar negeri (*buyer*) atau importir. Sementara itu, UKM Eksportir Tidak Langsung adalah UKM yang menghasilkan produk ekspor, yang melakukan kegiatan ekspor secara tidak langsung dengan *buyer/importir*, tetapi melalui agen perdagangan ekspor atau eksportir dalam negeri. Ogram (1982) mendefinisikan perusahaan eksportir sebagai perusahaan yang telah lebih dari tiga tahun melakukan kegiatan ekspor dan nilai penjualan ekspornya minimal satu persen dari total penjualan kotornya (*gross annual sales*) per tahun. Ekspor diyakini sebagai jalan masuk utama kedalam bisnis internasional bagi UKM, menurut Young et al (1989), UKM tertarik pada ekspor karena adanya resiko bisnis yang relatif kecil, komitmen sumber daya rendah dan fleksibilitas

Universitas Indonesia

kegiatannya tinggi. Lebih lanjut, *Terpsta dan Sarathy* (1994) mengemukakan bahwa ekspor dapat memberi keunggulan kompetitif bagi perusahaan dengan peningkatan posisi keuangan, meningkatkan kapasitas penggunaan, dan kemampuan teknologinya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan replikasi atas penelitian terdahulu dari *Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares* yang mengangkat topik yang sama yaitu penerapan strategi lingkungan dalam hubungannya dengan intensitas ekspor UKM, penelitian terdahulu mengambil sampel UKM eksportir makanan di Spanyol. Peneliti mereplikasi penelitian yang sejenis dengan mengambil sampel industri furnitur dan produk kerajinan, hal ini dimaksudkan agar hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian terdahulu atau melihat konsistensi penelitian terdahulu.

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Hubungan antara Penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Kinerja Ekspor UKM

Profitabilitas suatu perusahaan biasanya secara signifikan berkorelasi dengan intensitas ekspornya (Greenway & Yu, 2004; Pangarkar, 2008; Salomon & Shaver, 2005). Sedangkan keberhasilan ekspor tergantung pada banyak faktor, pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada analisis pengaruh strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor pada UKM.

UKM merupakan isu penting yang berkaitan dengan peningkatan kinerja ekspor (Haahti, Mandupu, Yavas, & Babakus, 2005). UKM memperoleh kemampuan organisasinya untuk melakukan bisnis secara internasional dengan memiliki sertifikasi lingkungan, seperti ISO 14001 (Raines, 2002). Sertifikasi ini dapat menjadi variabel penting dalam keputusan pembelian barang bagi

Universitas Indonesia

perusahaan pengimpor (Belleli, Lehrer, & Tal, 2005). Hasil penelitian sebelumnya, terutama yang berkaitan dengan perusahaan berskala besar, menunjukkan bahwa UKM mengalami kesulitan dalam memperoleh keunggulan kompetitif melalui strategi lingkungan hidup proaktif (Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998). Namun dalam penelitian lebih lanjut, strategi pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif dapat memberikan keuntungan yang signifikan apabila diterapkan pada UKM.

Keuntungan pertama adalah bagaimana strategi lingkungan hidup proaktif dapat memberikan daya pengembangan ekspor UKM dalam meningkatkan kapasitas UKM untuk mampu berinovasi dan memperkirakan resiko yang berhubungan dengan krisis lingkungan hidup sebagai salah satu kunci sukses dalam persaingan pasar internasional (Hart, 1995; Sharma & Vredenburg, 1998). Kedua, implementasi strategi lingkungan hidup proaktif membutuhkan fleksibilitas dari perusahaan. Artinya bahwa perusahaan dapat melakukan perubahan secara fleksibel dan tanpa batasan waktu (Noori & Chen, 2003) untuk mengembangkan strategi ini. Beberapa studi telah sepakat bahwa fleksibilitas usaha kecil dan menengah merupakan sebuah keuntungan kompetitif dalam persaingan pasar internasional (Davenport & Bibby, 1999; Gupta & Cawthon, 1996; Lee, Beamish, Lee, & Park, 2009; Narula, 2004), sesuai dengan kebutuhan dari penerapan strategi lingkungan hidup proaktif. Hal selanjutnya adalah asumsi bahwa keunikan UKM seperti tidak adanya birokrasi, sistem komunikasi yang efisien dan informal, dan kemudahan beradaptasi dengan pasar dapat mempermudah UKM untuk dapat mengembangkan strategi lingkungan hidup secara proaktif, total dan berkelanjutan (Freel, 2000). Selain itu strategi lingkungan hidup proaktif dapat pula menarik minat investor dan pembeli (Céspedes-Lorente, Burgos-Jiménez, & Álvarez-Gil, 2003; Sharma & Henriques, 2005). Dalam hal ini, UKM memiliki kelemahan dalam pengetahuan dan hal-hal yang perlu dipertimbangkan (Smith, 1997) untuk melakukan penerapan strategi lingkungan hidup proaktif ini. Namun, dengan penerapan strategi lingkungan

Universitas Indonesia

hidup proaktif sangat memungkinkan bagi UKM untuk menjadi berbeda dan unggul di pasar internasional. Akhirnya, penerapan strategi lingkungan hidup secara proaktif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UKM melalui diferensiasi produk, misalnya dengan produk ramah lingkungan, karena produk ramah lingkungan dianggap konsumen sebagai produk yang unik dan berbeda (Porter dan Van der Linde, 1995) dan menjadi salah satu produk yang menjanjikan bagi kinerja ekspor UKM di pasar internasional (Baldauf, Cravens dan Wagner, 2000) ; selain meningkatkan reputasi perusahaan sebagai *good corporate citizen*.

2.5.2 Peran Moderasi Ukuran Usaha dalam Hubungan antara Penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Kinerja Ekspor pada UKM

Dalam penelitian Bonacorsi (1992) dan Wagner (2001) disebutkan bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif dengan kecenderungan perusahaan untuk melakukan kegiatan ekspor, hasil penelitian Verwaal dan Donkers (2002) menunjukkan pentingnya ukuran perusahaan terhadap kinerja ekspor. Namun penelitian ini tidak terfokus pada hubungan ukuran perusahaan dan kinerja ekspor, melainkan pada potensi melemah atau menguatnya hubungan antara strategi lingkungan hidup proaktif dan kinerja ekspor karena adanya perbedaan pada skala ukuran perusahaan.

Penulis mengajukan pertimbangan bahwa ukuran perusahaan sangat relevan untuk memahami konten hubungan dari strategi lingkungan hidup proaktif dengan kinerja ekspor UKM, contohnya seperti kemajuan dalam usaha internasionalisasi. Dalam hal ini penulis mengajukan pertimbangan bahwa perbedaan skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi hubungan strategi lingkungan proaktif dengan ekspor UKM. Dalam penelitiannya, Russo dan Fouts (1997) menyatakan bahwa penerapan strategi lingkungan hidup proaktif memerlukan perubahan signifikan pada organisasi. Meskipun UKM memiliki fleksibilitas pada hal tersebut, namun skala ukuran perusahaan mempersulit UKM

Universitas Indonesia

dalam melakukan perubahan, walaupun hanya berbentuk komitmen (Del Brio & Junquera, 2003). Menurut Mir dan Feitelson (2007), "Usaha mikro akan enggan untuk berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan apabila tidak ada keuntungan yang pasti". Perusahaan skala kecil cenderung tidak berusaha memanfaatkan informasi dan mungkin gagal untuk mengenali peluang bisnis di pasar ekspor (Mir & Feitelson, 2007; Oviatt & McDougall, 1994). Berhubungan dengan kasus lingkungan alam, usaha mikro dapat gagal dalam menafsirkan kecenderungan baru di pasar global, seperti meningkatnya kesadaran lingkungan (Williams, 2007).



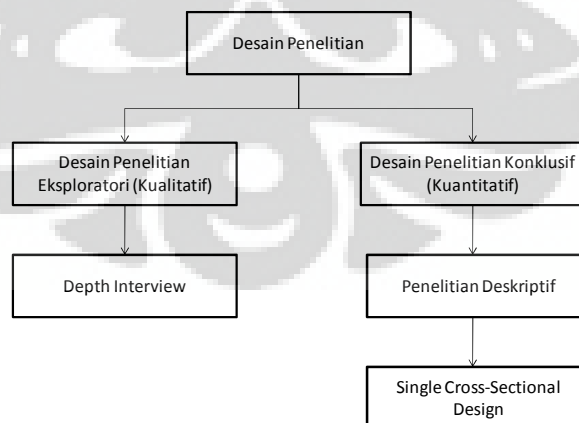
BAB 3 METODOLOGI

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah cara penelitian data yang dikumpulkan dan dianalisa untuk menjadikannya sebuah solusi (Sekaran, U. dan Bougie, R., 2010). Desain penelitian merancang detail dari berbagai prosedur untuk mendapatkan informasi terstruktur untuk menjawab masalah penelitian (Malhotra, 2007).

Desain penelitian ini dilakukan dengan penelitian kombinasi antara penelitian eksploratori dan penelitian konklusif. Peneliti menggunakan penelitian eksploratori atau riset kualitatif untuk membuat konstruksi disain kuesioner melalui wawancara personal secara mendalam untuk selanjutnya diadakan penelitian konklusif atau riset kuantitatif riset deskriptif. Metode yang dipakai oleh penelitian untuk mengumpulkan informasi adalah menggunakan metode *single cross-sectional design*, yaitu dengan melakukan survey yang dilakukan satu kali dalam satu periode terhadap satu kelompok sampel. Cara ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden dan kemudian diolah dengan metode statistik menggunakan program SPSS 13. Berikut ini adalah gambaran dari desain penelitian ini,

Gambar 3.1 Desain Penelitian



Sumber : Malhotra (2007)

Universitas Indonesia

3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang merupakan hasil usaha secara langsung oleh peneliti yang bertujuan untuk menjawab masalah penelitian. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya untuk berbagai tujuan, misalnya dari literatur jurnal, artikel majalah, koran dan situs-situs yang berkaitan dengan objek penelitian ini.

3.3 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh periset yang secara khusus ditujukan untuk suatu permasalahan penelitian atau *specific problem at hand* (Cooper dan Schindler, 2006).

Data primer yang dikumpulkan melalui riset kualitatif dan kuantitatif. Riset kualitatif adalah suatu bentuk metodologi riset yang tidak terstruktur dan eksplorasi berdasarkan sampel kecil yang menyediakan *insights* dan pemahaman terhadap permasalahan *problem setting*, sedangkan riset kuantitatif merupakan suatu metodologi riset yang mencoba mengkuantifikasikan data dan mengaplikasi beberapa bentuk analisa statistik (Malhotra, 2007).

Data kualitatif penelitian ini didapatkan melalui wawancara terstruktur secara mendalam (*Depth Interviews*) dengan para ahli di bidang UKM dan bidang ekspor-impor produk kerajinan Indonesia untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam mengenai pengelolaan lingkungan hidup pada UKM, khususnya produk kerajinan. Sedangkan data kuantitatif didapatkan melalui metode survey, yaitu dengan memberikan kuesioner yang terstruktur kepada responden. Peneliti menggunakan *closed-ended question* yang merupakan bentuk pertanyaan dengan berbagai alternatif pilihan atau jawaban kepada responden untuk mengetahui karakteristik dari responden (Malhotra, 2007). *Closed-ended question* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *scaled-response questions*, bentuk

Universitas Indonesia

pertanyaan yang menggunakan skala dalam mengukur dan mengetahui sikap responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Skala ini dimulai dari 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga 6 yang berarti sangat setuju. Skala Likert yang menggunakan enam tingkatan ini termasuk mudah disimpulkan karena di dalamnya tidak terdapat kemungkinan adanya jawaban netral. Dalam hal ini hanya berisi jawaban setuju dan tidak setuju yang masing-masing memiliki tiga tingkatan.

3.4 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari permasalahan penelitian saat ini atau *problem at hand* (Malhotra, 2007). Data sekunder diklasifikasikan menjadi dua, yakni data internal dan data eksternal. Data internal adalah data yang tersedia dalam format siap pakai (*ready to use*) ataupun data yang memerlukan proses lebih lanjut. Sedangkan data eksternal adalah data yang dihasilkan dari sumber-sumber yang berasal dari luar organisasi, seperti material yang dipublikasikan, online database, atau informasi yang disediakan oleh jasa sindikasi (Malhotra, 2007).

Peneliti mengumpulkan data sekunder berupa data eksternal yang diperoleh dari berbagai sumber, yaitu meliputi jurnal-jurnal ilmiah ataupun artikel dan informasi pendukung yang didapatkan dari situs-situs internet, penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan, buku penunjang, serta tinjauan literatur kepustakaan.

3.5 Populasi Penelitian dan Metode Sampling

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah UKM produk kerajinan yang menjadi peserta pameran *Trade Expo Indonesia 2011*. Latar belakang dari pemilihan populasi tersebut adalah karena UKM produk kerajinan peserta pameran tersebut seluruhnya merupakan UKM eksportir dan populasi tersebut dapat dijadikan sumber yang relevan dalam penelitian pengaruh penerapan

Universitas Indonesia

strategi ramah lingkungan proaktif dan kinerja ekspor dari UKM eksportir produk kerajinan. Selain itu karena keterbatasan data, waktu dan biaya yang tidak memungkinkan peneliti untuk mengetahui jumlah populasi UKM eksportir produk kerajinan di Indonesia.

Dalam penelitian ini, penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode sampling *non-probability sampling* yang berarti sampel yang diambil tergantung pada penilaian pribadi peneliti dan bukan pada kesempatan untuk memilih elemen dari sampel (Maholtra, 2007). Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*.

Menurut data peserta pameran yang dirilis oleh panitia pameran, peserta pameran yang merupakan UKM eksportir produk kerajinan berjumlah 107 UKM, maka peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 107 responden. Jumlah responden sebanyak 107 UKM dianggap relevan karena telah melebihi jumlah sampel minimum penelitian studi deskriptif yaitu 100 sampel (Fraenkel, Jack E. dan Wallen, Norman E., 2000).

3.6 Skala Pengukuran

Measurement atau pengukuran adalah pemberian nomor atau simbol lain kepada karakteristik dari suatu objek berdasarkan aturan yang telah ditentukan. Sedangkan *scaling* adalah pembuatan suatu rangkaian kesatuan dimana objek yang diukur dilokasinya (Malhotra, 2007).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala nominal, ordinal, interval dan rasio dalam konstruk kuesioner. Skala nominal digunakan pada Bagian IV yaitu mengenai jenis kelamin. Skala ordinal juga digunakan pada bagian II, yaitu mengenai jumlah kekayaan bersih UKM dan pada bagian IV, yaitu tepatnya pada pertanyaan yang berkaitan jenjang pendidikan. Selain itu skala interval digunakan pada bagian I yaitu *screening question* dengan

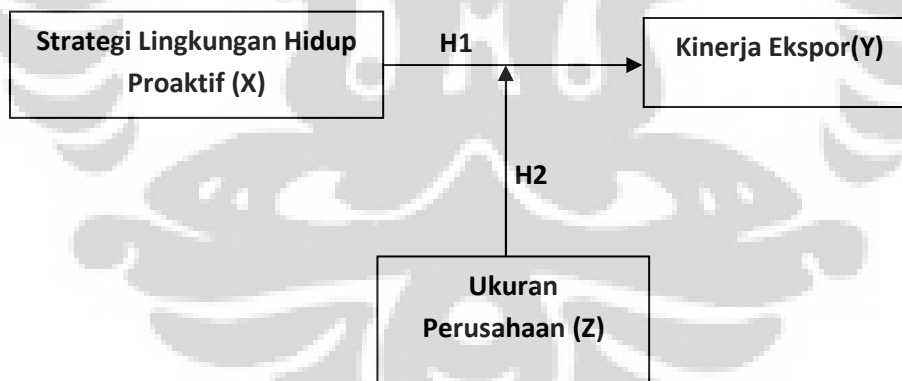
Universitas Indonesia

menggunakan *Skala Guttman*, skala pengukuran dengan tipe ini akan didapat jawaban yang tegas, yaitu “ya-tidak” dan *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden (Sugiyono, 2011) yang digunakan pada bagian III, yaitu untuk mengukur variabel strategi pengelolaan lingkungan hidup proaktif dan kinerja ekspor. Untuk mengukur variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan, peneliti menggunakan skala pengukuran rasio pada pertanyaan di bagian II yaitu mengenai jumlah pekerja tetap dan tidak tetap.

3.7 Kerangka Penelitian

Model penelitian ini berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares/ *Journal of World Bussines 45* (2010) mengenai pengaruh penerapan strategi lingkungan hidup pada usaha kecil dan menengah yang dilakukan pada UKM produk makanan olahan di Granada, Spanyol. Penelitian ini akan merujuk pada penelitian tersebut dengan menggunakan UKM produk kerajinan di Indonesia. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Gambar 3.2 Model Penelitian



Sumber : Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares/ *Journal of World Bussines 45* (2010)

3.8 Variabel Penelitian

Berdasarkan model penelitian tersebut, maka variabel yang terdapat dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- Variabel Strategi Lingkungan Hidup Proaktif
- Variabel Kinerja Ekspor
- Variabel Ukuran Perusahaan

Peneliti ingin mendapatkan penilaian atas pengaruh penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor UKM dari produk UKM kerajinan peserta *Trade Expo Indonesia 2011* dan melihat peran ukuran perusahaan dalam pengaruh tersebut dengan menyertakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasinya.

Dengan demikian seluruh variabel terbagi menjadi variabel dependen, Independen dan moderasi seperti berikut ini:

a. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen (Sugiyono, 2011). Variabel dependen dari model penelitian ini adalah Kinerja Ekspor.

b. Variabel Independen

Variabel independen sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent* (Sugiyono, 2011). Variabel independen dari model ini adalah strategi lingkungan hidup proaktif yang akan dilihat pengaruhnya terhadap kinerja ekspor (H1).

c. Variabel Moderator

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel moderator dari penelitian adalah ukuran perusahaan. Melalui variabel ukuran

Universitas Indonesia

perusahaan akan dilihat apakah semakin besar atau semakin kecil ukuran perusahaan tersebut akan semakin memperkuat atau memperlemah hubungan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor UKM.

3.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis berguna untuk menguji hubungan antar variabel dan melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independen pada variabel dependen dan signifikan atau tidaknya pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen tersebut kepada variabel dependen, dalam *Journal of World Bussines* 45 (2010) Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares mengemukakan bahwa dalam UKM eksportir produk makanan olahan di Spanyol, penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kinerja ekspor dan ukuran perusahaan memoderasi pengaruh tersebut. Secara spesifik, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memperkuat hubungan antara strategi lingkungan hidup proaktif dan kinerja ekspor. Pengaruh tersebut lebih berpengaruh kuat pada usaha menengah daripada usaha kecil. Mengacu pada penelitian Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares/ *Journal of World Bussines* 45 (2010), dalam penelitian ini peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Strategi lingkungan hidup proaktif memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja ekspor pada UKM

Hipotesis 2 : Ukuran perusahaan memiliki peran moderasi yang signifikan dan positif terhadap pengaruh antara strategi lingkungan hidup proaktif dan kinerja ekspor UKM

3.10 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel yang digunakan untuk menilai konsep – kerangka dari penelitian ini, berikut ini adalah tabel operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Sub Variabel	Operasional Variabel	Jenis Pengukuran	
Strategi Lingkungan Hidup Proaktif	Sebuah kemampuan dinamis untuk menerapkan sebuah strategi bisnis yang kreatif dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang mengarah pada isu lingkungan hidup yang diterapkan pada internal perusahaan, proses produksi, rancangan produksi dan dengan dukungan pihak eksternal perusahaan (Inmaculada Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa,	Internal Perusahaan	Kami melakukan penghematan untuk keperluan administrasi	Likert 1 s/d 6 Dimana 1 = sangat tidak setuju Dan 6 = sangat setuju	
			Kami melakukan sistem isi ulang untuk keperluan kantor		
			Kami melakukan penghematan listrik untuk keperluan administrasi		
			Kami melakukan penghematan air untuk keperluan administrasi		
			Kami melakukan kontrol secara berkala penggunaan listrik dan air		
			Kami melakukan program pelatihan dengan tema lingkungan hidup		
			Kami memiliki prosedur tertulis untuk pengolahan limbah		
		Eksternal Perusahaan	Pembeli produk kami mendukung program peduli lingkungan hidup		Likert 1 s/d 6 Dimana 1 = sangat tidak setuju Dan 6 = sangat setuju
			Pemasok bahan baku produk kami mendukung program peduli lingkungan hidup		
			Distributor produk kami mendukung program peduli lingkungan hidup		
			Jargon pemasaran kami menggunakan kepedulian terhadap lingkungan hidup		
			Pembeli produk kami selalu meminta sertifikat ramah lingkungan		
			Pembeli kami menyediakan informasi tentang lingkungan hidup		
			Pemasok kami menyediakan informasi tentang lingkungan hidup		

			Pemasok bahan baku kami menyediakan sertifikat ramah lingkungan untuk setiap barang pasokannya	Likert 1 s/d 6 Dimana 1 = sangat tidak setuju Dan 6 = sangat setuju
			Distributor kami menyediakan informasi tentang lingkungan hidup	
			Instansi pemerintah kami menyediakan informasi tentang lingkungan hidup	
			Badan pembina UKM kami menyediakan informasi tentang lingkungan hidup	
		Proses Produksi	Produk kami menggunakan bahan baku ramah lingkungan	Likert 1 s/d 6 Dimana 1 = sangat tidak setuju Dan 6 = sangat setuju
			Kami memakai alat perkakas secara berulang	
			Kami memperbaiki alat perkakas yang rusak hingga habis guna	
			Kami memiliki sertifikat ramah lingkungan untuk setiap produk kami	
			Kami melakukan kontrol secara berkala penggunaan listrik dan air untuk proses produksi	
			Kami memiliki sistem pengolahan limbah produksi	
		Rancangan Produk	Kami melakukan analisa siklus produk	Likert 1 s/d 6 Dimana 1 = sangat tidak setuju Dan 6 = sangat setuju
			Rancangan produk kami adalah eco-design	
			Terdapat label/logo ramah lingkungan pada produk kami	
Kinerja Ekspor	Intensitas penjualan ekspor, pertumbuhan ekspor dan keuntungan ekspor telah sering digunakan untuk mengukur kinerja ekspor (Aaby dan Slater, 1989; Madsen, 1987, Shohan dan Albaum, 1994)		Kami melakukan ekspor secara intensif	Likert 1 s/d 6 Dimana 1 = sangat tidak setuju Dan 6 = sangat setuju
			Angka penjualan ekspor meningkat	
			Penjualan ekspor memberikan tingkat keuntungan yang signifikan	
Ukuran Perusahaan	Usaha Kecil memiliki jumlah tenaga kerja 6 – 19 orang dan Usaha Menengah memiliki 20–99 orang (Definisi BPS)		Jumlah pekerja tetap	Jumlah Pekerja Tetap

3.10 Metode Pengolahan dan Analisa Data

3.10.1 Analisis Awal

Analisis awal dibutuhkan untuk melakukan pemeriksaan terhadap kuesioner agar tidak terjadi hal-hal yang dapat membuat kuesioner tidak layak (Malhotra, 2007). Ketidaklayakan itu dikarenakan hal-hal seperti:

- a. Tidak semua pertanyaan diisi.
- b. Jumlah halaman yang tidak lengkap.
- c. Kuesioner diisi oleh responden yang tidak representatif atau tidak memenuhi syarat.

3.11.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Menurut Sugiyono (2011), valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan menurut Malhotra (2007) uji reliabilitas adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengukur keandalan atau realibilitas dimana responden termasuk dalam cakupan skala yang sama pada dua waktu yang berbeda dengan kondisi yang dianggap sama (Malhotra, 2007).

Untuk menguji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori untuk memastikan masing-masing pertanyaan terklasifikasi pada setiap variabel yang ditentukan. Hair, et al. (1998) memberikan kriteria terhadap signifikansi dari factor loading sebagai berikut; $>0,3$ tergolong signifikan, $>0,4$ tergolong lebih signifikan, dan $>0,5$ tergolong sangat signifikan.

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan peneliti untuk mengukur konsistensi dan realibilitas dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner terhadap variabelnya. Menurut Malhotra, 2007, sebuah kuesioner dianggap reliabel ketika uji

Universitas Indonesia

Cronbach's alpha mencapai angka 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji realibilitas dari variabel strategi lingkungan hidup proaktif, kinerja ekspor dan variabel moderasi ukuran perusahaan.

3.11.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis. Analisis ini hanya digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan (Nurgiyantoro, et al., 2004).

3.11.4 Pengujian Asumsi Klasik

Sesudah instrumen pengukuran dinyatakan tepat dan handal maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam suatu model linier regresi. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model regresi dalam penelitian ini. Uji asumsi terdiri dari uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas (Ghozali, 2009).

3.11.5 Analisis Regresi

Analisis regresi terutama digunakan untuk melihat adanya hubungan antara satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Regresi digunakan untuk tujuan prediksi seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi berganda untuk melihat pengaruh variabel strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor dengan menyertakan variabel ukuran perusahaan. Berikutnya peneliti mengadakan uji regresi berganda dengan termin interaksi

untuk melihat apakah variabel ukuran perusahaan memiliki efek moderasi atas pengaruh variabel strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor.

3.11 Disain Kuesioner

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Martin-Tapia (2010), sebelum membuat kuesioner akhir peneliti akan melakukan *In-Depth Interview* dengan para ahli atau praktisi industri kerajinan yang terdiri dari pemilik UKM produk kerajinan yang telah menjalani usahanya lebih dari 20 tahun, ahli di bidang UKM eksportir, *buyer* asing dan pejabat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Setelah itu, peneliti melakukan *pre-test* terhadap 20 pemilik ataupun pengelola UKM industri termaksud.

Setelah kuesioner telah siap, penulis meminta responden untuk melengkapi kuesioner dan melakukan interview langsung secara pribadi. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga akurasi data dan menjamin kualitas jawaban dari responden.

Kuesioner yang dibuat pada penelitian ini dapat dibagi dalam beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut dibuat untuk memudahkan responden untuk memudahkan responden dalam melakukan pengisian serta memudahkan peneliti dalam mengolah data. Kuesioner dibuat dengan sistematis serta berfokus pada tujuan ilmiah.

Pertanyaan dalam kuesioner ini dirancang berdasarkan pada jurnal yang dirujuk peneliti, hasil wawancara dengan para ahli dan dari riset sekunder. Pertanyaan dalam kuesioner ini merupakan pertanyaan terstruktur dimana pertanyaan telah diberikan serangkaian alternatif jawaban dengan format tertentu.

Berikut adalah sistematika yang digunakan dalam menyusun kuesioner:

a. Kata Pengantar

Bagian ini diawali dengan kata pengantar dari peneliti. Pada bagian kata pengantar ini informasi yang ada berupa nama peneliti, judul penelitian, tingkat semester dan asal universitas. Selain itu pada bagian ini peneliti meminta bantuan dari responden untuk mengisi kuesioner ini.

b. Bagian I : *Screening*

Pertanyaan di bagian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa kuesioner akan diisi oleh responden yang memiliki jabatan sebagai pemilik atau manajer dari UKM termaksud.

c. Bagian II: Pertanyaan Umum

Pada bagian ini responden akan memberikan informasi umum tentang nama usaha, alamat usaha, produk utama, lama usaha beroperasi, jumlah pekerja tetap dan tidak tetap, hasil penjualan, kekayaan bersih sebagai informasi pendukung dari konsistensi ukuran usaha responden. Selain itu peneliti menyertakan pula pertanyaan tentang kepemilikan sertifikasi yang berhubungan dengan lingkungan hidup kepada responden sebagai informasi pendukung bagi peneliti untuk keperluan analisa terhadap sikap proaktif usaha responden terhadap lingkungan hidup.

d. Bagian III : Pertanyaan Kuesioner

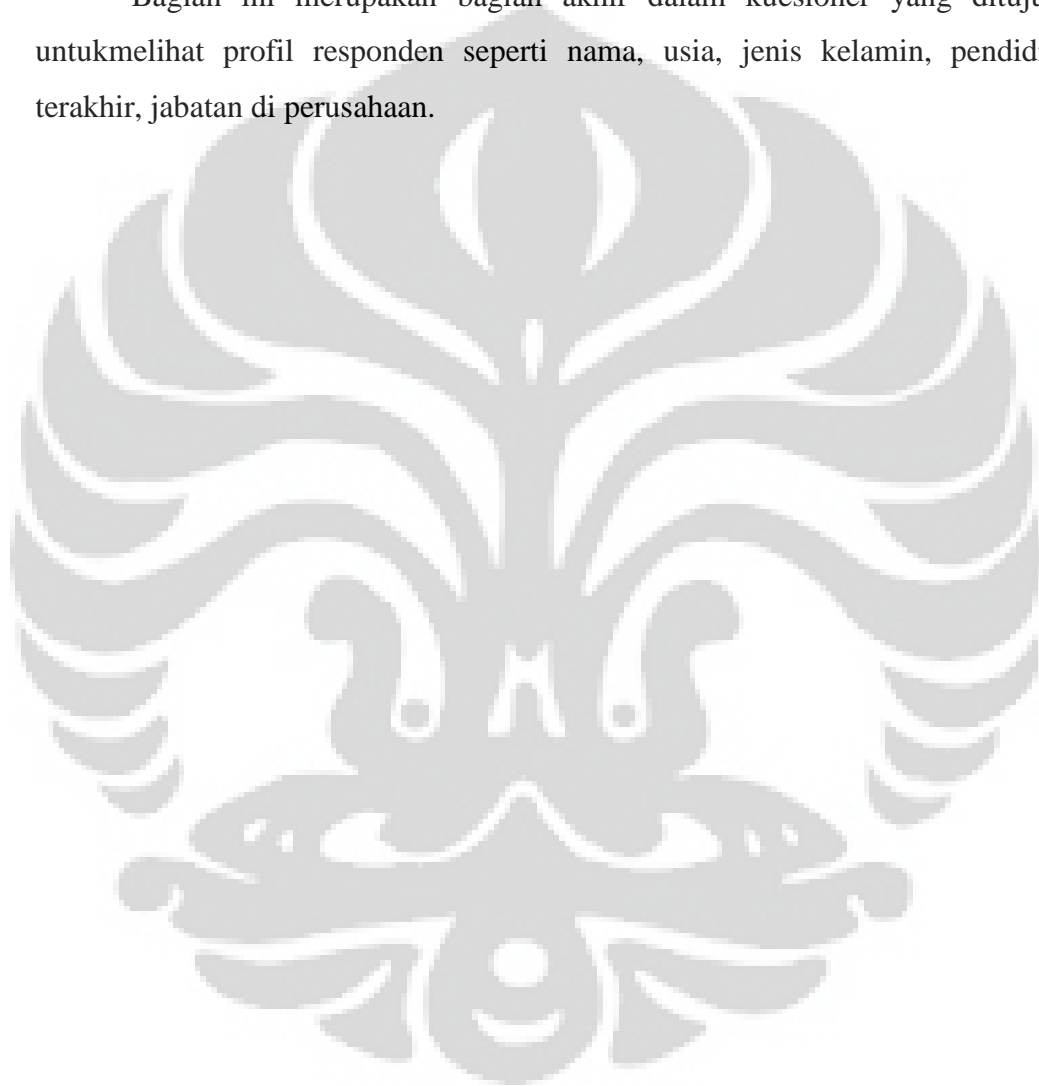
Bagian ini merupakan bagian pertanyaan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan atas variabel penelitian, yaitu pertanyaan tentang strategi lingkungan hidup proaktif yang terdiri dari 4 sub variabel yaitu pertanyaan menyangkut penerapan strategi lingkungan hidup proaktif secara internal perusahaan yang seluruhnya berjumlah 7 pertanyaan, eksternal perusahaan yang seluruh berjumlah 11 pertanyaan, proses produksi yang seluruhnya berjumlah 7 pertanyaan dan

Universitas Indonesia

rancangan produk yang seluruhnya berjumlah 3 pertanyaan; Menyangkut variabel selanjutnya adalah pertanyaan tentang bagaimana kinerja ekspor UKM responden termaksud. Untuk memahami variabel ini, responden harus memberikan penilaian terhadap 3 pertanyaan.

d. Bagian IV : Profil Responden

Bagian ini merupakan bagian akhir dalam kuesioner yang ditujukan untuk melihat profil responden seperti nama, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jabatan di perusahaan.



BAB 4

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengantar

Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan mengambil sampel dari populasi. Penyebaran kuesioner dilakukan di area pameran *Trade Expo Indonesia* yang berlangsung pada tanggal 19 Oktober 2011 hingga 23 Oktober 2011 di JIExpo Kemayoran Jakarta. Kuesioner yang digunakan peneliti terdiri dari pertanyaan *close ended question* (pertanyaan tertutup) yang adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden memilih salah satu jawaban dari pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti (Sugiyono, 2011).

Peneliti menyebarkan 107 kuesioner, setelah kuesioner tersebut terkumpul seluruhnya, sebanyak 7 kuesioner disisihkan. Sebanyak 7 kuesioner tersebut disisihkan oleh peneliti karena beberapa alasan, yaitu sebanyak 2 kuesioner disisihkan karena ketidaklengkapan pengisian dan sebanyak 5 kuesioner disisihkan karena tidak lolos dalam proses *screening* awal. Setelah 7 kuesioner disisihkan, kemudian tersisa 100 eksemplar kuesioner yang valid. 100 eksemplar kuesioner yang valid ini terdiri dari 60 eksemplar kuesioner yang diisi oleh responden pemilik atau manajer usaha menengah dan 40 eksemplar kuesioner dari responden pemilik atau manajer usaha kecil. Nantinya 100 eksemplar kuesioner inilah yang akan dianalisa dan kemudian analisa tersebut akan dijabarkan pada bab ini.

4.2 Pretest Kuesioner

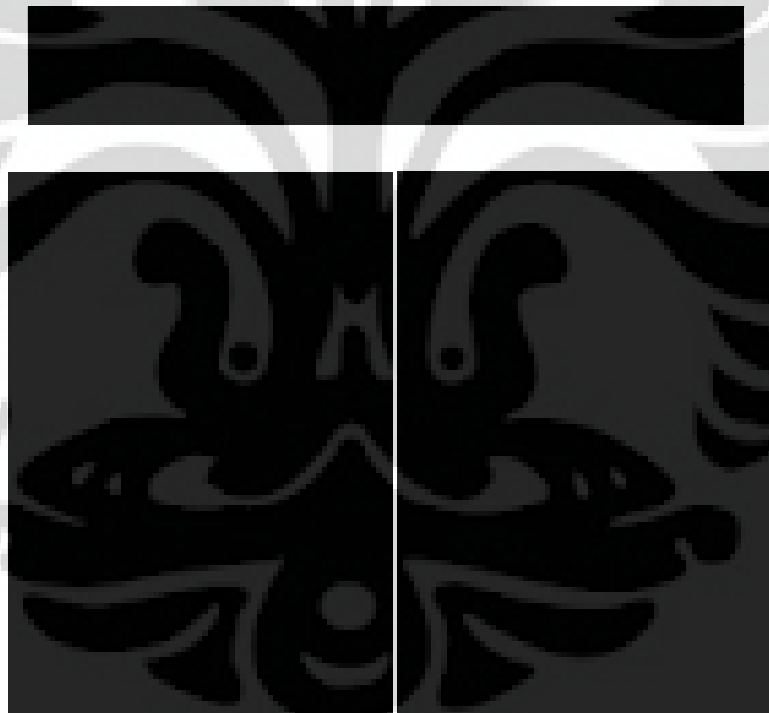
Pretest dilakukan oleh peneliti pada tanggal 2-5 Oktober 2011 kepada 30 pemilik UKM eksportir produk kerajinan di Jadetabek. Pretest ini bermaksud untuk menyempurnakan *wording* dari kuesioner yang akan digunakan pada penelitian sesungguhnya. Pada pretest ini peneliti mendapatkan kesulitan karena

Universitas Indonesia

tidak banyak UKM eksportir produk kerajinan yang berdomisili di Jadetabek. Namun untuk responden tidak banyak mengalami kesulitan untuk menjawab semua pertanyaan yang ada dalam kuesioner, hal ini memungkinkan karena pertanyaan penelitian sebagian besar adalah hasil dari *In-Depth Interview* dengan para ahli di bidang UKM dan produk kerajinan.

Kemudian dilakukan pengujian reliabilitas dari hasil *pretest*, analisis reliabilitas dilakukan untuk menguji *internal consistency reliability* dari skala pengukuran yang terdapat pada kuesioner penelitian. Berikut adalah hasil analisis reabilitas pada setiap bagian kuesioner yang mewakili tiap-tiap konstruk penelitian.

Tabel 4.1
Uji Reliabilitas *Pre-test*



Seperti yang terlihat pada tabel 4.1 bahwa seluruh koefisien Cronbach's Alpha pada setiap variabel dan setiap item pertanyaannya menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan standar nilai minimum uji reliabilitas seperti yang

Universitas Indonesia

diungkapkan oleh Malhotra (2007) yaitu 0,6. Demikian pula dengan nilai *corrected-item total correlation* setiap item pertanyaan yang memiliki nilai yang memenuhi standar nilai >0.2 seperti dikemukakan oleh Kerlinger (1978). Oleh karena itu, kuesioner sudah dapat disebarkan kepada responden.

4.3 Analisis Data Survey

4.3.1 Analisis Reliabilitas dan Validitas

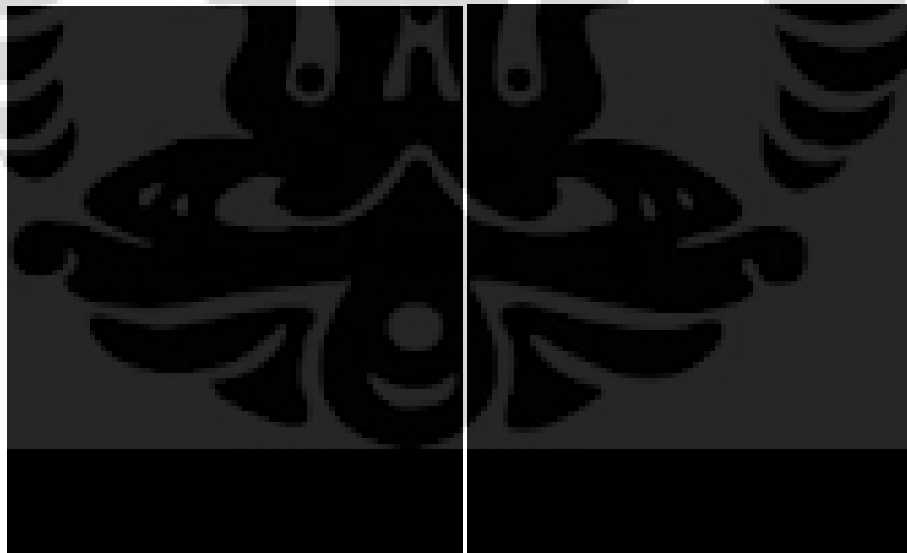
4.3.1.1 Analisis Reliabilitas

Analisis reabilitas dilakukan untuk menguji *internal consistency reability* dari skala pengukuran yang terdapat pada kuesioner penelitian. Berikut adalah hasil analisis reabilitas pada hasil kuesioner yang telah selesai disebar dan diisi oleh subjek termaksud,

Tabel 4.2

Rangkuman Statistik Reliabilitas Teramati

Variabel	Cronbach' Alpha
Strategi Lingkungan Hidup Proaktif	0.823
Kinerja Ekspor	0.738



Seperti yang terlihat pada tabel di atas, walaupun seluruh koefisien Cronbach's Alpha pada setiap variabel lebih rendah daripada saat *pre-test*, namun nilai Cronbach' Alpha pada tabel di atas menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan standar nilai minimum uji reabilitas seperti yang diungkapkan oleh Malhotra (2007) yaitu 0,6. Demikian pula dengan nilai *corrected-item total correlation* setiap item pertanyaan yang memiliki nilai yang memenuhi standar nilai >0.2 seperti dikemukakan oleh Kerlinger (1978). Maka dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden konsisten reliabel dan analisis dapat dilanjutkan.

4.3.1.2 Analisis Validitas

Analisis validitas dilakukan setelah analisis reabilitas selesai, yakni dengan menggunakan *confirmatory factor analysis*. Analisis faktor ini dimaksudkan untuk menemukan faktor score dari masing-masing variabel penelitian masing-masing variabel tersebut dikelompokkan ke dalam satu faktor yang mewakili tiap konstruk dalam model penelitian. Seluruh variabel yang telah melewati analisis validitas ini akan dianggap memenuhi syarat, dan kemudian akan dioleh dan dianalisis lebih lanjut melalui analisis berikutnya yaitu analisis regresi. Untuk menentukan suatu variabel telah memenuhi syarat atau tidak akan dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) dan Measure of sampling Adequacy (MSA) yang terdapat pada Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's test of Sphericity.

Hipotesis untuk signifikansi adalah :

- H_0 = Tidak terdapat interdependensi antar indikator
- H_1 = Terdapat interdependensi antar indikator

Kriteria untuk melihat signifikansi adalah:

- Angka sig. > 0.05 , maka H_0 tidak dapat ditolak
- Angka sig < 0.05 , maka H_0 ditolak

Sedangkan nilai MSA berkisar antara nilai 0 sampai 1, dengan criteria sebagai berikut:

- $MSA = 1$, indikator variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan dari variabel lain
- $MSA > 0.5$, terdapat interdependensi antara variabel (indikator)
- $MSA < 0.5$, tidak terdapat interdependensi antar variabel (indikator)

Dari kedua syarat diatas akan menunjukan apakah variabel-variabel penelitian tersebut masih dapat diprediksikan dan dianalisis lebih lanjut. Selanjutnya analisis *factor loading* untuk memastikan masing-masing pertanyaan terklasifikasi pada setiap variabel yang ditentukan. Hair, et al. (1998) memberikan kriteria terhadap signifikansi dari factor loading sebagai berikut; $>0,3$ tergolong signifikan, $>0,4$ tergolong lebih signifikan, dan $>0,5$ tergolong sangat signifikan.

Tabel 4.3 Nilai KMO, *Barlett's* dan MSA (*Factor Analysis*)



Berdasarkan perhitungan diatas, nilai *KMO* dan *Barlett's test* berada diatas 0.5 dan signifikansi 0.000 (<0.05). Maka variabel – variabel dan data diatas dapat terus dianalisis lebih lanjut. Kemudian, semua indikator pada setiap variabel

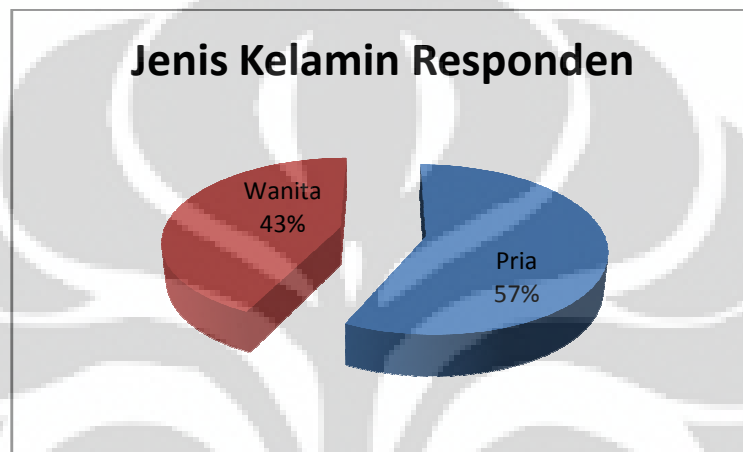
Universitas Indonesia

memiliki nilai $MSA > 0.5$, artinya variabel-variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.

4.3.2 Analisis Deskriptif

4.3.2.1 Profil Responden

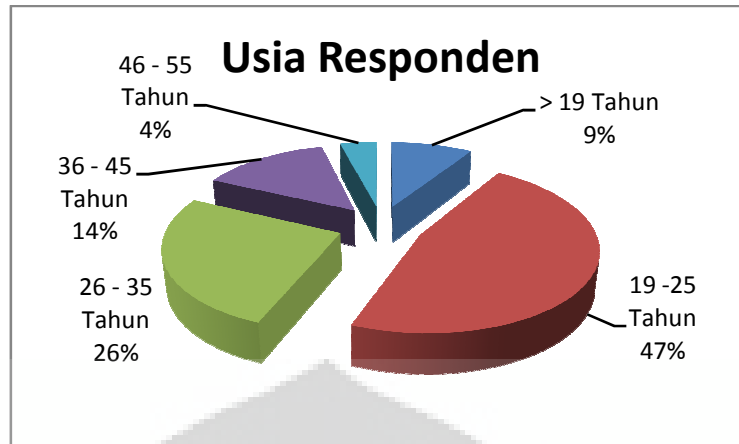
Analisis profil responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan jabatan dalam UKM responden.



Gambar 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Sumber : Data hasil olahan peneliti

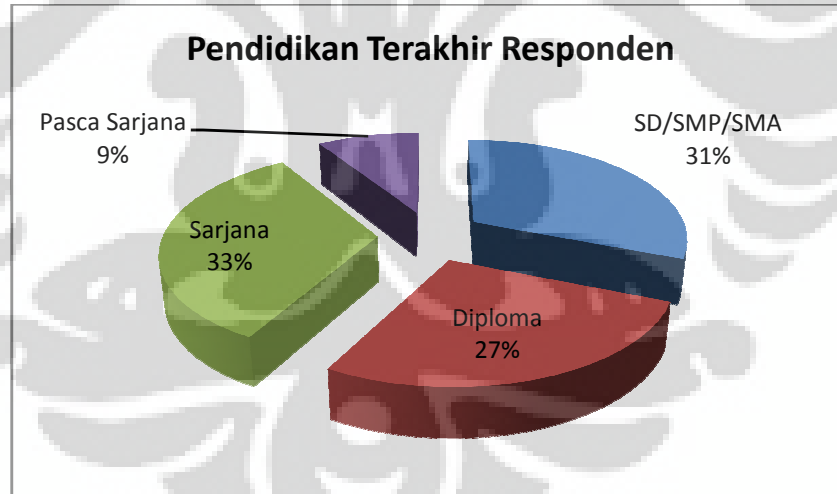
Dilihat dari jenis kelamin didapati responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 57 orang atau 57% dari 100 responden, sementara sisanya 43 responden atau 43% adalah responden wanita.



Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden

Sumber : Data hasil olahan peneliti

Para responden penelitian ini terbagi menjadi beberapa kelompok usia yaitu >19 tahun sebanyak 9 orang (9%), usia 19-25 tahun sebanyak 47 orang (47%), usia 26 - 35 tahun sebanyak 26 orang (26%), usia 36-45 tahun sebanyak 14 orang (14%), dan sisanya berusia 46-55 tahun sebanyak 4 orang (4%).

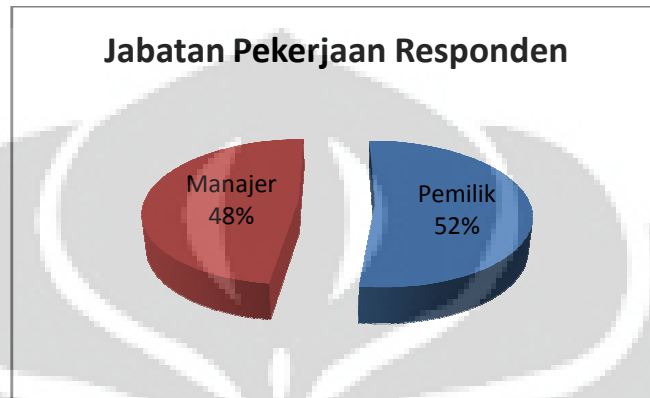


Gambar 4.3 Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden

Sumber : Data hasil olahan peneliti

Responden yang ikut serta mengisi kuesioner penelitian ini memiliki latar

belakang pendidikan yang berbeda-beda. Peneliti pun mendata responden dengan latar belakang pendidikan SD/ SMP/ SMA sebanyak 31 orang (31%), berpendidikan Diploma sebanyak 27 orang (27%), berpendidikan Sarjana yang berjumlah sebanyak 33 orang (33%) dan sisanya berpendidikan Pasca Sarjana sebanyak 9 orang (9%).



Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Jabatan Pekerjaan

Sumber :Data diolah oleh peneliti

Profil responden diklasifikasikan pula berdasarkan jabatan pekerjaan responden dalam UKM yang dimiliki atau dijalani. Responden dengan jabatan sebagai pemilik sebanyak 52 orang (52%), dan sisanya bekerja sebagai manajer sebanyak 48 orang (48%).

4.3.2.2 Profil UKM

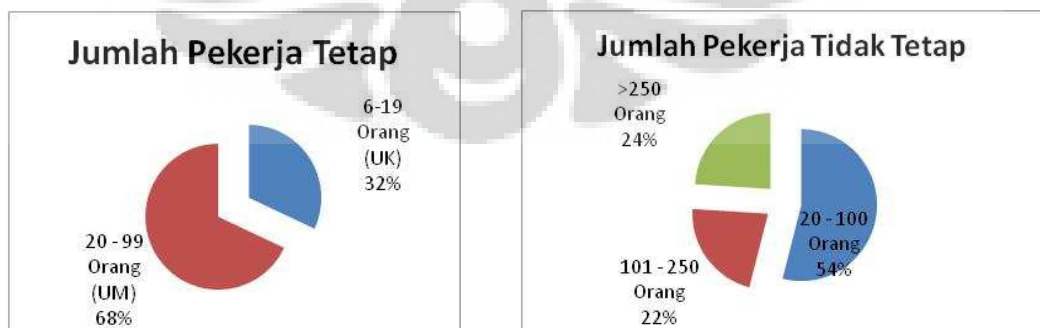
Berikut ini adalah profil UKM yang menjadi responden dari penelitian ini yang merupakan UKM eksportir produk kerajinan berdasarkan produk utama yang diproduksi, jumlah pekerja tetap dan tidak tetap,

Tabel 4.4
Jumlah Sampel UKM Berdasarkan Produk Utama



Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa jumlah UKM produk utama kerajinan anyaman menduduki posisi teratas dengan jumlah 20 UKM sebagai sampel. Produk batik menduduki posisi kedua dengan jumlah 17 UKM sebagai sampel. Dilanjutkan oleh kerajinan kulit, cangkang dan batok yang merupakan sebagian besar merupakan produk daur ulang yang menduduki posisi jumlah sampel terbesar ketiga yaitu 14 UKM sebagai sampel penelitian ini. Produk perhiasan memiliki jumlah yang sama dengan produk keramik dan gerabah yaitu 12 UKM sebagai sampel terbesar keempat penelitian. Kerajinan kayu, produk sulaman bordir dan produk mainan anak berturut-turut dengan jumlah 11 UKM, 10 UKM dan 4 UKM menjadi sampel penelitian ini. Hal ini menunjukkan produk-produk ini adalah produk yang diminati oleh *buyer* asing dengan keikutsertaannya dalam *Trade Expo Indonesia 2011*.

Gambar 4.5 Jumlah Pekerja Tetap dan Tidak Tetap UKM Responden



Universitas Indonesia

Berdasarkan gambar 4.5 bahwa 32% UKM responden adalah usaha berskala kecil dan sisanya 68% adalah usaha berskala menengah. Sedangkan UKM responden dengan pekerja tidak tetap berjumlah 20-100 orang sebanyak 54 UKM, berjumlah 101-251 orang sebanyak 22 UKM, dan memiliki pekerja tidak tetap di atas 250 orang adalah sebanyak 24 UKM

4.3.2.3 Analisis Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner

Uji statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dilihat dari jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel (Sugiyono, 2011). Berikut ini dijelaskan statistik data penelitian,

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif



Sumber :Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa kinerja ekspor yang memiliki nilai minimum 7 dan nilai maksimum 18 dengan rerata 12.90 dan standar deviasi 2.018. Dengan rerata 12.90 dibagi dengan jumlah 3 pertanyaan untuk variabel kinerja ekspor, maka dapat dianalisa bahwa responden rata-rata jawaban skala keempat yaitu agak setuju. Selanjutnya variabel strategi lingkungan hidup proaktif yang memiliki nilai minimum 94 dan nilai maksimum 151 dengan rerata 121.53 dan standar deviasi sebesar 11.67. Dengan rerata 121.53 dibagi dengan jumlah 27 pertanyaan untuk variabel strategi lingkungan hidup proaktif, maka dapat dianalisa bahwa responden rata-rata memberi jawaban skala kelima yaitu setuju. Untuk variabel ukuran perusahaan, variabel moderasi ini memiliki nilai minimum

Universitas Indonesia

6 dan nilai maksimum 88 dengan nilai rata-rata sebesar 43.07, sedangkan standar deviasinya adalah 25.05. Maka UKM responden paling sedikit memiliki jumlah pekerja sebanyak 6 orang, dan paling banyak memiliki jumlah pekerja sebanyak 88 orang.

4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas atau terjadinya korelasi diantara sesama variabel bebas. Pada uji ini dapat dilihat pada hasil uji *Coefficients* dan dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini yang memperlihatkan nilai $VIF < 10$, dan nilai *tolerance* $> 0,1$ yang berarti pada uji regresi model ini tidak terjadi multikolinieritas.

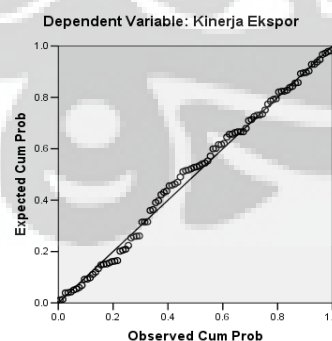
Tabel 4.6 Hasil Uji MultiKoliniearitas



4.3.3.2 Uji Normalitas

Pada uji ini dapat dilihat dari grafik normalitas dibawah ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.6 Grafik Normalitas

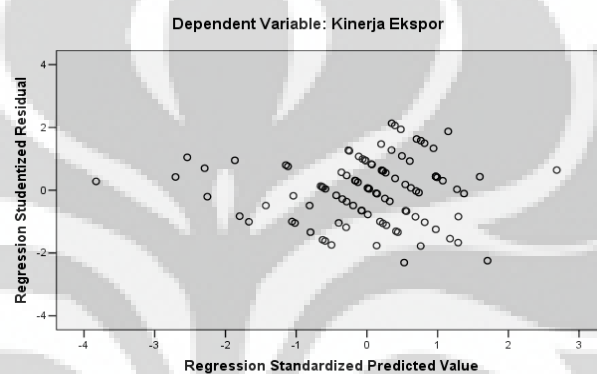
Sumber : Data diolah Peneliti

Universitas Indonesia

Jika residual berasal dari distribusi normal, nilai-nilai sebaran data akan terletak **di sekitar garis lurus**. Terlihat bahwa sebaran data pada chart di atas bisa dikatakan tersebar di sekeliling garis lurus tersebut (tidak terpencar jauh dari garis lurus). Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa persyaratan Normalitas bisa dipenuhi.

4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas

Pada uji ini dapat dilihat dari grafik scatterplot berikut ini:



Gambar 4.7 Grafik Scatterplot

Sumber : Data diolah Peneliti

Dari grafik scatter plot pada Kinerja Ekspor tampak titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Diagram pencar di atas ternyata tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas sehingga model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi Kinerja Ekspor berdasarkan masukan variabel bebas.

4.3.4 Analisis Regresi

4.3.4.1 Uji Regresi Berganda

Mengacu pada jurnal utama, peneliti selanjutnya melakukan uji regresi berganda dengan menyertakan variabel independen Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif dan Ukuran Usaha (*Size*) masuk dalam persamaan untuk melihat

Universitas Indonesia

pengaruhnya terhadap kinerja ekspor. Persamaan dari uji regresi berganda yang dilakukan kali ini adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$.

Tabel 4.8 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 ^a	.603	.595	1.284	1.715

a. Predictors: (Constant), Size, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif

b. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Sumber :Data diolah oleh peneliti

- R disebut juga dengan koefisien korelasi ganda. Dapat dibaca bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel *Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif* (X_1) dan *Size* (X_2) terhadap *Kinerja Ekspor* (Y) adalah 0,777, berarti hubungan antara *Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif* dan *Size* dengan *Kinerja Ekspor* adalah sebesar 77,70%.
- Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan dua atau lebih variabel bebas digunakan *Adjusted R²*. *Adjusted R square* merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarannya lebih mendekati mutu penajakan model dalam populasi.

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - R^2) \left(\frac{n-1}{n-k} \right)$$

Dimana:

n = jumlah sampel

k = jumlah parameter

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - 0,603) \left(\frac{100-1}{100-3} \right) = 0,595$$

Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan penerapan strategi lingkungan terhadap kinerja ekspor adalah sebesar 0,595 atau sebesar 59,5%. Atau variasi variabel bebas yang digunakan model mampu menjelaskan sebesar 59,5% variasi variabel independen. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

- Std. Error of the Estimation merupakan kesalahan standar dari penaksiran dan bernilai 1,284

Tabel 4.9 ANOVA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243.110	2	121.555	73.743	.000 ^a
	Residual	159.890	97	1.648		
	Total	403.000	99			

a. Predictors: (Constant), Size, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif

b. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Sumber :Data diolah oleh peneliti

- Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hipotesa

- Ho : Strategi lingkungan hidup dan ukuran perusahaan secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh nyata terhadap kinerja ekspor.
- Ha : Strategi lingkungan hidup dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja ekspor.

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka Ho diterima
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak

Universitas Indonesia

➤ F_{tabel} dilihat pada:

- taraf signifikansi 5%
- df pembilang = jumlah variabel - 1 = (3 - 1) = 2
- df penyebut = jumlah data - jumlah variabel = (100 - 3) = 97
- $F_{\text{tabel}} = 3,09$.
- $F_{\text{hitung}} = 73,743$

Selain itu uji F dapat dilakukan pula dengan melihat probabilitas signifikansi, yaitu:

- Jika probabilitas signifikansi > 0.05, maka H_0 diterima
- Jika probabilitas signifikansi < 0.05, maka H_0 ditolak

Keputusan:

Oleh karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dengan probabilitas signifikansi < 0.05, maka H_0 ditolak, artinya strategi lingkungan hidup proaktif dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja ekspor.

Tabel 4.10 Coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.419	1.376		-1.759	.082
	Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif	.121	.012	.702	10.270	.000
	Size	.014	.005	.168	2.461	.016

a. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Sumber :Data diolah oleh peneliti

- Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Hipotesis:

- $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat
- $H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat

Pengambilan Keputusan

- Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- t_{tabel} dilihat dengan derajat bebas = $n - k$

n = jumlah sampel, dalam hal ini bernilai 100

k = jumlah variabel yang digunakan. Dalam hal ini bernilai 3 sehingga derajat bebasnya adalah 97 (100-3). Oleh karena uji t yang dilakukan adalah uji 2 arah maka yang dibaca adalah $t(\frac{1}{2} 0,05)$ atau $t_{0,025}$.

$$t_{tabel} = 1,98$$

$$t_{hitung} (X_1) = 10,27$$

$$t_{hitung} (X_2) = 2,461$$

Selain itu uji t dapat dilakukan pula dengan melihat probabilitas signifikansi (Ghozali, 2005), yaitu:

- Jika probabilitas signifikansi > 0.025 , maka H_0 diterima
- Jika probabilitas signifikansi < 0.025 , maka H_0 ditolak

Keputusan:

Variabel Strategi Lingkungan Hidup Proaktif (X_1)

Universitas Indonesia

Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan probabilitas signifikansi < 0.025 , maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat atau Strategi Lingkungan Hidup Proaktif berpengaruh secara nyata terhadap Kinerja Ekspor. Nilai t hitung positif, artinya pengaruh yang terjadi adalah positif, artinya semakin tinggi penerapan strategi lingkungan hidup proaktif maka semakin meningkatkan kinerja ekspor.

Variabel Ukuran Perusahaan (X_2)

Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan probabilitas signifikansi < 0.025 maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat atau Ukuran Perusahaan berpengaruh secara nyata terhadap Kinerja Ekspor. Nilai t hitung positif, artinya pengaruh yang terjadi adalah positif, artinya semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi kinerja ekspornya.

Lalu dari persamaan regresi berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, maka diperoleh persamaan di bawah ini,

$$\hat{Y} = -2,419 + 0,121X_1 + 0,014X_2$$

dimana

\hat{Y} = Kinerja Ekspor

X_1 = Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif

X_2 = Size

Penjelasan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Setiap kenaikan 1 skor variabel Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif (X_1) dapat meningkatkan 0,121 skor variabel Kinerja Ekspor dengan asumsi variabel Size konstan.
- Setiap kenaikan 1 skor variabel Size (X_2) dapat meningkatkan 0,014 skor variabel Kinerja Ekspor dengan asumsi variabel Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif konstan.

4.3.4.2 Uji Interaksi Moderasi

Peneliti selanjutnya melakukan uji interaksi dengan memasukkan variabel prediktor *Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif*Size* (moderasi) untuk melihat efek moderasi dari ukuran perusahaan atas penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor. Persamaan dari uji regresi berganda dengan termin interaksi yang dilakukan kali ini adalah $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1 X_2$

Tabel 4.11 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.593	1.287

a. Predictors: (Constant), Size*SLHPA, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif, Size

Sumber : Data diolah Peneliti

- Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan dua atau lebih variabel bebas digunakan *Adjusted R²*. *Adjusted R square* merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarannya lebih mendekati mutu penjangkauan model dalam populasi.

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - R^2) \left(\frac{n-1}{n-k} \right)$$

Dimana:

n = jumlah sampel

k = jumlah parameter

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - 0,605) \left(\frac{100-1}{100-3} \right) = 0,593$$

Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, penerapan strategi lingkungan terhadap

Universitas Indonesia

kinerja ekspor dan interaksinya adalah sebesar 0,593 atau sebesar 59,3%. Artinya, variasi variabel bebas dan termin interaksi *Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif*Size* yang digunakan model mampu menjelaskan sebesar 59,3% variasi variabel independen. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

- Std. Error of the Estimation merupakan kesalahan standar dari penaksiran dan bernilai 1,287.

Tabel 4.12 ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243.890	3	81.297	49.051	.000 ^a
	Residual	159.110	96	1.657		
	Total	403.000	99			

a. Predictors: (Constant), Size*SLHPA, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif, Size

b. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Sumber : Data diolah Peneliti

- Uji F pada uji interaksi moderasi kali ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan termin interaksi moderasi secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hipotesa

- Ho : Strategi lingkungan hidup proaktif, ukuran perusahaan dan interaksi moderasi antara strategi lingkungan hidup proaktif dengan ukuran perusahaan secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja ekspor
- Ha : Strategi lingkungan hidup proaktif, ukuran perusahaan dan interaksi moderasi antara strategi lingkungan hidup proaktif dengan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja ekspor

Universitas Indonesia

Pengambilan keputusan :

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- F_{tabel} dilihat pada:
 - Taraf signifikansi 5%
 - $df_{pembilang} = \text{jumlah variabel} - 1 = (4 - 1) = 3$
 - $df_{penyebut} = \text{jumlah data} - \text{jumlah variabel} = (100 - 4) = 96$
 - $F_{tabel} = 2,70$.
 - $F_{hitung} = 49,051$

Selain itu uji F dapat dilakukan pula dengan melihat probabilitas signifikansi (Ghozali, 2005), yaitu:

- Jika probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima
- Jika probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak

Keputusan:

Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak, Strategi lingkungan hidup proaktif, ukuran perusahaan dan interaksi moderasi antara strategi lingkungan hidup proaktif dengan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja ekspor

Tabel 4.13 Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.765	2.398		-1.570	.120
	Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif	.132	.020	.766	6.579	.000
	Size	.018	.051	.599	.918	.345
	Size*SI HPA	.000	.000	-.460	-.686	.494

^a Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Sumber: Data diolah Peneliti

Universitas Indonesia

- Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pada uji regresi berganda kali ini disertakan termin interaksi antara strategi lingkungan hidup proaktif dengan ukuran perusahaan untuk melihat peran moderasi dari ukuran perusahaan.

Hipotesis:

- H_0 = Interaksi antara Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dengan Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh moderasi terhadap kinerja ekspor pada UKM
- H_a = Interaksi antara Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dengan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh moderasi terhadap kinerja ekspor pada UKM

Pengambilan Keputusan

- Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} < -t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- t_{tabel} dilihat dengan derajat bebas = $n - k$
 n = jumlah sampel, dalam hal ini bernilai 100
 k = jumlah variabel yang digunakan. Dalam hal ini bernilai 3
 sehingga derajat bebasnya adalah 96 (100-4). Oleh karena uji t yang dilakukan adalah uji 2 arah maka yang dibaca adalah $t(\frac{1}{2} 0,05)$ atau $t_{0,025}$.

$$t_{tabel} = 1,98$$

$$t_{hitung} (X_1 X_2) = - 0,686$$

Selain itu uji t dapat dilakukan pula dengan melihat probabilitas signifikansi (Ghozali, 2005), yaitu:

- Jika probabilitas signifikansi > 0.025 , maka H_0 diterima
- Jika probabilitas signifikansi < 0.025 , maka H_0 ditolak

Keputusan:

Oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan probabilitas signifikansi > 0.025 , maka H_0 diterima, artinya interaksi antara Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dengan Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh moderasi terhadap kinerja ekspor pada UKM

Lalu dari persamaan regresi $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2$, diperoleh persamaan sebagai berikut,

$$\hat{Y} = -3,765 + 0,132X_1 + 0,048X_2 + 0,00X_1X_2$$

dimana

\hat{Y} = Kinerja Ekspor

X_1 = Strategi Lingkungan Hidup Proaktif

X_2 = *Size*

X_1X_2 = Interaksi Strategi Lingkungan Hidup Proaktif**Size*

Penjelasan persamaan di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- Setiap kenaikan 1 skor variabel Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif (X_1) dapat meningkatkan 0,132 skor variabel Kinerja Ekspor dengan asumsi variabel *Size* konstan.
- Setiap kenaikan 1 skor variabel *Size* (X_2) dapat meningkatkan 0,048 skor variabel Kinerja Ekspor dengan asumsi variabel Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif konstan.
- Namun, Variabel interaksi (X_1X_2) tidak berpengaruh atau bukan merupakan variabel moderasi atas pengaruh kinerja ekspor dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Kesimpulan sementara yang didapat dari uji interaksi ini diketahui bahwa ukuran perusahaan bukanlah variabel moderasi yang dapat memperlemah/ memperkuat pengaruh strategi lingkungan hidup proaktif terhadap ekspor pada UKM.

4.4 Ringkasan Hasil Penelitian

4.4.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup Proaktif Terhadap Kinerja Ekspor pada UKM

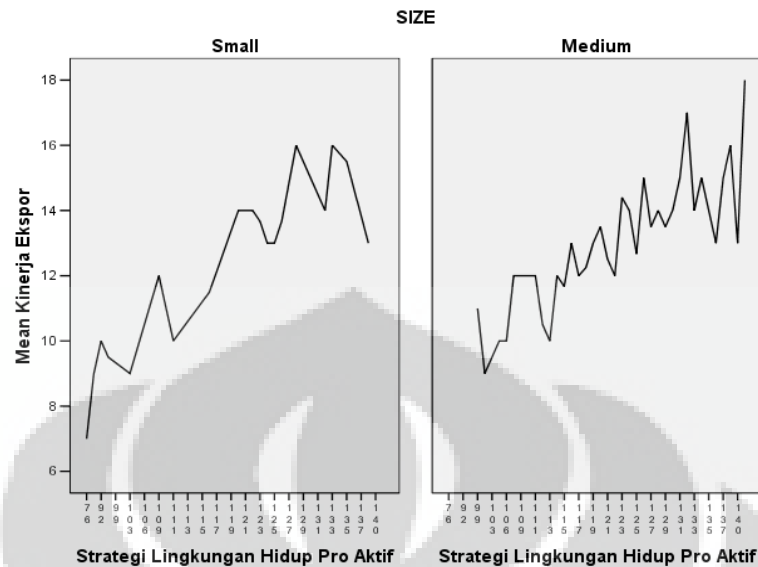
- Ho = Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh nyata terhadap Kinerja Ekspor
- Ha = Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Ukuran Perusahaan berpengaruh nyata terhadap Kinerja Ekspor

Dengan signifikansi (sig.2-tailed) sebesar 0.000 ($0.000 < 0.025$) maka kesimpulannya adalah artinya Strategi Lingkungan Hidup Proaktif dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Kinerja Ekspor UKM. Maka dapat diketahui bahwa bahwa hipotesis 1 terpenuhi dan mengindikasikan bahwa penerapan strategi lingkungan hidup proaktif dapat dijadikan sebagai salah satu pilihan strategi untuk pengembangan kinerja ekspor UKM.

4.4.2 Pengujian Hipotesis Peran Moderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Pengaruh Antara Strategi Lingkungan Hidup Proaktif Dan Kinerja Ekspor UKM

- Ho = Interaksi antara Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh nyata pada Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor
- Ha = Interaksi antara Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif dan Ukuran Perusahaan berpengaruh nyata pada Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor

Universitas Indonesia



Gambar 4.8 Grafik Strategi Lingkungan Hidup Proaktif-Kinerja

Sumber : Data diolah Peneliti

Dengan signifikansi (sig.2-tailed) sebesar 0.494 ($0.494 > 0.025$) maka kesimpulannya adalah Interaksi antara Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh nyata pada Pengaruh Strategi Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor. Dengan demikian hipotesis 2 dari penelitian ini tidak terpenuhi dan menunjukkan ukuran perusahaan terbukti tidak memiliki efek moderasi atas hubungan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor UKM, walaupun terjadi kenaikan pada koefisien determinasi sebesar 0,002%.

4.4.3 Perbandingan dengan Hasil Penelitian Sebelumnya

Berikut ini adalah perbandingan hasil penelitian kali ini dengan hasil penelitian sebelumnya,

Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Penelitian

Hipotesis	Penelitian Saat Ini	Penelitian Sebelumnya	Hasil
Hipotesa 1	Diterima	Diterima	Sama
Hipotesa 2	Ditolak	Diterima	Berbeda

Diketahui bahwa terdapat perbedaan atas hasil penelitian terutama pada hipotesis 2. Pada penelitian sebelumnya diketahui bahwa terdapat perubahan yang signifikan atas koefisien determinasi yang diartikan sebagai pembenaran atas hipotesis kedua, yaitu ukuran perusahaan memiliki peran moderasi, dimana semakin besar ukuran perusahaan dari UKM maka akan semakin besar pengaruh penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor UKM. Namun, pada penelitian yang dilakukan saat ini, diketahui bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan variabel moderasi, maka besarnya pengaruh atas penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor pada UKM adalah sama dan positif apabila diterapkan di usaha skala kecil ataupun usaha skala menengah.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan responden yang merupakan pemilik ataupun pengelola dari UKM eksportir produk kerajinan Indonesia yang menjadi peserta Trade Expo Indonesia 2011.

Dari hasil analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, peneliti menarik beberapa kesimpulan untuk menjawab permasalahan penelitian. Kesimpulan ini menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan pada bagian skripsi ini, yakni:

1. Penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif memiliki pengaruh secara nyata terhadap kinerja ekspor pada UKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pemilik atau pengelola UKM eksportir kerajinan Indonesia dapat menerapkan Strategi Lingkungan Hidup secara Proaktif dalam rangka meningkatkan kinerja ekspornya.
2. Ukuran perusahaan tidak memiliki peran moderasi yang berpengaruh terhadap pengaruh penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor pada UKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha skala kecil maupun usaha skala menengah dapat menerapkan strategi lingkungan hidup proaktif dalam rangka meningkatkan kinerja ekspor UKM tersebut.

Dari kesimpulan yang telah dirangkum di atas, terdapat hipotesa tentang bagaimana peran ukuran perusahaan dari UKM memiliki efek moderasi terhadap pengaruh penerapan Strategi Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor UKM yang sebelumnya telah dikemukakan oleh Martin-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares/ *Journal of World Bussines* 45 (2010) yang

Universitas Indonesia

tidak terbukti pada penelitian ini, hal ini sangat memungkinkan dikarenakan adanya perbedaan wilayah penelitian, karakteristik UKM, dan hal lain sebagainya. Penelitian sebelumnya menggunakan UKM produk makanan olahan di Granada, Spanyol sebagai objek penelitiannya, sedangkan peneliti menggunakan UKM eksportir produk kerajinan Indonesia yang menjadi peserta *Trade Expo Indonesia 2011* sebagai objek penelitiannya. Selain itu, menurut Ibu Siti Nurhandiah yang telah bergerak di kegiatan ekspor produk UKM kerajinan selama lebih dari 15 tahun mengatakan bahwa UKM dengan skala kecil maupun menengah yang bergerak di kegiatan ekspor pada saat ini sudah banyak yang mengetahui pentingnya pengelolaan lingkungan hidup dan besarnya manfaat limbah khususnya sebagai bahan baku produk. Hal ini pada awalnya memang diterapkan karena bersikap reaktif terhadap permintaan *buyer* dan berhubungan dengan efisiensi biaya, namun hal tersebut justru adalah sebuah hal yang mengawali pengusaha UKM untuk menerapkan pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif tanpa terbatas skala usaha UKM.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Walaupun penemuan dalam penelitian ini memberikan wawasan lebih mengenai pengaruh penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor pada UKM eksportir kerajinan, namun terdapat pula beberapa keterbatasan pada penelitian ini yang perlu untuk diketahui, yaitu :

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan atas data khususnya data rasio ekspor setiap UKM produk kerajinan di Indonesia karena belum adanya sistem informasi terinci atas data rasio ekspor UKM di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya terbatas meneliti salah satu strategi dalam meningkatkan kinerja ekspor UKM pada salah satu bidang industri UKM di Indonesia.

5.3 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menjabarkan temuan yang ada, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan baik dari segi manajerial, maupun untuk penelitian selanjutnya yang sejenis dengan penelitian ini.

5.3.1 Saran Manajerial

Melalui hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa isu lingkungan hidup dapat menjadi sebuah strategi yang dapat diterapkan dalam usaha pengembangan ekspor sebuah UKM dengan memperhatikan penerapan beberapa hal berikut ini,

1. Penghematan dan kontrol penggunaan listrik dan air untuk kebutuhan internal yang dapat menguntungkan UKM dalam efisiensi biaya.
2. Secara mandiri mengadakan pelatihan internal yang berhubungan dengan isu lingkungan hidup dan membuat prosedur pengolahan limbah.
3. Penting dukungan pihak eksternal dalam hal data dan informasi yang berhubungan dengan isu lingkungan hidup.
4. Melakukan analisa produk dari tahap pemilihan bahan baku hingga masa akhir siklus hidup produk dari UKM termaksud.
5. Pengelola UKM dapat pula mencantumkan informasi tentang penerapan strategi lingkungan hidup atau jargon peduli lingkungan hidup pada produk yang dipasarkan

5.3.2 Saran Akademis

1. Walaupun penelitian sebelumnya telah banyak yang membuktikan bahwa perusahaan besar dapat lebih proaktif dalam menerapkan strategi pengelolaan lingkungan hidup, namun hal ini terjadi karena banyak hal yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkonfirmasi hipotesis pengaruh kebutuhan sumber daya dalam penerapan strategi lingkungan hidup proaktif. Dengan demikian, diharapkan hal tersebut dalam

Universitas Indonesia

mengklarifikasi kontradiksi tentang ketidakmampuan UKM dalam menerapkan atau mengelola strategi lingkungan hidup secara proaktif.

2. Penelitian berikutnya dapat dilanjutkan dengan sampel UKM yang lebih besar dan beragam dari jenis industri, produk, maupun daerah domisili sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih, lengkap mengenai pengaruh penerapan strategi lingkungan hidup proaktif terhadap kinerja ekspor pada UKM.



DAFTAR REFERENSI

1. Arago´ n-Correa, J. A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of Management Journal*, 41: 556–567.
2. Arago´ n-Correa, J. A., & Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academy of Management Review*, 28: 71–88.
3. Artikel Bisnis Indonesia, Selasa, 8 Februari 2011, <http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=557:ekspor-ukm-ditarget-tumbuh-12&catid=50:bind-berita&Itemid=97>
4. Berita Resmi Statistik, Badan Pusat Statistik (BPS) No.28/05/ Th.XI, 30 Mei 2008.
5. Biondi, V., Iraldo, F., & Meredith, S. (2002). Achieving sustainability through environmental innovation: The role of SMEs. *International Journal of Technology Management*, 24: 612–626.3
6. Bornok Hutauruk, Artikel Bisnis Indonesia, Selasa, 8 Februari 2011.
7. Buletin Litbang Departemen Pertahanan Indonesia, STT No. 2289 Volume VII Nomor 12 Tahun 2004
8. Buysse, K., & Verbeke. A. (2003). Proactive environmental strategies: A stake holder management proactive. *Strategic Management Journal*, 24: 453-470

Universitas Indonesia

9. Cohen, J., & Cohen, P. (1984). *Applied multiple regression: Correlation analysis for the behavioral sciences* (second edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
10. Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/ correlation analysis for the behavioral sciences* (third edition). Mahwah, NJ: Lawrence Elbaum.
11. Dick, H. (2001). *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Volume 37, Issue 1.
12. Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21: 1105–1121.
13. Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
14. Greening, D. W., & Gray, B. (1994). Testing a model of organizational response to social and political issues. *Academy of Management Journal*, 37: 467–498.
15. Greenway, D., & Yu, Z. H. (2004). Firm-level interactions between exporting and productivity: Industry-specific evidence. *Review of World Economics*, 140: 376–392
16. Hair, et.al (1995), *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall International-Inc.

17. Hart, Stuart L. (1995). A natural-resource-based view of the firm, *The Academy of Management Review*, Vol.20, No.4, pp. 986-1014
18. Hillary, R. (2000). *Small and medium-sized enterprises and the environment*. Sheffield: Greenleaf.
19. *Jurnal Kementrian Operasi dan Pembinaan Ekonomi Kecil dan Menengah* (2000)
20. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I* (2006)
21. *Jurnal Rencana Induk Pengembangan IKM, Departmen Koperasi dan UKM* (2006)
22. Kerlinger, F. N. (1978), *Foundations of behavioral research*, McGraw-Hill, New York.
23. King, A, & Lenox, M. (2000). Industry self-regulation without sanctions: The chemical industry's responsible care program. *Academy of Management Journal*, 43: 698–716.
24. Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (1996). The export development process: An integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27: 517–551
25. Luo, Y. D. (2000). Dynamic capabilities in international expansion. *Journal of World Business*, 35: 355–378.
26. Marshall, L. (1998). *Economic instruments and the business use of energy*. London: HM Treasury.

27. Martín-Tapia, J. Alberto Aragon-Correa, Antonio Rueda-Manzanares (2010). Environmental strategy and exports in medium, small and micro-enterprises, *Journal of World Business* 45, 266-275.
28. Malhotra, Naresh K. (2007). *Marketing Research : An Applied Orientation*, 5th Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
29. McKeiver, C., & Gadenne, D. (2005). Environmental management systems in small and medium business. *International Small Business Journal*, 23: 513–537.
30. Mir, D. F., & Feitelson, E. (2007). Factors affecting environmental behavior in microenterprises: Laundry and motor vehicle repair firms in Jerusalem. *International Small Business Journal*, 25: 383–415.
31. Santoso, Singgih (2009). *SPSS 10 : Mengolah data Data Statistik Secara Profesional*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
32. Schaper, M. (2002). Small firms and environmental management: Predictors of green purchasing in Western Australian pharmacies. *International Small Business Journal*, 20: 235–251.
33. Schiffer, M., & Weder, B. (2001). *Firm size and the business environment: Worldwide survey results*. Washington, DC: World Bank. (Discussion paper, no. 43).
34. Sharma, S. (2000). Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. *Academy of Management Journal*, 43: 681–697.

35. Sharma, S., Arago´ n-Correa, J. A., & Rueda-Manzanares, A. (2007). The contingent influence of organizational capabilities on proactive environmental strategy in the service sector: An analysis of North American and European ski resorts. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 24: 268–283.
36. Smith, M. A., & Kemp, R. (1998). *Small firms and the environment 1998: A grounded report*. Birmingham: Groundwork.
37. "Sistem Manajemen Lingkungan bagi UKM". 2007. <<http://download.quality-club.com/iso14005.pdf>>
38. Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta., Jakarta.
39. The World below ISO 14001". 2007. http://www.ems-for-sme.org/upload/Downloads/UU-500_final_version.pdf
40. UNEP. (2004). UNEP annual report URL (October, 2005): <http://www.earthprint.com/show.htm>.
41. Williamson, D., Lynch-Wood, G., & Ramsay, J. (2006). Drivers of environmental behavior in manufacturing SMEs and the implication for CSR. *Journal of Business Ethic*, 67: 317–330.
42. World Bank. (2009). *World development indicators*. Washington, DC: World Bank Publications.



Environmental strategy and exports in medium, small and micro-enterprises[☆]

Inmaculada Martín-Tapia^{*}, J. Alberto Aragón-Correa¹, Antonio Rueda-Manzanares²

School of Economics and Business, University of Granada, Campus Cartuja, s.n. E-18071 Granada, Spain

ARTICLE INFO

Keywords:

Natural environment
Innovative environmental management
Internationalization
Exports
Size
Resource-based view
Small and medium enterprises (SMEs)

ABSTRACT

Growing corporate internationalization and the emergence of environmental concerns are two of the main trends in the business world. This paper analyzes whether strategies for environmental protection can help small and medium enterprises (SMEs) as they internationalize their activities through exports. Personal interviews were conducted with 123 general managers of exporting SMEs from the Spanish food industry. The results show a relationship between advanced environmental strategies and export intensity for the sampled firms. However, the size of firm plays a role in this relationship, as the relationship between advanced environmental strategies and exports is stronger with an increase in the size of the SMEs. Authors discuss implications of these results for practitioners and future research.

© 2009 Elsevier Inc. All rights reserved.

1. Introduction

Companies are under increasing pressure to internationalize their activities as a vehicle to grow revenues and profits. Exports are the most common way to gain entry to foreign markets, especially for small-to-medium-sized enterprises³ (SMEs) (Leonidou & Katsikeas, 1996). The value of global export trade has climbed from approximately \$40 billion in 1945 to more than 27 trillion in 2008 (World Bank, 2009). By way of illustration, SMEs account for 27.2% of total USA exports and 97% of total USA exporters in 2006 (United States Department of Commerce, 2008). In this context, it comes as no surprise that SMEs are major contributors to environmental degradation (Biondi, Iraldo, & Meredith, 2002; Hillary, 2000).

The growth of international trade, together with economic globalization, has reinforced imbalances in the natural cycles, encouraging, for example, the uncontrolled exploitation of local resources (UNEP, 2004). The relationship between corporate environmental strategies and corporate internationalization can be contentious (Christmann & Taylor, 2001). While some argue that globalization promotes careless behaviour toward the natural

environment (e.g., King & Lenox, 2000), others propose that increased environmental effort offers competitive advantage (e.g., Porter & Van der Linde, 1995). The role played by the size of firms generates additional doubts in this debate because SMEs differ in many aspects from the large ones (Hillary, 2000; Schiffer & Weder, 2001).

Research based upon a strategic perspective has shown the positive implications of environmental strategies for international movements of multinationals (e.g., Christmann, 2004; Dowell, Hart, & Yeung, 2000), interactions between international environmental regulation and multinational corporate strategy (e.g., Nehrt, 1998; Rugman & Verbeke, 1998), or the effects of globalization increasing environmental self-regulation (Christmann & Taylor, 2001). We do not know of any studies at this point about how environmental strategies affect the internationalization progress of SMEs, nor of the role of the size of firms size in this relationship. Close attention should be paid to these aspects for two reasons.

First, the lack of attention paid to SMEs is surprising given the fact that SMEs produce 70% of pollution caused by world industry (Smith & Kemp, 1998) and 60% of carbon emissions (Marshall, 1998). The sum total of the environmental impacts of SMEs outweighs the combined environmental impact of large firms (Hillary, 2000). Additionally, exports by SMEs are increasing (e.g., Crick, 1995; Gumedde, 2004; Lim, Sharkey, & Kim 1991; Moon & Lee, 1990; Yang, Chen, & Chuang, 2004). In this context, the literature has not provided solid evidence to aid SME managers in finding the balance between environmental and international advances.

Second, although the literature initially proposes advanced environmental strategies as generators of organizational capabilities for all firms (Aragón-Correa & Sharma, 2003; Hart, 1995; Sharma, Aragón-Correa, & Rueda-Manzanares, 2007), however in the case of SMEs it also generally exhibits poor environmental

[☆] We would like to thank all those managers of our sample who contributed their time and ideas to this study. Project SEJ2007-67833 (European Commission) partially supported this research.

^{*} Corresponding author. Tel.: +34 958 24 09 37; fax: +34 958 24 62 22.

E-mail addresses: imtapia@ugr.es (I. Martín-Tapia), jaragon@ugr.es (J.A. Aragón-Correa), arueda@ugr.es (A. Rueda-Manzanares).

¹ Tel.: +34 958 24 37 05; fax: +34 958 24 62 22.

² Tel.: +34 958 24 95 96; fax: +34 958 24 62 22.

³ "Enterprises which employ fewer than 250 persons and which have an annual turnover not exceeding 50 million euro, and/or an annual balance sheet total not exceeding 43 million euro." Extract of Article 2 of the Annex of European Union Recommendation 2003/361/EC.

commitment (Rutherford, Blackburn, & Spence, 2000; Schaper, 2002; Williamson & Lynch-Wood, 2001) and suggests that SMEs might not obtain any specific advantage from their environmental efforts (Greening & Gray, 1994; Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998). It is important to analyze whether, the natural resource-based view (Hart, 1995) is also useful for SMEs and whether SMEs' fewer resources might prevent them from making environmental advances and/or obtaining competitive advantages from this behaviour.

While firm size has often shown a statistically significant effect as a control variable in studies on corporate environmental strategies (e.g., Aragón-Correa, 1998; Buysse & Verbeke, 2003; Russo & Fouts, 1997; Sharma, 2000), all these works have employed mainly large companies in their samples. They often focus on the largest firms in each industry. Although recent research has begun to show differences in the environmental approaches of micro-enterprises and the rest of SMEs (e.g., McKeiver & Gadenne, 2005; Mir & Feitelson, 2007), studies to date have only analyzed—partially of SMEs' environmental strategies. One of the main topics involves the role of regulation as drivers or factors that might lead SMEs to adopt an environmental strategy or approach (e.g., Majumdar & Marcus, 2001; Patton & Worthington, 2003; Petts, 2000; Sharma, 2001). From a theoretical point of view, the debate entails whether SMEs' capabilities enable them to achieve competitive advantages through the development of proactive environmental strategies or whether SMEs' restrictions of resources prevent solid advantages from being established. Implications of this debate refer to whether SMEs can be environmentally proactive or whether they should simply react to environmental regulations or customer interests. We propose that SMEs' capabilities allow the development of a proactive environmental strategy through which they can obtain competitive advantages. These advantages may differ with the firm's size. This study focuses on two questions. The first refers to the relationship between corporate environmental strategy and internationalization: can innovative environmental strategy positively contribute to a SMEs' export? The second one involves the potential influence of the firm's size in this relationship: Is the relationship between advanced environmental strategy and export intensity the same for medium, small and micro-enterprises?

Our analysis uses data from face-to-face interviews with managers of 123 SMEs operating in the Spanish export food industry. Our results contribute to current knowledge in at least three ways. First, from a general perspective, the results contribute to the resource-based view (RBV) literature showing the relevance of this approach with regard to understanding developments in SMEs based upon environmental strategy. Previous research provided doubts regarding the validity of the RBV in relation to analyzing this issue in SMEs (Rangone, 1999). Second, our analysis is a pioneer study aimed at helping to understand the potential of proactive environmental strategy for SMEs with an international orientation. Finally, the present paper specifically shows how size can moderate this relationship.

The paper is divided into six sections. Following the introduction, we review the literature analyzing environmental strategies, paying special attention to SMEs. We then establish our hypotheses, after which we explain the research methodology. The last two sections present the results and discuss the main implications of our study, along with its limitations.

2. Corporate environmental strategies and SMEs

2.1. A resource-based view of corporate environmental strategies

Many researchers have developed classifications of corporate approaches to the natural environment (e.g., Buysse & Verbeke, 2003; Hart, 1995; Roome, 1992; Winn & Angell, 2000). Despite the

differences among these classifications, they all place firms' environmental strategies along a continuum ranging from mere compliance with legal requirements to proactive initiatives. Proactive environmental strategies are designed to voluntarily avoid environmental impacts by dealing with their sources (Aragón-Correa, 1998; Buysse & Verbeke, 2003; Sharma, 2000; Sharma & Vredenburg, 1998). Several studies (e.g., Christmann, 2000; Hart, 1995; Judge & Douglas, 1998) have identified proactive environmental strategies as a firm capability (Amit & Schoemaker, 1993; Grant, 1991) because they permit them to coordinate heterogeneous resources (for instance, human resources, technology and raw materials) in order to reduce environmental impacts and simultaneously maintain or increase company competitiveness (e.g., Galdeano-Gomez & Cespedes-Lorente, 2004).

Proactive environmental practices could simultaneously affect an entire firm and require a systematic effort aimed at implementation (Marcus & Geffen, 1998; Russo & Fouts, 1997). These proactive practices promote interest in intangible assets and capabilities as positive outputs (Russo & Fouts, 1997), which involve one of the main conditions for sustained success in today's world economy (Luo, 2000).

The most proactive environmental strategies have been characterized as dynamic capabilities that rely on a systematic pattern of capabilities (Aragón-Correa & Sharma, 2003; Marcus & Anderson, 2006). A dynamic capability consists of a set of complex but identifiable processes allowing a firm to generate new and creative strategies to adapt to changes in the business environment. These offer opportunities to achieve new organizational capabilities and competitive advantages (Eisenhardt & Martin, 2000).

2.2. Specific aspects for SMEs' environmental strategies

In studies of large firms, the very largest have been observed as having the most proactive environmental strategies (Aragón-Correa, 1998; Russo & Fouts, 1997; Sharma, 2000). Scholars have consequently argued that because proactive environmental strategies require accumulation and interaction among, slack resources (Sharma, 2000). These resources afford high visibility for the public (Scott, 1990), or managers' understanding (Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998). The more limited resources of SMEs might prevent them from making environmental advances (e.g., Greening & Gray, 1994; Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998).

Descriptive studies on SMEs have often highlighted their poor rate of environmental commitment, describing them as usually only interested in complying with environmental regulations (e.g., Rutherford et al., 2000; Schaper, 2002; Williamson & Lynch-Wood, 2001; Worthington & Patton, 2005). They often point out that many of their owners have poor knowledge of the natural environment and a lack of expertise in environmental management (e.g., Taylor, Barker, & Simpson, 2003; Tilley, 2000). Perhaps for these reasons, systematic research focused on SMEs' environmental strategies has been absent from previous literature until recently.

Some authors have begun to describe multiple cases of SMEs around the world successfully implementing proactive environmental strategies (e.g., Bianchi & Noci, 1998; Carlson-Skalak, 2000). These studies have mainly dealt with the determinate factors for following a proactive environmental approach. Although some of the works indicate that SMEs experience little external pressure from customers or suppliers (e.g., Hillary, 2000) and that they lack the necessary financial resources and visibility to show concern for the natural environment (e.g., Bowen, 2002), others found that business performance (e.g., Gerrans & Hutchinson, 2000; Williamson, Lynch-Wood, & Ramsay, 2006), customer

preferences (e.g., McKeiver & Gadenne, 2005), employee concerns (Petts, Herd, & O'hEocha, 1998), and community satisfaction (e.g., Gerrans & Hutchinson, 2000) among others, are important drivers of environmental strategies.

Analyzing these cases, we were able to identify some SMEs that show features similar to the most advanced practices of large firms. Many of these SMEs are implementing programs to reduce the environmental impacts of activities or processes while simultaneously obtaining cost reductions. Although there are a wide range of firms included under the SMEs label, their differences in terms of size have been underanalysed. Recently some research has begun to analyze this topic, suggesting differences between micro-enterprises and the remainder of the SMEs (e.g., Mir, 2008; Mir & Feitelson, 2007).

3. Hypotheses

3.1. The relationships between proactive environmental strategy and export intensity in SMEs

A firm's profitability usually is significantly correlated with its export intensity (Greenway & Yu, 2004; Pangarkar, 2008; Salomon & Shaver, 2005). While export success depends on many factors, we will focus on analyzing the influence of environmental strategy in SMEs export intensity.

Despite the growing importance of SMEs in internationalization, as well as their impact on the natural environment, studies of advances in internationalization achieved as result of proactive environmental strategy have paid little attention to the specific characteristics of SMEs. Analyses have almost exclusively used multinationals and have focused on aspects such as the appropriate level of exigency in environmental regulation (e.g., Porter & Van der Linde, 1995), or the influence exerted on the environmental strategy by different types of environmental legislation (e.g., Rugman & Verbeke, 1998) or by market demand (e.g., Christmann, 2004).

Business literature has generally shown a positive relationship between proactive environmental strategy and the internationalization activities of large firms. On one hand, proactive firms acquire vast knowledge of different regulations and approaches which they can develop their own strategy to cover all requirements (Bansal, 2005; Bansal & Roth, 2000). Knowledge intensity in SMEs is an important issue with regard to improving export performance (Haahti, Madupu, Yavas, & Babakus, 2005). On the other hand, firms that gain an internationally acknowledged environmental certification, such as the ISO 14001, acquire a better reputation. This certification can constitute an important variable in the purchase decisions of importing firms (Bellesi, Lehrer, & Tal, 2005) and influence the organization's ability to do business internationally (Raines, 2002).

Previous results, mostly relating to large firms, suggest that SMEs have difficulty in obtaining competitive advantages through environmental proactivity (e.g., Russo & Fouts, 1997; Sharma & Vredenburg, 1998). However, we propose that corporate environmental strategy can generate a set of capabilities that facilitate export processes for SMEs. Following a proactive environmental strategy can facilitate the development of certain capabilities that favour export processes. First, environmentally advanced approaches favour the capacity to innovate and assume risks (Hart, 1995; Sharma & Vredenburg, 1998), factors which are essential to compete successfully on international markets. An innovative approach is particularly useful for SMEs (Baldwin & Gellatly, 2003) in order to compete in international markets (Bell, Crick, & Young, 2004) against highly resourced large firms.

Second, the implementation of a proactive environmental strategy requires and develops flexibility in the firm. It is important

for a firm to be able to make changes without restrictions and inertias (Noori & Chen, 2003) in order to develop this kind of strategy. An increasing number of studies agree that flexibility can constitute a distinctive competence that permits SMEs to obtain a competitive advantage in the international arena (e.g., Davenport & Bibby, 1999; Gupta & Cawthon, 1996; Lee, Beamish, Lee, & Park, 2009; Narula, 2004).

Third, assuming a proactive environmental approach can help SMEs to fully exploit their unique strengths, such as "no bureaucracy, efficiency – informality – communication systems and flexibility and adaptability through nearness markets" (Freel, 2000, pp. 60–61). These strengths are also especially useful in international competition, helping SMEs to overcome particular barriers⁴ to export. The importance of identical capabilities for progresses in corporate environmental approaches and international progresses is an initial step toward facilitating the positive interaction between both of them.

Environmentally proactive approaches favour the general capacity to innovate and assume risks (Hart, 1995; Sharma & Vredenburg, 1998). These factors are essential to compete successfully in international markets. An innovative approach is particularly useful for small firms (Baldwin & Gellatly, 2003) to compete on international markets (Bell et al., 2004) against highly resourced large firms.

Fourth, proactive environmental management aids a better understanding of stakeholders' interests (Céspedes-Lorente, Burgos-Jiménez, & Álvarez-Gil, 2003; Sharma & Henriques, 2005). Some of the weaknesses of SMEs involve a lack of knowledge and consideration concerning their markets (Smith, 1997) and external stakeholders (Del Brio & Junquera, 2003). This is therefore a valuable capability for SMEs, especially when stakeholders (and their interests) on the domestic market may differ from those on the international market. SMEs can therefore break into foreign markets with relative ease when involved in socio-economic linkages (Gumede, 2004) or when the firm maintains joint problem solving (McEvily & Marcus, 2005). Both capabilities facilitate information flows and ease the international marketing burden.

Finally, proactive environmental management can provide SMEs with a competitive advantage through differentiation of their products (if the company products are ecological) and by increasing the firm's reputation as a good corporate citizen. Ecological products may be considered unique and different by the consumers (Porter & Van der Linde, 1995) and therefore one of the most promising predictors of export performance in SMEs (Baldauf, Cravens, & Wagner 2000). In high-income countries, demand for ecological products has shown a sharp increase and it seems that this tendency will continue to grow (Cairncross, 1992; Lohr, 2001). These are the kinds of countries which constitute the main international export markets. Thus, offering green products can permit SMEs to differentiate their product, avoiding competing on cost, where often times large companies enjoy economies of scale. Obtaining a good reputation (particularly among large suppliers) is important for SMEs that are trying to access international markets, especially in developed countries. Access may be facilitated by a behaviour pattern and an image in which respect for the environment prevails (Christmann & Taylor, 2001). Good reputation may therefore remove some of the need for intensive marketing efforts.

In view of these arguments, the following hypothesis is advanced:

Hypothesis 1. The proactive environmental strategies of SMEs are positively related to their export intensity.

⁴ See Suárez-Ortega (2003) for more details about barriers to export.

4. The size role in the relationship between proactive environmental strategy and export intensity in SMEs

Certain organizational factors act as facilitators or inhibitors in the development of exports.⁵ There is consensus in the literature that firm size is positively related to the firm's propensity to export (e.g., Bonaccorsi, 1992; Wagner, 2001), and some results have shown the importance of firm size for export intensity (e.g., Verwaal & Donkers, 2002).

Our interest in this paper does not lie in the relationship between firm size and export intensity, but rather in the potential change in the relationship between proactive environmental strategy and export intensity depending on firm size. We propose that the consideration of size is very relevant with regard to clarifying previous literature on this topic and to understanding the contentious relationship between proactive environmental strategy and export, such as internationalization progresses, in SMEs.

Although proactive environmental strategies generate some intangible capabilities which may be particularly useful for SMEs when attempting to internationalize (as discussed in previous section and Hypothesis 1), we also believe that different levels of firm size may influence this relationship. We now discuss this moderation effect.

The best practices and innovations associated with proactive environmental strategy may require significant changes in the organization (Russo & Fouts, 1997). Although SMEs have the flexibility to use an innovative capability to compete with firms with larger resources, their smaller size makes it difficult for managers to make investments, introduce deep changes or assume important commitments (Del Brio & Junquera, 2003). According to Mir and Feitelson (2007: 386), "micro-enterprises may be reluctant to invest in environmentally friendly technologies without anticipating direct unambiguous benefits". Therefore, micro-enterprises may be less likely to make a considerable commitment to undertaking proactive environmental strategy to obtain higher levels of export intensity.

When a firm is very small, rather than balancing and integrating external influences, in order to generate stakeholders' capacity for management, it tends to be more easily influenced by its more powerful stakeholders. Its degree of environmental proactivity will then be more related to the specific requirements of its main stakeholder (usually a big customer) than to its intentions of using environmental proactivity in order to generate a better understanding of stakeholders and to stimulate more exports. For instance, Mir and Feitelson (2007) found that micro-enterprises subcontracted by larger ones are more environmentally proactive if their large client demands this. Opting to act proactively on the concerns of one group while ignoring the concerns of others could make it difficult to obtain synergies emerging from stakeholder management. Consequently, the potential influence of the environmental strategy may not materialize into the development and deployment of stakeholder capabilities for micro-enterprises.

Very small firms do not avail themselves to enough information and may fail to recognize business benefits and opportunities (Mir & Feitelson, 2007; Oviatt & McDougall, 1994) in current or new export markets. In the case of the natural environment, micro-enterprises could fail to interpret new tendencies on markets in developed countries, such as increased environmental consciousness (Williams, 2007).

Finally, SMEs may want to capitalize on good reputation (e.g., obtaining an ISO 14001 certification) when seeking more export opportunities. Reputation or image, however, may not be a

relevant factor for very small firms. Micro-enterprises have been widely advised to avoid strategic leadership and instead to engage in guerrilla attacks (Glen & Hambrick, 1995). They may not find it relevant to establish a sustainable reputation for their internationalization efforts, as this reduces their interest in using a proactive environmental strategy. Such highly opportunistic behaviour may be more linked to micro-enterprises than to small and medium firms.

We therefore establish the following hypothesis:

Hypothesis 2. Firm size moderates the relationship between corporate environmental strategies and export intensity of SMEs, making this relationship stronger when the size of the enterprise increases, then the relationship between corporate environmental strategies and export intensity is the strongest in medium size enterprise, and is least strong in micro-enterprises.

5. Research methods

5.1. Sample

We selected the food industry for our analysis because of its important contribution to gross domestic product throughout the world. It accounts for 14.07% of Spain's manufacturing production, 13.6% of EU-15 manufacturing and 12.6% of US manufacturing.⁶ In Spain, the food products which have experienced the largest gains in terms of growth in recent years are non-alcoholic drinks, dairy products, juices and processed seafood (INE, 2006⁷). Total sales generate 14.0% of total sales in manufacturing in Spain. Export of food goods accounts for 14.1% of all manufacture goods exported by Spanish firms. It is also one of the largest manufacturing sectors in both the EU and the US, and has an important impact on the natural environment. The food industry's factory processes generate significant environmental impacts, such as noise, odours and effluents, as well as consume high levels of energy and water. Transportation is intensive as it relies on trucks, delivery vans and customers' cars. Disposal after consumption also generates an increasingly amount of waste and pollutants, such as plastics, papers, aluminium or organics by consumers. Firms in the food processing industry transform raw commodity inputs into various types of food products, such as canned or frozen foods, dairy products like cheeses, fats and oils, beverages, chocolates, spices and prepared or cured meats.

In order to meet the objectives of this study, we chose a single geographically defined sector in Spain. This removed any possible distortion arising from peculiarities of different sectors or the biases that various regulations or national aid and subsidy policies might introduce. Our sample comprises food companies located in Spain and involved in exports and was drawn from the Dun & Bradstreet (D&B) database. This population includes 1556 firms, mostly SMEs. The sample, made up of 156 organizations (10% of the target population), was obtained using the random sampling method. Ten firms were substituted from the original sample because they were beyond SME limits. We finally availed of complete data on 123 SMEs, larger than the sample size recommended by Murphy and Myers (1998), in order to have a power of .80, with $\alpha = .05$. The sampled firms had an average size of 54.66 employees. We did not find significant differences between the descriptive characteristics of firms finally included in the study (location, activities and size when available) and the original population.

⁵ See Chetty and Hamilton (1993) for a meta-analysis of firm-level determinants of export performance.

⁶ See Bureau of Economic Analysis (2005), Partos (2005) and Spanish Food and Beverages Manufacturing Association (2007).

⁷ INE, Instituto Nacional de Estadística, Spain National Statistic Institute.

The sampled firms export mostly to Western Europe (EU-15 plus Norway) (68.56% of total exports), but also to Latin-America (11.66%), the United States and Canada (6.92%), Africa (4.55%), Eastern Europe (4.32%), Japan, Australia and New Zealand (1.40%), and the remainder to Asia (2.58%).

5.2. Questionnaire

Multiple instruments were used to obtain the data for our research. First, we obtained objective data on firm size and export intensity from the Dun & Bradstreet database. Second, because data on SME environmental practices and performance are not available from published sources, we used a questionnaire to evaluate environmental strategies. We included questions on size and export intensity to ensure consistency in the answers compared with external information.

In order to construct and refine the questionnaire, we conducted interviews with a panel of experts in the food industry (including two academics, two consultants and two general managers) and pre-tests with managers of six different firms belonging to the food sector (these executives were not included in the final sampling). Having incorporated the suggested improvements, we generated the final questionnaire.

The questionnaire was completed by the CEO during a personal interview conducted by the survey company. The questionnaire was answered by 146 managers of different firms of which we availed of 123 firms with complete data.⁸ Typical in strategic and environmental research (e.g., Christmann, 2000; Cordano & Frieze, 2000; Flannery & May, 2000; Sharma, 2000), data were collected from the general managers because they are the most knowledgeable in relation to their organizations. Our questionnaire contains items referring to a wide range of firm areas and a company's CEO is the most knowledgeable person when it comes to answering questions about different aspects of the firm (Tomaskovic-Devey, Leiter, & Thompson, 1994). Additionally, in the case of small organizations, the views of the general manager may better capture a firm's approach than the views of several other respondents (Chandler & Hanks, 1993; Lyon, Lumpkin, & Dess 2000).

For data accuracy, we decided that the structured questionnaire should be completed via a personal interview with each informant to ensure the appropriate identity of those interviewed and their understanding of the questions. Analyses based on data gathered from SMEs by other means tend to be inconclusive because of very low response rates (Merrett, 1998) or difficulty interpreting answers to questions (Smith & Kemp, 1998). To reduce possible social desirability bias, we guaranteed that our analyses would be conducted at an aggregated level that would prevent identification of any one organization. The high and significant correlation between external information from the D&B database, and the self-evaluation of different variables suggest confidence and accuracy for the whole questionnaire.

5.3. Variable measurement

The questionnaire was constructed with previously validated scales obtained from the review of the literature, which were slightly adapted to the geographical context and to the activity of the sector. This adaptation was considered essential in all the pre-tests to ensure that the answers were as truthful as possible.

Proactive natural environmental strategy. We adopted the items used by Aragón-Correa (1998) to measure environmental proactivity. We added some new items that our panel of experts thought

Table 1

Means, standard deviations, and correlations.

	Mean	S.D.	(1)	(2)	(3)	(4)
(1) Age ^a	3.31	.69	1.00			
(2) Size ^a	3.18	1.24	.387***	1.00		
(3) Proactive environmental strategy	3.60	1.35	.044	.276***	1.00	
(4) Export intensity	34.88	29.01	-.158 [†]	-.041	.213**	1.00

^a Ln.

[†] $P < .1$.

** $P < .01$.

*** $P < .001$.

could help to measure firm environmental strategy within the food manufacturing sector. We eventually constructed an 18-item scale to evaluate firm environmental proactivity (Appendix A shows the items). A seven-point Likert scale was used. The interviewees were asked to assess the degree of development of their firms in relation to the environmental activities mentioned, and compared with their competitors. The final value of proactive environmental strategy of a firm was calculated using the mean of these 18 items. Cronbach's alpha for this scale was .915.

Export intensity. Katsikeas, Leonidou and Morgan (2000) reviewed the literature dedicated to the different ways of measuring export performance and found that the most commonly used ways refer to an export sales ratio. We chose this ratio because we were interested in checking the real importance of export activity for the firm, rather than managers' satisfaction with exports. Specifically, we used export intensity, defined as the value of exports as a fraction of total sales (Verwaal & Donkers, 2002). This data was drawn from the D&B database.

Firm size. This variable can be assessed according to diverse criteria or parameters. We decided to use the number of full-time employees as a proxy variable for firm size because it represents the firms' direct activity, as opposed to pure intermediation activity. This data was drawn from the D&B database and then transformed through calculation of its logarithm in order to fulfil the condition of normality required by our methodology.

Control variables. Some research suggests that age could affect the export process (e.g., Becchetti & Santoro, 2001; Javalgi, White, & Lee, 2000). Indeed, there have recently been different views regarding whether the export process is a gradual development and whether it is affected by the firm's age (see Moen & Servais, 2002). For these reasons, we considered it important to control this variable because it could influence the export intensity for our sampled firms. To measure the age of a firm, we counted the number of years since it was set up.

6. Analysis and results

We used moderated hierarchical regression analysis, introducing moderator effects as two-way interaction terms in the final step. We computed moderator effect of firm size in the influence of proactive environmental strategy on export intensity by multiplying each firm's size with its proactive environmental strategy (see Cohen & Cohen, 1984). To avoid collinearity, we mean-centred both independent and moderator variables (Venkatraman, 1989) prior to creating the interaction terms. The variance inflation factors (VIFs) associated with each regression coefficient were well below the recommended cut off of 10 and VIF values were not considerably larger than 1 suggesting no collinearity problems (Neter, Wasserman, & Kutner, 1990, pp. 409–410).⁹ Table 1 reports

⁸ Firms without missing data, including the data obtained from the D&B database.

⁹ The VIF values for last step range from 1.212 to 1.031, and the mean VIF was 1.128.

Table 2
Results of the moderated multiple regression analysis^a.

Variable	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
Intercept	56.605***	(4.484)	56.097***	(4.370)	40.996**	(2.949)	35.969**	(2.560)
Age	-6.571†	(-1.759)	-6.962†	(-1.711)	-6.242	(-1.565)	-4.697	(-1.161)
Size			.566	(.248)	-1.090	(-.469)	-1.329	(-.576)
Proactive environmental strategy					4.999**	(2.555)	4.858**	(2.481)
Size x Proactive environmental strategy							2.566†	(1.804)
F	3.093†		1.565		3.226†		3.279**	
R ²	.025		.025		.075		.100	
Change in R ²	.025†		.000		.050**		.025†	

^a Export intensity is the dependent variable. The values correspond to the non-standardized regression coefficients, with the *t*-values in brackets.

† *P* < .1.

* *P* < .05.

** *P* < .01.

*** *P* < .001.

the means, standard deviations and correlations between the variables analyzed.

In step 1, we regress export intensity on the control variable. In step 2 and 3, we introduce firm size and the proactive environmental strategy. The statistically significant increment in the variance explained ($\Delta R^2 = .050$) and the significant coefficient for the proactive environmental strategy show the strong influence of proactive environmental strategy on export intensity. Finally, in step 4, we add the interaction term. The R^2 is .10 for our final model, although this shows that the dependent variable is not completely explained by our independent variables, our aim using an hierarchical regression is to detect whether the independent variables are explained (significantly or not) to the dependent variable and the additional power explanation of each, as each one is introduced in each step or model. The difference between the R^2 s for models 4 and 3 is statistically significant, reflecting the existence of a significant moderation effect. The Significant coefficient of the interaction variable also reinforces the existence of moderation effects (Cohen & Cohen, 1984; Jaccard, Turrisi, & Wan, 1990). Table 2 shows the results of the regression analysis.

Following a proactive environmental strategy showed a positive and significant effect on export intensity at the average of the other variables. These results completely support our Hypothesis 1. Table 2 also shows the lack of direct influence of firm size on export intensity at the average level of the other variables for our sampled firms. This direct effect was not analyzed by our hypotheses because it was beyond our scope in this paper and is widely discussed in the previous literature. The

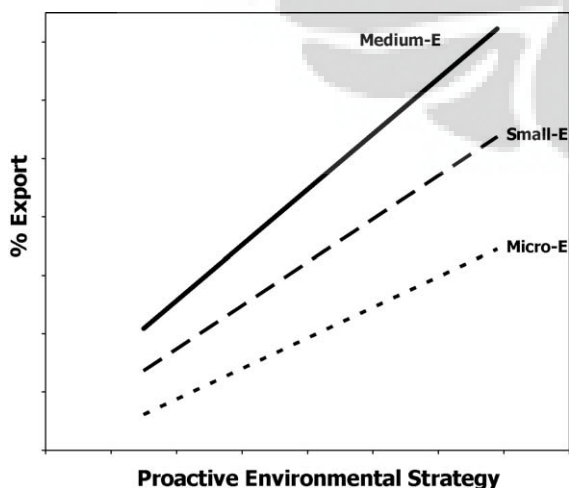


Fig. 1. The moderating effect of the firms' size on the relationship between proactive environmental strategy and export intensity.

control variable does not have a significant effect on our sampled firms.

As we previously noted, the moderation effect is significant. Firm size plays a moderating role in the relationship between innovative environmental strategy and export intensity. We undertook additional analysis to illustrate the nature of this moderation. We evaluated the effects of proactive environmental strategy on export intensity at medium (less than 250 employees), small (less than 50 employees) and micro-firms (less than 10 employees). We first plotted all the interactions using procedures outlined in Cohen, Cohen, West, and Aiken (2003) to visually check the nature of the moderation (see Fig. 1). This graphic representation indicates that the positive influence of proactive environmental strategy on export intensity gets stronger as firm size increases, and it is weaker for micro-firms. This confirms our Hypothesis 2.

7. Discussion, conclusions and future research

Our results show an unexplored view of SMEs as organizations with the potential to develop proactive environmental strategies, thus reinforcing their competitive performance. We found that proactive environmental strategies of SMEs positively influenced their export intensity, but that firm size moderates this positive influence. Specifically, there is an increased positive relationship between environmental proactivity and export intensity. This effect is stronger for medium enterprises than for smaller ones, but stronger for small enterprises than for micro-enterprises. This result shows that SMEs present similar behaviour to that of large firms, in the sense that proactive environmental strategy helps export performance, but this effect depends on size, and is more intense with an increase in size.

Our research contributes to the natural resource-based view (Hart, 1995) supporting the importance of environmental proactivity in generating positive implications in SMEs. The results empirically support the idea that the dynamic capability of proactive environmental strategies (Aragón-Correa & Sharma, 2003) may positively and significantly influence the export intensity of SMEs. These results suggest that possessing resources is a relevant but not a deterministic condition for developing a competitive strategy based on environmental proactivity. Hence, our results complement the traditional assumption that SMEs lack proactive environmental strategies due to scarcity of slack resources and highlight the importance of analyzing specific characteristics of different firms included under the label of SMEs.

Furthermore, our results show that the positive interactions between proactive environmental strategy and the internationalization process for the sampled SMEs coincide with those found for large companies in previous research (e.g., Christmann & Taylor, 2001). Although some researchers concerned with

organizational size have stated that what applies to large firms may not apply to small ones, recent research (e.g., Flannery & May, 2000), along with our own results show the opposite. We think believe that traditional arguments may be refitted here from the perspective of capabilities: large and SMEs obtain benefits from proactive environmental strategies; however, large firms and SMEs might avail of different opportunities to obtain those advanced environmental strategies.

Our results support the potential of using the resource-based view for analyzing SMEs: specifically, the results are coherent with those showing the potential of SMEs for using organizational capabilities in the process of improving their exports (e.g., Gumede, 2004; Hahti et al., 2005). Additionally, our results do not show any significant relationship between a firm's size and its export intensity. This offers more evidence on the lack of relationship between these two variables than previous research has suggested (e.g., Bonacorsi, 1992; Moen, 1999; Westhead, Wright, & Ucbasaran 2004; Wolf & Pett, 2000), adding more controversy to what already exists (see Verwaal & Donkers, 2002, for detailed review).

On one hand, our research does show the previously unexplored role played by firm size as a moderator of the relationship between proactive environmental strategy and export intensity. Firm size increases the likelihood of a positive relationship between proactive environmental strategy and export intensity. Medium enterprises may obtain more advantages than small ones from adopting a proactive environmental strategy in the internationalization processes of exporting, and small-enterprises more than micro-enterprise. In the other hand and despite these differences, our study illustrates how small firms can also obtain a competitive advantage from an environmental proactive position.

Micro-enterprises can take competitive advantage in the international area from proactive environmental strategy (Mir, 2008; Mir & Feitelson, 2007), but our results show that this effect is less accentuated for micro-enterprises than for larger SMEs. Micro-firms may have less chance to generate organizational capabilities from proactive environmental strategies, as their success in exporting—and in general business performance (Smith, 1999) – may depend more on other variables such as personal manager contacts (Andersen, 2006), manager characteristics (Westhead, Wright, & Ucbasaran, 2001) or use of co-operative strategies (Hahti et al., 2005).

7.1. Managerial relevance

Our results have implications for practitioners and governments. From a managerial viewpoint, this research demonstrates the key importance of environmental issues on a company's export development. Appropriate guidance, training and support might be necessary to effectively develop proactive environmental strategies in the export processes of SMEs.

Although proactive environmental strategies were traditionally more linked to the large corporations, our results show that SMEs may also obtain clear benefits in their internationalization progress. It was not analyzed by our paper, but SMEs might find more difficulties in making environmental progress due to lack of resources comparing with larger firms. However SMEs' managers might want to make an effort in order to implement sustainable strategies, because that effort may help to compensate the difficulties of the SMEs in obtaining competitive advantages in the international arena. Environmental progresses open international markets that might be more difficult for SMEs. Finally, it is important to keep in mind that managers should develop some practices that make more transparent the environmental practices developed by SMEs, such as the inclusion of information about the environmental practices of the firms in the product label.

From a governmental perspective, the results imply that government assistance should be tailored to meet the differing requirements of small and medium enterprises (attempting to implant proactive environmental strategies) and micro-firms (complying with environmental regulations). Both situations may suggest information to SMEs' managers in order to increase their understanding of the positive implications in proactive environmental strategies. For medium and small enterprise, for example, it might be a useful toolkit to resolve the main questions about environmental practices, strategies, and benefits, among others. For micro-enterprises, a check list to accomplish the environmental regulation would assist many of them that are not informed about this kind of regulation.

In any case, our results show that larger SMEs may obtain more emerging advantages from proactive environmental strategies. Promoting some kind of collaborative approach for micro-enterprises might be especially useful to balance the disadvantages of size.

7.2. Limitations and future recommendations

This study is not without limitations. This research only examines the relationships between environmental strategy dimensions and exports for a single industry and a single country. For these reasons, we caution against generalizing our results too widely, considering the business- and geography-related peculiarities of our sample. We must also highlight that our cross-sectional analysis cannot guarantee a specific direction of causality for the analyzed relationship between proactive environmental strategies and export intensity. Future longitudinal analyses should empirically reinforce the theoretical logic of our hypotheses.

In addition, while our R^2 is significant, 90% of variance is unexplained. This is due to the lack of consideration of other variables that explain exports, as cooperative strategy, knowledge intensity (e.g., Hahti et al., 2005), innovation (e.g., Ito & Pucik, 1993; Pla-Barber & Alegre, 2007), flexible capabilities (e.g. Lee et al., 2009), entrepreneurial orientation (e.g., Kuivalainen, Sundqvist, & Servais, 2007), managers' personal contacts (e.g., Andersen, 2006), business experience (e.g., Majocchi, Bacchiocchi, & Mayrhofer, 2005), etc. The reason why we did not include all these variables was mainly because our aim was not to explain completely the export intensity but to check the relationship between proactive environmental strategies and export intensity and the moderation effect of size in this relationship.

Despite these limitations, this study makes important contributions to the understanding of the relationship between proactive environmental strategies and export performance in SMEs. The finding that size plays a role even when only SMEs are highlights the importance to provide incentives for firms' environmental responsibility for the small and micro-enterprise in particular.

As proactive environmental strategy appears to be effective with regard to providing SMEs with competitive advantage (at least to intensifying their exports), greater attention should be paid to the environmental approaches of SMEs in the future. Although previous research has shown that large firms are often environmentally more proactive than smaller ones, paradoxically, many of the capabilities needed to develop proactive environmental approaches may be fostered by certain features of SMEs. Future work is needed in order to confirm the hypothesis that SMEs are at a resource disadvantage but not at a capability disadvantage in relation to environmental advances. With our study, we hope to contribute to clarifying this apparent contradiction and its important consequences for policy makers and practitioners.

Appendix A. Proactive environmental strategy

Please specify the degree of development of the following activities related to the environment in your firm on a scale from 1 to 7.

1: This issue is not developed here and we have not planned to do so in the near future, or even if we wished to do so, we have no plans to further respect the natural environment; 2: we have plans to do so in the long term; 3: we have short-term plans to do so; 4: we have started developing this issue; 5: we have made some progress in this area; 6: we are at quite an advanced stage of development of these practices; 7: we have fully developed this issue and are current leaders in the application of environmental practices).

1. Internal organization

1.1. Natural environmental aspects in administrative work (paper, toner recycling, etc.).

1.2. Periodic natural environmental audits.

1.3. Recycling of remain and waste produced by the organization.

1.4. Purchasing manual with ecological guidelines.

1.5. Natural environmental seminars for executives.

1.6. Natural environmental training for the firm's employees.

1.7. Total quality program including natural environmental aspects.

1.8. Prevention systems to cover possible environmental accidents and emergencies caused by the organization.

1.9. Natural environmental management manual for internal use.

2. Customers/suppliers

2.1. Sponsorship of natural environmental events.

2.2. Use of natural environmental arguments in marketing.

2.3. Natural environmental information and training programs for our distributors and customers.

3. Manufacturing

3.1. Filters and controls for emissions and discharges.

3.2. Systematic control of energy consumption so as to reduce the organization's demand.

3.3. Recycling of the water used by the organization with the purpose of re-using it in other processes and/or before evacuation down the drain.

3.4. Use of ecological ingredients in the manufacturing of our products.

4. Design

4.1. Natural environmental analysis of the product life-cycle (LCA).

4.2. Design of products and services according to ecological criteria (eco-design).

References

- Amit, R., & Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic asset and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14, 33–46.
- Andersen, P. H. (2006). Listening to the global grapevine: SME export managers' personal contacts as a vehicle for export information generation. *Journal of World Business*, 41, 81–96.
- Aragón-Correa, J. A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of Management Journal*, 41, 556–567.
- Aragón-Correa, J. A., & Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academy of Management Review*, 28, 71–88.
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Wagner, U. (2000). Examining determinants of export performance in small open economies. *Journal of World Business*, 35, 61–79.
- Baldwin, J. R., & Gellatly, G. (2003). *Innovation strategies and performance in small firms*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26, 197–218.
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43, 717–736.
- Becchetti, L., & Santoro, M. (2001). The determinants of small and medium-sized firm internationalization and its relationship with productive efficiency. *Review of World Economics*, 137, 297–319.
- Bell, J., Crick, D., & Young, S. (2004). Small firm internationalization and business strategy: An exploratory study of 'knowledge-intensive' and 'traditional' manufacturing firms in the UK. *International Small Business Journal*, 22, 23–56.
- Bellesi, F., Lehrer, D., & Tal, A. (2005). Comparative advantage: The impact of ISO 14001 environmental certification on exports. *Environmental Science & Technology*, 39, 1943–1953.
- Bianchi, R., & Noci, G. (1998). Greening SMEs competitiveness. *Small Business Economics*, 11, 269–281.
- Biondi, V., Iraldo, F., & Meredith, S. (2002). Achieving sustainability through environmental innovation: The role of SMEs. *International Journal of Technology Management*, 24, 612–626.
- Bonacorsi, A. (1992). On the relationship between firm size and export intensity. *Journal of International Business Studies*, 23, 605–656.
- Bowen, F. E. (2002). Does size matter? *Business and Society*, 41, 118–124.
- Bureau of Economic Analysis. (2005). *Value added by industry in current dollars as a percentage of gross domestic product 1947–2004*. Washington, DC: Department of Commerce.
- Buyse, K., & Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective. *Strategic Management Journal*, 24, 453–470.
- Cairncross, F. (1992). *Costing the earth: The challenge for governments, the opportunities for business*. Boston: Harvard Business School Press.
- Carlson-Skalak, S. (2000). E-media's global zero: Design for environment in a small firm. *Interfaces*, 30(3): 66–83.
- Céspedes-Lorente, J., Burgos-Jiménez, J., & Álvarez-Gil, M. J. (2003). Stakeholders' environmental influence: An empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Scandinavian Journal of Management*, 19, 333–358.
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1993). Measuring the performance of emerging business: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 8, 391–408.
- Chetty, S. K., & Hamilton, R. T. (1993). Firm-level determinants of export performance: A meta-analysis. *International Marketing Review*, 10(3): 26–34.
- Christmann, P. (2000). Effects of 'best practices' of environmental management on cost advantage: The role of complementary assets. *Academy of Management Journal*, 43, 663–680.
- Christmann, P. (2004). Multinational companies and the natural environment: Determinants of global environmental policy standardization. *Academy of Management Journal*, 47, 747–760.
- Christmann, P., & Taylor, G. (2001). Globalization and the environment: Determinants of firm self-regulation in China. *Journal of International Business Studies*, 32, 439–458.
- Cohen, J., & Cohen, P. (1984). *Applied multiple regression: Correlation analysis for the behavioral sciences* (second edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (third edition). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Cordano, M., & Frieze, I. H. (2000). Pollution reduction preferences of us environmental managers: Applying Ajzen's theory of planned behavior. *Academy of Management Journal*, 43, 627–643.
- Crick, D. (1995). An investigation into the targeting of U.K. export assistance. *European Journal of Marketing*, 29(8): 76–94.
- Davenport, S., & Bibby, B. (1999). Rethinking a national innovation system: The small country as SME. *Technology Analysis & Strategic Management*, 11, 431–462.
- Del Brio, J. A., & Junquera, B. A. (2003). Review of the literature on environmental innovation management in SMEs: Implications for public policies. *Technovation*, 23, 939–948.
- Dowell, G., Hart, S., & Yeung, B. (2000). Do corporate global environmental standards create or destroy market value? *Management Science*, 46, 1059–1074.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21, 1105–1121.
- Flannery, B. L., & May, D. R. (2000). Environmental ethical decision making in the US metal-finishing industry. *Academy of Management Journal*, 43, 642–662.
- Freel, M. S. (2000). Barriers to product innovation in small manufacturing firms. *International Small Business Journal*, 18, 60–80.
- Galdeano-Gomez, E., & Céspedes-Lorente, J. (2004). The effect of quality-environmental investment on horticultural firms' competitiveness. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 52, 371–386.
- Gerrans, P. A., & Hutchinson, W. E. (2000). Sustainable development and small and medium-sized enterprises: A long way to go. In R. Hillary (Ed.), *Small and medium-sized enterprises and the environment* (pp. 75–81). Sheffield: Greenleaf Publishing.
- Glen, M., & Hambrick, D. C. (1995). Speed, stealth, and selective attack: How small firms differ from large firms in competitive behavior. *Academy of Management Journal*, 38, 453–482.
- Grant, R. M. (1991). The resource-base theory of competitive advantage: Implication for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3): 114–135.
- Greening, D. W., & Gray, B. (1994). Testing a model of organizational response to social and political issues. *Academy of Management Journal*, 37, 467–498.
- Greenway, D., & Yu, Z. H. (2004). Firm-level interactions between exporting and productivity: Industry-specific evidence. *Review of World Economics*, 140, 376–392.
- Gumede, V. (2004). Export propensities and intensities of small and medium manufacturing enterprises in South Africa. *Small Business Economics*, 22, 379–389.

- Gupta, M., & Cawthon, G. (1996). Managerial implications of flexible manufacturing for small/medium-sized enterprises. *Technovation*, 16: 77–83.
- Haahti, A., Madupu, V., Yavas, U., & Babakus, E. (2005). Cooperative strategy, knowledge intensity and export performance of small and medium sized enterprises. *Journal of World Business*, 40: 124–138.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20: 986–1014.
- Hillary, R. (2000). *Small and medium-sized enterprises and the environment*. Sheffield: Greenleaf.
- INE, Instituto Nacional de Estadística (2006). [<http://www.ine.es>] Consulted on January, 2006.
- Ito, K., & Pucik, V. (1993). Research-and-development spending, domestic competition, and export performance of Japanese manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 14: 61–75.
- Jaccard, J., Turrisi, R., & Wan, C. K. (1990). *Interaction effects in multiple regression*. Newbury Park, CA: Sage.
- Javalgi, R. G., White, D. S., & Lee, O. (2000). Firm characteristics influencing export propensity: An empirical investigation by industry type. *Journal of Business Research*, 47: 217–228.
- Judge, W. Q., Jr., & Douglas, T. J. (1998). Performance implications of incorporating natural environmental issues into the strategic planning process: An empirical assessment. *Journal of Management Studies*, 35: 241–262.
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-level export performance assessment: Review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28: 493–511.
- King, A., & Lenox, M. (2000). Industry self-regulation without sanctions: The chemical industry's responsible care program. *Academy of Management Journal*, 43: 698–716.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., & Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42: 253–267.
- Lee, S. H., Beamish, P. W., Lee, H. U., & Park, J. H. (2009). Strategic choice during economic crisis: Domestic market position, organizational capabilities and export flexibility. *Journal of World Business*, 44: 1–15.
- Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (1996). The export development process: An integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27: 517–551.
- Lim, J. S., Sharkey, T. W., & Kim, K. I. (1991). An empirical test of an export adoption model. *Management International Review*, 31: 51–62.
- Lohr, L. (2001). Factors affecting international demand and trade in organic food products. In A. Regmi (Ed.), *Changing structure of global food consumption and trade. Report WRS-01-1*. Washington, DC: USDA Agriculture and Trade Department.
- Luo, Y. D. (2000). Dynamic capabilities in international expansion. *Journal of World Business*, 35: 355–378.
- Lyon, D. W., Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2000). Enhancing entrepreneurial orientation research: Operationalizing and measuring a key strategic decision making process. *Journal of Management*, 26: 1055–1085.
- Majocchi, A., Bacchiocchi, E., & Mayrhofer, U. (2005). Firm size, business experience and export intensity in SMEs: A longitudinal approach to complex relationships. *International Business Review*, 14: 719–738.
- Majumdar, S. K., & Marcus, A. A. (2001). Rules versus discretion: The productivity consequences of flexible regulation. *Academy of Management Journal*, 44: 170–179.
- Marcus, A. A., & Anderson, M. H. (2006). A general dynamic capability: Does it propagate business and social competencies in the retail food industry? *Journal of Management Studies*, 43: 19–46.
- Marcus, A., & Geffen, D. (1998). The dialectics of competency acquisition: Pollution prevention in electric generation. *Strategic Management Journal*, 19: 1145–1168.
- Marshall, L. (1998). *Economic instruments and the business use of energy*. London: HM Treasury.
- McEvily, B., & Marcus, A. (2005). Embedded ties and the acquisition of competitive capabilities. *Strategic Management Journal*, 26: 1033–1055.
- McKeiver, C., & Gadenne, D. (2005). Environmental management systems in small and medium business. *International Small Business Journal*, 23: 513–537.
- Merritt, J. Q. (1998). EM into SME won't go: Attitudes, awareness and practices in the London Borough of Croydon. *Business Strategy and the Environment*, 7: 90–100.
- Mir, D. F. (2008). Environmental behavior in Chicago automotive repair micro-enterprises (MEPs). *Business Strategy and the Environment*, 17: 194–207.
- Mir, D. F., & Feitelson, E. (2007). Factors affecting environmental behavior in micro-enterprises: Laundry and motor vehicle repair firms in Jerusalem. *International Small Business Journal*, 25: 383–415.
- Moen, Ø. (1999). The relationship between firm size, competitive advantages and export performance revisited. *International Small Business Journal*, 18: 53–72.
- Moen, Ø., & Servais, P. (2002). Born global or gradual global? Examining the export behavior of small and medium-sized enterprises. *Journal of International Marketing*, 10(3): 49–72.
- Moon, J., & Lee, H. (1990). On the internal correlates of export stage development: An empirical investigation in the Korean electronics industry. *International Marketing Review*, 7(5): 16–26.
- Murphy, K. R., & Myers, B. (1998). *Statistical power analysis: A simple and general model for traditional and modern hypothesis tests*. Mahwah, NJ: L Erlbaum Associates.
- Narula, R. (2004). R&D collaboration by SMEs: New opportunities and limitations in the face of globalisation. *Technovation*, 24: 153–161.
- Neht, C. (1998). Maintainability of first mover advantages when environmental regulations differ between countries. *Academy of Management Review*, 23: 77–97.
- Neter, J., Wasserman, W., & Kutner, M. H. (1990). *Applied linear statistical models* (third edition). Boston, MA: Irwin.
- Noori, H., & Chen, C. L. (2003). Applying scenario-driven strategy to integrate environmental management and product design. *Production and Operations Management*, 12: 353–368.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25: 45–64.
- Pangarkar, N. (2008). Internationalization and performance of small- and medium-sized enterprises. *Journal of World Business*, 43: 475–485.
- Partos, L. (15/04 2005). European food industry 2002: The facts and figures. *Product & Supplier News*.
- Patton, D., & Worthington, I. (2003). SMEs and environmental regulations: A study of the UK screen-printing sector. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 21: 549–566.
- Petts, J. (2000). The regulator: Regulated relationship and environmental protection: Perceptions in small and medium-sized enterprises. *Environment and Planning C*, 18: 191–206.
- Petts, J., Herd, A., & O'heocha, M. (1998). Environmental responsiveness, individuals and organizational learning: SME experience. *Journal of Environmental Planning and Management*, 41: 711–731.
- Pla-Barber, J., & Alegre, J. (2007). Analysing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry. *International Business Review*, 16: 275–293.
- Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4): 97–118.
- Raines, S. S. (2002). Implementing ISO-14001: An international survey assessing the benefits of the certification. *Corporate Environmental Strategy*, 9: 418–426.
- Rangone, A. (1999). A resource-based approach to strategy analysis in small-medium sized enterprises more options. *Small Business Economics*, 12: 233–248.
- Roome, N. (1992). Developing environmental management strategies. *Business Strategy and the Environment*, 1: 11–24.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1998). Corporate strategy and international environmental policy. *Journal of International Business Studies*, 29: 819–834.
- Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*, 40: 534–559.
- Rutherford, R., Blackburn, R. A., & Spence, L. J. (2000). Environmental management and the small firm: An international comparison. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6: 310–325.
- Salomon, R., & Shaver, J. M. (2005). Export and domestic sales: Their interrelationship and determinants. *Strategic Management Journal* 26 885–871.
- Schaper, M. (2002). Small firms and environmental management: Predictors of green purchasing in Western Australian pharmacies. *International Small Business Journal*, 20: 235–251.
- Schiffer, M., & Weder, B. (2001). *Firm size and the business environment: Worldwide survey results*. Washington, DC: World Bank. (Discussion paper, no. 43).
- Scott, A. (1990). *Ideology and the new social movements*. London: Unwin Hyman.
- Sharma, S. (2000). Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. *Academy of Management Journal*, 43: 681–697.
- Sharma, S. (2001). Different strokes: The effect of different regulatory styles on environmental strategy in the North American oil and gas industry. *Business Strategy and Environment*, 10: 344–364.
- Sharma, S., & Henriques, I. (2005). Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry. *Strategic Management Journal*, 26: 159–180.
- Sharma, S., & Vredenburg, H. (1998). Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities. *Strategic Management Journal*, 19: 729–753.
- Sharma, S., Aragón-Correa, J. A., & Rueda-Manzanares, A. (2007). The contingent influence of organizational capabilities on proactive environmental strategy in the service sector: An analysis of North American and European ski resorts. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 24: 268–283.
- Smith, D. (1997). Small is beautiful, but difficult towards cost-effective research for small businesses. *Journal of the Market Research Society*, 39: 275–291.
- Smith, J.A. (1999). The behaviour and performance of young micro firms: Evidence from businesses in Scotland. *Small Business Economics*, 13: 185–200.
- Smith, M. A., & Kemp, R. (1998). *Small firms and the environment 1998: A grounded report*. Birmingham: Groundwork.
- Spanish Food and Beverages Manufacturing Association. (2007). *Informe Económico 2007*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Suárez-Ortega, S. (2003). Export barriers. Insights from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 21: 403–419.
- Taylor, N., Barker, K., & Simpson, M. (2003). Achieving 'sustainable business': A study of perceptions of environmental best practice by SMEs in South Yorkshire. *Environment and Planning C*, 21: 89–105.
- Tilley, F. (2000). Small firm environmental ethics: How deep do they go? *Business Ethics: A European Review*, 9(1): 31–41.
- Tomaskovic-Devey, D., Leiter, J., & Thompson, S. (1994). Organizational survey non-response. *Administrative Science Quarterly*, 39: 439–457.
- UNEP. (2004). *UNEP annual report* URL (October, 2005): <http://www.earthprint.com/show.htm>.
- United States Department of Commerce. (2008). *A profile of U.S. exporting companies, 2005–2006* URL (May 2009): <http://www.census.gov/foreign-trade/Press-Release/edb/2006/edbrel.pdf>.
- Venkatraman, N. (1989). The concept of fit in strategy research: Toward verbal and statistical correspondence. *Academy of Management Review*, 14: 423–444.
- Verwaal, E., & Donkers, B. (2002). Firm size and export intensity: Solving an empirical puzzle. *Journal of International Business Studies*, 33: 603–613.
- Wagner, J. (2001). A note on the firm size-export relationship. *Small Business Economics*, 17: 229–237.

- Westhead, P., Wright, M., & Ucbasaran, D. (2001). The internationalization of new and small firms: A resource-based view. *Journal of Business Venturing*, 16: 333–358.
- Westhead, P., Wright, M., & Ucbasaran, D. (2004). Internationalization of private firms: Environmental turbulence and organizational strategies and resources. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16: 501–522.
- Williams, A. (July 2007). Buying into the green movement. *The New York Times*, 1: 91 [Late edition (East Coast)].
- Williamson, D., & Lynch-Wood, G. (2001). A new paradigm for SME environmental practice. *TQM Magazine*, 13: 424–432.
- Williamson, D., Lynch-Wood, G., & Ramsay, J. (2006). Drivers of environmental behaviour in manufacturing SMEs and the implication for CSR. *Journal of Business Ethics*, 67: 317–330.
- Winn, M. I., & Angell, L. C. (2000). Towards a process model of corporate greening. *Organization Studies*, 21: 1119–1147.
- Wolf, J., & Pett, T. (2000). Internationalization of small firms: An examination of export competitive patterns, firm size, and export performance. *Journal of Small Business Management*, 38: 34–47.
- World Bank. (2009). *World development indicators*. Washington, DC: World Bank Publications.
- Worthington, I., & Patton, D. (2005). Strategic intent in the management of the green environment within SMEs. *Long Range Planning*, 38: 197–212.
- Yang, C. H., Chen, J. R., & Chuang, W. B. (2004). Technology and export decision. *Small Business Economics*, 22: 349–364.



Lampiran 2 : Hasil Wawancara

Nara Sumber : Ibu Siti Nurhandiah (Pemilik CV. Multi Dimensi)

Tempat Wawancara : Jakarta

Tanggal Wawancara : 25 September 2011

Pertanyaan dan Jawaban :

1. Apa yang Bapak/ Ibu ketahui tentang Manajemen Lingkungan Hidup (*Eco Friendly*)? *Pengelolaan dan aktivitas yang memperhatikan lingkungan hidup, yang terpikir di kepala saya ramah lingkungan dan pihak manajemen memperdulikan lingkungan hidup*

Tau ga kalo ISO udah ngeluarin ISO 14005 khusus sertifikasi MLH buat UKM?

Kurang tau, belum pernah dengar.

2. Bagaimanakah proses internal organisasi UKM Bapak/Ibu? (Internal Management Process), Apakah ada proses internal organisasi UKM Bapak/ Ibu yang terkait dengan peduli lingkungan hidup secara proaktif? Berapa pegawai tetap di manajemen? Berapa pegawai pengrajin?

SDM (pegawai manajemen) 20 Orang, pengrajin 500 orang. Untuk ngembangin SDM, kita biasanya ikut pelatihan kalau ada undangan dari pemerintah ataupun mungkin kewajiban dari pemerintah saja. Kecuali kalau training untuk melatih ketrampilan untuk memenuhi desain yang diminta oleh buyer. Ada desain yang rumit dan lain sebagainya. Tapi biasanya itu dilatih sama Ibu.

Kalo yang berhubungan sama manajemen lingkungan hidup?

Biasanya sih kita pake barang-barang itu seminim mungkin dengan cost. Pokoknya ya minimalisir cost saja sih. Misalnya, listrik Cuma buat komputer <10 unit, telp, lampu. Penggunaan air diminimalisir dengan toilet yang terbatas tapi cukup. Pemakaian kardus secara berulang, gunting ataupun alat lain juga dibenerin atau misalnya kardus ya kami simpan di gudang. Termasuk lem. Biasanya kami pake lem dari produksi, atau gunting yang udah ga bisa dipake, kami asah lagi biar bisa dipake lagi.

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

Pernah ikut atau mengadakan training tentang MLH?

Pernah, tapi dari pemerintah. Karena memang harusnya itu yang bikin ya pemerintah dan urusan pemerintah sih.

3. Bagaimanakah proses eksternal organisasi UKM Bapak/Ibu, terkait dengan *buyer*, *distributor* dan *supplier*? Apakah ada proses eksternal organisasi UKM Bapak/ Ibu yang terkait dengan penerapan peduli lingkungan hidup secara proaktif?

Biasanya buyer punya requirement apa yang harus kami ikuti, dan dari situ kami ikutin aja, selama kami udah deal masalah cost dan segala macamnya. Nanti dari situ kami seleksi material sesuai requirement, biasanya mereka punya standarisasi yang beda-beda. Bukan ISO sih, karena biasanya mereka punya kriteria tersendiri, misalnya lem resin yang digunain ataupun asam HCL yang kami pake buat bersihin kerang, apakah itu safe dan ramah lingkungan. Biasanya buyer kasih kita kuesioner yang harus diisi ataupun test produk di cilandak situ. Ada juga dari buyer lampu kami yang minta license kelistrikan itu, itu namanya CE untuk eropa atau UL untuk buyer dari US atau UK.

Dari semua buyer Ibu, kira2 berapa persen yang minta sertifikasi semacam itu?

Sekitar 50%, biasanya ya itu US, UK sama Negara Eropa. Kalo lem resin biasanya yang ekstrim itu dari Rusia. Mereka perhatiin banget lem resin jenis apa yang kta gunain karna faktor cuaca di Rusia, inti nya ya buat memperpanjang Life-Cycle dari produk itu juga.

4. Bagaimanakah proses produksi yang berjalan di UKM Bapak/ Ibu? Apakah ada proses produksi yang berjalan di UKM Bapak/ Ibu yang terkait dengan penerapan peduli lingkungan hidup secara proaktif?

Proses produksi biasa ya itu, buyer minta desain atau catalog desain, nanti kalo ada yang mereka suka, mereka order tapi biasanya kalo barangnya itu berhubungan sama

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

product safety seperti piring atau lampu yang berhubungan sama keselamatan atau rentan bermasalah dengan regulasi pemerintah mereka ya mereka minta sertifikasi produk dulu. Tapi semuanya dituntun sama mereka

Gimana UKM Ibu mengolah sampah produksi, penggunaan air?

Kita pake air tanah, untuk cuci kerang kita pake asam HCL yang aman dan itu habis pakai, jadi ga sampe ke tanah. Untuk listrik, kita ga pake listrik kecuali percobaan listrik atau stop kontak untuk produk elektronik kami, seperti lampu hias atau proses oven. Untuk sampah kami dari dulu mengolah limbah bahkan bahan baku kami itu ya dari sampah kerang pasar.

5. Bagaimanakah proses desain produk UKM Bapak/ Ibu? Apakah bapak/ Ibu mengetahui tentang analisis siklus produk? Apakah diterapkan di UKM Bapak/ Ibu?

Untuk analisis siklus produk, kita seleksi material sesuai permintaan buyer dan yang penting umur produk itu panjang dan gampang rusak, jadi kalo bisa ya long lasting. Kalo untuk sampe analisis ke masa habis pakainya ya belum sampe kesitu. Karena justru kami buat produk yang unruk dipake selamanya, buat barang pake-buang.

6. Menurut Bapak/ Ibu, apakah penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup dapat mempengaruhi jumlah order barang yang diekspor?

Pengaruh banget sih, karena ya permintaan buyer itu ya yang ramah lingkungan, peduli udah lingkungan yang seperti itu.

Berarti Ibu hanya menerapkan manajemen lingkungan hidup karena bersikap reaktif saja? Itu sudah pasti, tapi mungkin ya itu pas di awal aja. Sekarang karena udah tau apa yang mereka mau jadi ya kita udah prepare di awal, jatohnya ya jadi proaktif juga kan? Soalnya itu juga bisa jadi salah satu poin plus buat kami ketika kami ikut pameran yang pasti para buyer asing itu bertanya tentang sertifikasi keselamatan. Dan walaupun kami

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

begini karena utk minimalisir cost sih dan biasanya mereka kalo kita bilang itu dari pengolahan sampah kerang pasti tertarik. Itu udah kayak kata emas kami kalo mau masarin produk ke buyer asing sih.



Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

Nara Sumber : Ibu Ayu Husodo
(Pemilik UKM Strawberry Patch dan Aktif memberikan pelatihan tentang kegiatan ekspor-impor UKM kepada pemilik dan pengelola UKM)

Tempat Wawancara : Jakarta

Tanggal Wawancara : 27 September 2011

Pertanyaan dan Jawaban :

1. Apa yang Ibu ketahui tentang Manajemen Lingkungan Hidup (*Eco Friendly*)? *Pengelolaan lingkungan hidup di sekitar tempat produksi yang berhubungan dengan G0-Green dan aktivitas ramah lingkungan.*

Tau ga kalo ISO udah ngeluarin ISO 14005 khusus sertifikasi MLH buat UKM?

Pernah mendengar, tapi tidak terlalu jelas. Saya hanya pernah dengar dari pihak Pembina UKM dari Pemerintah, tetapi belum ada kelanjutannya hingga saat ini.

2. Bagaimanakah proses internal organisasi UKM Bapak/Ibu? (Internal Management Process), Apakah ada proses internal organisasi UKM Bapak/ Ibu yang terkait dengan peduli lingkungan hidup secara proaktif? Berapa pegawai tetap di manajemen? Berapa pegawai pengrajin?

SDM (pegawai manajemen) 6 Orang, pengrajin sekitar 20 orang. Secara internal saya menerapkan penghematan penggunaan air, namun untuk listrik, UKM saya tidak dapat membatasi penggunaan karena kami berhubungan dengan buyer melalui surat elektronik seperti e-mail dan fax, namun penggunaan tetap dikontrol. Selain itu saya menerapkan kepedulian terhadap lingkungan kepada semua karyawan dan pengrajin saya. Contoh nyata, semua furniture kantor saya adalah barang bekas yang saya beli di pasar loak. Bagi saya, selama masih layak guna, mengapa tidak? Selain lebih murah, tampilan ruangan kantor tampak lebih unik.

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

Kalo yang berhubungan sama manajemen lingkungan hidup?

Biasanya sih kita pakai bahan baku hingga habis dan tidak bersisa. Lalu untuk sampah, kami olah atau daur ulang agar berguna, walaupun tidak semuanya.

Pernah ikut atau mengadakan training tentang MLH?

Pernah satu kali pada januari 2011 kemarin dari pemerintah. Namun belum ada kelanjutan yang berarti hingga saat ini.

3. Bagaimanakah proses eksternal organisasi UKM Bapak/Ibu, terkait dengan *buyer*, *distributor* dan *supplier*? Apakah ada proses eksternal organisasi UKM Bapak/ Ibu yang terkait dengan penerapan peduli lingkungan hidup secara proaktif?

Biasanya buyer mengetahui info tentang kami dari pameran atau dari mulut ke mulut, setelah itu biasanya kami buat sample dan order bahan baku ke supplier. Buyer biasanya punya requirement tertentu. Setelah deal segala sesuatunya barulah kami produksi. Untuk yang berhubungan dengan lingkungan hidup, biasanya buyer yang memesan dalam skala besar datang ke rumah produksi untuk melihat bagaimana jalannya produksi. Biasanya pada saat itu, pembeli kami pasti berkomentar tentang kebersihan, kerapihan dan keadaan lingkungan di sekitar UKM kami.

Dari semua buyer Ibu, kira2 berapa persen yang minta sertifikasi semacam itu?

Tidak, mereka lebih mengutamakan keadaan secara nyata dengan datang melihat rumah produksi kami. Hal ini juga terjadi karena bahan baku kami bukan berasal dari bahan baku yang dilindungi seperti kayu.

4. Bagaimanakah proses produksi yang berjalan di UKM Bapak/ Ibu? Apakah ada proses produksi yang berjalan di UKM Bapak/ Ibu yang terkait dengan penerapan peduli lingkungan hidup secara proaktif?

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

Proses produksi dilakukan setelah turun PO dari sample yang telah dikonfirmasi oleh buyer, setelah pengecekan kualitas dan kuantitas bahan baku, maka kami membuat pola dan memulai produksi sesuai dengan kuantitas pemesanan. Biasanya kami memakai gunting hingga berulang, gunting dipakai hingga sudah benar-benar tidak layak guna. Batas asah biasanya 3 kali diasah. Lalu untuk bahan perca sisa produksi kami gunakan hingga habis. Kami mengusahakan ada model atau produk yang dapat kami buat dari sisa bahan tersebut.

Gimana UKM Ibu mengolah sampah produksi, penggunaan air?

Untuk sampah produksi kami memisahkan antara sampah bahan baku, alat perkakas dengan sampah lainnya.

5. Bagaimanakah proses desain produk UKM Bapak/ Ibu? Apakah bapak/ Ibu mengetahui tentang analisis siklus produk? Apakah diterapkan di UKM Bapak/ Ibu?
Analisa siklus produk itu setau saya adalah bagaimana pengerjaan sebuah produk dari pemilihan bahan baku hingga barang itu dibuang oleh pembeli.
6. Menurut Bapak/ Ibu, apakah penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup dapat mempengaruhi jumlah order barang yang diekspor?
Tentu saja berpengaruh, buyer lebih suka dengan UKM yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup. Karena dengan demikian, kemungkinan adanya bencana ataupun masalah lingkungan hidup kurang lebih dapat berkurang.

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

Nara Sumber : Mr. Mohamedi Sham
(Pelaku Kegiatan Impor Produk Kerajinan Tangan Indonesia
untuk Timur Tengah dan Pemilik Essajee & Son Company)

Tempat Wawancara : Jakarta

Tanggal Wawancara : 27 September 2011

Pertanyaan dan Jawaban :

1. Apa yang Bapak/ Ibu ketahui tentang Manajemen Lingkungan Hidup (*Eco Friendly*)?
Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan hidup dengan sistem ramah lingkungan

Apa yang anda ketahui tentang ISO 14001 dan ISO 14005?

Standardisasi mengenai sistem produksi dan manajemen yang berhubungan dengan lingkungan hidup di sekitar perusahaan

2. Apa yang Bapak/ Ibu ketahui terkait dengan kepedulian UKM terhadap lingkungan hidup secara proaktif?

UKM yang peduli dengan lingkungan hidup adalah UKM yang melakukan pengelolaan terhadap kebersihan lingkungan hidup sekitar perusahaannya. Contohnya pengolahan sampah, kontrol penggunaan listrik dan air. Menurut saya, apabila hal tersebut berhubungan pula dengan cost efficiency dari perusahaan.

Pernah ikut atau mengadakan training tentang Lingkungan Hidup?

Belum pernah, hanya membaca beberapa referensi.

3. Apakah pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif di lingkungan UKM eksportir merupakan hal yang penting bagi perusahaan bapak?

Tentu saja dapat menjadi hal yang penting ketika hal ini berkaitan dengan biaya dan resiko yang terjadi akibat adanya masalah yang tak terduga dari adanya masalah lingkungan hidup seperti banjir, longsor dan kekhawatiran lainnya. Selain itu, kelayakan

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

dan kebersihan pabrik tempat produksi yang memproduksi barang yang kami beli menjadi salah satu poin utama bagi perusahaan kami.

4. Apakah penerapan pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif dalam proses produksi yang berjalan di perusahaan eksportir partner Bapak adalah sebuah hal penting? Khususnya untuk masalah sertifikasi?

Cukup penting, namun untuk masalah sertifikasi, kecuali untuk sertifikasi untuk segala sesuatu yang berhubungan dengan bahan baku kayu, keamanan lem dan standardisasi peralatan elektrik (saklar lampu, dll) saya rasa tidak terlalu krusial. Biasanya pihak kami melakukan kunjungan ke pabrik tempat produksi saja untuk melihat kebersihan dan keadaan pabrik.

5. Apakah penting desain produk ramah lingkungan bagi pasar?

Bagi kami para pembeli, segala sesuatu yang unik seperti furnitur yang terbuat dari kerang dan koran bekas adalah hal yang sangat unik. Pelanggan kami biasanya sangat memperhatikan keunikan desain dari produk tanpa bertanya bagaimana proses pembuatannya. Kalaupun ada, hanya beberapa.

6. Menurut Bapak/ Ibu, apakah penerapan strategi pengelolaan lingkungan hidup dapat mempengaruhi jumlah order barang?

Isu lingkungan hidup sedang banyak dibicarakan, barang-barang daur ulang dengan desain yang unik sangat disukai pasar. Jadi hal tersebut secara tidak langsung cukup berpengaruh bagi jumlah order dari pembeli.

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

Nara Sumber : Bp. Temmy Satya Permana S.Si
(Kepala Bagian Pusat Data Biro Perencanaan KKUKM)

Tempat Wawancara : Jakarta

Tanggal Wawancara : 1 Oktober 2011

Pertanyaan dan Jawaban :

1. Apa yang Bapak/ Ibu ketahui tentang Manajemen Lingkungan Hidup (*Eco Friendly*)? *Pengelolaan lingkungan hidup secara berkelanjutan dan berkesinambungan dari pihak internal dan eksternal di sekitar tempat UKM*

Apa yang anda ketahui tentang ISO 14001 dan ISO 14005?

Standardisasi dunia tentang pengelolaan lingkungan hidup. Kalau 14005 adalah ISO 14001 yang diterapkan bagi UKM

2. Apa yang Bapak/ Ibu ketahui terkait dengan kepedulian UKM terhadap lingkungan hidup secara proaktif? *Hal ini sudah banyak berkembang di UKM Indonesia. Contohnya mereka memilih bahan baku ramah lingkungan untuk membuat produk unggulan yang sudah banyak diekspor ke Negara asing.*

Apakah pihak Pemerintah pernah mengadakan training tentang Lingkungan Hidup?

Sering, hal ini sudah dilakukan sebagai salah satu tema dalam program pelatihan ketrampilan bagi UKM Indonesia

3. Apakah dukungan nyata yang telah dilakukan bagi UKM sehubungan dengan isu lingkungan hidup? *Kami membina UKM dari mulai program pendukung bagi UKM. Lalu kami memberikan kemudahan untuk data dan informasi mengenai lingkungan hidup bagi UKM.*

Lampiran 2 : Hasil Wawancara (Lanjutan)

4. Apakah ada dukungan nyata pemerintah bagi penerapan pengelolaan lingkungan hidup secara proaktif? Contohnya masalah sertifikasi?

Untuk masalah pengelolaan lingkungan hidup dan sertifikasi, sudah beberapa kali kami melakukan program pelatihan, namun untuk subsidi, kami belum ada program tersebut.

5. Menurut Bapak, apakah penting desain produk ramah lingkungan bagi pasar UKM?

Saya melihat kecenderungan pasar internasional sedang mengarah ke arah demikian, jadi menurut saya hal tersebut dapat membuat UKM menjadi unggul di pasar. Asalkan tetap sesuai dengan regulasi. Contohnya saja, untuk pemakaian bahan baku kayu, sudah ada tata caranya.

KATA PENGANTAR

Responden yang terhormat ,

Pada saat ini saya Widya Savitri, mahasiswi Program Ekstensi, Jurusan Manajemen UKM, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia sedang melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Penerapan Strategi Pengelolaan Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor”**. Adapun penelitian tersebut saya fokuskan pada usaha kecil dan menengah pelaku ekspor kerajinan tangan yang menjadi peserta pameran *Trade Expo Indonesia* yang diadakan pada tanggal 19 – 23 Oktober 2011 di Area JIexpo, Kemayoran Jakarta. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan partisipasi Bapak / Ibu untuk menilai setiap pernyataan yang telah saya siapkan yang menggambarkan persepsi Bapak / Ibu saat ini yang berkaitan dengan usaha yang sedang Bapak / Ibu lakukan.

Kuesioner ini bukan suatu ujian atau tes penilaian. Kuesioner ini tidak pula dimaksudkan untuk mengukur atau mencari kesalahan diri / perusahaan Anda, melainkan hanya merupakan alat untuk memperoleh data yang dapat kami gunakan untuk mengungkap strategi pemasaran internasional dalam rangka ikut meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah pelaku ekspor kerajinan tangan di Indonesia.

Sebelumnya saya sampaikan ucapan terima kasih atas kerjasama dan partisipasi Bapak / Ibu sekalian, semoga kerjasama ini dapat menghasilkan manfaat besar bagi pengembangan ilmu dan praktek manajemen, khususnya bagi usaha kecil dan menengah di Negara kita tercinta.

Hormat saya ,

Widya Savitri

Ph.081807373079

Email:widyasavitri@hotmail.com

Lampiran 3 : Kuesioner

No.Kuesioner:.....

KUESIONER

I. SCREENING QUESTIONS

1.1 Apakah usaha anda bergerak di bidang usaha kerajinan tangan?

- Ya Tidak

Apabila jawaban anda Ya, lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya. Jika jawaban anda Tidak, silahkan berhenti disini.

1.2 Apakah anda adalah pemilik atau pengelola dari usaha ini?

- Ya Tidak

Apabila jawaban anda Ya, lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya. Jika jawaban anda Tidak, silahkan berhenti disini.

II. PERTANYAAN UMUM

2.1 Nama Usaha :

2.2 Alamat Tempat Usaha :

2.3 No.Telp :

2.4 Alamat Website/ E-Mail Perusahaan (Jika ada) :

2.5 Produk Utama :

2.6 Lama usaha beroperasi :

2.7 Hasil penjualan rata-rata per-bulan:

2.8 Jumlah Pekerja Tetap:..... Jumlah Pekerja Tidak Tetap :.....

2.9 Berapakah kekayaan bersih yang dimiliki usaha anda? Hint: Kekayaan adalah seluruh harta atau aset dikurangnya hutang atau kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

(Pilih salah satu)

- a. \geq Rp50.000.000 sampai Rp250.000.000
- b. $>$ Rp250.000.000 sampai Rp 500.000.000
- c. $>$ Rp500.000.000 sampai Rp1.500.000.000
- d. $>$ Rp.1.500.000.000 sampai \leq Rp2.500.000.000

2.10 Apakah usaha memiliki sertifikasi ramah lingkungan untuk bahan baku ataupun produk anda?

- Ya, Sebutkan:

Nama Sertifikat	Instansi Yang Mengeluarkan	Tahun	Keterangan

- Tidak

Lampiran 3 : Kuesioner (Lanjutan)

III. PERTANYAAN KUESIONER

Dibawah ini terdapat 3 bagian dari sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan penelitian tentang: **“Analisis Pengaruh Penerapan Strategi Pengelolaan Lingkungan Hidup Proaktif terhadap Kinerja Ekspor UKM Eksporthir Kerajinan Tangan Indonesia 2011”**. Silahkan Bapak/ Ibu memberi tanda silang (x) nilai terdekat yang mencerminkan bobot penilaian anda terhadap butir pertanyaan / pernyataan yang ada, skala penilaian adalah 1 hingga 6 yaitu, skala 1: Sangat Tidak Setuju, 2: Tidak Setuju, 3: Kurang Setuju, 4: Agak Setuju, 5: Setuju, 6: Sangat Setuju.

3.1 STRATEGI PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP PROAKTIF

Berikan tanggapan anda tentang kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan hidup di perusahaan anda

3.1.1 Internal Perusahaan

- a. UKM kami melakukan penghematan pemakaian kertas dan alat tulis untuk kegiatan administrasi.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- b. UKM kami melakukan sistem isi ulang untuk barang yang dapat diisi ulang.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- c. UKM kami melakukan penghematan pemakaian listrik untuk lampu, komputer, telepon dan alat elektronik lainnya untuk keperluan administrasi.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- d. UKM kami melakukan penghematan pemakaian air untuk keperluan kantor seperti air minum dan air keran toilet.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- e. UKM kami melakukan kontrol untuk pemakaian barang termasuk listrik dan air secara berkala.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- f. UKM kami sering melakukan program pelatihan dengan tema lingkungan hidup untuk para pekerja

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Lampiran 3 : Kuesioner (Lanjutan)

- g. UKM kami memiliki tata cara tertulis untuk penanganan barang sisa dan limbah.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.1.2 Eksternal Perusahaan

- a. Pembeli produk kami sangat mendukung program peduli lingkungan hidup

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- b. Pemasok kami sangat mendukung program peduli lingkungan hidup.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- c. Distributor kami sangat mendukung program peduli lingkungan hidup.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- d. UKM kami menggunakan kepedulian terhadap lingkungan hidup sebagai jargon pemasaran produk kami.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- e. Pembeli dari Negara asing yang ingin membeli produk UKM kami selalu meminta sertifikasi ramah lingkungan untuk produk UKM kami.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- f. Pembeli kami sering menyediakan informasi tentang lingkungan hidup.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- g. Pemasok kami sering menyediakan informasi tentang lingkungan hidup.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- h. Pemasok kami selalu menyediakan sertifikasi ramah lingkungan dari bahan baku yang kami butuhkan

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- i. Distributor kami sering menyediakan informasi tentang lingkungan hidup.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- j. Instansi pemerintah terkait sering menyediakan informasi tentang lingkungan hidup kepada UKM kami.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- k. Badan Pembina UKM terkait sering mengadakan penyuluhan dan menyediakan informasi tentang lingkungan hidup kepada UKM kami.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.1.3 Proses Produksi

- a. Produk UKM kami menggunakan bahan baku ramah lingkungan

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- b. UKM kami melakukan pemakaian secara berulang alat-alat perkakas keperluan produksi

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- c. UKM kami memperbaiki alat-alat perkakas yang telah rusak agar dapat dipergunakan kembali

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- d. UKM kami memiliki sertifikasi ramah lingkungan untuk setiap bahan baku, produk dan sistem produksi kami

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- e. UKM kami melakukan kontrol pemakaian air dan listrik untuk produksi

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- f. UKM kami memiliki sistem pengolahan limbah/ sampah produksi

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.1.4 Rancangan Produk

- a. UKM kami melakukan analisa lingkungan hidup terhadap siklus produk. Analisis Siklus produk yang dimaksudkan adalah analisa produk dari seleksi

Lampiran 3 : Kuesioner (Lanjutan)

material, proses produksi, pengemasan, distribusi, konsumsi hingga pembuangan akhir.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- b. UKM kami merancang produk dan nilai jasa produk dengan kriteria rancangan ramah lingkungan (*eco-design*).

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- c. Terdapat label/logo produk ramah lingkungan (*Eco-Friendly Product*) pada kemasan produk kami.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.2 KINERJA EKSPOR

- a. UKM kami secara intensif melakukan penjualan ekspor dalam satu tahun terakhir

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- b. Angka penjualan ekspor tahun ini meningkat dibanding satu tahun yang lalu

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

- c. Secara keseluruhan penjualan ekspor memberikan tingkat keuntungan yang signifikan

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

IV. PROFIL RESPONDEN

Nama Responden :

Umur :

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA D3 S1 S2 S3

Jabatan di Perusahaan :

Tanda Tangan :

Lampiran 4 : Jawaban Pretest Kuesioner

TABULASI DATA UJICOB A KUESIONER																																	
No	Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif																											Σ	Kinerja Ekspor			Σ	
	Internal Perusahaan							Eksternal Perusahaan										Proses Produksi					Rancangan Produk						28	29	30		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27						
R1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	6	6	6	5	6	6	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	133	5	6	6	17
R2	6	6	6	6	5	4	3	5	5	4	6	6	4	4	4	5	5	4	4	4	6	5	5	4	4	5	5	130	4	5	5	14	
R3	6	6	5	6	4	5	5	4	5	6	4	5	5	5	6	5	5	5	5	6	4	5	5	5	5	4	4	135	5	5	4	14	
R4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	6	6	4	4	6	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	118	5	5	4	14	
R5	6	6	4	4	5	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	6	5	5	6	6	5	6	3	4	4	3	5	116	5	5	5	15	
R6	4	4	6	6	5	4	5	4	5	5	6	3	3	3	3	6	4	6	6	5	6	6	6	4	4	4	5	127	4	5	4	13	
R7	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	6	6	6	6	6	4	5	4	3	3	115	3	5	5	13	
R8	6	6	6	6	5	4	4	5	5	6	6	4	6	6	4	6	6	6	4	6	4	6	4	4	4	4	5	139	4	4	5	13	
R9	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	110	3	4	3	10	
R10	4	6	6	4	5	4	5	5	5	6	4	6	4	6	4	6	4	6	4	6	4	4	5	3	4	5	5	130	4	5	5	14	
R11	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	41	1	1	1	3	
R12	4	4	4	4	5	4	3	4	5	6	6	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	128	4	5	4	13	
R13	6	6	6	6	4	5	6	5	6	6	6	4	6	5	6	6	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	131	5	3	5	13	
R14	6	5	6	6	6	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	6	3	6	127	5	5	5	15	
R15	5	4	6	6	5	5	5	4	5	4	6	4	6	6	5	4	4	6	5	4	6	4	5	5	5	4	4	132	5	5	4	14	
R16	5	6	6	6	5	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	6	5	130	6	5	5	16	
R17	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	6	6	4	5	6	6	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	112	5	5	4	14	
R18	6	6	4	6	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	6	6	6	5	6	5	4	5	3	5	4	5	5	134	4	4	5	13	
R19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6	4	4	6	6	4	4	6	4	5	4	5	5	4	126	4	4	4	12	
R20	3	3	4	6	4	3	3	4	4	3	6	6	6	4	4	4	5	3	5	5	6	4	4	4	5	3	4	115	5	3	4	12	
R21	5	3	3	5	5	5	4	5	4	6	6	6	3	6	6	3	5	4	6	4	4	4	4	5	6	3	3	123	5	4	5	14	
R22	6	6	6	6	5	4	3	5	5	4	6	6	4	4	4	5	5	2	2	4	6	4	4	5	4	4	5	4	124	4	3	5	12
R23	6	6	3	6	4	5	5	4	5	6	4	5	5	5	6	5	5	2	6	2	3	3	5	5	5	5	3	124	5	5	4	14	
R24	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	6	6	4	4	6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	120	5	5	4	14	
R25	3	2	2	3	3	6	5	6	6	6	6	3	3	3	3	2	3	3	6	2	2	2	4	3	3	2	3	95	3	3	3	9	
R26	4	4	6	6	5	4	5	4	5	5	6	3	3	6	6	3	4	6	6	5	4	6	4	4	4	4	5	3	126	4	5	4	13
R27	2	3	2	2	3	6	6	5	5	6	6	4	2	4	2	5	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	90	3	3	3	9	
R28	6	6	6	6	5	4	4	4	5	5	6	6	4	6	6	4	6	6	4	6	4	6	4	4	4	4	5	4	138	4	4	5	13
R29	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	6	6	6	1	2	76	2	2	3	7	
R30	4	6	6	4	5	4	5	5	5	6	4	6	4	6	4	6	4	6	4	6	4	4	5	6	4	5	4	132	4	5	5	14	

Lampiran 5 : Jawaban Kuesioner

No	Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif																											Σ	Size	Kinerja Ekspor			Σ
	Internal Perusahaan							Eksternal Perusahaan										Proses Produksi						Rancangan Produk						28	29	30	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27						
R1	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	6	5	3	5	4	6	4	4	4	4	5	6	5	3	123	18	5	4	5	14
R2	5	5	6	5	5	4	3	5	5	4	3	3	4	4	3	5	5	4	2	4	6	4	5	4	4	5	4	116	15	4	3	5	12
R3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	6	5	5	2	6	2	3	6	5	5	4	3	117	17	5	5	4	14
R4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	6	6	4	4	6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	125	17	5	5	4	14
R5	3	5	2	4	3	6	5	6	6	6	6	3	3	3	6	2	3	3	6	2	5	2	4	3	3	4	3	107	7	3	3	3	9
R6	5	5	6	5	5	4	5	4	5	4	6	3	3	6	6	3	4	6	6	5	4	6	4	4	4	5	3	126	16	4	5	4	13
R7	3	3	2	3	3	6	6	5	5	5	6	4	4	4	6	5	3	2	3	2	6	4	6	2	2	3	3	106	6	3	3	3	9
R8	5	5	6	5	5	4	4	5	5	5	6	4	6	6	6	6	6	6	4	6	4	6	4	4	4	5	4	136	10	4	4	5	13
R9	6	6	2	6	2	3	3	3	3	4	5	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	6	6	6	6	2	97	6	2	2	3	7
R10	5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	4	6	4	6	4	6	4	6	4	6	4	4	5	6	4	5	4	132	11	4	5	5	14
R11	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	4	6	6	4	5	3	3	4	3	6	5	6	6	4	6	6	6	138	12	6	5	5	16
R12	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	6	4	3	4	6	6	2	2	2	4	6	4	5	4	4	3	5	106	10	4	3	4	11
R13	4	4	6	4	4	5	6	5	3	5	6	4	6	5	6	6	6	3	3	3	3	4	5	5	5	4	5	125	17	5	6	5	16
R14	6	6	6	6	6	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	6	6	6	127	13	3	5	5	13
R15	4	4	6	4	4	5	5	4	5	4	6	4	3	6	6	4	4	6	5	4	3	4	5	5	5	4	5	124	15	5	5	4	14
R16	5	5	6	5	5	6	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	124	16	6	5	5	16
R17	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	5	4	3	95	8	3	3	4	10
R18	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	6	6	5	2	2	4	5	6	5	4	5	4	124	14	4	4	5	13
R19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	4	2	2	4	4	6	4	6	4	5	4	4	119	13	4	4	4	12
R20	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	6	6	3	3	6	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	100	10	3	3	4	10
R21	5	5	6	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	6	5	6	6	4	2	2	5	5	3	5	4	5	5	125	11	5	5	4	14
R22	5	5	4	5	5	5	5	6	4	6	4	6	4	6	3	6	4	4	4	6	3	6	6	4	4	5	6	131	16	5	5	6	16
R23	4	4	6	4	4	4	4	4	4	4	6	6	3	4	6	4	6	5	2	4	4	5	4	3	5	4	5	118	12	4	4	4	12
R24	5	5	4	5	5	4	3	3	4	3	6	4	3	3	6	5	6	5	2	2	4	5	4	3	4	5	6	114	9	4	3	3	10
R25	5	5	4	5	5	6	5	3	5	3	6	6	3	3	6	4	3	4	4	3	6	5	4	4	4	4	5	120	18	6	5	3	14
R26	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	6	5	4	5	6	4	5	5	5	5	4	4	5	4	127	17	3	5	5	13
R27	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	6	3	4	4	6	3	3	4	6	4	5	5	5	5	5	4	119	18	5	5	4	14
R28	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	118	11	4	4	4	12
R29	4	4	3	4	4	4	4	4	6	4	6	6	5	3	6	4	6	6	2	2	2	5	4	3	3	4	3	111	13	4	4	4	12
R30	6	6	4	6	6	3	3	4	4	4	6	3	4	6	6	3	6	2	4	4	4	4	3	3	6	6	5	121	9	3	3	4	10

Lampiran 5 : Jawaban Kuesioner (Lanjutan)

R31	3	5	4	3	3	3	3	3	6	3	4	4	2	3	6	6	2	2	2	3	6	3	4	3	3	3	6	98	6	3	3	3	9	
R32	6	6	3	6	6	5	5	5	5	5	4	6	4	4	6	6	6	5	5	3	6	4	4	6	6	6	4	137	12	5	5	5	15	
R33	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	4	6	6	6	5	5	4	6	4	4	6	6	6	5	146	42	5	5	5	15	
R34	5	5	6	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	151	88	6	6	6	18	
R35	3	3	6	3	3	4	5	4	5	4	5	4	2	5	5	5	6	2	4	2	4	3	5	4	3	3	4	106	62	4	5	4	13	
R36	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	6	6	4	4	6	4	3	4	4	4	6	5	5	5	5	4	5	123	66	4	5	5	14	
R37	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2	6	4	4	3	3	3	5	4	99	31	4	3	3	10	
R38	5	5	6	5	5	4	4	5	5	5	3	6	2	2	6	6	4	5	2	6	6	5	5	5	4	5	4	125	58	4	4	5	13	
R39	4	4	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	6	5	5	4	4	113	60	4	4	4	12	
R40	5	5	6	5	5	4	4	5	5	5	6	4	4	6	6	4	6	5	5	6	6	4	5	5	4	5	4	134	57	4	4	5	13	
R41	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	6	6	6	3	6	4	6	5	4	4	6	4	4	4	4	5	4	127	75	5	4	5	14	
R42	6	6	4	6	6	6	5	5	5	5	3	6	6	6	4	6	6	6	6	6	4	4	5	6	5	6	6	5	144	80	6	5	5	16
R43	4	4	6	4	4	5	4	4	4	4	6	6	2	5	6	6	2	3	4	6	6	5	4	4	5	4	4	121	68	5	4	4	13	
R44	4	4	4	4	4	3	5	3	5	3	6	6	5	5	3	4	5	3	2	5	6	4	3	3	5	4	4	112	64	3	5	3	11	
R45	4	4	4	4	4	4	4	4	6	4	6	6	6	4	3	3	4	4	4	4	6	5	4	4	4	4	4	117	59	4	4	4	12	
R46	6	6	3	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	6	3	3	5	3	6	6	6	6	6	6	6	6	146	85	6	5	6	17	
R47	6	6	3	6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	6	4	4	4	4	4	5	6	6	6	5	130	72	5	5	5	15
R48	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	94	25	3	3	3	9	
R49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	6	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	118	68	4	4	4	12
R50	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	6	3	6	3	6	6	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	112	62	4	4	4	12	
R51	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	6	6	6	4	6	6	4	4	4	6	6	5	5	5	4	5	3	130	74	5	4	3	12	
R52	5	5	6	5	5	4	4	4	5	4	4	4	6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	121	56	4	4	4	12	
R53	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	6	4	6	6	6	4	6	4	6	4	6	4	4	4	5	4	4	125	58	4	5	4	13	
R54	4	4	4	4	4	4	6	4	4	4	4	4	6	6	5	6	4	5	4	4	4	6	4	5	5	4	6	124	59	4	6	4	14	
R55	5	5	3	5	5	5	6	5	5	5	4	6	3	3	5	6	4	5	6	6	6	5	4	4	4	5	4	129	65	5	6	5	16	
R56	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	6	5	4	6	6	2	3	5	4	6	6	4	5	4	127	65	5	4	5	14	
R57	6	6	5	6	5	5	5	4	4	4	5	4	6	6	5	6	3	6	4	4	5	5	5	3	4	6	3	130	66	5	5	4	14	
R58	6	6	3	6	5	6	5	5	5	5	4	5	5	4	4	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	6	3	131	80	6	5	5	16	
R59	6	6	5	6	5	4	4	4	5	4	4	6	6	6	4	6	4	4	4	4	4	5	4	5	4	6	6	131	61	4	4	4	12	
R60	4	4	4	4	4	4	5	4	6	4	6	6	3	6	6	3	6	5	4	6	6	4	4	4	5	4	3	124	55	4	5	4	13	
R61	5	5	4	5	5	4	4	6	5	6	5	4	4	5	5	5	6	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	123	58	4	4	6	14	
R62	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	115	60	4	5	4	13	
R63	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	6	5	6	6	4	3	6	5	5	5	5	5	4	4	127	70	4	5	5	14	
R64	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	115	33	3	4	5	12	
R65	3	5	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	6	6	5	4	5	3	4	3	3	3	109	30	3	3	4	10	

Lampiran 5 : Jawaban Kuesioner (Lanjutan)

R66	6	6	5	6	6	4	4	3	3	3	6	3	4	5	6	5	5	6	4	4	6	3	3	3	6	6	5	126	38	4	4	3	11	
R67	5	5	6	5	5	4	4	3	4	3	6	6	3	6	6	6	3	5	3	3	6	6	4	4	4	5	3	123	34	4	4	3	11	
R68	4	4	5	4	4	4	5	6	5	6	5	5	4	4	5	6	3	5	6	4	5	6	4	4	5	4	4	126	75	4	5	6	15	
R69	3	3	4	3	3	5	4	6	4	6	6	6	6	4	6	4	6	5	5	6	6	4	6	5	3	3	5	127	73	5	4	6	15	
R70	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	6	3	5	3	6	4	4	4	6	4	5	4	126	78	5	5	5	15
R71	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	6	6	6	4	4	6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	126	60	4	5	5	14	
R72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	109	65	4	4	4	12
R73	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	6	4	4	4	5	3	5	4	5	3	114	28	4	4	3	11	
R74	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	6	4	3	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	4	4	5	3	134	68	5	5	5	15	
R75	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	6	5	6	6	4	4	3	3	5	5	4	4	113	25	3	3	4	10	
R76	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	6	5	6	6	6	5	130	48	4	4	4	12	
R77	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	6	4	4	4	6	6	4	4	3	3	6	5	5	5	5	4	3	118	60	4	5	4	13	
R78	6	6	4	6	6	6	4	5	5	5	6	6	6	3	6	4	3	5	5	6	6	4	4	4	6	6	5	138	62	6	4	5	15	
R79	3	3	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	2	4	2	4	4	3	3	5	3	3	2	94	25	4	3	4	11	
R80	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	6	3	3	4	6	4	4	3	6	6	6	3	3	3	3	3	4	106	61	4	5	4	13	
R81	6	6	4	6	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	6	4	3	5	5	5	6	6	127	55	5	5	4	14	
R82	6	6	6	6	4	4	4	3	6	3	4	5	5	6	4	5	5	4	6	6	4	3	3	5	5	6	6	130	25	4	4	3	11	
R83	6	6	6	6	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	6	6	127	49	5	5	5	15	
R84	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	5	5	3	5	3	3	3	3	107	62	4	4	4	12	
R85	4	4	6	4	4	4	4	5	4	5	6	5	6	4	6	4	3	4	4	6	6	4	4	4	5	4	3	122	53	4	4	5	13	
R86	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	6	5	4	4	5	4	6	5	4	4	6	5	5	5	5	4	5	123	60	4	5	4	13	
R87	6	6	4	6	6	5	4	4	5	4	6	6	6	4	6	6	6	5	5	6	6	5	5	3	6	6	6	143	58	5	4	4	13	
R88	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	6	6	6	5	4	3	112	64	3	4	3	10	
R89	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	6	6	4	4	6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	124	35	5	5	5	15
R90	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	3	4	3	3	3	5	5	3	3	5	4	3	106	64	3	4	3	10	
R91	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6	6	5	6	6	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	130	62	5	5	5	15	
R92	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	121	65	5	4	4	13	
R93	2	2	2	2	2	6	6	6	5	6	6	4	4	4	6	5	3	4	3	3	3	5	5	3	3	2	3	105	30	4	4	4	12	
R94	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	6	6	6	4	6	6	5	5	6	4	4	4	4	4	5	5	129	32	4	4	4	12	
R95	5	5	6	5	5	6	6	4	5	4	3	6	3	4	5	6	6	6	4	4	6	4	4	4	4	5	6	131	85	6	6	4	16	
R96	4	4	6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	6	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	113	63	4	4	4	12	
R97	5	5	6	5	5	5	5	4	5	4	4	5	6	6	4	4	6	6	3	6	6	4	4	4	4	5	3	129	71	5	5	4	14	
R98	5	5	6	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	6	6	3	3	5	5	3	3	5	5	4	120	66	5	4	4	13	
R99	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	6	6	3	6	5	5	5	5	5	6	127	28	4	4	4	12	
R100	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	6	5	5	4	6	4	6	6	6	6	6	4	5	4	4	5	4	132	65	5	4	4	13	

PRETEST

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	27

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	114.73	381.237	.694	.934
Item2	114.63	379.482	.717	.934
Item3	114.70	377.734	.721	.934
Item4	114.43	376.323	.782	.933

Item5	114.83	388.489	.798	.934
Item6	115.10	402.162	.373	.938
Item7	115.03	405.482	.322	.939
Item8	115.00	395.793	.577	.936
Item9	114.80	394.648	.606	.936
Item10	114.47	391.361	.545	.936
Item11	114.33	393.540	.492	.937
Item12	114.63	387.964	.553	.936
Item13	114.63	390.309	.530	.937
Item14	114.63	383.551	.712	.934
Item15	114.90	390.783	.609	.936
Item16	114.33	384.368	.638	.935
Item17	114.80	389.959	.639	.935
Item18	114.77	383.357	.640	.935
Item19	114.83	404.557	.275	.940
Item20	114.80	377.890	.762	.933
Item21	114.97	390.585	.499	.937
Item22	115.10	386.714	.658	.935
Item23	115.03	407.964	.272	.939
Item24	115.13	405.154	.344	.938
Item25	115.07	401.720	.378	.938
Item26	115.27	378.133	.793	.933
Item27	115.10	389.059	.701	.935

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0

Excluded(a)	0	.0
Total	30	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item28	8.53	3.568	.734	.768
Item29	8.43	3.426	.712	.792
Item30	8.43	3.909	.703	.800

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item28	8.53	3.568	.734	.768
Item29	8.43	3.426	.712	.792
Item30	8.43	3.909	.703	.800

FIELD SURVEY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	27

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	116.90	122.192	.635	.807
P2	116.84	124.156	.566	.810
P3	117.07	129.823	.178	.825
P4	116.89	123.069	.616	.808
P5	117.05	121.563	.696	.805
P6	117.14	126.465	.458	.814
P7	117.12	128.066	.414	.816
P8	117.19	128.337	.390	.816
P9	116.97	132.252	.207	.822

P10	117.18	129.139	.358	.817
P11	116.64	135.485	-.010	.830
P12	116.86	126.263	.347	.817
P13	117.13	124.195	.394	.815
P14	116.94	127.855	.285	.820
P15	116.59	132.992	.105	.826
P16	116.81	130.155	.197	.824
P17	117.02	125.656	.301	.820
P18	117.14	122.485	.478	.812
P19	117.57	126.793	.279	.821
P20	117.25	123.604	.390	.816
P21	116.84	129.227	.220	.823
P22	117.15	128.149	.339	.818
P23	117.11	131.129	.192	.823
P24	117.21	128.228	.325	.818
P25	117.03	127.827	.361	.817
P26	116.90	122.434	.631	.807
P27	117.24	127.033	.336	.818

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P28	8.60	1.879	.601	.604
P29	8.57	2.005	.604	.602
P30	8.63	2.256	.486	.736

KMO, BARLETT, MSA & LOADING FACTOR

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.749
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1932.224
	df	351
	Sig.	.000

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.666
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	66.687
	df	3
	Sig.	.000

Anti-Image Matrices

Anti-Image Covariance	P1	P2	P3	P4	P5	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25		
P1	.013	-.001	-.008	-.005	-.011	-.002	-.008	.003	-.011	-.002	-.003	-.009	-.004	.008	-.003	.006	-.005	.012	-.010	.004	-.013	-.006	.00	-.003	.00	
P2	-.001	.079	.010	.001	.004	.011	.011	.003	-.071	-.007	.031	.001	-.004	-.008	.004	.011	.006	-.010	.038	.038	.026	.000	.010	.00	-.003	
P3	-.008	.010	.542	.021	.010	.026	-.003	-.022	.109	.026	.048	.003	.005	-.140	-.050	-.046	.044	-.063	.058	-.084	-.081	-.032	.007	.11	-.008	
P4	-.008	-.001	.021	.021	.002	-.007	.014	-.002	-.010	.002	-.018	.008	-.019	-.011	.007	-.028	.009	.001	-.012	.020	-.012	.016	.011	-.02	.007	
P5	-.021	.004	.010	.002	.198	-.027	.031	-.023	.010	.021	.002	-.036	-.008	-.026	-.005	-.008	-.050	.006	.007	.028	-.001	.090	.071	.01	-.003	
P6	-.002	-.001	.008	.007	-.007	.466	-.224	.000	-.002	-.004	.015	.010	-.017	.072	-.024	-.018	.057	-.059	-.025	-.002	-.069	.074	-.116	.04	.008	
P7	-.008	.031	-.003	.014	.01	.224	.463	.001	-.042	-.004	-.003	-.022	.012	-.151	-.005	-.070	.000	-.000	-.076	.070	-.026	-.047	.035	.02	-.026	
P8	.003	.003	-.022	-.002	-.023	.000	-.001	.028	-.030	-.028	.012	.010	-.010	-.008	.000	.004	-.009	-.013	.022	.001	-.023	.007	-.008	.01	.011	
P9	.011	-.071	.109	.010	.010	.002	-.042	.030	.030	.027	-.006	-.162	.007	-.004	.001	.070	.027	-.042	.067	-.061	-.015	.014	.014	-.06	.004	
P10	-.007	-.002	.026	.002	.021	-.004	-.004	-.028	.037	.029	-.011	-.008	.008	.010	.002	-.003	.008	.013	-.025	-.006	.027	.008	.003	.01	-.011	
P11	-.003	.031	.048	-.018	.032	.015	-.003	.012	-.006	-.011	.006	.000	-.116	-.000	.028	.137	.000	.017	-.027	.001	-.052	.011	.04	-.032	.00	
P12	-.009	.020	.003	.008	-.026	-.019	-.022	.010	-.162	-.008	.000	.625	-.084	.097	.018	-.107	-.027	-.030	.035	-.087	-.082	-.110	-.036	.02	-.069	
P13	.004	-.004	.005	.019	-.026	-.017	.012	-.010	.007	.008	-.116	-.084	.006	-.073	.123	-.014	-.027	-.016	.070	-.008	.007	-.014	-.048	.00	.017	
P14	.008	-.008	-.140	.011	-.025	.072	-.151	.008	-.024	.010	-.050	.007	.073	.607	.059	-.062	.176	.062	-.061	-.115	.088	-.096	-.048	.02	.000	
P15	.003	-.024	-.060	.007	-.065	.024	-.005	.000	.001	-.002	-.226	.018	.123	.059	.318	-.088	.012	-.039	-.021	.040	-.062	.014	-.048	.01	.014	
P16	.006	.011	-.046	.028	-.008	-.018	-.070	.004	.070	-.003	.137	-.107	-.014	-.062	-.088	.715	-.020	-.026	.068	.030	.013	-.033	.006	-.03	.089	
P17	-.005	.036	.044	.009	-.050	.057	-.005	-.009	-.027	.008	-.028	.037	.027	-.176	.012	-.020	.591	-.218	.003	.141	-.002	.179	-.046	.01	.006	
P18	-.005	-.010	.053	.001	.026	-.059	-.009	-.013	-.042	.013	.029	-.020	-.056	.062	.039	-.026	.218	.509	-.103	-.109	.063	-.137	-.110	-.07	.061	
P19	.012	-.038	.058	-.012	.007	-.025	-.076	.022	.067	-.025	.017	.035	.070	.001	.068	.003	-.103	.658	-.137	-.051	.029	.115	-.02	-.057	.00	
P20	-.012	.028	-.084	.020	-.028	.002	.070	.001	-.061	-.006	-.027	-.087	-.008	-.115	.040	-.030	.141	-.109	.137	.632	-.154	.099	.039	-.02	-.003	
P21	.004	-.025	-.081	-.012	-.001	.066	-.026	-.023	.015	.027	-.081	-.062	.007	.088	.062	.013	.022	.063	.151	-.154	.626	-.004	-.002	.00	-.028	
P22	-.013	.000	-.032	.015	-.000	.074	-.047	-.007	.014	.006	-.052	-.110	-.014	-.095	.014	-.033	.179	-.137	.029	.099	-.004	.567	-.140	.02	.013	
P23	-.006	.010	.007	.011	.076	-.116	.035	-.008	.014	.003	.011	.036	-.048	-.048	.006	-.040	.110	.115	-.039	-.002	-.140	.559	-.22	.014	.00	
P24	.002	.004	-.110	.020	.010	.041	-.063	.010	-.055	-.012	.043	.005	.008	.020	.030	-.036	.017	.096	-.022	-.002	.006	-.005	-.227	.68	-.158	
P25	-.003	.020	-.008	.007	-.033	.068	-.036	.011	-.084	-.011	-.032	.069	.017	.000	.014	-.039	.006	.061	-.067	-.003	-.028	.013	.014	-.11	.527	
P26	-.008	-.011	-.009	-.006	-.076	.005	-.005	-.001	.005	-.001	.003	.004	-.009	.001	.000	.010	-.006	.001	.011	-.004	.008	.008	-.006	.00	-.010	
P27	-.006	-.041	-.062	.008	.006	.024	-.061	-.053	.036	.012	.047	-.086	-.005	.008	.050	-.037	.069	.138	-.030	-.062	.065	.036	.01	-.101	.00	
Anti-Image Correlation	P1	.850*	.041	-.089	-.468	.224	.025	-.098	.164	.120	-.101	.049	-.093	-.043	.088	.047	.062	.054	-.069	.130	-.128	.039	-.151	-.066	.02	-.036
P2	-.041	.890*	.044	.022	.029	.008	.158	.057	-.321	-.042	.108	.089	-.016	-.035	-.149	.040	.161	-.049	.168	.127	-.112	.002	.249	.02	.096	
P3	-.085	.044	.605*	.184	.029	.048	-.005	.162	.172	.100	.107	.000	.007	-.224	-.110	-.068	.027	-.083	.090	-.131	-.128	.052	.161	-.118	-.013	
P4	-.466	-.022	.184	.864*	.028	.068	.138	-.094	-.087	.090	-.221	.066	.152	-.093	.083	-.229	.083	.014	-.098	.175	-.104	.136	.099	.17	.067	
P5	.224	.029	.029	.029	.877*	.086	-.111	-.312	.030	.263	.139	-.103	.060	-.021	.360	-.020	.147	.062	.020	-.076	-.002	-.069	.228	.01	-.102	
P6	-.005	-.008	.048	-.008	.791*	.472	-.002	-.004	-.037	.039	.035	-.030	-.114	-.122	-.046	-.003	-.127	.144	-.227	.07	-.138	.227	.07	.138		
P7	-.098	.158	-.005	.138	.101	.472	.798*	.009	-.077	.036	-.007	-.040	.021	-.279	-.013	-.119	.009	-.019	.136	.127	-.047	-.091	.067	.04	-.071	
P8	.164	.057	-.162	.004	-.312	.002	-.000	.569*	-.023	.075	.136	.073	-.022	-.058	.003	.025	.073	-.110	.166	.009	-.177	-.052	.061	.07	.094	
P9	.120	-.321	.172	-.087	.029	.004	-.077	.223	.564*	.202	-.014	-.039	.011	-.039	.003	.505	.045	-.074	.104	.007	-.023	.023	.023	-.06	.164	
P10	-.101	-.042	.180	.004	.263	-.007	-.036	.375	-.302	.589*	-.113	-.058	.023	.074	-.018	-.019	.069	.309	.182	-.043	.200	.046	.022	-.18	-.080	
P11	.049	.198	.107	-.321	.110	.039	-.007	.125	-.014	-.113	.519*	.000	-.249	-.115	.225	-.232	.062	.073	.077	-.080	-.140	.125	.027	.10	-.079	
P12	-.093	.089	.100	.066	-.103	.035	-.040	.073	-.258	.058	.000	.728*	.129	.158	.040	-.160	-.062	-.064	.055	.138	-.130	.185	-.061	.04	.120	
P13	-.043	-.016	.007	.152	-.069	-.030	.021	.072	.011	.053	-.249	-.126	.811*	-.112	.260	-.019	.041	-.027	-.102	-.012	.010	-.022	.077	.01	.029	
P14	.088	-.036	-.224	-.093	-.071	.135	-.279	-.058	-.039	.074	-.115	.158	-.112	.587*	.134	-.093	-.295	.111	-.096	-.186	.143	-.162	.062	.04	.000	
P15	.047	-.149	.110	.083	-.280	-.062	-.013	.008	.003	.018	-.725	.040	.260	.134	.529*	-.185	.027	-.008	-.045	.088	-.138	.033	-.114	.07	.035	
P16	.062	.046	-.088	.229	-.020	-.046	-.119	.025	-.055	-.019	.262	-.160	.019	-.103	.185	.507	-.020	-.043	.099	-.045	.020	-.052	.009	-.05	.144	
P17	-.054	.161	.072	.083	-.147	.110	-.009	.073	-.045	.059	-.062	-.062	-.041	-.295	.027	-.030	.611*	-.388	.004	.231	-.003	.009	-.080	.02	.011	
P18	-.009	-.049	-.003	.014	.082	.122	-.019	.110	-.074	.109	.073	-.054	.027	.111	-.008	-.043	.398	.739*	.178	-.193	.111	-.255	.207	-.13	.118	
P19	.130	-.168	.090	.098	.007	-.046	-.136	.166	.104	-.162	.037	.095	-.102	.096	.045	.009	.004	-.178	.604*	-.212	-.079	.048	.180	-.02	-.097	
P20	-.128	.127	-.131	.175	-.078	-.003	.127	.009	-.097	-.043	-.060	-.138	.012	-.186	.088	-.045	.231	-.193	-.212	.669*	-.244					

Anti-image Matrices

		P28	P29	P30
Anti-image Covariance	P28	.619	-.302	-.169
	P29	-.302	.619	-.169
	P30	-.169	-.169	.764
Anti-image Correlation	P28	.639 ^a	-.488	-.246
	P29	-.488	.639 ^a	-.246
	P30	-.246	-.246	.756 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Rotated Component Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
P1	.967	.021	-.069	.124	.058	.045	.036	.045
P2	.942	.030	-.082	.053	-.048	.048	.108	-.001
P3	.107	-.281	-.025	.289	.111	.362	-.301	.422
P4	.967	.043	-.055	.099	.015	.024	.042	.025
P5	.817	.047	.113	.249	.104	.071	.124	.163
P6	.218	.656	.182	-.055	.016	.075	.188	.303
P7	-.007	.626	.123	.219	.092	.118	-.039	.392
P8	.019	.876	-.013	.126	.140	.069	.120	-.058
P9	.055	.179	.005	.063	.003	.041	.762	-.068
P10	.029	.897	-.027	.073	.129	.065	.065	-.109
P11	-.123	.026	.874	.057	.045	-.020	-.060	-.251
P12	.083	.034	.139	-.015	.398	.205	.550	.271
P13	.222	.138	-.013	.428	.285	.206	.139	-.173
P14	.002	.055	-.040	.739	.139	.144	-.208	.131
P15	-.041	.123	.887	-.035	-.032	-.044	.006	.053
P16	.025	.093	-.135	.111	.063	-.064	.105	.760
P17	.199	.118	-.013	.707	-.098	-.144	.129	.016
P18	.285	.106	-.045	.522	-.068	.217	.369	.163
P19	.219	.303	.030	.114	-.332	.578	-.101	-.124
P20	.077	.108	.023	.088	.140	.786	.170	.060
P21	.057	-.006	.590	-.168	.030	.416	.219	.111
P22	.088	-.031	.215	.243	.605	.001	.130	.279
P23	-.042	.364	.013	-.049	.729	-.122	.028	-.054
P24	.263	.138	-.310	-.006	.574	.203	-.108	.023
P25	.581	-.022	.013	-.052	.301	.242	-.357	-.104
P26	.966	.060	-.081	.126	.033	.043	.032	.008
P27	.422	.128	.030	-.158	.055	.127	-.115	.392

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

Descriptives

Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Ekspor	100	7	18	12.90	2.018
Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif	100	94	151	121.53	11.673
Size	100	6	88	43.07	25.058
Valid N (listwise)	100				

Regression

Regression Berganda

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Size, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif(a)	.	Enter

a. All requested variables entered.

b Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777(a)	.603	.595	1.284	1.715

a Predictors: (Constant), Size, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif

b Dependent Variable: Kinerja Ekspor

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243.110	2	121.555	73.743	.000 ^a
	Residual	159.890	97	1.648		
	Total	403.000	99			

a. Predictors: (Constant), Size, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif

b. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.419	1.376		-1.759	.082
	Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif	.121	.012	.702	10.270	.000
	Size	.014	.005	.168	2.461	.016

a. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.21	17.08	12.90	1.567	100
Residual	-2.705	3.167	.000	1.271	100
Std. Predicted Value	-2.356	2.668	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.107	2.467	.000	.990	100

a. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Regression Berganda dengan Interaksi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Size*SLHPA, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif, Size	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.593	1.287

a. Predictors: (Constant), Size*SLHPA, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif, Size

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243.890	3	81.297	49.051	.000 ^a
	Residual	159.110	96	1.657		
	Total	403.000	99			

a. Predictors: (Constant), Size*SLHPA, Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif, Size

b. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Coefficients^a

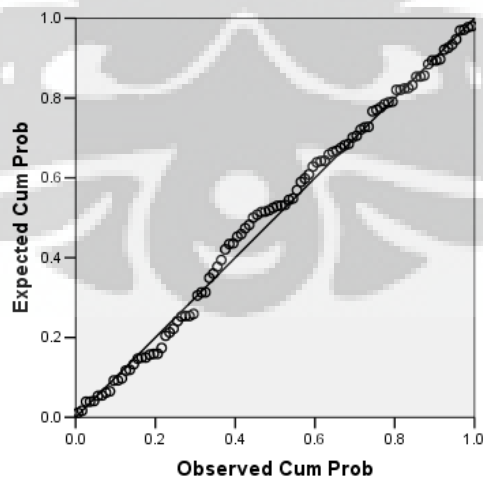
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.765	2.398		-1.570	.120
	Strategi Lingkungan Hidup Pro Aktif	.132	.020	.766	6.579	.000
	Size	.048	.051	.599	.948	.345
	Size*SLHPA	.000	.000	-.460	-.686	.494

a. Dependent Variable: Kinerja Ekspor

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kinerja Ekspor



Scatterplot

Dependent Variable: Kinerja Ekspor

