

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepedulian lingkungan perusahaan (corporate environmental concern) dan teknologi hijau (green technology) terhadap kinerja pemasaran (marketing performance), dengan peran mediasi dari inovasi hijau (green innovation) dan pemberdayaan konsumen berkelanjutan (consumer green empowerment). Penelitian ini menggunakan pendekatan Service-Dominant Logic (SDL) yang menekankan pada penciptaan nilai bersama antara perusahaan dan konsumen. Studi dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui survei kuesioner tertutup menggunakan skala interval 1–10. Data dikumpulkan dari 150 responden pelaku UKM sustainable clothing line di Indonesia yang berjualan secara daring melalui platform Shopee. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online menggunakan Google Form.

Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan dan teknologi hijau berpengaruh signifikan terhadap inovasi hijau. Inovasi hijau secara signifikan meningkatkan pemberdayaan konsumen, namun tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran. Sebaliknya, pemberdayaan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan pemasaran berkelanjutan berbasis SDL, serta implikasi praktis bagi UKM untuk meningkatkan daya saing melalui adopsi teknologi ramah lingkungan, inovasi hijau, dan keterlibatan aktif konsumen dalam strategi pemasaran.

Kata kunci: Kepedulian lingkungan, UKM ramah lingkungan, pakaian daur ulang

