

FACTOR ANALYSIS OF SUSTAINABILITY PRACTICES AND HALAL PRACTICES IN THE COFFEE INDUSTRY (A Study on the Supply Chain of Kopi Kenangan Indonesia)

Kuncorosidi Kuncorosidi¹ Rizky Sidik Firmansyah² Tigin Lugiani³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

kuncorosidi@stiesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 21-02-2026

Tgl. Diterima : 11-06-2026

Tersedia Online : 31-06-2026

Keywords:

Halal Practices, Sustainability Practices, Operational Management, Supply Chain, Sustainability, Halal, Coffee Industry

ABSTRACT

The coffee industry in Indonesia is experiencing rapid growth but faces sustainability challenges such as deforestation, agrochemical use, and production waste. At the same time, there is an increasing demand for halal-compliant products, driven by Indonesia's position as a leader in the global halal economy. This position is supported by three key factors: a large Muslim population, growing awareness of the halal lifestyle, and strong government support for the development of the halal industry.

This study aims to identify the factors that influence sustainability and halal practices and to construct a factor model for both. The research method used is quantitative with a confirmatory factor analysis (CFA) approach. Data was collected through questionnaires distributed to consumers of Kopi Kenangan.

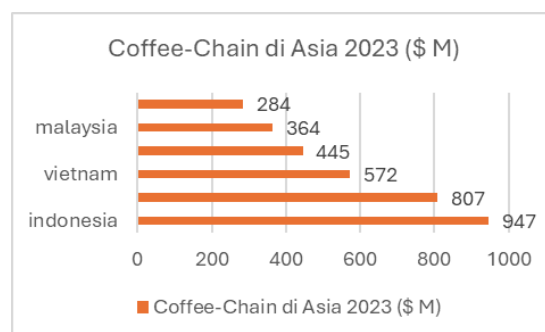
The results show that there are 11 indicators forming five main factors in sustainability practices and 5 indicators forming four main factors in halal practices. In conclusion, consumer perception of sustainability and halal practices plays a crucial role in strengthening ethical and sustainable business strategies for the company

PENDAHULUAN

Kopi merupakan komoditas yang diperdagangkan di seluruh dunia dan menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Industri kopi adalah bisnis global bernilai miliaran dolar yang melibatkan ribuan perusahaan dan jutaan petani, sebagian besar dari mereka adalah petani kecil. Namun, sektor ini menghadapi berbagai tantangan keberlanjutan, seperti pencemaran air, hilangnya keanekaragaman hayati, erosi tanah, penggunaan agrokimia, deforestasi, produksi limbah, dan eksploitasi tenaga kerja. (Bager & Lambin, 2020; Weiha Chen, 2023).

Grafik 1

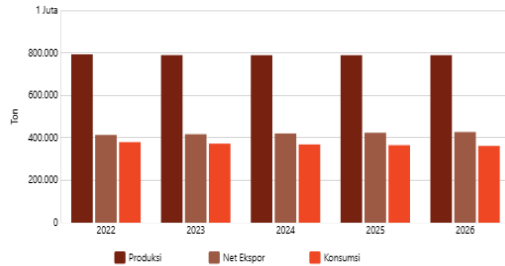
Market Size Coffee Chain di Asia pada Tahun 2023



Sumber: Weiha Chen, 2023

Berdasarkan data tahun 2023, industri kedai kopi di Asia Tenggara menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terutama di Indonesia dan Vietnam. Indonesia mendominasi pasar

dengan pendapatan tertinggi, diikuti oleh Vietnam. Malaysia, meskipun memiliki pasar yang lebih kecil, tetap menjadi pemain penting dalam industri ini. (Weihsan Chen, 2023)



Sumber: Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)

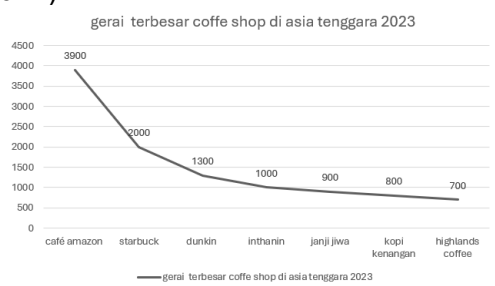
Informasi Lain:

Grafik 2
Proyeksi Data Volume Produksi , Net Ekspor, dan Konsumsi Kopi Indonesia 2022-2026

Sumber: Erlina F. Santika, 2024

Industri kopi Indonesia diprediksi mengalami pertumbuhan moderat pada periode 2022–2026. Produksi kopi diperkirakan stagnan di angka 789 ribu ton per tahun akibat faktor cuaca, keterbatasan lahan, dan rendahnya adopsi teknologi (Santika, 2024). Di sisi lain, net ekspor menunjukkan tren positif, diproyeksikan mencapai 427 ribu ton pada 2026, mencerminkan tingginya permintaan global dan pengakuan atas kualitas kopi Indonesia (Surplus, 2023).

Namun, konsumsi domestik justru menurun menjadi 362 ribu ton, dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, harga yang meningkat, dan persaingan dari produk minuman lain. Meskipun demikian, peluang peningkatan ekspor tetap terbuka melalui perbaikan kualitas produk, pemanfaatan teknologi, dan ekspansi pasar luar negeri (Santika, 2024).



Grafik 3
Data Gerai Terbesar Coffee Shop di Asia Tenggara 2023

Sumber: Weihsan Chen, 2023

Pasar kopi Asia Tenggara didominasi oleh merek lokal, seperti Café Amazon dan Inthanin dari Thailand yang masing-masing memiliki lebih dari 3.900 dan 1.000 gerai. Di Indonesia, Janji Jiwa dan Kopi Kenangan menyumbang 900 dan 800 gerai, sementara Highlands Coffee dari Vietnam memiliki sekitar 700 gerai. Merek internasional seperti Starbucks dan Dunkin' Donuts tetap menjadi kompetitor signifikan dengan total lebih dari 3.000 gerai di kawasan ini (Weihsan Chen, 2023). Pertumbuhan kedai kopi didorong oleh urbanisasi, meningkatnya kelas menengah, serta perubahan gaya hidup konsumen.

Namun di balik pertumbuhan tersebut, produksi kopi global menghadapi tantangan serius. Sebagian besar pasokan dunia bergantung pada petani kecil di wilayah pegunungan dengan akses terbatas terhadap teknologi, pembiayaan, dan informasi pertanian. Ketergantungan ini membuat rantai pasok kopi rentan terhadap fluktuasi harga dan risiko bencana alam (International Coffee Organization, 2024).

Industri kopi global menghadapi tantangan serius akibat ketergantungan pada petani kecil yang memiliki akses terbatas terhadap teknologi, modal, dan informasi. Kondisi geografis yang sulit dijangkau serta dampak perubahan iklim seperti fluktuasi suhu, curah hujan ekstrem, dan serangan hama mengancam produktivitas dan kualitas kopi. Hal ini berdampak pada ketidakstabilan pasokan dan rendahnya kesejahteraan petani. Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan mendorong berbagai pihak untuk menerapkan praktik ramah lingkungan dan membangun sistem produksi yang lebih tangguh dan berkeadilan (ICO, 2024;

Proença et al., 2021). Namun, keberlanjutan dalam industri kopi tidak hanya mencakup aspek lingkungan, tetapi juga sosial dan ekonomi. Produksi kopi berkaitan erat dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 1 (pengentasan kemiskinan), SDG 2 (ketahanan pangan), dan SDG 8 (pertumbuhan ekonomi). Perubahan iklim memengaruhi ketersediaan lahan dan hasil panen, yang berdampak langsung pada kesejahteraan petani dan stabilitas ekonomi negara-negara penghasil kopi. (Bacsi et al., 2022).

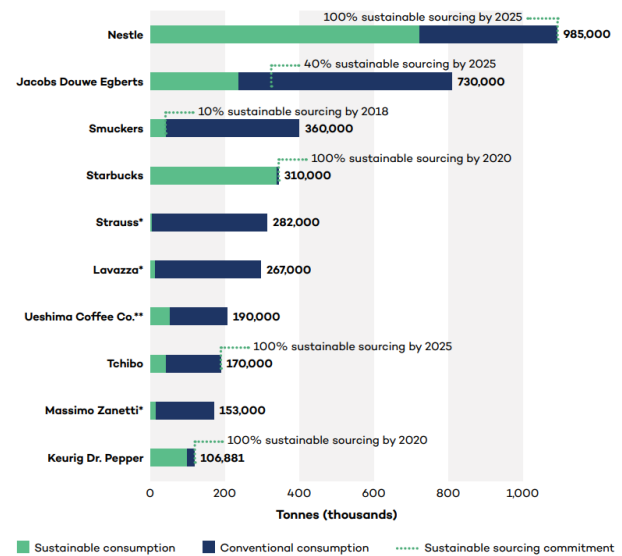


Gambar 1

Triple Bottom Line

Sumber : Agustia, 2024

Hubungan antara keberlanjutan dan praktik halal dalam rantai pasok dapat dijelaskan melalui pendekatan triple bottom line, yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Secara ekonomi, penerapan prinsip halal dapat meningkatkan efisiensi biaya dengan meminimalkan risiko kontaminasi dan kerugian logistik. Dari sisi lingkungan, manajemen halal yang buruk berpotensi menghasilkan limbah tambahan. Secara sosial, konsistensi penerapan halal membangun kepercayaan publik, khususnya konsumen Muslim, terhadap integritas perusahaan. Oleh karena itu, praktik halal mendukung pencapaian keberlanjutan secara holistik dalam sistem rantai pasok (Kurniawati & Cakravastia, 2023).



Grafik 4

Data Perusahaan Pemanggangan Kopi Besar dan Komitmen Pengadaan Berkelanjutan di Dunia

Sumber: Liaqat, 2023

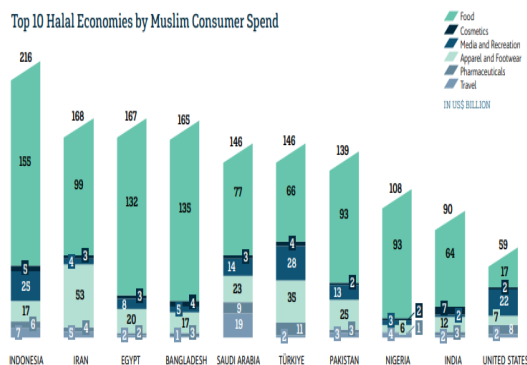
Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam industri kopi terus meningkat. Perusahaan kopi global kini lebih proaktif mengadopsi praktik berkelanjutan, bahkan menargetkan 100% penggunaan biji kopi berkelanjutan dalam waktu dekat. Pergeseran ini didorong oleh tekanan konsumen yang peduli lingkungan serta kesadaran perusahaan akan pentingnya menjaga sumber daya alam demi keberlangsungan bisnis jangka panjang (Liaqat, 2023). Sejalan dengan upaya ini, pasar kopi siap minum (RTD) juga menunjukkan pertumbuhan yang pesat, didorong oleh peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk yang lebih praktis dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, manajemen rantai pasok halal memegang peran penting, khususnya di negara mayoritas Muslim. Penerapan prinsip halal tidak lagi terbatas pada produk akhir, melainkan harus mencakup seluruh rantai pasok, dari pemilihan bahan baku hingga distribusi akhir (Haudi et al., 2022; Widyanti et al., 2024). Transformasi industri 4.0 turut menuntut pengelolaan data dan integrasi sistem yang aman dan andal dalam menjaga integritas halal (Shariff & Ahmad, 2019; Kuncorosidi et al., 2024).

Desain rantai pasok halal yang tepat sangat penting untuk menjaga

kepercayaan konsumen dan membangun citra merek yang kuat (Anggar Kusuma & Anandya, 2023). Indonesia secara aktif mengintegrasikan nilai-nilai kehalalan dalam pengembangan ekonomi digital melalui berbagai program seperti pusat layanan halal daerah, sertifikasi halal komprehensif, dan sistem pelacakan produk yang terintegrasi. Sertifikasi halal kini menjadi prioritas nasional, termasuk bagi UMKM, dan diatur secara legal melalui UU No. 33 Tahun 2014 dan PP No. 39 Tahun 2021.

Regulasi ini memperkuat jaminan perlindungan konsumen Muslim serta mendorong pertumbuhan industri halal nasional (Andry Alamsyah, 2021; Halal MUI, 2024). Dalam perspektif Islam, makanan halal tidak hanya memenuhi aspek fisik, tetapi juga merupakan bentuk ketaatan spiritual yang mendukung gaya hidup sehat dan berkualitas (Diny Duratul Ummah, 2021).



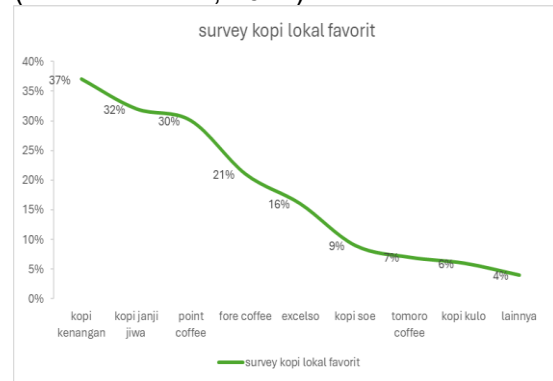
Grafik 5

Data 10 Ekonomi Halal Teratas Berdasarkan Belanja Konsumen Muslim di Dunia

Sumber : Dinarstandard.com, 2024

Studi terbaru menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam pengeluaran konsumen Muslim terhadap produk dan jasa halal secara global. Indonesia menempati posisi terdepan sebagai negara dengan pengeluaran konsumen Muslim terbesar di dunia, didukung oleh populasi Muslim yang besar, meningkatnya kesadaran terhadap gaya hidup halal, serta dukungan kebijakan pemerintah (DinarStandard, 2024). Komitmen nasional terhadap pengembangan industri halal tercermin dalam Rencana Induk Ekonomi Syariah

yang mendorong kerja sama lintas negara dan memperkuat rantai nilai halal global (Bappenas, 2019). Pada tahun 2022/2023, investasi di sektor ekonomi Islam mencapai US\$25,9 miliar, tumbuh 128% dari tahun sebelumnya, menandakan potensi besar industri halal di masa depan (DinarStandard, 2024).



Grafik 6

Data Survey Kedai Kopi Favorit di Indonesia Tahun 2024

Sumber: good stats.id, 2024

Pergeseran preferensi konsumen terhadap kopi lokal di Indonesia menunjukkan tren yang semakin kuat, didorong oleh kesadaran untuk mendukung produk dalam negeri serta keinginan menikmati cita rasa yang autentik (GoodStats, 2024). Kopi lokal kini dinilai mampu bersaing dari segi kualitas rasa dan pengalaman konsumen. Berdasarkan survei terbaru, Kopi Kenangan menempati posisi teratas sebagai kedai kopi favorit dengan 37% responden, diikuti oleh Janji Jiwa (32%), Point Coffee (30%), dan Fore Coffee (21%) (GoodStats, 2024). Persaingan yang ketat di pasar kedai kopi lokal ini mencerminkan pentingnya inovasi dan strategi diferensiasi dalam menarik preferensi konsumen.



Gambar 2

Infografis Alur Pengelolaan Limbah dari Kopi Kenangan

Sumber: Kopi Kenangan, 2022

Kopi Kenangan menunjukkan komitmen kuat terhadap praktik keberlanjutan dan kehalalan dalam

seluruh operasionalnya. Melalui inisiatif Kenangan *Sustainability Journey* 2030, perusahaan menargetkan pengurangan sampah plastik hingga 50%, emisi karbon sebesar 15%, dan efisiensi air sebesar 10% (Kopi Kenangan, 2022).

Langkah konkret seperti penggunaan tenaga surya di gerai, daur ulang limbah kopi, pengelolaan minyak jelantah, serta kolaborasi dengan Octopus Indonesia mencerminkan penerapan prinsip ekonomi sirkular dalam rantai pasoknya. Di sisi lain, sejak 2019, Kopi Kenangan juga telah berupaya memperoleh sertifikasi halal untuk seluruh produknya. Hasilnya, pada 2020 dan 2021, seluruh lini berhasil tersertifikasi, termasuk produk RTD, dan memperoleh penghargaan dari LPPOM MUI pada 2022 atas implementasi sistem jaminan halal terbaik (Kopi Kenangan, 2022).

Berdasarkan penelitian (Jamia Millia Islamia, 2021) dengan judul penelitian *examining the link between halal supplychain management and sustainability* dengan metode analisis faktor dan struktural permodalan persamaan (SEM) dengan hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendukung keberhasilan manajemen HSC yang efektif adalah kesesuaian penerapan faktor kritis. Jika sebagian besar faktor kritis ini diterapkan secara efektif, maka keberhasilan manajemen HSC dan kinerja berkelanjutan pada dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial juga akan tercapai dengan baik.

LANDASAN TEORI

Management Operation

Manajemen operasional adalah bidang manajemen yang fokus pada perencanaan, pengendalian, dan pengawasan proses produksi dan layanan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa sumber daya perusahaan digunakan secara efektif dan efisien dalam menghasilkan barang dan jasa, dengan cara yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan organisasi. (Heizer dan Render, 2022)

Manajemen operasional adalah pilar utama menjalankan sebuah bisnis

yang efisien dan sukses. Konsep dalam manajemen operasional meliputi berbagai prinsip yang saling terkait dan saling melengkapi untuk mencapai tujuan operasional yang diinginkan. (Collier & Evans, 2019)

Supply Chain Management

Manajemen rantai pasokan adalah koordinasi dan integrasi dari berbagai aktivitas yang diperlukan untuk merancang, memproduksi, dan mendistribusikan produk dan layanan dari titik asal hingga titik konsumsi. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan nilai bagi pelanggan dan perusahaan dengan mengelola aliran informasi, barang, dan uang secara efektif. Sunil Chopra dan Peter Meindl (2022)

Menurut Chase, Aquilano, dan Jacob, (2005) pengertian SCM adalah sebuah sistem untuk dapat menerapkan pendekatan secara total didalam mengelolaseluruh aliran informasi, bahan, serta juga jasa dari bahan baku denganmelalui pabrik serta gudang hingga ke konsumen akhir.

Sustanbility

Keberlanjutan berarti mempertahankan dan memastikan keberlangsungan sistem, proses, atau aktivitas untuk jangka panjang, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap berbagai aspek, seperti ekonomi, lingkungan, dan sosial. (Costa & Matias, 2020)

Sustainability Practices

Praktik keberlanjutan merupakan suatu keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) dari para pesaingnya karena secara umum hal ini akan dipandang positif oleh para pemangku kepentingan. Ketika ada dua perusahaan yang menghasilkan produk yang serupa, maka para pelanggan akan lebih cenderung untuk memilih produk dari perusahaan yang menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan. (Saraswati & Alam, 2022)

Praktik keberlanjutan melibatkan integrasi antara manajemen lingkungan

yang ramah, serta pertimbangan sosial dan budaya yang mendukung kebijakan keberlanjutan. Mereka menekankan pentingnya pengelolaan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja jangka panjang perusahaan. (Martins et al., 2022)

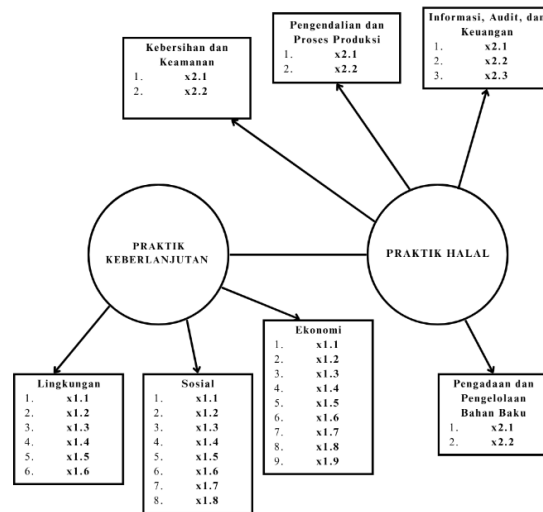
Halal Supply Chain

Manajemen rantai pasokan halal adalah sistem pengelolaan yang memastikan bahwa seluruh tahapan produksi hingga distribusi suatu produk menjunjung tinggi nilai-nilai kehalalan. (M. I. Khan et al., 2018). Sesuai dengan prinsip dasarnya, manajemen rantai pasokan halal menuntut kepatuhan terhadap standar kehalalan yang tinggi di setiap tahap, mulai dari pengadaan bahan baku hingga pengiriman produk ke konsumen (Tieman et al., 2019). Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka beli telah memenuhi semua persyaratan kehalalan dan dapat dikonsumsi dengan tenang (Riska Alifia et al., 2023).

Praktik Halal

Menurut Jasman and Ariffin, (2022) pengertian Praktik Halal adalah Praktik halal mengacu pada kemudahan konsumen dalam mengakses produk halal yang telah memenuhi standar kehalalan dari segi bahan, proses produksi, dan distribusi. Produk halal tidak hanya memenuhi aspek hukum syariat tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan konsumen untuk aksesibilitas dan kenyamanan, seperti melalui sertifikasi halal dan label halal yang mudah dikenali, Jasman and Ariffin, 2022.

Model Konseptual Penelitian



Gambar 3
Model Konseptual Awal
Sumber: Berbagai referensi, 2024

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa *sustainability practices* dan *halal practices* pada kopi kenangan

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Kenangan *Coffee Chains* sebagai representasi dari industri kopi secara lebih luas.

Metodologi Penelitian

Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian untuk menganalisis praktik keberlanjutan dan halal, maka metode penelitian yang paling sesuai adalah deskriptif. Metode ini akan memberikan gambaran yang akurat mengenai kondisi variabel penelitian tanpa melakukan analisis komparatif. (suliyanto, 2018) dan juga pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian efa (*Confirmatory Factor Analysis*) CFA adalah bagian dari analisis faktor yang digunakan ketika peneliti belum memiliki model atau teori yang pasti, dan ingin mencari tahu atau mengeksplorasi struktur hubungan antar variabel. Ghazali (2011)

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka untuk menunjukkan jumlah atau besaran tertentu (Fitriya dkk., 2019)

Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Menurut Sunyoto (2013), Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden (objek penelitian). Data primer dapat diperoleh melalui kuesioner, observasi dan test. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada para responden.

2. Data sekunder

Menurut Sunyoto (2013), Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui: studi kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data yang didapatkan dari buku jurnal-jurnal, yang berhubungan dengan topik penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kombinasi beberapa metode. Pertama, dilakukan observasi langsung terhadap objek penelitian. Kedua, data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Terakhir, data pendukung diperoleh dari studi pustaka. Berikut penjelasannya:

1. Kuesioner

Menurut sudaryono (2019) Angket Atau kuesioner merupakan suatu tekni atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (penelitian tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Intrument atau alat pengumpulan datanya juga di sebut angket berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus di jawab atau di respon oleh responden

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan refensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Terdapat tiga kriteria terhadap teori yang digunakan

Sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relefansi, kemutakhiran, dan keaslian. Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. (Hardani et al., 2020)

Populasi, sampel dan teknik sampling

Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi mencakup semua individu atau unit yang menjadi fokus dari penelitian dan yang ingin diambil kesimpulannya oleh peneliti. Populasi bisa berupa manusia, hewan, tumbuhan, objek, atau bahkan kejadian. (Sugiyono ,2017), maka populasi pada penelitian ini adalah Seluruh konsumen kopi kenangan. Ini bisa mencakup konsumen yang sering berkunjung, sesekali, atau bahkan hanya pernah sekali mencoba produk Kenangan Coffee di seluruh indonesia.

Sampel

Berdasarkan pendapat Sudaryono (2019), sampel penelitian memiliki peran yang signifikan dalam menentukan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Sampel yang representatif akan memungkinkan kita untuk menarik kesimpulan yang generalisasi terhadap populasi. Maka sampel pada penelitian ini adalah 241 konsumen Kenangan Coffee yang dari kalangan umur berapapun dan membeli kopi di gerai Kenangan Coffe di seluruh indonesia. dengan kriteria seperti berikut:

1. Dari kalangan umur berapapun
2. Konsumen kopi dari berbagai gerai Kenangan Coffee yang tersebar di seluruh Indonesia.
3. Konsumen yang membeli produk kopi di gerai fisik Kenangan Coffee.

4. Konsumen yang membeli produk kopi di kopi kenangan melalui aplikasi online atau layanan delivery.

Tabel 1
Presentase Sampel Setiap Provinisi

Provinsi	Presentase	Responden
DKI Jakarta	28%	68
Jawa Barat	20,08%	48
Banten	14,48%	35
Jawa Timur	9,79%	24
Sumatera Utara	5,71%	14
Kalimantan Timur	4,59%	11
Jawa Tengah	3,98%	10
Sulawesi Selatan	1,83%	4
DIY Yogyakarta	1,53%	4
Bali	0,92%	2
Jambi	1,12%	3
Kepulauan Riau	0,92%	2
Sulawesi Utara	0,92%	2
Sumatera Selatan	1,12%	3
Riau	0,92%	2
Sumatera Barat	0,71%	2
Aceh	0,71%	2
Sulawesi Tenggara	0,51%	1
Lampung	0,71%	2
Kalimantan Selatan	0,71%	2
Kalimantan Barat	0,31%	1
Bengkulu	0,10%	0
Jumlah Total	100%	241

Sumber: Data diolah, 2024
Teknik Sampling

Teknik sampling 54ebagi proses memilih 54ebagian elemen dari populasi untuk mewakili keseluruhan (Sudaryono, 2019). Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel secara subjektif berdasarkan kriteria tertentu. Sampel dipilih secara sengaja karena dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan tujuan penelitian.

Operasional Variabel

Table 2
Operasional Variabel (Sustainability Practices)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Sustainability Practices (Praktik Keberlanjutan)	praktik keberlanjutan sebagai upaya untuk memastikan keseimbangan antara tiga pilar utama ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam menjalankan operasi bisnis. (John Elkington, 2020)	1.Environmental (Lingkungan)	1. Pemilisan dampak operasional terhadap lingkungan (emis, konsumsi energi, air, bahan bakar) (Kneipp et al., 2018) (Garcia-Graena et al., 2018) 2. Penggunaan material ramah lingkungan untuk mengurangi dampak polusi (suara, visual, udara), (Kneipp et al., 2018) 3. Kemiripan dengan pemasok untuk pengembalian material yang dapat digunakan kembali, (Garcia-Graena et al., 2018) 4. Pengelolaan sampah secara selektif (tempat sampah terpisah untuk kertas, kaca, logam, plastik) (Garcia-Graena et al., 2018) 5. Pengelolaan limbah berbahaya secara tepat (limbah plastik, limbah mpas kopi), (Kneipp et al., 2018)	Ordinal	(Nalina et al., 2021)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
		2. Social (Sosial)	6. Edukasi lingkungan untuk karyawan, keluarga, dan komunitas dalam mengurangi dampak lingkungan (Dangelico, Pontrano dello 2015) 1. Dukungan formal untuk hubungan dengan stakeholder (Kneipp et al., 2018), (Eccles et al., 2014) 2. Pelatihan pemangku kepentingan (Kneipp et al., 2018), (Eccles et al., 2014) 3. Lingkungan kerja yang aman dan nyaman (Kneipp et al., 2018) 4. Fasilitas untuk penyandang disabilitas (Kneipp et al., 2018) 5. Kebijakan kesetaraan dan anti-diskriminasi (Kneipp et al., 2018) 6. Kontribusi untuk pengembangan komunitas lokal (Kneipp et al., 2018) 7. Dukungan terhadap kerja sukarela karyawan (Kneipp et al., 2018)	Ordinal	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
		3. Economic (Ekonomi)	8. Edukasi keberlanjutan bagi konsumen melalui komunikasi perusahaan (Kneipp et al., 2018) 1. Evaluasi praktik bisnis lingkungan pemasok (Kneipp et al., 2018) 2. Pengurangan konsumsi air di fasilitas (Kneipp et al., 2018) 3. Efisiensi energi di area perusahaan (Garcia-Graena et al., 2018) 4. Pengurangan konsumsi bahan baku (Garcia-Graena et al., 2018) 5. Pengurangan limbah kertas dan plastik dalam operasional bisnis (Kneipp et al., 2018) 6. Peningkatan kualitas produk/jasa (Garcia-Graena et al., 2018) 7. Diversifikasi produk dan layanan dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan (Kneipp et al., 2018)	Ordinal	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
			8. Ekspansi pasokan produk/jasa (Kneipp et al., 2018) 9. Peningkatan nilai tambah produk/jasa (Dangelico & Pontrandolfo, 2015)		

Sumber: Berbagai Referensi, 2024

Tabel 3
Operasional Variabel (Halal Practices)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Halal Practices (Praktik halal)	praktik halal merujuk kepada segala bentuk tindakan, aktivitas, dan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, mencakup aspek makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan aktivitas lainnya yang diperbolehkan dalam Islam. (Dahan & Ghani, 2018)	1. Pengadaan dan Pengelolaan Bahan Baku	- Pembelian bahan baku halal - Pengelolaan tempat penyimpanan gudang	Ordinal	(Ahmad et al., 2024)
		2. Kebersihan dan Keamanan	- Menjaga kebersihan diri - Menjaga kebersihan sarana dan peralatan	Ordinal	
		3. Pengendalian dan Proses Produksi	- Mengendalikan sumber bahan halal - Mengendalikan proses produksi	Ordinal	
		4. Informasi, Audit, dan Keuangan	- Menyebarkan informasi halal - Melakukan audit internal - Mengelola transaksi keuangan		

Sumber: Berbagai Referensi, 2024

Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Penelitian Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala likert ini dipilih untuk memudahkan para karyawan untuk menjawab pernyataan kuesioner dengan lebih cepat dan tanpa mengambil banyak waktu. Menurut (Uma Sekaran, 2019:19) Skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan. Pada skala lima poin dengan titik panduan (anchor) berikut: 1= Sangat Tidak Setuju. 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju

Tabel 4
Bobot Kriteria Penilaian Skala Likert

Skala likert				
1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju				Sangat Setuju

Sumber: Berbagai Referensi, 2024

Jawaban dari setiap responden dihitung dengan mengalikan jumlah responden, jumlah indikator, serta nilai skala tertinggi dan terendah.

a) Variabel (*Sustainability Practices*)

Rumus:

1. Total skor tertinggi: $241 \times 23 \times 5 = 27.715$
2. Total skor terendah: $241 \times 23 \times 1 = 5.543$

Hasil dari nilai kusioner tertinggi dan terendah di selisihkan lalu dibagi, maka $27.715 - 5543:5 = 4.434$ sebagai rentang nilai dari masing-masing skala likert untuk variabel *sustainability practices* yang dimaksud apabila total nilai kusioner yang didapat ialah:

Tabel 5
Skala Likert (*Sustainability Practices*)

Skala Likert	Keterangan
5.543- 9.977	Sangat Tidak Setuju
9.978-14.412	Tidak Setuju
14.413-18.847	Netral
18.848-23.282	Setuju
23.283-27.715	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah, 2024

b) Variabel (*Halal practices*)

Rumus:

1. Total skor tertinggi: $241 \times 9 \times 5 = 10845$
2. Total skor terendah: $241 \times 9 \times 1 = 2169$

Hasil dari nilai kusioner tertinggi dan terendah di selisihkan lalu dibagi, maka $10845 - 2169:5 = 1735$ sebagai rentang nilai dari masing-masing skala likert untuk variabel *Halal practices* yang dimaksud apabila total nilai kusioner yang didapat ialah

Tabel 6
Skala Likert (*Halal Practices*)

Skala Likert	Keterangan
2169 - 3904	Sangat Tidak Setuju

Skala Likert	Keterangan
3905- 5639	Tidak Setuju
5640 - 7374	Netral
7375 - 9109	Setuju
9110- 10845	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen mengukur variabel yang dimaksud. Pengujian dilakukan dengan SPSS versi 22, menggunakan perbandingan nilai r hitung dan r tabel pada signifikansi 5%. Instrumen dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan korelasi bersifat signifikan serta positif.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan SPSS versi 25 dengan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60, dan tidak reliabel jika $<$ 0,60 (Anggraini et al., 2022).

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data melalui nilai rata-rata, standar deviasi, varians, serta nilai maksimum dan minimum (Ghozali, 2018).

Analisis Data

1. Method Successive Interval (MSI)

Analisis MSI dapat digunakan untuk mengubah data berskala ordinal menjadi skala interval. Dalam penelitian yang menggunakan data skala Likert, transformasi ini diperlukan agar hasil interpretasi lebih akurat (Dukalang, 2019).

2. Analisa Faktor Konfirmatori

Tujuan utama dari analisis faktor adalah mendefinisikan struktur suatu data matrix dan menganalisis struktur saling hubungan (korelasi) antar sejumlah besar variabel (*test score*, *test items*, jawaban

kuesioner) dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor atau komponen (Ghozali, 2018:387). Teknik analisis faktor ini terdapat dua macam pendekatan. Pertama, analisis faktor eksploratori (*Exploratory Factor Analysis* atau EFA) dan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis* atau CFA). EFA adalah suatu teknik analisis faktor yang di mana secara apriori peneliti belum memiliki atau mengetahui teori atau dugaan mengenai jumlah faktor serta variabel mana saja yang terkait dengan faktor tertentu. Sedangkan CFA adalah suatu teknik analisis faktor yang secara apriori telah diketahui atau ditentukan terlebih dahulu variabel-variabel mana saja yang berhubungan dengan faktor-faktor mana saja.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis* atau CFA), yaitu mengkonfirmasi secara statistik model yang telah dibangun sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS for Windows untuk mengolah data yang telah didapatkan. Menurut Ghozali (2018:395) ada beberapa *output* yang dihasilkan untuk analisis faktor konfirmatori, yaitu sebagai berikut:

1. **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test.**

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) *Measure of Sampling Adequacy*, yaitu indeks yang membandingkan besarnya koefisien korelasi yang diamati dengan besarnya koefisien parsial. Angka yang dihasilkan oleh KMO *Measure of Sampling Adequacy* harus $> 0,50$ supaya analisis faktor dapat diproses lebih lanjut.

Bartlett's Test of Sphericity adalah tes yang digunakan untuk menguji apakah terdapat interdependensi antara variabel-variabel yang menjadi indikator suatu faktor. Tes ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak berkorelasi satu sama lain dalam populasi. Agar analisis faktor dapat dilakukan, hasil uji *Bartlett's* harus menunjukkan signifikansi $< 0,05$.

2. **Anti-Image Correlation Test**

Tabel hasil perhitungan anti-image correlation test menunjukkan sejumlah angka yang membentuk diagonal, yang bertanda "a", yang menandakan angka MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) sebuah variabel. Apabila angka MSA sebuah variabel dibawah 0,5 maka variabel tersebut harus dikeluarkan dan juga dilakukan pengulangan pemilihan variabel.

3. **Communalities Test**

Communalities (Komunalitas) menunjukkan seberapa besar keragaman variabel asal, dan dapat menjelaskan minimal 50% keragaman data variabel asal. Semakin besar communalities maka semakin erat hubungan antara indikator-indikator yang diteliti dengan faktor yang terbentuk.

4. **Total Variance Explained Test**

Fungsi tabel ini adalah untuk menunjukkan jumlah varian yang berasosiasi dengan masing-masing faktor. Faktor yang mempunyai Eigen value 1 dapat dimasukkan ke dalam model, sedangkan jika ada yang nilainya

5. **Component Matrix dan Rotated Component Matrix**

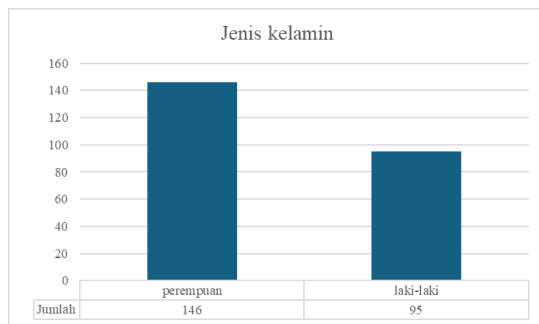
Kedua tabel ini berfungsi untuk menunjukkan bagaimana variabel-variabel terdistribusi ke dalam faktor-faktor yang terbentuk. *Component Matrix* menyajikan koefisien yang digunakan untuk merepresentasikan variabel standar yang disebut faktor. Koefisien faktor loading menggambarkan tingkat korelasi antara variabel asal dan faktor terkaitnya. Korelasi yang tinggi menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel dan faktor tersebut, sehingga variabel tersebut dapat digunakan untuk membentuk faktor. Jika matriks ini kompleks, akan sulit untuk menginterpretasikan faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, dilakukan rotasi faktor untuk mentransformasi matriks menjadi bentuk yang lebih sederhana sehingga lebih mudah dipahami.

Rotated Component Matrix menunjukkan bagaimana variabel-variabel yang telah diekstrak didistribusikan ke

dalam faktor-faktor yang terbentuk setelah proses

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini diperoleh dari 241 responden yang mengisi kuesioner berisi 32. pertanyaan. Penelitian dilakukan secara nasional dan mencakup berbagai wilayah di Indonesia. Responden merupakan konsumen Kopi Kenangan dari berbagai rentang usia serta latar belakang sosial, ekonomi, dan geografis yang beragam. Dengan pendekatan ini, data yang dikumpulkan diharapkan mampu merepresentasikan populasi konsumen Kopi Kenangan secara umum di Indonesia.

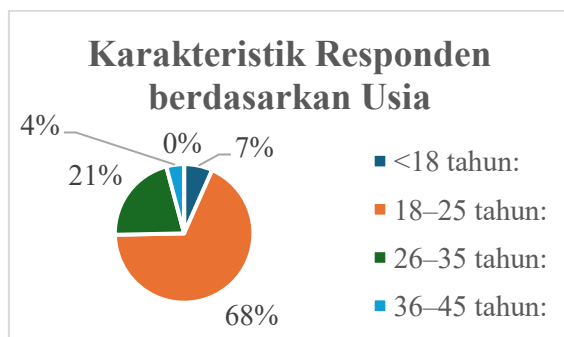


Grafik 7

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Diolah, 2025

Grafik menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki, dengan frekuensi 39,4% untuk responden laki-laki dan 60,6% untuk responden perempuan.

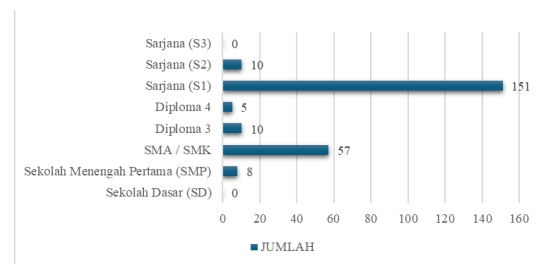


Grafik 8

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Sumber: Data Diolah, 2025

Grafik ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia 18–25 tahun dengan frekuensi 68%, diikuti oleh usia 26–35 tahun sebesar 21%, <18 tahun sebesar 7%, dan 36–45 tahun sebesar 4%, tanpa adanya responden berusia di atas 45 tahun.

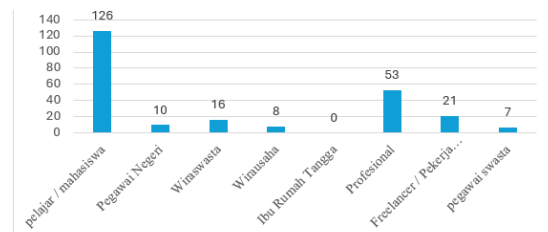


Grafik 9

Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Sumber: Data Diolah, 2025

Grafik menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan Sarjana (S1) sebesar 62,7%, disusul oleh SMA/SMK sebesar 23,6%, S2 dan Diploma 3 masing-masing 4,2%, SMP sebesar 3,3%, Diploma 4 sebesar 2,1%, serta tidak ada responden dengan pendidikan SD maupun S3.



Grafik 10

Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Diolah, 2025

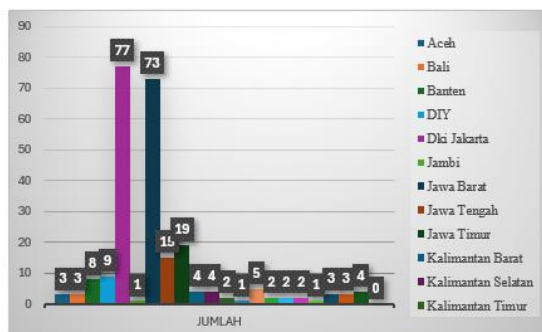
Grafik ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa sebesar 55,3%, diikuti oleh Profesional sebesar 23,3%, Freelancer 9,2%, Wiraswasta 7,0%, Pegawai Negeri 4,4%, Wirausaha 3,5%, dan Pegawai Swasta 3,1%, dengan tidak ada responden yang berstatus sebagai Ibu Rumah Tangga.



Grafik 11
Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Sumber: Data Diolah, 2025

Grafik 11 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.600.000 – Rp. 3.000.000 dengan persentase 35,1%, diikuti oleh kelompok pendapatan Rp. 4.600.000 – Rp. 6.000.000 sebesar 28,9%, kemudian Rp. 3.100.000 – Rp. 4.500.000 sebesar 16,7%, > Rp. 6.000.000 sebesar 16,2%, dan < Rp. 1.500.000 sebesar 8,8%.



Grafik 12
Karakteristik Responden berdasarkan Provinsi

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan grafik 12, mayoritas konsumen Kopi Kenangan berasal dari DKI Jakarta sebanyak 77 orang (31,9%) dan Jawa Barat sebanyak 73 orang (30,3%). Wilayah lain seperti Jawa Timur, Jawa Tengah, dan DIY menyumbang sebagian kecil dari total responden, sementara provinsi di luar Pulau Jawa memiliki persentase yang jauh lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa konsentrasi konsumen Kopi Kenangan lebih dominan di Pulau Jawa, khususnya

wilayah urban seperti Jakarta dan sekitarnya.

ANALISIS HASIL PENGUMPULAN DATA UJI VALIDITAS

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Praktik Keberlanjutan (X1)

Item	Corrected Item-Total Correlation / r Hitung	r Tabel <=>	Keterangan
x1.1	0,439	0,1264	Valid
x1.2	0,518	0,1264	Valid
x1.3	0,454	0,1264	Valid
x1.4	0,458	0,1264	Valid
x1.5	0,568	0,1264	Valid
x1.6	0,464	0,1264	Valid
x1.7	0,443	0,1264	Valid
x1.8	0,475	0,1264	Valid
x1.9	0,278	0,1264	Valid
x1.10	0,319	0,1264	Valid
x1.11	0,339	0,1264	Valid
x1.12	0,464	0,1264	Valid
x1.13	0,352	0,1264	Valid
x1.14	0,523	0,1264	Valid
x1.15	0,519	0,1264	Valid
x1.16	0,503	0,1264	Valid
x1.17	0,516	0,1264	Valid
x1.18	0,379	0,1264	Valid
x1.19	0,438	0,1264	Valid
x1.20	0,269	0,1264	Valid
x1.21	0,469	0,1264	Valid
x1.22	0,393	0,1264	Valid
x1.23	0,358	0,1264	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Praktik Halal (X2)

Item	Corrected Item-Total Correlation / r Hitung	r Tabel <=>	Keterangan
x2.1	0,439	0,1264	Valid
x2.2	0,393	0,1264	Valid
x2.3	0,340	0,1264	Valid
x2.4	0,408	0,1264	Valid
x2.5	0,415	0,1264	Valid
x2.6	0,446	0,1264	Valid
x2.7	0,324	0,1264	Valid
x2.8	0,325	0,1264	Valid
x2.9	0,280	0,1264	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 8 dan Tabel 9 menampilkan hasil perhitungan uji validitas terhadap seluruh item pertanyaan pada variabel Praktik Keberlanjutan (X1) dan Praktik Halal (X2). Berdasarkan hasil uji, seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan

demikian, kuesioner yang digunakan dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk proses analisis selanjutnya.

UJI RELIABILITAS

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Praktik
Keberlanjutan (X1),Praktik Halal (X2)

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan </>	Keterangan
Praktik Keberlanjutan (X1)	0,865	0,60	Valid
Praktik Halal (X2)	0,700	0,60	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Dari hasil uji Reliabilitas di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien Reliabilitas untuk masing-masing variabel seperti terlihat pada tabel di atas > 0,60. Maka, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner dalam penelitian ini reliabel atau konsisten. Sehingga, dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Tabel 11
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Praktik Keberlanjutan (X1)	241	23.00	100.00	18466.29	76.6236	10.59535
Praktik Halal (X2)	241	13.03	41.40	7816.97	32.4356	4.37023
Valid N (listwise)	241					

Sumber : Data SPSS Diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, jumlah sampel (N) untuk setiap variabel adalah sebanyak 241 responden. Pada variabel Praktik Keberlanjutan (X1), nilai minimum yang diperoleh adalah 23.00 dan nilai maksimum sebesar 100.00, dengan total skor keseluruhan sebesar 18.466,29. Rata-rata nilai yang diperoleh responden adalah 76,62 dengan standar deviasi sebesar 10,60. Sementara itu, pada variabel Praktik Halal (X2), nilai minimum adalah 13,03 dan maksimum sebesar 41,40. Total skor keseluruhan pada variabel ini adalah 7.816,97, dengan nilai rata-rata sebesar 32,44 dan standar deviasi sebesar 4,37.

Tabel 12
Distribusi Frekuensi Tanggapan
Responden mengenai Praktik
Keberlanjutan (X1) Pada Kopi
Kenangan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Aktual	Skor Ideal	%
12	Kopi Kenangan aktif membantu komunitas sekitar dengan berbagai program sosial dan kegiatan yang bermanfaat.	6	17	35	94	89	805	1205	66,8
13	Kopi Kenangan mendukung karyawan yang ingin berkontribusi dalam kegiatan sosial dan kerja sukarela.	6	13	41	99	82	805	1205	66,8
14	Kopi Kenangan mengajak pelanggan untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan keberlanjutan melalui berbagai informasi dan kampanye.	8	22	41	81	89	778	1205	64,6
15	Kopi Kenangan memastikan para mitra bisnis atau pemasok bahan menjalankan usaha dengan cara yang baik dan peduli terhadap lingkungan serta masyarakat.	6	13	38	97	87	805	1205	66,8
16	Kopi Kenangan berusaha menghemat penggunaan air di setiap tempat usahanya agar tidak boros dan lebih ramah lingkungan.	13	18	36	100	74	733	1205	60,8
17	Kopi Kenangan menggunakan energi dengan lebih efisien di semua area kerja untuk mengurangi pemborosan listrik.	17	16	33	93	82	702	1205	58,3
18	Kopi Kenangan berusaha menggunakan bahan baku dengan lebih bijak agar tidak terbuang sia-sia.	5	14	34	96	92	821	1205	68,1
19	Kopi Kenangan mengurangi penggunaan kertas dan plastik dalam operasional sehari-hari untuk mengurangi sampah.	14	28	29	89	81	723	1205	60,0
20	Kopi Kenangan selalu berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanan agar pelanggan lebih puas.	3	3	26	99	110	865	1205	71,8
21	Kopi Kenangan mengembangkan produk dan layanan baru dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan.	4	14	29	110	84	841	1205	69,8
22	Kopi Kenangan memperluas pilihan produk dan layanan agar lebih banyak orang bisa menikmatinya.	4	12	22	95	108	841	1205	69,8
23	Kopi Kenangan memberikan nilai tambah pada produk dan layanan, baik dari segi kualitas, manfaat, maupun inovasi.	3	12	22	89	115	865	1205	71,8
TOTAL							18466	27715	66,6

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1	Kopi Kenangan berusaha mengurangi dampak operasionalnya terhadap lingkungan, seperti menghemat energi, air, dan bahan bakar serta mengurangi polusi udara.	11	10	41	110	69	747	1205	62,0
2	Kopi Kenangan menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan untuk mengurangi pencemaran udara, suara, dan gangguan visual.	5	15	32	111	77	821	1205	68,1
3	Kopi Kenangan bekerja sama dengan pemasok untuk mendaur ulang dan menggunakan kembali bahan yang masih bisa dipakai.	3	22	45	76	93	865	1205	71,8
4	Kopi Kenangan menyediakan tempat sampah terpisah untuk (kertas dan plastik) agar sampah dapat dikelola dengan lebih baik.	9	23	30	91	88	767	1205	63,6
5	Kopi Kenangan memiliki prosedur pengelolaan limbah plastik dan ampas kopi untuk memastikan pembuangan yang bertanggung jawab dan ramah lingkungan.	9	19	34	83	96	767	1205	63,6
6	Kopi Kenangan mengajak karyawan dan masyarakat sekitar untuk lebih peduli terhadap lingkungan melalui berbagai kegiatan edukasi dan kampanye hijau.	7	24	32	95	94	791	1205	65,6
7	Kopi Kenangan memiliki aturan dan kesepakatan resmi untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pihak terkait lainnya.	4	16	33	100	88	841	1205	69,8
8	Kopi Kenangan melibatkan karyawan, pelanggan, dan masyarakat dalam berbagai keputusan penting, terutama yang berkaitan dengan bisnis dan lingkungan.	10	22	32	95	82	757	1205	62,8
9	Kopi Kenangan memastikan tempat kerja yang aman, nyaman, dan mendukung kesejahteraan semua karyawan.	4	6	20	97	114	841	1205	69,8
10	Kopi Kenangan menyediakan fasilitas yang memudahkan penyandang disabilitas dalam beraktivitas di lingkungan perusahaan.	5	20	39	83	94	821	1205	68,1
11	Kopi Kenangan menghargai keberagaman dan tidak membiarkan diskriminasi terjadi di tempat kerja.	3	13	28	92	105	865	1205	71,8

Sumber: Data Diolah, 2025

1. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan berusaha mengurangi dampak operasionalnya terhadap lingkungan, seperti menghemat energi, air, dan bahan bakar serta mengurangi polusi udara dengan skor 747 dan persentase 62,0%.

2. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi

- Kenangan menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan untuk mengurangi pencemaran udara, suara, dan gangguan visual dengan skor 821 dan persentase 68,1%.
3. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan bekerja sama dengan pemasok untuk mendaur ulang dan menggunakan kembali bahan yang masih bisa dipakai dengan skor 865 dan persentase 71,8%.
 4. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan menyediakan tempat sampah terpisah untuk kertas dan plastik agar sampah dapat dikelola dengan lebih baik dengan skor 767 dan persentase 63,6%.
 5. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memiliki prosedur pengelolaan limbah plastik dan ampas kopi untuk memastikan pembuangan yang bertanggung jawab dan ramah lingkungan dengan skor 767 dan persentase 63,6%.
 6. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan mengajak karyawan dan masyarakat sekitar untuk lebih peduli terhadap lingkungan melalui berbagai kegiatan edukasi dan kampanye hijau dengan skor 791 dan persentase 65,6%.
 7. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memiliki aturan dan kesepakatan resmi untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pihak terkait lainnya dengan skor 841 dan persentase 69,8%.
 8. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan melibatkan karyawan, pelanggan, dan masyarakat dalam berbagai keputusan penting, terutama yang berkaitan dengan bisnis dan lingkungan dengan skor 757 dan persentase 62,8%.
 9. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memastikan tempat kerja yang aman, nyaman, dan mendukung kesejahteraan semua karyawan dengan skor 841 dan persentase 69,8%.
 10. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan menyediakan fasilitas yang memudahkan penyandang disabilitas dalam beraktivitas di lingkungan perusahaan dengan skor 821 dan persentase 68,1%.
 11. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan menghargai keberagaman dan tidak membiarkan diskriminasi terjadi di tempat kerja dengan skor 865 dan persentase 71,8%.
 12. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan aktif membantu komunitas sekitar dengan berbagai program sosial dan kegiatan yang bermanfaat dengan skor 805 dan persentase 66,8%.
 13. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan mendukung karyawan yang ingin berkontribusi dalam kegiatan sosial dan kerja sukarela dengan skor 805 dan persentase 66,8%.
 14. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan mengajak pelanggan untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan keberlanjutan melalui berbagai informasi dan kampanye dengan skor 778 dan persentase 64,6%.

15. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memastikan para mitra bisnis atau penyuplai bahan menjalankan usaha dengan cara yang baik dan peduli terhadap lingkungan serta masyarakat dengan skor 805 dan persentase 66,8%.
16. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan berusaha menghemat penggunaan air di setiap tempat usahanya agar tidak boros dan lebih ramah lingkungan dengan skor 733 dan persentase 60,8%.
17. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan menggunakan energi dengan lebih efisien di semua area kerja untuk mengurangi pemborosan listrik dengan skor 702 dan persentase 58,3%.
18. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan berusaha menggunakan bahan baku dengan lebih bijak agar tidak terbuang sia-sia dengan skor 821 dan persentase 68,1%.
19. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan mengurangi penggunaan kertas dan plastik dalam operasional sehari-hari untuk mengurangi sampah dengan skor 723 dan persentase 60,0%.
20. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan selalu berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanan agar pelanggan lebih puas dengan skor 865 dan persentase 71,8%.
21. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan mengembangkan

produk dan layanan baru dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan dengan skor 841 dan persentase 69,8%.

22. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memperluas pilihan produk dan layanan agar lebih banyak orang bisa menikmatinya dengan skor 841 dan persentase 69,8%.

23. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memberikan nilai tambah pada produk dan layanan, baik dari segi kualitas, manfaat, maupun inovasi dengan skor 865 dan persentase 71,8%.

Variabel X1 memperoleh total skor aktual 18.466 (66,6%), berada pada kategori "Kurang Baik", yang menunjukkan bahwa penerapan Praktik Keberlanjutan di Kopi Kenangan tergolong kurang baik.

Tabel 13
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden mengenai Praktik Halal (X2) Pada Kopi Kenangan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1	Setiap bahan yang digunakan dalam pembuatan kopi dipastikan memiliki sertifikasi halal	1	11	16	72	141	952	1205	78,98
2	Kopi Kenangan mengelola penyimpanan bahan dengan cara yang bersih dan sesuai dengan standar halal.	2	1	16	108	114	902	1205	74,89
3	Setiap karyawan diwajibkan menjaga kebersihan diri, termasuk memakai seragam yang bersih saat bekerja.	4	11	24	86	116	842	1205	69,91
4	Setiap peralatan yang digunakan untuk membuat kopi selalu dibersihkan dengan baik setelah digunakan.	4	10	25	89	113	842	1205	69,91
5	Semua bahan yang digunakan untuk menyajikan kopi telah dipilih secara hati-hati, dengan memperhatikan standar halal yang ketat.	5	6	26	94	110	822	1205	68,21
6	Proses pembuatan kopi di Kopi Kenangan dijaga dengan ketat agar setiap langkahnya tetap sesuai dengan prinsip halal.	8	8	27	98	100	780	1205	64,70
7	Informasi tentang kehalalan produk kopi disebarluaskan melalui media sosial dan website resmi untuk memudahkan akses bagi konsumen.	1	11	19	97	113	953	1205	79,07
8	Kopi Kenangan secara rutin melakukan pengecekan untuk memastikan semua proses tetap sesuai dengan standar halal yang berlaku.	2	15	31	81	112	902	1205	74,84
9	Kopi Kenangan memastikan semua transaksi keuangan tercatat dengan jelas dan transparan untuk menjaga integritas bisnis.	5	12	27	97	100	822	1205	68,20
TOTAL							7817	10845	72,08

Sumber: Data Diolah, 2025

1. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa setiap bahan yang digunakan dalam pembuatan kopi dipastikan memiliki sertifikasi halal dengan skor 952 dan persentase 78,98%.

2. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan mengelola penyimpanan bahan dengan cara yang bersih dan sesuai dengan standar halal dengan skor 902 dan persentase 74,89%.
3. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa setiap karyawan diwajibkan menjaga kebersihan diri, termasuk memakai seragam yang bersih saat bekerja dengan skor 842 dan persentase 69,91%.
4. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa setiap peralatan yang digunakan untuk membuat kopi selalu dibersihkan dengan baik setelah digunakan dengan skor 842 dan persentase 69,91%.
5. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa semua bahan yang digunakan untuk menyajikan kopi telah dipilih secara hati-hati, dengan memperhatikan standar halal yang ketat dengan skor 822 dan persentase 68,21%.
6. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa proses pembuatan kopi di Kopi Kenangan dijaga dengan ketat agar setiap langkahnya tetap sesuai dengan prinsip halal dengan skor 780 dan persentase 64,70%.
7. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa informasi tentang kehalalan produk kopi disebarkan melalui media sosial dan website resmi untuk memudahkan akses bagi konsumen dengan skor 953 dan persentase 79,07%.
8. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan secara rutin melakukan pengecekan untuk memastikan semua proses tetap sesuai dengan standar halal yang berlaku dengan skor 902 dan persentase 74,84%.
9. Responden pada pernyataan ini menyatakan bahwa Kopi Kenangan memastikan semua transaksi keuangan tercatat dengan jelas dan transparan untuk menjaga integritas bisnis dengan skor 822 dan persentase 68,20%.

Tabel 14
KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,842
Bartlett's Test of Sphericity	Approx.	1985,962
	Chi-Square	
	df	496
	Sig.	0,000

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai KMO adalah $0,842 > 0,50$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,50$ oleh sebab itu, maka analisis faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan.

Tabel 15
Anti-Image Matrices

PERNYATAAN	MSA
x1.1	.856
x1.2	.860
x1.3	.824
x1.4	.843
x1.5	.866
x1.6	.875
x1.7	.844
x1.8	.805
x1.9	.785
x1.10	.787
x1.11	.894
x1.12	.860
x1.13	.705
x1.14	.895
x1.15	.924
x1.16	.878
x1.17	.850
x1.18	.832
x1.19	.869
x1.20	.790
x1.21	.881
x1.22	.837
x1.23	.802
x2.1	.803
x2.2	.812
x2.3	.836
x2.4	.811
x2.5	.906
x2.6	.861
x2.7	.752
x2.8	.865
x2.9	.776

Sumber: Data diolah spss, 2025

Dalam tabel data diatas bahwa pada pernyataan variabel *sustainability practices* dan *halal practices* memiliki data msa yang >0,50, Maka dapat disimpulkan dari pernyataan semua diatas 0,50 atau lebih besar dari 0,50 maka semua layak untuk dilakukan analisis faktor.

Tabel 16
Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
x1.1	1,000	0,498
x1.2	1,000	0,490
x1.3	1,000	0,616
x1.4	1,000	0,596
x1.5	1,000	0,560
x1.6	1,000	0,500
x1.7	1,000	0,559
x1.8	1,000	0,645
x1.9	1,000	0,454
x1.10	1,000	0,590
x1.11	1,000	0,353
x1.12	1,000	0,485
x1.13	1,000	0,729
x1.14	1,000	0,443
x1.15	1,000	0,540
x1.16	1,000	0,516
x1.17	1,000	0,596
x1.18	1,000	0,626
x1.19	1,000	0,500
x1.20	1,000	0,431
x1.21	1,000	0,477
x1.22	1,000	0,569
x1.23	1,000	0,556
x2.1	1,000	0,550
x2.2	1,000	0,516
x2.3	1,000	0,535
x2.4	1,000	0,615
x2.5	1,000	0,494
x2.6	1,000	0,489
x2.7	1,000	0,434
x2.8	1,000	0,431
x2.9	1,000	0,639
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber: Data diolah spss, 2025

Berdasarkan hasil analisis communalities dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA), ditemukan sejumlah variabel yang memiliki nilai di bawah 0,50, yang menunjukkan kontribusi lemah terhadap faktor yang terbentuk. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan faktor cukup rendah. Di antara variabel X1 yang menunjukkan nilai di bawah 0,50 adalah x1.1 (49,8%), x1.2 (49,0%), x1.6 (50,0%), x1.9 (45,4%), x1.11 (35,3%), x1.12 (48,5%), x1.14 (44,3%), x1.20 (43,1%), dan x1.21 (47,7%).

Sementara itu, dari variabel X2, yang juga menunjukkan kontribusi rendah

adalah x2.5 (49,4%), x2.6 (48,9%), dan x2.7 (43,4%). Nilai-nilai tersebut memperkuat indikasi bahwa variabel-variabel tersebut memiliki keterkaitan yang lemah terhadap konstruk atau faktor yang terbentuk dalam analisis ini maka perlu dipertimbangkan untuk dilepas dari model analisis dan dilakukan pengulangan analisis faktor tanpa pernyataan-pernyataan tersebut.

Tabel 17
KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,807
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	936,709
	df	171
	Sig.	0,000

Sumber: Data diolah spss, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai KMO adalah $0,807 > 0,50$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,50$ oleh sebab itu, maka analisis faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan.

Tabel 18
Anti-Image Matrices

PERNYATAAN	MSA
X1.3	.806
X1.4	.817
X1.5	.867
X1.7	.821
X1.8	.808
X1.10	.757
X1.13	.728
X1.15	.875
X1.16	.858
X1.17	.768
X1.18	.792
X1.19	.854
X1.22	.828
X1.23	.807
x2.1	.692
x2.2	.797
x2.3	.771
x2.4	.845
x2.9	.753

Sumber: Data diolah spss, 2025

Dalam tabel data diatas bahwa pada pernyataan variabel *sustainability practices* dan *halal practices* memiliki data msa yang $>0,50$, Maka dapat disimpulkan dari pernyataan semua diatas $0,50$ atau lebih besar dari $0,50$ maka semua layak untuk dilakukan analisis faktor.

Tabel 19
Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
X1.3	1,000	0,626
X1.4	1,000	0,653
X1.5	1,000	0,539
X1.7	1,000	0,582
X1.8	1,000	0,547
X1.10	1,000	0,583
X1.13	1,000	0,719
X1.15	1,000	0,542
X1.16	1,000	0,528
X1.17	1,000	0,645
X1.18	1,000	0,623
X1.19	1,000	0,441
X1.22	1,000	0,486
X1.23	1,000	0,451
x2.1	1,000	0,628
x2.2	1,000	0,616
x2.3	1,000	0,539
x2.4	1,000	0,554
x2.9	1,000	0,644

Sumber: Data diolah spss, 2025

Beberapa variabel tambahan juga menunjukkan nilai *communalities* di bawah $0,50$, yang mengindikasikan kontribusi yang lemah terhadap faktor yang terbentuk. Variabel x1.19 memiliki nilai sebesar $0,441$ atau berkontribusi sebesar $44,1\%$, sedangkan x1.22 menunjukkan nilai $0,486$ atau kontribusi $48,6\%$. Sementara itu, variabel x1.23 memiliki nilai korelasi sebesar $0,451$ atau berkontribusi sebesar $45,1\%$. Nilai-nilai tersebut menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang kurang erat dengan konstruk dalam analisis ini.

Maka perlu dipertimbangkan untuk dilepas dari model analisis dan dilakukan pengulangan analisis faktor tanpa pernyataan-pernyataan tersebut.

Tabel 20
KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.785
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	755,511
	df	120
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah spss, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai KMO adalah $0,785 > 0,50$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,50$ oleh sebab itu, maka analisis faktor

dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan.

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,071	25,447	25,447	4,071	25,447	25,447	2,039	12,746	12,746
2	1,400	8,752	34,199	1,400	8,752	34,199	1,869	11,682	24,429
3	1,273	7,954	42,153	1,273	7,954	42,153	1,563	9,770	34,199
4	1,182	7,385	49,537	1,182	7,385	49,537	1,560	9,748	43,947
5	1,076	6,727	56,265	1,076	6,727	56,265	1,546	9,663	53,610
6	1,017	6,354	62,619	1,017	6,354	62,619	1,441	9,008	62,619
7	0,910	5,690	68,309						
8	0,799	4,744	73,052						
9	0,688	4,300	77,352						
10	0,646	4,037	81,390						
11	0,609	3,807	85,197						
12	0,550	3,440	88,636						
13	0,537	3,355	91,991						
14	0,470	2,935	94,926						
15	0,455	2,844	97,771						
16	0,357	2,229	100,000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel 21
Anti-Image Matrices

PERNYATAAN	MSA
X1.3	.796
X1.4	.792
X1.5	.844
X1.7	.803
X1.8	.782
X1.10	.734
X1.13	.693
X1.15	.882
X1.16	.845
X1.17	.744
X1.18	.804
x2.1	.698
x2.2	.780
x2.3	.715
x2.4	.799
x2.9	.729

Sumber: Data diolah spss, 2025

Dalam tabel data diatas bahwa pada pernyataan variabel *sustainability practices* dan *halal practices* memiliki data msa yang >0,50, Maka dapat disimpulkan dari pernyataan semua diatas 0,50 atau lebih besar dari 0,50 maka semua layak untuk dilakukan analisis faktor.

Tabel 22
Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
X1.3	1,000	0,648
X1.4	1,000	0,662
X1.5	1,000	0,567
X1.7	1,000	0,624
X1.8	1,000	0,619
X1.10	1,000	0,620
X1.13	1,000	0,756
X1.15	1,000	0,559
X1.16	1,000	0,558
X1.17	1,000	0,652
X1.18	1,000	0,636
x2.1	1,000	0,591
x2.2	1,000	0,633
x2.3	1,000	0,626
x2.4	1,000	0,599
x2.9	1,000	0,668

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah spss, 2025

Dalam tabel data diatas bahwa pada pernyataan variabel *sustainability practices* dan *halal practices* memiliki data *Extraction* yang >0,50 (nilai msa), Maka dapat disimpulkan dari pernyataan semua diatas 0,50 atau lebih besar dari 0,50 maka semua layak untuk dilakukan analisis faktor.

Tabel 23
Total Variance Explained

Sumber: Data diolah spss, 2025

Berdasarkan tabel *Total Variance Explained*, terdapat enam faktor dengan nilai *eigenvalue* di atas 1, yaitu 4,071; 1,400; 1,278; 1,182; 1,076; dan 1,017, sehingga keenamnya memenuhi kriteria pemilihan faktor. Faktor 1 menjelaskan 25,447% dari total varians, diikuti oleh Faktor 2 sebesar 8,752%, Faktor 3 sebesar 7,994%, Faktor 4 sebesar 7,384%, Faktor 5 sebesar 6,708%, dan Faktor 6 sebesar 6,334%. Secara kumulatif, keenam faktor ini mampu menjelaskan 62,619% dari total keragaman data. Berdasarkan nilai *eigenvalue* >1 dan persentase varians kumulatif yang cukup tinggi, keenam faktor tersebut dianggap cukup untuk merepresentasikan keragaman variabel dalam analisis.

Tabel 24
Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix ^a						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
X1.3		0,766				
X1.4	0,717					
X1.5		0,541				
X1.7	0,644					
X1.8					0,689	
X1.10			0,508			
X1.13					0,837	
X1.15	0,653					
X1.16		0,518				
X1.17	0,544	0,561				
X1.18				0,744		
x2.1						0,656
x2.2				0,676		
x2.3						0,733
x2.4			0,703			
x2.9			0,607			

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

Sumber: Data diolah spss, 2025

Pengelompokan variabel ke dalam tiap faktor serta besarnya faktor loading dan matrik rotasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 25

Rotated Component Matrix

NO	VARIABEL	FAKTOR 1	FAKTOR 2	FAKTOR 3	FAKTOR 4	FAKTOR 5	FAKTOR 6
1	X1.3		0,766				
2	X1.4	0,717					
3	X1.5		0,541				
4	X1.7	0,644					
5	X1.8					0,689	
6	X1.10			0,508			
7	X1.13					0,837	
8	X1.15	0,653					
9	X1.16		0,518				
10	X1.17		0,561				
11	X1.18				0,744		
12	x2.1						0,656
13	x2.2				0,676		
14	x2.3						0,733
15	x2.4			0,703			
16	x2.9			0,607			

Sumber: Data diolah spss, 2025

1. Pernyataan X1.3 memiliki faktor loading sebesar 0,766 pada Faktor 2, artinya pernyataan ini sangat kuat berasosiasi dengan Faktor 2. Nilai ini tergolong tinggi dan menunjukkan bahwa isi dari pernyataan ini sangat relevan dengan dimensi yang diwakili oleh Faktor 2.
2. Pernyataan X1.4 paling tinggi loading-nya pada Faktor 1 dengan nilai 0,717. Ini menunjukkan bahwa responden memahami pernyataan ini sebagai bagian inti dari tema yang diangkat oleh Faktor 1
3. Pernyataan X1.5 punya nilai loading 0,541 pada Faktor 2, yang meskipun tidak terlalu tinggi, tetap cukup untuk menyatakan bahwa

pernyataan ini termasuk dalam lingkup pengaruh Faktor 2.

4. Pernyataan X1.7 menunjukkan hubungan yang cukup kuat dengan Faktor 1 melalui nilai loading 0,644. Ini mengindikasikan bahwa item ini cocok menggambarkan nilai-nilai dari Faktor 1
5. Pernyataan X1.8 memiliki loading terbesar pada Faktor 5 sebesar 0,689, artinya pernyataan ini lebih mencerminkan nuansa yang berbeda dari faktor-faktor sebelumnya mungkin tentang fleksibilitas, kenyamanan, atau nilai baru yang lebih spesifik.
6. Pernyataan X1.10 menunjukkan keterkaitan dengan Faktor 3 melalui nilai loading 0,508. Walau bukan yang tertinggi, nilainya cukup untuk menyatakan bahwa responden mengelompokkan pernyataan ini dalam konteks Faktor 3.
7. Pernyataan X1.13 memiliki faktor loading tertinggi dalam seluruh daftar, yaitu 0,837 pada Faktor 5. Ini berarti pernyataan ini sangat dominan dalam menjelaskan isi dari Faktor 5. Bisa dikatakan, ini adalah indikator utama bagi dimensi tersebut.
8. Pernyataan X1.15 berasosiasi dengan Faktor 1 dengan nilai loading 0,653. Ini cukup tinggi dan menandakan bahwa pernyataan ini memiliki makna yang kuat sesuai dengan dimensi etos kerja atau profesionalisme.
9. Pernyataan X1.16 paling tinggi loading-nya pada Faktor 2 sebesar 0,518. Ini menunjukkan bahwa meskipun kontribusinya tidak dominan, pernyataan ini masih cocok dimasukkan dalam dimensi yang sama dengan X1.3 dan X1.5.
10. Pernyataan X1.17 juga masuk ke Faktor 2 dengan nilai 0,561. Ini memperkuat bukti bahwa Faktor 2 membentuk suatu kelompok pernyataan yang serupa temanya, seperti nilai kebersamaan atau loyalitas tim.

11. Pernyataan X1.18 menunjukkan loading yang sangat kuat, yaitu 0,744 pada Faktor 4. Ini menunjukkan bahwa pernyataan ini cukup spesifik dan sangat cocok dengan tema yang terkandung dalam Faktor 4 kemungkinan nilai-nilai sosial, empati, atau moral.
12. Pernyataan X2.1 memiliki loading sebesar 0,656 pada Faktor 6, yang menunjukkan bahwa ia paling kuat terhubung dengan dimensi baru ini. Bisa jadi Faktor 6 membahas nilai-nilai keberlanjutan, etika, atau orientasi masa depan.
13. Pernyataan X2.2 menunjukkan loading tertinggi 0,676 pada Faktor 4, berarti responden memahami pernyataan ini sebagai bagian dari nilai-nilai yang berorientasi pada keadilan atau norma sosial.
14. Pernyataan X2.3 sangat kuat terhubung dengan Faktor 6, memiliki nilai loading 0,733. Ini berarti pernyataan ini menjadi salah satu pernyataan kunci dalam membentuk makna dari Faktor 6.
15. Pernyataan X2.4 menunjukkan keterkaitan dengan Faktor 3, dengan nilai 0,703. Ini menunjukkan bahwa pernyataan ini termasuk indikator yang kuat dalam membentuk dimensi tersebut, bisa jadi berkaitan dengan manajemen kerja atau efisiensi operasional.
16. Pernyataan X2.9 juga masuk ke Faktor 3 dengan nilai 0,607, memperkuat pengelompokan dimensi tersebut dan menunjukkan konsistensi dalam persepsi responden.

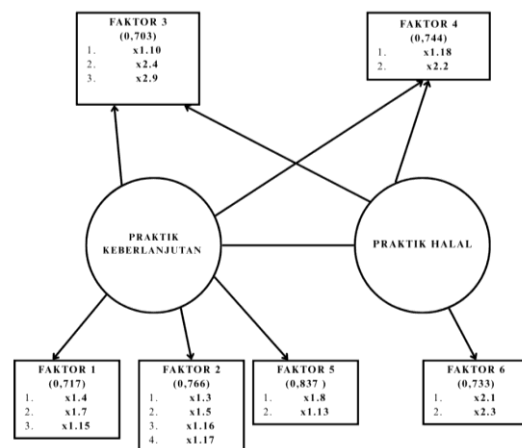
Tabel 26
Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	0,559	0,470	0,351	0,368	0,364	0,274
2	-0,287	-0,253	0,328	0,423	-0,438	0,612
3	0,373	-0,627	0,602	-0,148	0,023	-0,289
4	0,069	-0,557	-0,464	0,373	0,545	0,183
5	0,080	-0,068	0,007	-0,724	0,203	0,651
6	-0,675	0,086	0,437	-0,003	0,580	-0,098

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

Sumber: Data diolah spss, 2025
Berdasarkan Component Transformation Matrix, hanya nilai pada

diagonal komponen 1 dan 3 yang melebihi 0,5, mengindikasikan adanya perubahan struktur akibat proses rotasi *Varimax*. Oleh karena itu, interpretasi faktor lebih tepat dilakukan berdasarkan *Rotated Component Matrix*. Interpretasi dilakukan dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang memiliki nilai loading tertinggi pada masing-masing komponen, sehingga tiap faktor dapat diberi makna sesuai dengan pola dominasi variabelnya.



Gambar 4
Model Faktor yang Memengaruhi Sustainability Practices dan Halal Practices

Sumber: Data diolah spss, 2025

1. Faktor 1 (F1) yaitu meliputi pernyataan 4 (X1.4) dengan indikator (Pengelolaan sampah secara efektif), pernyataan 7 (X1.7) dengan indikator Dokumen formal untuk hubungan dengan stakeholder), dan pernyataan 15 (X1.15) dengan indikator (Evaluasi praktik sosiolingkungan pemasok).
2. Faktor 2 (F2) yaitu meliputi pernyataan 3 (X1.3) dengan indikator (Kemitraan dengan pemasok untuk pengembalian material yang dapat di gunakan kembali) pernyataan 5 (X1.5) dengan indikator (Pengelolaan limbah berbahaya secara tepat (limbah plastik, limbah ampas kopi), pernyataan 16 (X1.16) dengan indikator (Pengurangan konsumsi air di fasilitas), dan pernyataan 17 (X1.17) dengan

indikator (Efisiensi energi di area perusahaan).

3. Faktor 3 (F3) yaitu meliputi pernyataan 6 (X1.10) dengan indikator (Fasilitas untuk penyandang disabilitas), pernyataan 4 dari variabel praktik halal (X2.4) dengan indikator (Mengelola kebersihan sarana dan peralatan) dan pernyataan 16 (X2.9) dengan indikator, (Mengelola transaksi keuangan).
4. Faktor 4 (F4) yaitu meliputi pernyataan 11 (X1.18) dengan indikator (Pengurangan konsumsi bahan baku), dan pernyataan 13 (X2.2) dengan indikator (Pengelolaan tempat penyimpanan gundang).
5. Faktor 5 (F5) yaitu meliputi pernyataan 5 (X1.8) dengan indikator (Pelibatan pemangku kepentingan), dan pernyataan 7 (X1.13) dengan indikator (dukungan terhadap kerja sukerela karyawan).
6. Faktor 6 (F6) yaitu meliputi pernyataan 12 (X2.1) dengan indikator (Pembelian bahan baku halal), dan pernyataan 14 (X2.3) dengan indikator (Menjaga kebersihan diri).

Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa dari 16 variabel (*component*) yang diteliti ke dalam sejumlah faktor sehingga mudah untuk di interpretasikan dengan menggunakan rotasi faktor *varimax* diperoleh hasil 6 faktor dengan faktor loading minimum 0,5. Presentase kumulatif varian (*total varians*) sebesar 62.619% menunjukkan bahwa penelitian ini mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi dengan praktik keberlanjutan dan praktik halal.

KESIMPULAN

1. Praktik Keberlanjutan (X1)

Skor aktual sebesar 18.466 dari skor ideal 27.715 (66,6%) menunjukkan kategori kurang baik. Indikator tertinggi pada nilai tambah produk (71,8%) dan terendah pada efisiensi energi (58,3%), mencerminkan fokus lebih besar pada

aspek sosial dan ekonomi dibanding lingkungan.

2. Praktik Halal (X2)

Skor aktual sebesar 7.817 dari skor ideal 10.845 (72,08%) menunjukkan kategori baik. Indikator tertinggi pada penyebaran informasi halal (79,07%) dan terendah pada pengendalian proses produksi (64,70%), menandakan kekuatan pada aspek komunikasi dan informasi.

3. Analisis Faktor

Instrumen dinyatakan layak dianalisis dengan nilai KMO sebesar 0,842 dan item memenuhi nilai MSA > 0,50 dan mayoritas indikator memiliki kontribusi kuat terhadap pembentukan faktor, terutama pada variabel X1.

KETERBATASAN DAN SARAN KETERBATASAN

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu merek minuman yaitu Kopi Kenangan, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh industri minuman kopi di Indonesia.
2. Meskipun pengumpulan data dilakukan secara daring dan mencakup wilayah nasional, distribusi responden masih belum merata secara geografis. Responden cenderung terkonsentrasi pada wilayah-wilayah dengan akses digital yang lebih baik, khususnya Pulau Jawa, sehingga representasi populasi konsumen dari wilayah lain masih terbatas dan berpotensi menimbulkan bias geografis.
3. Penelitian ini hanya fokus pada persepsi konsumen, tanpa mempertimbangkan perspektif internal perusahaan seperti manajemen dan karyawan, yang dapat memberikan informasi lebih mendalam mengenai implementasi praktik keberlanjutan dan halal.
4. Sulit menemukan jurnal pendukung yang akurat.

SARAN

1. Manajemen Kopi Kenangan disarankan untuk meningkatkan pengawasan terhadap pemasok bahan baku halal serta

memperkuat kerja sama dalam pengelolaan limbah, karena kedua aspek ini termasuk dalam faktor dengan kontribusi terendah terhadap persepsi konsumen.

2. Perusahaan perlu memberikan pelatihan internal kepada karyawan terkait efisiensi energi, pengelolaan sampah, dan audit halal agar prinsip keberlanjutan dan halal dapat diimplementasikan secara nyata dalam operasional. Selain itu, komunikasi kepada konsumen tentang kebijakan tersebut juga perlu ditingkatkan melalui media sosial dan outlet.
3. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek ke merek lain di industri minuman serta meningkatkan jumlah responden dan analisis berdasarkan wilayah atau demografi, agar hasil yang diperoleh lebih luas, detail, dan representatif.

REFERENCES

BUKU

- Agustia, D. 2022. *Sustainability: Konsep dan Pelaporan*. Surabaya: Unair Press.
- Heizer, Jay & Render, Barry. 2015. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. 2020. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi 13. New York: Pearson
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Meutia, I. 2020. *Sustainability (Konsep, Kerangka, Standar dan Indeks)*. Surabaya: CV. Latifah.
- Sekaran, R. U., & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis (Pendekatan Pengembangan-Keahlian)* (Edisi ke-6). Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method*. Depok: Rajawali Press.
- Tieman, M. 2021. *Halal Business Management: A Guide to Achieving Halal Excellence*. Abingdon (Oxon) & New York: Routledge,
- Utama, R. E., Gani, N. A., Jaharuddin, & Priharta, A. 2019. *Manajemen Operasi*. Tangerang Selatan: UM Jakarta Press.
- Wati, L. N. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Widyanti, D. V. 2024. *Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasok)*. Klaten: CV. Penerbit Lakeisha.
- JURNAL DAN ARTIKEL:**
- Ali Abdallah1, M. A. 2021. "The Multiplicity of Halal Standards: A Case Study of Application to Slaughterhouses". *Journal of Ethnic Foods*.
- Aslikhah, A. F. 2021. "Strategi Penguatan Halal Supply Chain di Indonesia dalam Menghadapi Global Islamic Economy". *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*.
- Azhar, A. a. 2021. "The Investigation of Key Factors for Successful Implementation of Sustainable Food Reserach".
- Dale R. Wright, S. A. 2023. "Sustainable Coffee: A Review of the Diverse Initiatives and Governance Dimensions of Global Coffee Supply Chains". *The Royal Swedish Academy of Sciences*.
- David Israel Contreras-Medina 1, L. M.-M.-N. 2020. "Roadmapping as a Driver for Knowledge Creation: A Proposal for Improving Sustainable Practices Coffe Supply Chain from Chiapas, Mexico Using Emerging Technologies". *MPDI*.
- Daniel Grandisky Lerner, H. M. 2022. "When Unfair Trade Is Also at Home: The Economic Sustainability of Coffee Farms". *MDPI*.
- Fadhur Rahim Azmi, A. A. 2019. "Perception of Food Manufacturers Towards Adoption of Halal Food Supply Chain in Malaysia". *Emerlad*.

- Fitria Budi Utami, M. L. 2022. *"Implementation of Halal Practices in Providing Supplementary Food in Kindergartens, Indonesia"*. *Journal of Halal Science, Industry, and Business*.
- Grzegorz Maciejewski, S. M. 2019. *"Segmentation of Coffee Consumers Using Sustainable Values: Cluster Analysis on the Coffee Market"*. *MPDI*.
- João F. Proença, A. C. 2022. *"Sustainability in the Coffee Supply Chain and Purchasing Policies: A Case Study Research"*. *MDPI*.
- Juliana A. Barreto Peixoto, J. F. 2022. *"Sustainability Issues Along the Coffee Chain: From the Field to the Cup"*. *Wiley*.
- Kuncorosidi. 2024. *"Scientometric Analysis of Big Data Analytic and Halal Supply Chain Management"*. *Islamic Economic, Accounting, and Management Journal*.
- Kurniawati, D. A., & Cakravastia, A. 2023. *"A Review of Halal Supply Chain Research: Sustainability and Operations Research Perspective"*.
- Maarten van Keulen, *. J. 2020. *"The Implementation of the Circular Economy: Barriers and Enablers in the Coffee Value Chain"*. *Journal of Cleaner Production*.
- Mabkhot, H. 2023. *"Factors Affecting the Sustainability of Halal Product Performance: Malaysian Evidence"*. *MDPI*.
- Mahdi Bashiri, . B. 2021. *"The Dynamics of Sustainability Risks in the Global Coffee"*. *MDPI*.
- Mangku Purnomo, P. D. 2019. *"Moderating Role of Connoisseur Consumers on Sustainable Consumption and Dynamics Capabilities of Indonesian Single Origin Coffee Shops"*. *MDPI*.
- Maspul, K. A. 2023. *"Improving the Fourth Wave of Coffee in Sustaining the Coffee Value Chain as Economic Growth in Istanbul"*. *Jurnal Nusantara*.
- Ming-Lang Tseng, T.-D. B. 2022. *"Causality Sustainable Supply Chain Management Practices in the Indonesian Coffee Industry Using Qualitative Information: Digitalization Integration Leads Performance Improvement"*. *Taylor and Francis*.
- Naegle, H. 2020. *"Where Does the Fair Trade Money Go? How Much Consumers Pay Extra for Fair Trade Coffee and How This Value Is Split Along the Value Chain"*. *Elsevier*.
- Naimur Rahman Chowdhury, P. C. 2022. *"Sustainable Practices and Their Antecedents in the Apparel Industry: A Review"*. *Elsevier*.
- Ridar Hendri a, . E. 2022. *"Halal Practices on the Shrimp Paste Processing Industries for Business Development in Rokan Hilir, Riau Indonesia"*. *International Journal of Halal Research*.
- Simon L. Bager, E. F. 2020. *"Sustainability Strategies by Companies in the Global Coffee Sector"*. *Wiley*.
- Yeni Rohaeni, A. H. 2020. *"Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia"*. *Undip: Jurnal Teknik Industri*.
- Yofya, H. 2022. *"The Effect of Environmental Sustainability and Value Chain Concept in the Context of Local Economy on Value Added of Coffee Commodities in Kerinci"*. *West Science Business and Management*.
- Yotsaphat Kittichotsatsawat, V. J. 2021. *"Enhancing Coffee Supply Chain towards Sustainable Growth with Big Data and Modern Agricultural Technologies"*. *MDPI*.
- REPORT:**
- Development, i. i. 2022. *"Coffee Prices and Sustainability"*. (Diakses pada tanggal 20 November 2024 pukul 14:30 WIB).
- Indonesia, B. s. 2023. *"Statistik Kopi Indonesia 2022"*. Badan statistik Indonesia. (Diakses pada tanggal 11 November 2024 pukul 13:00 WIB).

- Network, G. a. 2024. "*Indonesia Coffee Annual 2024*". Jakarta. (Diakses pada tanggal 13 November 2024 pukul 10:30 WIB).
- Organization, i. c. 2021. "*Coffee Development Report*". (Diakses pada tanggal 20 November 2024 pukul 22:30 WIB).
- Organization, i. c. (2021). "*The Future of Coffee*". (Diakses pada tanggal 20 November 2024 pukul 22:30 WIB).
- Platform, g. c. 2023. "*Referensi Kopi Berkelanjutan*". (Diakses pada tanggal 24 November 2024 pukul 16:30 WIB).
- Stats, g. 2024. *Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024*. goods stats (Diakses pada tanggal 27 November 2024 pukul 20:10 WIB).
- WEBSITE:**
- Dian, R. 2024. "*Profil Edward Tirtanata, Pemilik Kopi Kenangan yang Punya 900+ Gerai di Indonesia*". Narasi TV. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/profil-pemilik-kopi-kenangan> (Diakses pada tanggal 20 November 2024 pukul 14:30 WIB).
- Kopi Kenangan. 2022. "*RC Veteran, Gerai Solar Panel Pertama Kopi Kenangan Suguhkan Setiap Gelas Kopi dari Tenaga Matahari*". <https://kopikenangan.com/news/rc-veteran-gerai-solar-panel-pertama-kopi-kenangan-suguhkan-setiap-gelas-kopi-dari-tenaga-matahari> (Diakses pada tanggal 27 November 2024 pukul 18:55 WIB).
- Muhamad, N. 2023. "*Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023*". Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023> (Diakses pada tanggal 15 Desember 2024 pukul 20:15 WIB).
- MUI, L. 2024. "*Regulasi Halal di Indonesia*". Halal MUI. <https://halalmui.org/regulasi-halal-di-indonesia/> (Diakses pada tanggal 2 November 2024 pukul 12:15 WIB).
- Santika, E. F. 2024. "*Proyeksi Volume Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi Kopi Indonesia (2022-2026)*". Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/16/inigambaran-produksi-ekspor-konsumsi-kopi-indonesia-hingga-2026> (Diakses pada tanggal 25 September 2024 pukul 23:30 WIB).
- Subagja, R. 2022. "*Riset: Masyarakat Indonesia Lebih Gemar 'Ngopi' di Kafe Lokal Walau Kafe Asing Bertebaran*". The Conversation. <https://theconversation.com/riset-masyarakat-indonesia-lebih-gemar-ngopi-di-kafe-lokal-walau-kafe-asing-bertebaran-188529> (Diakses pada tanggal 15 September 2024 pukul 09:55 WIB).
- Wijayanti, R. I. 2023. "*Omzet Kopi Kenangan, Tembus Triliunan Rupiah per Tahun*". IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/milenomic/omzet-kopi-kenangan-tembus-triliunan-rupiah-per-tahun> (Diakses pada tanggal 10 November 2024 pukul 10:23 WIB).