

# ANALISIS TINGKAT PENGETAHUAN LINGKUNGAN, PERSEPSI, DAN PERILAKU UMKM DI DAERAH PERBATASAN DALAM UPAYA MENGIMPLEMENTASIKAN *GREEN ECONOMY*

Yeremia Niaga Atlantika<sup>1)</sup>, Blasius Manggu<sup>2)</sup>, dan Yulita Magdalena<sup>3)</sup>

<sup>1,3</sup>Kewirausahaan, Institut Shanti Bhuana

<sup>2</sup>Manajemen, Institut Shanti Bhuana

<sup>1,2,3</sup>Jalan Bukit Karmel No.1, Bengkayang, 79211

E-mail : yeremia@shantibhuana.ac.id<sup>1)</sup>, blasius@shantibhuana.ac.id<sup>2)</sup>, yulita20213@shantibhuana.ac.id<sup>3)</sup>

## ABSTRAK

*Green economy* berkembang didasarkan pada persoalan ekonomi berkelanjutan dengan mempertimbangkan faktor kelestarian lingkungan hijau di Indonesia, tanpa terkecuali daerah perbatasan. Persoalan yang muncul adalah limbah kemasan produk, persoalan pembuangan limbah pabrik atau rumah tangga, serta persoalan banyaknya hutan gundul karena tingginya permintaan bahan baku industri yang berbahan kayu, tanpa ada usaha untuk penghijauan kembali. Dalam menyikapi persoalan ini, peran pelaku usaha skala besar maupun kecil (UMKM) untuk memahami, mengerti, dan berperilaku berlandaskan *green economy* yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pengetahuan, persepsi, dan perilaku pelaku usaha mikro kecil dan menengah di daerah perbatasan dalam upaya mengimplementasikan *green economy*. Penelitian ini berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Pengolahan dan analisis data kualitatif menggunakan *qualitative data analysis software NVivo 12*. Hasil penelitian ini memperlihatkan pelaku UMKM di daerah perbatasan memiliki tingkat pengetahuan dasar dalam menjaga lingkungan, terutama dalam lingkup *green economy*. Pengetahuan ini didukung oleh budaya, media informasi, pengalaman karir, dan pengalaman menerapkan. Pengetahuan yang dimiliki akan membentuk persepsi dalam mendorong perilaku yang sesuai bagi pelaku usaha di daerah perbatasan dalam mengimplementasikan *green economy*.

**Kata Kunci:** Pengetahuan Lingkungan, Persepsi, Perilaku, UMKM, *Green Economy*

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini isu serta permasalahan yang dihadapi berbagai negara baik dalam skala internasional maupun nasional adalah mengenai lingkungan. Isu serta permasalahan tersebut adalah mengenai kerusakan lingkungan, pemanasan global (*global warming*) dan perubahan iklim (*climate change*) yang semakin hari semakin harus disikapi secara serius karena isu serta masalah tersebut memberikan dampak negative bagi kelangsungan hidup umat manusia. Sejumlah hasil analisis menunjukkan bahwa kian masifnya eskalasi pemanasan global dan perubahan iklim tersebut disebabkan oleh kerusakan lingkungan yang kian masif di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Berbagai pihak menuding bahwa penyebab utama terjadinya kerusakan lingkungan dan krisis sosial-lingkungan selama ini adalah akibat dari strategi dan kebijakan pembangunan yang tidak ramah lingkungan dan *pro-rakyat*. Strategi dan kebijakan pembangunan nasional lebih mengutamakan pencapaian kepentingan ekonomi dari negara dan para pemilik modal dibanding kepentingan lingkungan dan masyarakat. Lingkungan dan seluruh sumberdaya alam yang melekat padanya serta sumberdaya ekonomi masyarakat diakuisisi dan dieksploitasi secara serakah oleh para pelaku ekonomi untuk mewujudkan kepentingan pertumbuhan ekonomi dan laba (Hasan & Muhammad, 2018).

Salah satu Misi Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019-2024 adalah meningkatkan struktur ekonomi yang produktif, merata dan berdaya saing, serta terdapat misi mencapai lingkungan hidup yang berkelanjutan. Menyimak dari amanat visi tersebut, bahwa negara Indonesia akan diarahkan ke dalam peningkatan ekonomi baik secara makro maupun mikro dengan tetap menjamin keberlangsungan lingkungan hidup yang berkelanjutan. Dapat disebut juga bahwa langkah dari implementasi visi tersebut adalah untuk "Menghijaukan Indonesia" melalui pendekatan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dan *green economy* (*green economy*). Salah satu upaya dalam mewujudkan *Green Economy* adalah dengan pembentukan para pelaku ekonomi dan bisnis baik dalam skala besar maupun kecil (UMKM) untuk memahami, mengerti, dan berperilaku *Green Economy*. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar dkk (2019), disampaikan dari hasil risetnya bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan perilaku UMKM dalam mengimplementasikan *green economy*, kemudian juga disampaikan bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap perilaku UMKM dalam mengimplementasikan *green economy*.

Pada kenyataannya, salah satu faktor yang melatarbelakangi munculnya *green economy* adalah

karena persoalan limbah kemasan produk, persoalan pembuangan limbah pabrik atau rumah tangga, serta persoalan banyaknya dan tingginya permintaan yang berdampak pada bahan baku industri yang berbahan kayu, yang harus disertai dengan upaya penghijauan (Sjahrain, 2019). Hutan gundul juga terjadi di pulau Kalimantan yang dulunya menjadi pulau dengan julukan paru-paru dunia. Pengurangan jumlah hutan yang ada di Kalimantan dikarenakan terdapat kepentingan ekonomi yang tidak dilandasi oleh pertimbangan pengelolaan secara lestari dan berkesinambungan (Wahyuni & Suranto, 2021). Menyimak dari hal tersebut, peningkatan ekonomi perlu dilakukan namun dengan tetap mempertimbangkan *green economy*. Peran para pelaku ekonomi baik skala besar ataupun kecil (UMKM) harus dapat berdiri sebagai pendorong peningkatan ekonomi beralaskan *green economy*. Sehingga riset mengenai analisis tingkat pemahaman lingkungan, persepsi, dan perilaku UMKM di wilayah perbatasan Kalimantan dalam mengimplementasikan *green economy* perlu dilakukan.

Wilayah perbatasan yang menghubungkan langsung dengan Negara Malaysia salah satunya adalah Kabupaten Bengkayang. Kabupaten Bengkayang sebagai daerah perbatasan. Daerah perbatasan tentu memiliki keuntungan dalam peningkatan perekonomian melalui perdagangan lintas batas (Patiung & Taus, 2022). Para pelaku UMKM di wilayah perbatasan perlu diketahui pemahaman mengenai *green economy* dengan dilakukannya analisis tingkat pemahaman lingkungan, persepsi, dan perilaku dalam implementasi *green economy*, mengingat wilayah perbatasan sebagai bagian yang juga terjadi kasus kurangnya hutan. Saat ini wilayah perbatasan masih menjadi lokasi yang rawan akan tindakan *illegal logging* (Mamiloto, 2017).

## 2. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah penelitian ekonomi hijau di daerah perbatasan antar negara. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman pelaku UMKM mengenai *green economy* dengan dilakukannya analisis tingkat pemahaman lingkungan, persepsi, dan perilaku dalam implementasi *green economy*.

## 3. BAHAN DAN METODE

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai teori yang dimunculkan dan metode yang digunakan.

### 3.1 *Green Economy*

Prinsip *Green Economy* dalam konteks pemerintahan menjadi isu yang mulai berkembang dan dipelajari dan dikembangkan. Berkembangnya isu *green economy* didasari oleh kesadaran akan kerusakan global dan kesadaran akan pentingnya strategi penghijauan yang berkelanjutan (Pyliavskyi dkk, 2021). *United Nation Environment Programme (UNEP)* menjelaskan *green economy* dan strategi yang berkelanjutan memiliki

tujuan utama dan tujuan jangka panjang serta meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Yang diupayakan dalam beberapa hal (Aswir & Misbah, 2018):

1. Membatasi perubahan iklim, tujuan khusus jangka panjang pertama adalah untuk membatasi perubahan iklim dalam subyek lingkungan dan dalam subyek tenaga kerja adalah penggunaan energi secara efisien.
2. Membatasi efek negatif dari polusi transportasi dan menerapkan transportasi alternatif yang ramah lingkungan dan efisien energi.
3. Model ruang publik yang koheren yang bekerja sama dengan pemangku kepentingan
4. Pengelolaan Sumberdaya alam yang berkelanjutan yang menghindari eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam yang ada di sekitar.

Teori *green economy* juga dikembangkan atas beberapa dasar yang masih tergolong aksioma (O'Neill dkk, 2018): Aksioma bahwa tidak memungkinkan perluasan pengaruh lingkup dalam kondisi di ruang lingkup yang terbatas; bahwa tidak mungkin untuk menuntut pemuasan akan kebutuhan yang akan selalu berkembang tanpa batas, sedangkan hal ini berbanding terbalik dengan sumber daya yang terbatas; dan aksioma segala sesuatu yang ada di bumi memiliki keterhubungan.

Menurut Grubler dkk (2018) mengungkapkan bahwa pada sektor *green economy* juga memiliki perubahan dalam struktur perekonomiannya, dimana akan lebih banyak perhatian diberikan pada aspek kehidupan sosial dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Selain itu *green economy* juga tidak hanya didasarkan pada sektor ekstratif, tetapi dalam perkembangan juga bergerak kepada sektor pengolahan dan sektor jasa. *Green economy* didominasi oleh investasi dalam produksi, konsumsi, serta peningkatan pada pelayanan barang dan jasa yang tentu berorientasi pada ramah lingkungan. *Green economy* saat ini dianggap sebagai prinsip dan strategi baru yang didasarkan pada ekonomi ramah lingkungan, penghematan sumberdaya dengan optimalisasi teknologi yang inovatif sehingga dapat menghasilkan pembangunan yang hijau. Pembangunan hijau diharapkan dapat berkontribusi pada *green economy* sebagai strategi pemulihan ekonomi global di negara-negara maju dan berkembang (Rany dkk, 2020).

### 3.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pada saat ini perkembangan perekonomian melihat bahwa pentingnya menciptakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai suatu strategi ekonomi. UMKM pada era modern memiliki kontribusi sebagai penopang dalam proses pemulihan ekonomi nasional pada kondisi krisis (Arifqi, 2021). Dalam perkembangannya Undang-Undang No. 20 Pasal 1 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang - Undang ini.

Dalam undang-undang tersebut juga di kategorikan tiga usaha yaitu usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

1. Usaha Kecil 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.
2. Usaha Menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang tidak termasuk dalam anak atau cabang perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebesar Rp 50.000.000
3. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang diciptakan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan bersih lebih besar dari usaha menengah.

Menurut data perkembangan UMKM pada tahun 2018-2019, jumlah unit usaha yang adalah sebanyak 64.199.606 unit di seluruh Indonesia. Perkembangan tersebut memperlihatkan UMKM memiliki kontribusi dalam mendapatkan dan meningkatkan devisa negara, serta membuat sektor ini menjadi pilar yang sangat kuat dari sisi pendapatan maupun tenaga kerja (Natasya & Hardiningsih, 2021). UMKM menjadi salah satu sektor yang kuat dalam perkembangan tenaga kerja, memperlihatkan bahwa UMKM dapat menghasilkan lapangan kerja yang besar; berperan aktif dalam pelatihan dan perkembangan wirausahawan baru; pembaharuan ekonomi, dan peningkatan kerja sama antara UMKM dengan perusahaan besar dalam upayanya menghadapi persaingan (Nasution & Ramadhan, 2019).

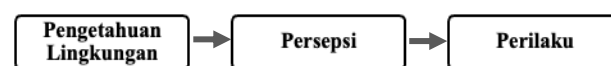
UMKM selain berfokus pada pengembangan tenaga kerja, juga berperan pada perubahan iklim investasi dan sistem pendanaan Indonesia. Pendanaan berupa fasilitas pinjaman secara khusus untuk UMKM memungkinkan investasi dan keberlangsungan hidup UMKM dapat terjaga (Fadilah dkk, 2020). Hal ini tentu menjadi tangan besar bagi UMKM dalam aspek pengelolaan modal dan keuangan yang semakin efektif. Efektivitas akan menghasilkan organisasi yang kuat dalam sisi ekonomi sehingga ke depan akan mampu melakukan ekspansi usahanya dalam mempertimbangkan persaingan nasional maupun global.

### 3.3 Pengetahuan Lingkungan, Persepsi, dan Perilaku *Green Economy*

Pengetahuan dasar mengenai lingkungan adalah bagaimana seorang manusia memiliki kesadaran untuk berperilaku melindungi lingkungan. Kesadaran yang dimiliki terhadap lingkungan hijau akan mendorong seseorang menggunakan produk-produk yang memiliki nilai *green economy* (Ihsyuluddin & Mane, 2022). Kurangnya pengetahuan seseorang mengenai lingkungan, secara kesadaran tidak akan mampu mendorong dalam meningkatkan penggunaan produk-

produk yang ramah lingkungan (Rini dkk, 2017). Pengetahuan seseorang mengenai produk yang akan dikonsumsi ataupun yang hendak dipasarkan dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai isu-isu lingkungan yang didapat. Pada kenyataannya pengetahuan mengenai isu lingkungan hijau juga dipengaruhi oleh lingkungan kebijakan suatu negara dan rekan sejawat yang mendorong niat beli terhadap produk-produk ramah lingkungan yang termasuk dalam dasar *green economy* (Alhally, 2020). Kerangka pikir penelitian mengenai pengetahuan lingkungan, persepsi, dan perilaku *green economy* diperlihatkan pada Gambar 1.

Pengetahuan dasar yang telah dimiliki oleh seseorang akan mendorong serta berperan membentuk persepsi pribadi yang baik terhadap produk yang dikonsumsi atau dihasilkan, tanpa terkecuali bagi pelaku usaha. Persepsi pelaku usaha dalam lingkup usaha mikro (UMKM) hingga lingkup perusahaan besar akan membentuk perilaku yang peka terhadap isu-isu yang berkembang mengenai *green economy* yang ramah lingkungan (Guntara dkk, 2017). Perkembangan mengenai *green economy* juga dapat menjadi suatu strategi bersaing bagi UMKM (Sriyono, 2018). Dalam menyikapi perkembangan bisnis di era modern saat ini, UMKM mengimplementasikan strategi bersaing adalah dengan menciptakan instrumen-instrumen *green economy* dalam produk yang dipasarkan (Lusiana dkk, 2021). Tidak hanya sampai disitu saja, berkembangnya persepsi serta perilaku *green economy* pada UMKM juga didukung dengan berkembangnya digitalisasi kegiatan usaha (*digital entrepreneurship*) (Astadi dkk, 2022). *Green economy* bahkan tidak hanya berorientasi pada produk, pada suatu perusahaan juga sudah berorientasi pada penerapan manajemen hijau terutama pada lingkup *green human resource management* yang dianggap dapat membantu karyawan untuk dapat bekerja maksimal dan efektif didukung dengan lingkungan yang ramah (Suharti & Sugiarto, 2020). Dengan perspektif efektivitas pengembangan lingkungan organisasi, karyawan diharapkan dapat berkinerja, menerapkan gaya kepemimpinan yang tepat (Atlantika dkk, 2023), dan berperilaku baik dalam hal interaksi sosial dan kerjasama di lingkungan kerja organisasi (Atlantika dkk, 2022).



**Gambar 1. Gambaran Kerangka Penelitian Mengenai Pengetahuan lingkungan, Persepsi, dan Perilaku *Green Economy***

### 3.4 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dilakukan dengan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan desain penelitian menggunakan *fenomenology approach* dengan melakukan *in-depth interview* kepada informan mengenai *green economy*. Sumber data dalam penelitian diperoleh melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara yang dilakukan



kepada para responden. Adapun responden yang diambil adalah 5 klaster UMKM yang meliputi: klaster Pertanian, klaster Peternakan, klaster Jasa, klaster Kuliner, dan klaster Konveksi (pakaian wanita). Teknik pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dari masing-masing klaster UMKM yang berada di Kecamatan bengkayang, Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat.

Penelitian dilakukan melalui tiga tahapan, pada tahap pertama yakni penyiapan perangkat pengumpulan data. Adapun indikator implementasi *green economy* meliputi; Pemahaman aktivitas usaha yang senantiasa berupaya meminimalisir kerusakan terhadap lingkungan hidup, pemahaman mengenai pencemaran lingkungan karena limbah yang dihasilkan, pemahaman akan terjadinya gangguan terhadap keseimbangan ekosistem maupun lingkungan masyarakat yang berada di sekitar wilayah usaha, pemahaman peningkatan ekonomi yang selaras dengan konsep *green economy*, serta pemahaman implementasi 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*).

Indikator tersebut kemudian ditujukan kepada UMKM yang meliputi klaster Pertanian, klaster Peternakan, klaster Jasa, klaster Kuliner, dan klaster Konveksi (pakaian wanita). Indikator implementasi *green economy* yang telah ditentukan kemudian diturunkan menjadi pedoman wawancara, dan pernyataan/pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang akan digunakan untuk mencari data melalui wawancara kepada UMKM di setiap klasternya.

Tahap kedua dalam penelitian yang dilakukan adalah pengambilan dan pengumpulan data. Kegiatan observasi akan dilakukan dengan meninjau UMKM dengan melihat secara langsung kondisi ataupun keadaan yang terjadi. Tinjauan Pustaka dilakukan untuk mencari data ataupun dukungan sumber yang relevan dengan penelitian. Wawancara dan kuesioner juga akan dilakukan baik secara daring maupun secara luring dengan berpedoman pada pedoman wawancara kepada informan dan kuesioner yang telah tersusun. Daftar informan diperlihatkan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Informan**

Kode Informan	Bidang Usaha	Lokasi UMKM	Tanggal Wawancara
KN	Kuliner	Rangkang	08-08-2022
KV	Konveksi	Sekayok	28-07-2022
JS	Jasa	Bukit Karmel	15-08-2022
PT1	Pertanian 1	Tampe	06-08-2022
PT2	Pertanian 2	Bukit Karmel	05-08-2022
PN1	Perternakan 1	Bengkayang	05-08-2022
PN2	Perternakan 2	Tampe	06-08-2022

Tahap yang ketiga atau yang terakhir adalah tahap penyusunan dan rekap data. Data berupa hasil observasi, studi pustaka, hasil wawancara, selanjutnya akan dilakukan pengolahan dan penyusunan dengan menggunakan *qualitative data analysis software NVivo 12*.

#### 4. PEMBAHASAN

Daerah Kabupaten Bengkayang sebagai salah satu daerah perbatasan negara, tentunya sangat memiliki peran dalam pembedayaan UMKM terutama pada daerah perbatasan terjadi pertukaran sosial-ekonomi dalam hal mata uang, bahan baku, pangsa pasar, hingga sarana dan prasarana (Budiaman & Herkulana, 2021). Temuan mengenai tingkat pemahaman lingkungan, persepsi, dan perilaku pelaku UMKM dalam mengimplementasi *green economy* wilayah perbatasan negara diperlihatkan oleh beberapa sektor UMKM.

##### 4.1 Pengetahuan Lingkungan

Pada hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pengetahuan terhadap lingkungan dalam penerapan ekonomi hijau pada daerah perbatasan didorong oleh beberapa faktor dimana diantaranya budaya, media informasi, pengalaman dalam menerapkan ekonomi hijau, keluarga, dan pengalaman kerja. Hasil yang digambarkan melalui proses wawancara yang dilakukan kepada informan, memperlihatkan bahwa sebagian besar masyarakat mengetahui mengenai ekonomi hijau terlebih dalam hal pengolahan limbah. Hal ini dinyatakan oleh informan PN1 bahwa:

*“Saya ketahui hanya mengenai pengolahan limbah, kita didaerah ini melihatnya supaya tidak merugikan orang lain saja. Tidak hanya itu, pengolahan limbah juga dilakukan secara turun-menurun. Kita di sini budaya kental. Jadi kita saling menghormati tetangga dengan mengolah limbah dengan baik.”*

Pengetahuan pelaku usaha mengenai ekonomi ramah lingkungan didaerah perbatasan juga didorong oleh kesadaran masyarakat berdasarkan budaya setempat melalui pengelolaan sumber daya alam berbasis masyarakat lokal menjadi suatu produk yang bermanfaat. Pengolahan lingkungan berbasis nilai-nilai budaya yang dapat menjadi potensi unggul terciptanya ekowisata. Ekowisata dapat menjadi salah satu sumber pendapatan melalui ekonomi hijau pembangunan berkelanjutan (Hendriyana dkk, 2020).

Pengetahuan mengenai ekonomi hijau di daerah perbatasan tidak hanya didapat dari budaya dalam mengolah limbah ternak, namun juga diperoleh masyarakat dari media informasi elektronik yang ada saat ini. Informan PN1 mengungkapkan bahwa:

*“Sejauh ini ya saya lihat-lihat di youtube untuk menambah pengetahuan aja. Selebihnya kita tetap berdasarkan pengalaman turun-temurun masyarakat”*

Pernyataan tersebut sejalan dengan informan PT2, KN, dan JS yang mengungkapkan bahwa:

*“Selain dari pengalaman tadi saya, ya dari media youtube atau literasi yang menulis tentang 3R (seringnya 3R). Intinya sih paham dan mau belajar saya, apalagi sekarang tuh untuk banyak sekali media belajar seperti youtube. Saya lebih ke youtube dan media sosial lainnya”*

Saat ini media informasi sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat, terutama dalam mendapatkan informasi guna meningkatkan pengetahuan. Fenomena ini juga diungkapkan oleh Haryadi (2019) dalam penelitiannya, bahwa *youtube* menjadi media informasi sekaligus pembelajaran yang banyak dirasakan manfaatnya. Manfaat yang didapatkan oleh seseorang dalam menggunakan sarana *youtube* adalah meningkatnya motivasi untuk dapat belajar hal baru, meningkatkan pengetahuan baru (Pertiwi & Sharif, 2019), serta dapat mengetahui perkembangan terkini lainnya mengenai UMKM (Muzdalifah dkk, 2020).

Masyarakat memiliki pengetahuan terkait lingkungan terlebih mengenai dalam menghasilkan produk ataupun mendapatkan informasi mengenai ekonomi hijau di daerah perbatasan, tidak dapat terpisahkan dari budaya yang menjadi identitas kuat dalam bermasyarakat sosial terutama untuk menghasilkan produk yang tidak untuk merugikan orang lain. Selain itu seiring berkembangnya teknologi pada saat ini, masyarakat sangat terbantu oleh media informasi elektronik dalam meningkatkan pengetahuan mengenai penerapan ekonomi hijau.

Pengetahuan lingkungan yang diperoleh masyarakat juga didapat dari pengalaman saat menerapkan ekonomi hijau, dalam hal ini berkaitan dengan pengolahan (daur ulang). Informan PT2 mengungkapkan bahwa:

*“Saya sudah mulai menekuni pertanian sudah cukup lama, dengan berbagai pengalaman yang didapat jadi membuat saya memiliki pengetahuan yang saya gunakan dalam menjalankan pertanian ini. Selain itu dari pengalaman yang saya miliki juga dapat menjadi pembelajaran bagi buruh tani yang saya miliki”*

Dalam memperoleh pengetahuan serta kesadaran atas pentingnya menjaga lingkungan, dapat menggunakan beberapa metode yang beberapa diantaranya adalah pengalaman serta diskusi saat praktek (Arum & Feby, 2021).

Pengetahuan lingkungan selain berdasarkan pengalaman, juga dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Informan KN mengungkapkan bahwa:

*“Kebetulan orang tua saya suka menanam buah dan sayur di lahan rumah, jadi saya tahu soal pengolahan limbah. Karena orang tua saya hobi menanam buah, jadi saya tahu soal pupuk organik (kompos) atau daun-daun habis panen yang digunakan sebagai pakan ikan”*

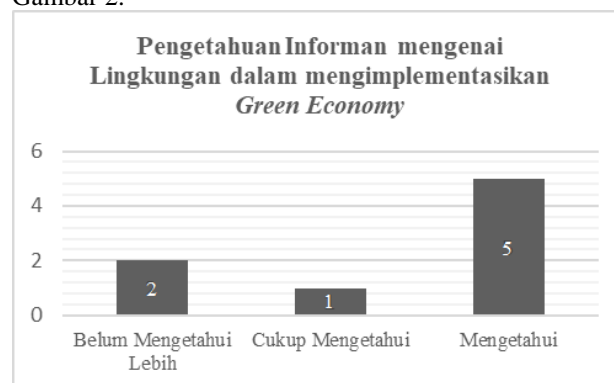
Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa lingkungan keluarga juga memiliki pengaruh dalam memberikan pengetahuan langsung mengenai lingkungan, dimana dalam pernyataan ini berkaitan dengan pengolahan limbah. Lingkungan keluarga memiliki pengaruh terhadap munculnya pengetahuan baru juga diungkapkan oleh Indriyani & Subowo (2019) dalam penelitiannya, bahwa keluarga dapat memberikan keyakinan bagi individu dalam menyelesaikan suatu hal yang mungkin baru bagi dirinya agar menjadi sebuah pengetahuan yang baru, dimana harapannya akan diterapkan dikemudian hari.

Faktor terakhir yang mendorong munculnya pengetahuan terhadap lingkungan dalam menerapkan ekonomi hijau di daerah perbatasan adalah pengalaman di lingkungan pekerjaan sebelumnya. Informan KV mengungkapkan bahwa:

*“Saya punya pengalaman bekerja di Fila Sportware, Jogja Group, dan Kawan Lama Group jadi dari sana saya banyak belajar dan dapat pengetahuan. Terlebih saya bekerja di posisi merchandising, jadi ya harus paham bahan-bahan produk yang ramah lingkungan hingga siap disupply ke cabang-cabang daerah”*

Berdasarkan ungkapan tersebut diperlihatkan bahwa pengalaman kerja memiliki kontribusi dalam memberikan pengetahuan dalam menjalankan bisnis baru ke depan, terlebih informan KV menerapkan produk serta kemasan ramah lingkungan dalam setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pernyataan informan KV juga didukung oleh penelitian Rahmi & Hapsari (2021) yang mengungkapkan bahwa pengalaman berkontribusi pada munculnya pengetahuan yang berdampak pada kesiapan seseorang untuk menerapkan apa yang telah diketahui sebelumnya, terutama dalam dunia usaha yang membutuhkan kreatifitas lebih.

Dalam proses pengolahan data informan mengenai pengetahuan lingkungan juga diketahui seberapa banyak informan yang tidak mengetahui, cukup mengetahui, serta mengetahui bahwa pengetahuan mengenai lingkungan sebagai salah satu dasar yang perlu diperhatikan dalam pengimplementasian *green economy* di lingkungan bisnisnya. Hal ini diperlihatkan pada Gambar 2.



**Gambar 2. Pengetahuan Informan Lingkungan dalam mengimplementasikan *Green Economy***

#### 4.2 Persepsi

Persepsi pelaku usaha dalam lingkup usaha mikro (UMKM) hingga lingkup perusahaan besar akan membentuk perilaku yang peka terhadap isu-isu yang berkembang mengenai *green economy* yang ramah lingkungan (Guntara dkk, 2017). Berdasarkan hasil wawancara kepada informan dilapangan menggambarkan bahwa pelaku UMKM di daerah perbatasan memiliki pandangan dalam implementasi *green economy* yang ramah lingkungan didasari oleh beberapa faktor yaitu karena penerapannya murah, mudah, dapat menghasilkan produk baru, dan

memberikan nilai tambah dalam penjualan produk walaupun untuk hal ini membutuhkan biaya sedikit lebih mahal pada jenis produk tertentu.

Informan PN1 mengungkapkan bahwa dalam penerapan *green economy* pada bisnisnya adalah dengan mengolah kembali limbah peternakan yang dihasilkan, berikut pernyataan informan:

*“Dalam penerapan mudah saja, jadi pakai ember atau tempat penampungan bekas (yang dari plastik). Ada biaya namun tidak besar (murah). Terlebih hasilnya kita gunakan sendiri hasilnya, jadi gak perlu dibungkus bagus”*

Pernyataan informan PN1 tersebut juga sejalan dengan pernyataan informan PN2 dan PT2 yang mengungkapkan bahwa:

*“Tidak ada biaya hanya tenaga sedikit saja.”,*

*“Mengenai biaya kita ambil contoh untuk pengomposan, kita butuh biaya media komposter kalau pun perlu cairan bakteri pengurai untuk mempercepat proses bisa berikan, tetapi juga bisa juga tidak. Kalau yang pengolahan (berhubungan dengan 3R) yang bukan untuk komersil saya rasakan biayanya kecil”*

Implementasi *green economy* oleh pelaku usaha didaerah perbatasan dipersepsikan memiliki biaya yang kecil untuk diimplementasikan, bahkan tanpa biaya apabila bahannya tersedia. Dalam penelitian Wardani dkk (2022) mengungkapkan bahwa dalam perilaku keuangan, pemilihan produk *green economy* atas dasar harga barang yang relatif murah namun memiliki manfaat yang sama. Tidak hanya memiliki manfaat yang sama, produk yang dihasilkan dari implementasi *green economy* juga diharapkan memiliki kemampuan daya saing (Sriyono, 2018).

Persepsi yang kemudian tergambar adalah bahwa *green economy* mudah untuk diterapkan. Informan KV mengungkapkan bahwa:

*“Sejauh ini tidak terlalu sulit untuk menerapkannya, Sebab sudah banyak supplier kemasan yang menyediakan jasa pembuatan kemasan yang bagus, keren, serta ramah lingkungan”*

Informan KV adalah penjualan pakaian (konveksi) wanita yang berbasis *online shop* di Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat. Informan menggunakan pihak ketiga dalam menyediakan produk dan bahan kemasan. Penerapan *green economy* yang telah dilakukan adalah dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat digunakan kembali oleh konsumen. Sejalan dengan pernyataan informan KV, informan JS juga mengungkapkan bahwa:

*“Kalau mengolah limbahnya menurut saya mudah. Tetapi kalau memanfaatkan bahan yang alami untuk membuat pakaian untuk di sewa seperti kulit kayu kering ataupun lokal, sedikit sulit karena prosesnya agak lama untuk mendapatkan hasil yang bagus”*

*Green economy* mudah untuk diterapkan karena saat ini banyak sekali pihak ke tiga yang menyediakan bahan sudah berorientasi pada produk ramah lingkungan. Menurut informan KV bahwa tidak menutup

kemungkinan untuk bahan-bahan tertentu yang berasal dari pihak ke tiga memiliki harga lebih tinggi, namun hanya untuk produk tertentu. Berikut kutipan pernyataan informan KV:

*“Kemasan ini saya pesan dari Jakarta dan memang harganya lebih mahal daripada kemasan plastik bening biasa. Tetapi saya pikir ini menjadi kemasan yang bisa menarik konsumen sebab bagus untuk digunakan kembali (konsumen akan merasa mendapatkan nilai lebih dengan membeli satu produk saja yaitu kemasan menarik) walaupun harga modal kemasannya lebih mahal dari plastik biasa. Selisihnya bisa Rp 5000 – Rp 10.000”*

Pernyataan informan KV tersebut juga sejalan dengan informan JS, yang mengungkapkan bahwa:

*“Kira-kira untuk pakaian saja tanpa aksesoris bisa mencapai Rp 1.500.000. Untuk aksesoris sekitar Rp 500.000. Pakaian kulit kayu memang masih lebih murah daripada pakaian adat Dayak yang berbahan dari manik-manik yang bahannya bisa dibeli, kalau manik-manik khas Dayak itu bisa mencapai Rp 4.000.000”*

Informan JS memiliki usaha dibidang jasa penyewaan pakaian adat. Bahan pakaian adat terutama Dayak memiliki ciri khas manik-manik dan kulit kayu. Pada saat ini untuk manik-manik seringkali didapat dari pihak ketiga yang memasarkan bahan. Dimana pakaian adat Dayak yang berbahan kombinasi kulit kayu dan manik-manik pada umumnya memiliki biaya produksi yang lebih tinggi, walaupun menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Fenomena ini juga dibuktikan dalam penelitian Hanifah dkk (2019) yang mengungkapkan bahwa produk ramah lingkungan lebih cenderung memiliki harga yang mahal karena memiliki kualitas produk yang baik, bahkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Selain itu, dalam mengimplementasikan *green economy* juga dapat menghasilkan produk baru yang memiliki manfaat yang berbeda dari sebelumnya. Limbah dari pembuatan pakaian berupa kain dapat digunakan sebagai produk rumah tangga seperti kain pembersih lantai, keset kaki, hingga sebagai isian bantal tidur. Berikut kutipan pernyataan informan JS:

*“Walaupun belum bisa dijadikan pakaian untuk dapat disewakan juga, setidaknya bisa dijadikan bahan lain seperti keset, kain pembersih lantai, isian untuk bantal dan guling”*

Pernyataan informan JS juga sejalan dengan penelitian Dewanti dkk (2021) bahwa limbah kain dapat diolah menjadi produk yang dapat digunakan kembali, bahkan memiliki nilai ekonomis. Produk yang dihasilkan dari implementasi *green economy* tidak hanya menghasilkan produk yang berbeda fungsi nantinya, namun juga diimplementasikan dalam bentuk nilai tambah terhadap produk yang dipasarkan.

Informan KV mengungkapkan bahwa implementasi *green economy* yang dilakukan adalah dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan. Hal ini dilakukan oleh informan dengan anggapan bahwa



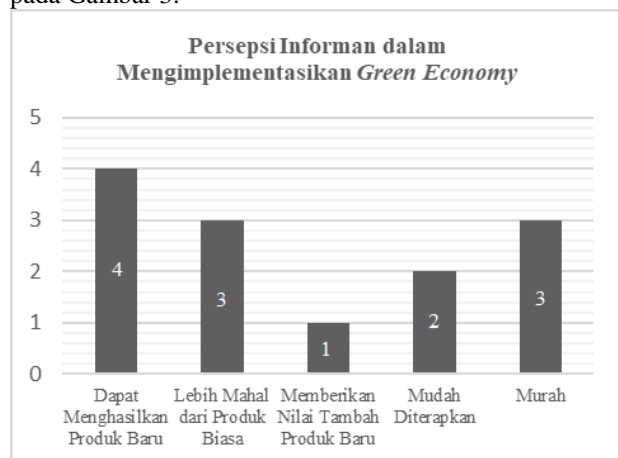
kemasan dari produk yang dibeli konsumen dapat digunakan kembali atau dialih fungsikan. Berikut kutipan pernyataan informan KV:

*“Kemasan ini saya pesan dari Jakarta dan memang harganya lebih mahal daripada kemasan plastik bening biasa. Tetapi saya pikir ini menjadi kemasan yang bisa menarik konsumen sebab bagus untuk digunakan kembali (konsumen akan merasa mendapatkan nilai lebih dengan membeli satu produk saja yaitu kemasan menarik) walaupun harga modal kemasannya lebih mahal dari plastik biasa”*

Kemasan ramah lingkungan yang digunakan oleh informan KV dalam memasarkan produk adalah dengan menggunakan kemasan berbahan *Polymailer* yang kemudian dikemas kembali menggunakan *Zipperbag* ramah lingkungan. Pernyataan ini juga dibuktikan oleh penelitian Aprilia & Farid (2022) yang mengungkapkan bahwa kemasan ramah lingkungan saat ini lebih menarik untuk digunakan. Selain itu, kemasan berbahan *Polymailer* adalah bahan yang ramah lingkungan, kuat, tebal, tidak mudah rusak, dan aman digunakan (Dewantari dkk, 2022).

Hasil penelitian ini mengenai persepsi pelaku usaha didaerah perbatasan dalam mengimplementasikan *green economy* menyimpulkan beberapa pandangan yaitu implementasi *green economy* dalam pengolahan limbah memiliki biaya produksi yang rendah, mudah untuk diterapkan, walaupun produk ramah lingkungan tertentu yang dihasilkan memiliki harga yang lebih tinggi. Selain itu, tentunya dapat menghasilkan produk baru dengan nilai tambah yang ditawarkan dalam bentuk kemasan ramah lingkungan.

Persepsi pelaku usaha didaerah perbatasan dalam mengimplementasikan *green economy* juga diperlihatkan pada Gambar 3.



**Gambar 3. Persepsi Informan dalam Mengimplementasikan Green Economy di Daerah Perbatasan**

#### 4.3 Perilaku

Dalam menyikapi perkembangan sosial pada era modern saat ini, bahkan pada daerah perbatasan, pelaku usaha seringkali dituntut untuk mampu menghasilkan

dan menggunakan produk-produk ramah lingkungan. Penerapan *green economy* bisa dimulai dari lingkungan keluarga yang kemudian berkembang menjadi suatu perilaku kebiasaan yang baik. Dalam perkembangannya *Green economy* bahkan tidak hanya berorientasi pada produk, pada suatu perusahaan juga sudah berorientasi pada penerapan manajemen hijau terutama pada lingkup *green human resource management* yang dianggap dapat membantu karyawan untuk dapat bekerja maksimal didukung dengan lingkungan yang ramah (Suharti & Sugiarto, 2020).

Hasil penelitian yang dapat digambarkan informan mengenai perilaku dalam mengimplementasikan *green economy* meliputi beberapa hal mengenai perilaku dan tindakan. Informan PT2 dalam mengimplementasikan *green economy* berfokus pada pengolahan kembali limbah yang digunakan menjadi produk dengan manfaat lainnya. Berikut kutipan pernyataan informan PT2:

*“Ada beberapa proses yang saya lakukan, seperti: pengomposan (fokus pada pupuk cair), daun-daun dari beberapa tanaman akan saya jadikan pakan ikan, dan ada juga jaggel jaggung yang kita jadikan media penanaman jamur, hingga rambut jagung yang bisa dijadikan teh. Tapi saya tidak komersilkan hasil pengolahan limbah,”*

Informan PT2 mengimplementasikan *green economy* dengan melakukan pengomposan dengan menggunakan cairan *effective microorganism* (EM4) dalam menghasilkan pupuk cair (Atlantika dkk, 2022), memberikan limbah daun menjadi pakan ikan, dan lainnya. Berikut pernyataan informan yang berkaitan implementasi *green economy* tersebut:

*“Seperti pupuk cair yang dihasilkan. Pupuk cair saya berikan kembali ke tanaman yang ada. Pupuk cair juga saya berikan sesuai antara jenis tanaman dan bahan pupuk cair yang digunakan, contoh: pupuk cair dengan bahan limbah tanaman jambu, sebagian besar akan saya berikan ke tanaman jambu saja. Hal ini dikarenakan tanaman akan lebih cepat mengenal/merespon pupuk cair tersebut sebab berasal dari unsur tanaman yang sama. Ada juga jaggel jagung yang dijadikan media penanaman jamur, rambut jagung yang dijadikan teh, kulit jagung bisa dijadikan juga pakan ternak (apabila ada yang menginginkan), hingga daun papaya bisa saya gunakan sebagai pakan ikan nila.”*

Sejalan dengan pernyataan tersebut, informan JS juga sebelumnya juga mengungkapkan hal yang sama bahwa bentuk implementasi *green economy*. Implementasi yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan kain bekas produksi pakaian adat menjadi produk baru yang memiliki manfaat yang berbeda. Berdasarkan pernyataan kedua informan tersebut dapat diketahui perilaku dalam implementasi *green economy*, meliputi:

1. Melakukan pengomposan
2. Membuat media penanaman jamur
3. Membuat pakan peternakan
4. Membuat pakan ikan
5. Membuat olahan teh

## 6. Membuat produk berbahan kain sisa produksi

Produk hasil implementasi *green economy* di daerah perbatasan dilakukan dengan tidak menghasilkan produk olahan yang kemudian di komersilkan. Hal ini diungkapkan oleh informan PN1 dan PT2, yang menyatakan bahwa:

*"Kita juga tidak untuk dijual jadi tidak diproduksi banyak"*

*"Saya tidak komersilkan hasil pengolahan limbah"*

Fenomena ini terjadi dikarenakan hasil produk olahan yang tidak menentu jumlahnya serta terbatas. Berdasarkan hal tersebut, seringkali produk yang dihasilkan masih digunakan pribadi. Walaupun pada nyatanya produk yang dihasilkan memiliki potensi untuk diperjual-belikan, sebab memiliki nilai dan manfaat pada produk yang dihasilkan. Pada penelitian Nasir & Edy (2019) mengungkapkan bahwa produk ramah lingkungan ketersediaan produk terbatas, dikarenakan permasalahan distribusi yang dipengaruhi oleh produk ataupun hanya tersedia di tempat tertentu.

Selain dalam bentuk produk, implementasi *green economy* juga berupa penggunaan kemasan produk yang ramah lingkungan. Kemasan ramah lingkungan ini digunakan oleh informan KV dalam memasarkan produknya melalui *marketplace online*, berikut pernyataan informan:

*"Pasarnya lalamotion.co saat ini sebagian besar memang dipasar online. Saya biasanya berkomunikasi dengan konsumen di sarana chat marketplace bahwa kemasan produk bisa digunakan kembali untuk keperluan lainnya dan ramah lingkungan apabila ingin dibuang atau rusak"*

Pernyataan informan KV juga sejalan dengan pengabdian yang dilakukan D. Wijayanti dkk (2019), dimana mengungkapkan bahwa kemasan ramah lingkungan lebih menjadi pilihan pelaku usaha *online*. Selain itu, produk kemasan ramah lingkungan juga dapat menjadi sarana pengetahuan bagi konsumen mengenai produk kemasan ramah lingkungan.

Pada hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa terdapat pelaku usaha yang belum dan tidak menerapkan perilaku dalam upaya mengimplementasikan *green economy*. Informan KN belum menerapkan *green economy* dikarenakan keterbatasan pengetahuan untuk memulai, berikut pernyataannya:

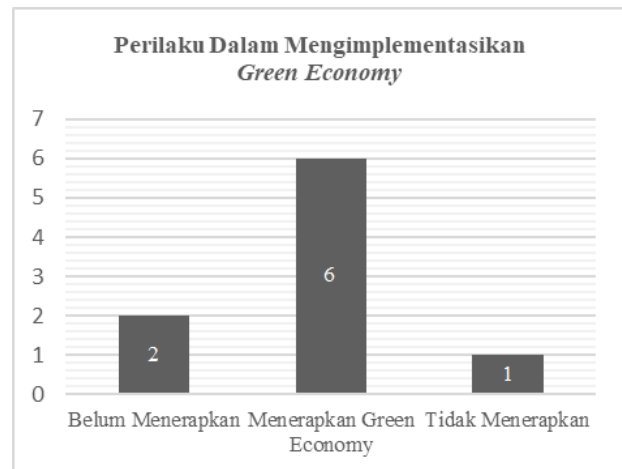
*"Kalau ini saya memang secara rinci tidak paham. Untuk ke depan mungkin saya bisa mencoba. Karena memang belum pernah mencoba"*

Selain itu, diketahui bahwa terdapat informan PT1 yang memang tidak menerapkan dikarenakan memang yang bersangkutan sudah terbiasa dengan membuang begitu saja limbah yang dihasilkan oleh pertaniannya, berikut pernyataannya:

*"Selama ini, limbah cenderung dibuang begitu saja. Tidak dikelola. Hanya memanfaatkan biji jagung saja"*

Berdasarkan uraian pernyataan informan mengenai perilaku dalam upaya mengimplementasikan *green economy* di daerah perbatasan, dapat disimpulkan bahwa

terdapat pelaku usaha yang sudah menerapkan, belum menerapkan, dan tidak menerapkan perilaku tersebut. Kesimpulan tersebut diperlihatkan pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Perilaku dalam mengimplementasikan *Green Economy* di Daerah Perbatasan

## 5. KESIMPULAN

Pelaku UMKM di daerah perbatasan memiliki tingkat pengetahuan dasar dalam menjaga lingkungan, terutama dalam lingkup *green economy*. Pengetahuan ini didukung oleh budaya, media informasi, pengalaman karir, dan implementasi *green economy*. Pelaku UMKM cenderung akan berperan dalam membangun persepsi pribadi terhadap setiap produk yang dihasilkan dari kegiatan yang dilakukan. Pelaku UMKM akan memiliki dorongan berperilaku yang baik terhadap lingkungan disekitarnya untuk mengenal bahkan mengimplementasikan *green economy* bagi pelaku UMKM lainnya untuk menghasilkan dan menggunakan produk-produk ramah lingkungan di daerah perbatasan.

## 6. SARAN

Hasil pelaksanaan penelitian di lapangan memperlihatkan bahwa pelaku UMKM memiliki sedikit keterbatasan dalam menumbuhkan semangat dan kesadaran pentingnya pengimplementasian *green economy*. Hal ini diperlihatkan oleh informan dalam penelitian ini yang memang tidak menerapkan dikarenakan memang yang bersangkutan sudah terbiasa dengan membuang begitu saja limbah yang dihasilkan oleh pertaniannya. Berdasarkan gambaran tersebut, penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai strategi edukasi pada UMKM di wilayah perbatasan dalam mengimplementasikan *green economy* yang bersifat berkelanjutan.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

Alhally, A. (2020). Pengaruh Kepedulian, Pengetahuan, Sikap, Inisiatif Pemerintah, Tekanan Teman Sebaya Dan Spiritualitas Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Di Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal*



- Ilmiah Manajemen*, 4(2), 130.  
<https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.3032>
- Aprilia, H., & Farid, R. (2022). *Perancangan Brand Identity dan Kemasan Lily pads*. 2, 96–104.
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Arum, A., & Feby, M. (2021). Edukasi Ekonomi Hijau Dalam Menumbuhkan Semangat Green Entrepreneurship. *Jurnal ABDIMAS Vol.2-2021 Edisi Khusus Dies Natalis Unikal Ke-40*, 2(2), 1–7.  
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/saintek/article/view/6771/5537>
- Astadi, P., Kristina, S., Retno, S., Yahya, P., & Agni Alam, A. (2022). The long path to achieving green economy performance for micro small medium enterprise. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1–19.  
<https://doi.org/10.1186/s13731-022-00209-4>
- Aswir, & Misbah, H. (2018). Green Economy Dalam Mendukung Millennium Development Goals (MDGs). *Prosiding Conference on Economic & Business Adi Buana University of Surabaya "Budaya Bisnis Berbasis Ekonomi Hijau Di Era Industri 4.0."* 2(1), 1–13.
- Atlantika, Y. N., Hapsari, V. R., & Vuspitasari, B. K. (2023). *Analisis Gaya Kepemimpinan dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Daerah Perbatasan : Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional*. 11(1), 369–382.
- Atlantika, Y. N., Manggu, B., Beni, S., & Sadewo, Y. D. (2022). Analisis Efektivitas Organizational Citizenship Behavior (Studi Kasus Kepolisian Negara Republik Indonesia Di Polres Mempawah). *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 10(02), 123.  
<https://doi.org/10.35450/jip.v10i02.295>
- Atlantika, Y. N., Sanoto, H., Sadewo, Y. D., & Beni, S. (2022). Pendampingan Pengomposan Dengan Menggunakan Cairan Effective Microorganism (EM4) Di Lingkungan Sekolah Dasar Daerah Perbatasan: Indonesia. *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(05), 356–363.  
<https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/262>
- Budiawan, J., & Herkulana. (2021). Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Jagoi Babang (Kawasan Perbatasan Indonesia-Malaysia). *Jurnal Ekonomi Integra*, 11, 143–153.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.51195/iga.v12i2.199>
- Dewantari, A. Z., Alvianto, R., Putri, C. P., Puspasari, M. D., Setiawati, P. M., & Arum, D. P. (2022). Rebranding Produk Tas Rajut Terhadap Umkm Azza Rajut. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 723–727.  
<https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4651>
- Dewanti, A. R., Adisurya, S. I., Damayanti, R. A., Wilastrina, A., Septira, M., Putri, U., & Elizabeth, P. V. (2021). *Pemanfaatan Kain Perca Dengan Teknik Quilt Menjadi Produk Baru Yang Bernilai Jual Training on The Use of Patchwork with Quilt Technique to Be A New Product That Is Selling*. 3(1), 86–95.
- Fadilah, A., Igo, I., Liza, A., Safira, F., Setyani, A., & Imam, B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Grubler, A., Wilson, C., Bento, N., Boza-Kiss, B., Krey, V., McCollum, D., Rao, N., Riahi, K., Rogelj, J., De Stercke, S., Cullen, J., Frank, S., Fricko, O., Guo, F., Gidden, M., Havlik, P., Huppmann, D., Kiesewetter, G., Rafaj, P., & Valin, H. (2018). A low energy demand scenario for meeting the 1.5 °C target and sustainable development goals without negative emission technologies. *Nature Energy*, 3.  
<https://doi.org/10.1038/s41560-018-0172-6>
- Guntara, S. R., Yogaswara, B., & Aurachman, R. (2017). Strategi Transformasi PT Greeneration Indonesia Menuju Pendekatan Matriks Boston Consulting Group. *EProceedings of Engineering*, 4(3), 4436–4444.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44.  
<https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Haryadi, M. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 135–159.
- Hasan, M., & Muhammad, A. (2018). *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dan Perspektif Ekonomi Lokal* (1st ed.). CV. Nur Lina.
- Hendriyana, H., Putra, I. N. D., & Sunarya, Y. Y. (2020). Industri Kreatif Unggulan Produk Kriya Pandan Mendukung Kawasan Ekowisata Pangandaran, Jawa Barat. *Panggung*, 30(2), 163–182.  
<https://doi.org/10.26742/panggung.v30i2.1202>
- Ihsyaluddin, & Mane, A. (2022). Kesadaran Lingkungan dalam Pengelolaan Sampah Di Pantai Nirwana Kota Baubau. *JJG-Jurnal Green Growth and Manajemen Lingkungan*, 11(2), 85–98.  
<https://doi.org/doi.org/10.21009/jgg.112.03>
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470–



484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Lusiana, I., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2021). Perumusan Strategy Green Product Guna Meningkatkan Perkembangan UMKM Berbasis Ramah Lingkungan ( Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan UMKM Kota Magelang). *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 9(2), 99–109. <http://ejournal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/JPSB/article/view/2026>
- Mamiloto, S. (2017). Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Transaksi Perdagangan Lintas Batas Pada Daerah Perbatasan. *Lex Privatum*, 5(8), 49–56.
- Muzdalifah, L., Novie, M., & Zaqiyah, S. (2020). Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo. *Seminar Nasional Sistem ...*, 2200–2208. <https://www.jurnalfiti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/296>
- Nasir, M., & Edy, P. S. (2019). Daya Tarik Produk Ramah Lingkungan. *SAMBIS (Prosiding Seminar Bisnis Magister Manajemen)*, 7(2), 189–198.
- Nasution, D. A. D., & Ramadhan, P. R. (2019). *Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah tentang Akuntansi di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjung Balai* (1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Natasya, V., & Hardiningsih, P. (2021). Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 141. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.317>
- O’Neill, D., Fanning, A., Lamb, W., & Steinberger, J. (2018). A good life for all within planetary boundaries. *Nature Sustainability*, 1. <https://doi.org/10.1038/s41893-018-0021-4>
- Patiung, M., & Taus, W. (2022). Dampak Perdagangan Lintas Batas Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. *Jpdk*, 4(1), 94–102.
- Pertiwi, N., & Sharif, O. O. (2019). Minat Perilaku Penggunaan Youtube Sebagai Sumber Pembelajaran Dengan Pendekatan Tam. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 9. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i1.1522>
- Pyliavskiy, I., Martusenko, I., Molnar, O., Dzyana, H., & Kushniriuk, V. (2021). Modeling ways of improving green economy and environmental protection in the context of governance. *Business: Theory and Practice*, 22(2), 310–317. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.13336>
- Rahmi, V. A., & Hapsari, I. P. (2021). Resilience and adaptation of womenpreneurs in the new normal era. *Community Empowerment*, 6(7), 1139–1148. <https://doi.org/10.31603/ce.4961>
- Rany, A. P., Farhani, S. A., Nurina, V. R., & Pimada, L. M. (2020). Tantangan Indonesia Dalam Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi Yang Kuat Dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Melalui Indonesia Green Growth Program Oleh Bappenas. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 20(1), 63–73. <https://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/view/38229>
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk Hijau “the Body Shop” Di Kota Denpasar. *Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.
- Sjahrain, U. M. (2019). Peranan Perusahaan Mebel Kayu terhadap Pembangunan Ekonomi Kabupaten Gorontalo. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 4(2), 110–127. <https://doi.org/10.30984/tjebi.v4i2.1021>
- Sriyono. (2018). Kemampuan Kinerja Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM. *Journal Competency of Business*, 2(II), 84–105.
- Suharti, L., & Sugiarto, A. (2020). A qualitative study of green hrm practices and their benefits in the organization: An indonesian company experience. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 200–211. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11386>
- Wahyuni, H., & Suranto, S. (2021). Dampak Deforestasi Hutan Skala Besar terhadap Pemanasan Global di Indonesia. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 148–162. <https://doi.org/10.14710/jiip.v6i1.10083>
- Wardani, T., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Perilaku Pengelolaan Keuangan Berbasis Green Economy. *EKUITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 138–144.
- Wijayanti, D., Kurniawan, R. B., & Susanto, D. (2019). Perancangan Kemasan Ramah Lingkungan berbahan Corugated dan Penerapan Sistem Pemasaran Daring pada Produk Jamu Tradisional. *Abdimas Dewantara*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.30738/ad.v2i1.2888>
- Zulfikar, Rizka, & Mayvita, P. A. (2019). The Level of Environment Knowledge , Perception , and Behavior of South Kalimantan MSME in Implementing the Green Economy. *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 4(April), 459–464.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kemdikbudristek yang telah memberikan kesempatan untuk dapat menerima Pendanaan dalam Program Penelitian Kompetitif Nasional dengan Skema Penelitian Dosen Pemula. Terima kasih juga kepada Institut Shanti Bhuna yang telah memberikan dukungan dan Doa.