



## PENINGKATAN DAYA SAING DAN PRODUKTIVITAS MELALUI PELATIHAN WAWASAN BISNIS HIJAU BAGI UMKM

Vera Intanie Dewi<sup>1\*</sup>, Nury Effendi<sup>2</sup>, Indupurnahayu<sup>3</sup>, Eva Erviani<sup>4</sup>, Fitri Hastuti<sup>5</sup>,  
Renea Shinta Aminda<sup>6</sup>, Militcyano Samuel Sapulette<sup>7</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

<sup>2,4,5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Indonesia

<sup>3,6</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Ibn Khaldun, Bogor

<sup>7</sup>Economic Research Institute for ASEAN and East Asia

[vera\\_id@unpar.ac.id](mailto:vera_id@unpar.ac.id)<sup>1</sup>, [nury.effendi@unpad.ac.id](mailto:nury.effendi@unpad.ac.id)<sup>2</sup>, [indupurnahayu@yahoo.co.id](mailto:indupurnahayu@yahoo.co.id)<sup>3</sup>,  
[eva.ervani@unpad.ac.id](mailto:eva.ervani@unpad.ac.id)<sup>4</sup>, [fitri.hastuti@unpad.ac.id](mailto:fitri.hastuti@unpad.ac.id)<sup>5</sup>, [renea.shinta.rsa@gmail.com](mailto:renea.shinta.rsa@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[iansapulette@gmail.com](mailto:iansapulette@gmail.com)<sup>7</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Tujuan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk peningkatan pemahaman atas wawasan bisnis hijau untuk pelaku UMKM untuk peningkatan usaha dan produktivitas. Metode pelaksanaan kegiatan berbentuk sosialisasi dan penyuluhan. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 111 pelaku usaha. Berdasarkan analisis awal kebutuhan para peserta diperoleh informasi bahwa UMKM masih rendah dalam mengimplementasikan bisnis hijau. Sementara dorongan ke pelaku UMKM menjalankan usahanya yang mengimplementasikan bisnis hijau terus disosialisasikan. Hal ini menarik untuk digali lebih jauh apakah terdapat kendala yang dihadapi ketika mengimplentasikan, kurang tersosialisasikannya dan terbatasnya informasi. Masih terdapat sebanyak 41.4% pelaku usaha yang belum menerapkan bisnis hijau dalam proses bisnisnya. Hasil dari kegiatan ini diketahui seluruh peserta merasakan manfaat dari kegiatan ini yakni peserta mendapatkan peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai wawasan bisnis hijau. Serta seluruh peserta meningkat kesadarannya akan pentingnya menjalankan bisnis dengan memperhatikan aspek aspek *sustainability*. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui kegiatan interaktif tanya jawab selama kegiatan, game kuis serta umpan balik peserta melalui pengisian formulir online diakhir kegiatan. Berdasarkan hasil evaluasi diketahui bahwa pelaku UMKM merasakan manfaat dari pelatihan, dan mengharapkan adanya tindaklanjut dalam bentuk pendampingan dan pelatihan dengan topik yang mendukung bisnis hijau seperti pengenalan kemasan berbahan alami yang ramah lingkungan, pelatihan pemasaran hijau, dan pelatihan pengelolaan limbah.

**Kata Kunci:** Bisnis Hijau; Usaha Kecil; Lingkungan.

**Abstract:** This Community Service Program aims to increase understanding of green business insights for MSME actors to increase business and productivity. One hundred eleven business SMEs attended this training. Based on the initial analysis of the needs of the participants, information was obtained that SME's still needed to be higher in implementing green businesses. Meanwhile, encouragement for SMEs to run their companies that implement green enterprises continues to be socialized. It is interesting to explore further whether obstacles are encountered during implementation, lack of socialization, and limited information. 41.4% of business actors still need to implement green business in their business processes. The results of this training were known to all participants who benefited from this activity, namely, participants gained increased understanding and knowledge about green business. Also, all participants increased their awareness of the importance of running a business by paying attention to sustainability aspects. Evaluation of activities is carried out through interactive question-and-answer activities during activities, quiz games, and participant feedback by filling out online forms at the end of workouts. Based on the evaluation results, it is known that SMEs actors benefit from the training and expect follow-up in the form of assistance and training on topics that support green business such as the introduction of environmentally friendly natural packaging, green marketing training, and waste management training.

**Keywords:** Green Business; Small Medium Enterprises; Environment.



#### Article History:

Received : 05-12-2022

Revised : 23-01-2023

Accepted : 26-01-2023

Online : 30-01-2023



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. PENDAHULUAN

Aktifitas bisnis yang ramah lingkungan seringkali disebutkan dengan istilah *green business* (Utomo et al., 2021). Transformasi menuju ekonomi hijau dapat digunakan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan fokus pada kegiatan yang ramah lingkungan. Bisnis hijau (*green business*) saat ini telah menjadi isu penting. Gerakan mewujudkan bisnis yang peduli terhadap kelestarian lingkungan dapat diwujudkan baik dalam bisnis berskala besar, menengah dan kecil. Implementasi bisnis hijau di UMKM penting untuk mendorong terwujudnya ekonomi hijau dan pada akhirnya akan berdampak pada kinerja penjualan UMKM (Eko et al., 2022).

Bisnis hijau merupakan sebuah usaha yang dijalankan dengan menggunakan sumber modal terbarukan (berkelanjutan lingkungan) dan memiliki rasa tanggung jawab atas sumber modal insani dan memiliki tanggung jawab sosial. Menurut Syamni & Bachri (2012) bisnis hijau merupakan usaha yang dijalankan dengan pertimbangan memilih profil bisnis melalui lingkungan bisnis yang ramah, mengurangi penggunaan material dan biaya material serta mengurangi ketergantungan penggunaan energi. Sementara jika dikaitkan dalam pengelolaan atau manajemen sebuah bisnis, manajemen hijau merupakan proses penerapan inovasi di seluruh organisasi untuk mencapainya keberlanjutan, pengurangan limbah, tanggung jawab sosial, dan keunggulan kompetitif melalui pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan dan dengan merangkul tujuan dan strategi lingkungan yang sepenuhnya terintegrasi dengan tujuan dan strategi organisasi (Haden et al., 2009). Menurut Čekanavičius et al. (2014) bisnis hijau adalah sebuah organisasi yang berkomitmen pada prinsip-prinsip kelestarian lingkungan di dalam operasinya, berusaha untuk menggunakan sumber daya terbarukan, dan mencoba untuk meminimalkan dampak lingkungan negatif dari kegiatannya. Implementasi bisnis hijau disebutkan niat untuk mengadopsi bisnis hijau adalah dipengaruhi oleh sikap pengusaha UKM dan penguasaan pengetahuan tentang bisnis hijau menjadi kendala dalam penerapan *green business* (Yanto et al., 2019). Dalam implementasinya konsep bisnis hijau dapat diterapkan secara luas dan komprehensif pada pengelolaan sebuah usaha seperti menerapkan konsep hijau pada fungsi pemasaran (Bestari & Butarbutar, 2021); (Putri & Putri, 2022), sumber daya manusia (Astuti & Wahyuni, 2018); (Nawang Sari & Wardhani, 2022).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan bermanfaat bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing di tengah minimnya informasi tentang pentingnya bisnis hijau bagi keberlangsungan dan pelestarian lingkungan. Dimana menurut Hartono et al. (2021) bertambahnya wawasan akan perkembangan dunia bisnis menjadi nilai

tambah yang sangat berguna dalam memenangkan persaingan. Tujuan akhir dalam penerapan ekonomi hijau ini yaitu untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pelaku ekonomi memerlukan dukungan dan peningkatan pemahaman tentang produk ramah lingkungan agar selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Sehubungan dengan hal tersebut, pelatihan untuk peningkatan literasi bisnis hijau penting untuk diberikan kepada para pelaku UMKM.

Pelatihan terkait *green business* telah dilakukan sebelumnya oleh (Dewandhana, 2019); (Andriyanty et al., 2021); (Hartono et al., 2021); (Solihin et al., 2022); (Sulistiyowati et al., 2022). Sementara penelitian empiris yang mengkaji keterkaitan *green business* yang berdampak pada penjualan sebuah usaha telah dilakukan oleh Sibarani et al. (2020), pelaku usaha yang menjalankan *green business* memiliki tantangan diantaranya terkait produksi dengan biaya optimal, promosi secara digital, pengiriman produk secara aman, ketersediaan sumber daya manusia. Temuan empiris lainnya diungkapkan oleh Nusraningrum et al. (2022) menyatakan bahwa pengelolaan bisnis hijau yang dijalankan pada bisnis usaha pariwisata memberikan pengaruh pada bisnis hijau dan pemasaran hijau. Demikian halnya studi yang dilakukan oleh Suciarto & Ferijani (2020) yang mengkaji juga terkait industri wisata dalam menerapkan bisnis hijau, ditemukan bahwa dari telah adanya upaya penerapan *green business* pada sektor pariwisata belum dilakukan dengan sepenuhnya. Dengan menjalankan usaha yang dapat menjaga kelestarian lingkungan dan memperhatikan faktor lain yang berkaitan dengan peningkatan produktivitas sumber daya akan berdampak pada keuntungan usaha. Meskipun dalam jangka pendek akan berdampak pada pengurangan laba yang dihasilkan, karena adanya muncul pembiayaan, namun di masa yang akan datang diharapkan dapat meningkatkan laba secara signifikan. Hal ini juga diungkapkan oleh penelitian sebelumnya bahwa manajemen bisnis hijau diyakini dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan bisnis hijau (Wintoro, 2012).

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan pemahaman dan kepedulian akan menjalankan bisnis yang menjaga kelestarian lingkungan. Tidak meratanya pemahaman dan kesadaran menjadi tantangan bagi implementasi bisnis hijau di UMKM. Sehingga dalam kegiatan ini, peserta diberikan kesamaan pemahaman bagaimana menjalankan proses bisnis yang memiliki kepedulian tentang lingkungan sekitar. Hal ini penting, karena berdasarkan studi sebelumnya UMKM yang menerapkan *green management* dalam menjalankan usahanya dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui kemampuan bersaing dengan UMKM tersebut (V. W. Putri et al., 2020).

## B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan berbentuk sosialisasi dan penyuluhan. Kegiatan ini merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat di universitas Padjadjaran, Bandung yang bekerjasama dengan Universitas Ibu Khaldun, Bogor yang dilakukan oleh sebanyak lima dosen, dua alumni dan satu mahasiswa aktif. Kegiatan ini dilakukan secara daring, dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi yang dilakukan melalui *platform digital conference* yakni Zoom dan video streaming kanal Youtube. Program pelatihan ini bekerjasama dengan mitra yakni pelaku usaha yang berada di wilayah Bandung, Bogor dan sekitarnya. Diantara peserta merupakan UMKM binaan perguruan tinggi. Jumlah peserta dalam kegiatan ini sebanyak 58 pelaku usaha yang mengikuti melalui *platform digital conference* yakni Zoom dan sebanyak 53 peserta yang mengikuti melalui video streaming kanal Youtube. Dimana sebanyak 53.4% peserta merupakan pelaku usaha di industri pengolahan makanan dan minuman dan sisanya terdiri dari fashion, craft, jasa dll. Kegiatan ini diselenggarakan dengan tahapan proses pelaksanaan sebagai berikut:

### 1. Identifikasi kebutuhan mitra dan proses rekrutmen peserta.

Mengadakan identifikasi awal kepada pelaku usaha kecil yang telah menjadi binaan dan melalui komunitas di lingkungan UMKM di kota Bandung, Bogor dan sekitarnya mengenai kebutuhan pelatihan. Selain itu proses identifikasi juga dilakukan melalui observasi di berita-berita di media online mengenai bisnis hijau di UMKM. Rekrutmen peserta dilakukan dengan menginformasikan kegiatan menggunakan digital flyer yang disampaikan melalui rekanan UMKM binaan. Untuk bisa mengikuti kegiatan ini calon peserta mendaftar melalui tautan formulir digital yang disampaikan dalam flyer.

### 2. Pelaksanaan.

Pelaksanaan dilakukan dosen, alumni, mahasiswa dan pelaku Usaha Mikro (Kecil) di wilayah Bandung, Bogor sekitarnya dengan peserta sebanyak 111 pelaku usaha. Diselenggarakan pada tanggal 19 November 2022 dengan diikuti sebanyak 58 peserta melalui media zoom dan 53 peserta melalui kanal youtube. Berikut adalah pelaksanaan kegiatan, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Pelaksanaan Kegiatan

Waktu Masuk	Waktu Keluar	Durasi	Kegiatan
08:30	09:00	0:30:00	Registrasi Peserta
09:00	09:05	0:05:00	Pembukaan oleh Pembawa Acara
09:05	09:10	0:05:00	Doa Pembuka
09:10	09:12	0:02:00	Ice Breaking oleh Pembawa Acara
09:12	09:17	0:05:00	Kata sambutan Prof Nury Effendi
09:17	09:22	0:05:00	Kata sambutan Prof Indupurnahayu
09:22	09:25	0:03:00	Pembawa Acara mengundang Moderator
09:25	09:30	0:05:00	Pengantar Moderator
09:30	10:00	0:30:00	Pemaparan oleh panelis 1.Eva Ervani
10:00	10:30	0:30:00	Pemaparan oleh panelis 2. Vera Intanie Dewi
10:30	11:00	0:30:00	Berbagi pengalaman menjalankan bisnis hijau dari Pelaku UKM
11:00	11:45	0:45:00	Q&A Session dipandu Moderator
11:45	12:15	0:30:00	Permainan Kuis dipandu oleh Mahasiswa
12: 15	12:20	0:05:00	Panduan mengisi evaluasi kegiatan
12: 20	12:25		Sambutan penutupan kegiatan oleh Prof Indupurnahayu
12: 25	12:30		Penutupan oleh Pembawa Acara

**Sumber:** dokumen kegiatan

### 3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama proses sosialisasi melalui keterlibatan peserta dalam diskusi. Meskipun terdapat keterbatasan kestabilan koneksi jaringan yang terkadang mengakibatkan peserta keluar masuk, namun seluruh peserta mengikuti hingga akhir kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui kegiatan interaktif tanya jawab selama kegiatan dan game kuis diakhir untuk mengetahui dampak langsung kegiatan ini yakni peningkatan pemahaman dan pengetahuan. Selain itu untuk perbaikan kegiatan kedepan, maka peserta diminta mengisi angket evaluasi kegiatan yang dibagikan diakhir sesi.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sosialisasi dan penyuluhan wawasan bisnis hijau bagi UMKM dapat terlaksana dengan baik. Kegiatan ini dilakukan dengan tahapan kegiatan sebagai berikut:

### 1. Identifikasi kebutuhan mitra dan proses rekrutmen peserta

Identifikasi kebutuhan mitra dilakukan pada bulan April 2022 dan sosialisasi kegiatan dilakukan pada minggu pertama bulan Oktober 2022. Dimana kegiatan identifikasi mitra dilakukan pada beberapa mitra binaan

dengan menggunakan wawancara langsung dan studi literatur artikel media yang sedang banyak mengulas tentang pelaksanaan bisnis hijau bagi UMKM. Sedangkan proses rekrutmen peserta dilaksanakan dengan menyampaian informasi kegiatan melalui media promosi dengan digital flyer yang disampaikan kepada UMKM binaan. Identifikasi kebutuhan mitra di lakukan oleh tim pengabdian.

## **2. Pelaksanaan**

Kegiatan diselenggarakan secara daring menggunakan platform webinar Zoom dan kanal Youtube, pada hari Sabtu tanggal 19 November 2022 dengan jumlah peserta sebanyak 111 pelaku UMKM. Materi yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi dan penyuluhan mengenai peningkatan daya saing UMKM melalui bisnis hijau, bisnis hijau melalui ICT, dan sharing dari pelaku usaha yang telah menjalankan usaha hijau yakni produk dari daur ulang limbah. Peserta wanita memiliki persentase yang lebih banyak dibandingkan pelaku usaha pria, menunjukkan bahwa peran wanita dalam bisnis relatif tinggi dan keinginan untuk belajar yang tinggi. Sangat penting menjadi fokus perhatian dalam upaya untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan pelaku usaha wanita.

Berdasarkan profil demografi usaha, sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner cukup diminati sebagai salah satu industri usaha. Sementara pada tahapan identifikasi mitra diperoleh gambaran bahwa belum semua pelaku usaha mengimplemmentasikan bisnis hijau. Sebanyak 41.4% mitra belum menjalankan usaha hijau.

Berdasarkan hasil diskusi ini dapat diketahui bahwa tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis yang hijau adalah kemasan yang ramah lingkungan masih jarang dan walaupun ada, harganya mahal, peserta tidak tahu bagaimana memulai untuk menerapkan bisnis hijau ini.

Hasil respon pelaku UMKM ini menunjukkan bahwa pendampingan UMKM dalam menjalankan bisnis yang hijau adalah penting. Dari topik yang didiskusikan dalam sosialisasi ini berkaitan dengan usaha hijau, aspek masih terbatasnya kemasan yang ramah lingkungan dan tantangan biaya yang saat ini relatif mahal untuk menciptakan produk yang hijau.

## **3. Monitoring dan Evaluasi**

Untuk dapat mengevaluasi kegiatan ini maka tim pengabdi, melakukan survei evaluasi kegiatan yang memberikan informasi hasil evaluasi peserta mengikuti kegiatan sosialisasi ini, seperti yang tersaji pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Evaluasi Peserta

No	Indikator Evaluasi	Ya	Tidak	Sebagian
1	Pelatihan sesuai dengan kebutuhan	100%	0%	0%
2	Materi bermanfaat	100%	0%	0%

**Sumber:** Hasil survei yang diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan penyuluhan ini sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat. Hal ini memberikan gambaran bahwa sosialisasi sebuah program sebelum diluncurkan menjadi kebutuhan bagi sasaran program. Kegiatan sosialisasi mampu memenuhi kebutuhan peserta dan materi yang disampaikan dirasakan bermanfaat oleh peserta. Hasil evaluasi ini dilakukan melalui kegiatan interaktif tanya jawab selama kegiatan dan game kuis diakhir kegiatan. Sementara berdasarkan pengukuran tingkat kepuasan peserta. berikut gambaran sebagian besar peserta merespon positif kegiatan sosialisasi ini, seperti terlihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Tingkat Kepuasan Peserta

No	Tingkat Kepuasan	Sangat Bagus	Bagus	Cukup Bagus	Tidak Bagus	Sangat tidak Bagus
1	Bagaimana penilaian Bapak/Ibu terhadap kegiatan bentuk sosialisasi seperti ini ?	74.1%	22.4%	3.4%	0%	0%
2	Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara terhadap materi yang diberikan?	72.4%	20.7%	6.9%	0%	0%

**Sumber:** Hasil survei yang diolah

Berdasarkan hasil evaluasi pada pertanyaan terbuka mengenai saran/masukkan peserta untuk kegiatan selanjutnya, terdapat tiga permasalahan yang disampaikan oleh peserta yakni (1) masalah dalam keterjangkauan biaya implementasi bisnis hijau seperti terbatasnya ketersediaan kemasan yang ramah lingkungan, walaupun ada harganya mahal, (2) Digital Marketing dan pemanfaatan ICT untuk usaha hijau. (3) Pelatihan pembuatan produk hijau dan pemasarannya.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan evaluasi kegiatan pelatihan dari peserta dapat diambil kesimpulan sebanyak 100 persen peserta menilai kegiatan sesuai kebutuhan dan memberi manfaat. Lebih lanjut diketahui bahwa sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan, dan kesadaran mengenai bisnis hijau. Peserta juga menunjukkan peningkatan

pemahaman tentang wawasan bisnis hijau. Melalui kegiatan ini diperoleh gambaran bahwa belum semua pelaku UMKM menjalankan usahanya dengan bisnis hijau. Berdasarkan hasil kegiatan ini dapat disarankan bahwa (1) edukasi dan literasi bisnis hijau terus disosialisasikan; dan (2) pelaku UMKM perlu program penguatan pendampingan dalam mengimplementasikannya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada mitra kegiatan ini yakni Universitas Ibnu Khaldun, Bogor, Pusat Inkubator Bisnis Universitas Padjadjaran dan Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRPM), *Center of Economics and Development Studies* Universitas Padjadjaran, Bandung atas dukungan dan kerjasamanya sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar.

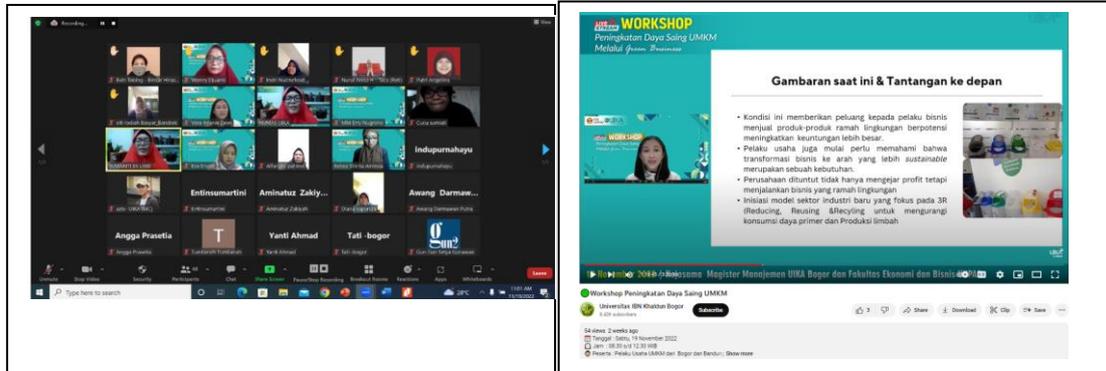
### DAFTAR RUJUKAN

- Andriyanty, R., Yunaz, H., Hasibuan, A. N., & Wahab, D. (2021). Pengurangan Penggunaan Plastik Pada UMKM Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan Jakarta. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 805–814. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.5214>
- Astuti, M., & Wahyuni, H. C. (2018). Strategi Implementasi Green Human Resource Management Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 121. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p04>
- Bestari, D. K. P., & Butarbutar, D. A. (2021). Implementation of Green Marketing Strategies and Green Purchase Behavior as Efforts to Strengthen the Competitiveness of MSMEs in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 243–254. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1588>
- Čekanavičius, L., Bazytė, R., & Dičmonaitė, A. (2014). Green Business: Challenges and Practices. *Ekonomika*, 93(1), 74–88. <https://doi.org/10.15388/ekon.2014.0.3021>
- Dewandhana, R. K. (2019). *The Role of Competitive Strategy and Green Supply Chain Management on Firm Performance: Case Study of MSMEs in Traditional Market*.
- Eko, S., Waluyo, Y., Fitriyani, Z. A., Huda, K., Ekonomi, F., Mayjend, U., Mojokerto, S., Economy, G., & Ekonomi, P. (2022). Konsep Green Economy Terhadap Penjualan Sektor. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Pgri Palangka Raya "Green Economy Dan Pembangunan, 1*, 310–326.
- Haden, S. S. P., Oyler, J. D., & Humphreys, J. H. (2009). Historical, practical, and theoretical perspectives on green management: An exploratory analysis. *Management Decision*, 47(7), 1041–1055.

- <https://doi.org/10.1108/00251740910978287>
- Hartono, Maulina, A., Noviardari, Sukirno, & Sholeh, M. (2021). Green Business Umkm Di Kota Depok. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 83–89. <https://doi.org/10.31334/jks.v3i2.1268>
- Nawang Sari, L. C., & Wardhani, N. K. (2022). Jurnal Abdimas Perbanas. *Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 3(2), 76–83. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2822418&val=25290&title=A LITERASI KEUANGAN SYARIAH BAGI UMKM SEBUAH SOLUSI MEMPEROLEH MODAL USAHA>
- Nusraningrum, D., Mekar, T. M., & Meilina, P. (2022). Analisis Manajemen Hijau dan Bisnis Hijau pada Pemasaran Hijau Pariwisata Maritim. *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 449–454. <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas>
- Putri, S. W., & Putri, T. A. (2022). Implementasi Green Marketing pada UMKM Lokal. *Aptekmas*, 5(2), 137–143.
- Putri, V. W., Ridloah, S., & Wijaya, A. P. (2020). Strategy for increasing green economic performance of small and medium enterprises based on green business management. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 485(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/485/1/012063>
- Sibarani, M., Sipayung, E., & Supratman, D. (2020). Model Usaha Berbasis Green Business Yang Dapat Menembus Pasar Dunia (Pada Ukm Keramik Di Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta). *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 65. <https://doi.org/10.30997/jsh.v11i1.2437>
- Solihin, D., Dewi, C. K., Rachman, M., & Economy, G. B. (2022). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Melalui Inkubator Green Business Economy Dalam Mendukung Pelaksanaan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Abdimas Lamin*, 1(1), 78–85.
- Suciarto, S., & Ferijani, A. (2020). Implementasi Green Business dalam Ekoturisme di Jawa Tengah (Studi pada Tiga Obyek Wisata). *Jemap*, 3(1), 72–94. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i1.2604>
- Sulistyowati, L., Ginting, A. L., & Hafa, F. (2022). Pelatihan pemanfaatan sampah rumah tangga sebagai kompos pupuk organik 1. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 5(4), 132–141.
- Syamni, G., & Bachri, N. (2012). *Bisnis Hijau Dan Faktor-Faktor Yang Mendorongnya: Suatu Kajian Literatur*.
- Utomo, M. N., Rita, M. R., Pratiwi, S. R., & Puspitasari, I. (2021). *Green Business: Strategi Membangun Kewirausahaan Berdaya Saing dan Berkelanjutan* (R. W. Saridewi (ed.); 1st ed.). Syiah Kuala University Press. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=2LNsEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=business+green+umkm&ots=YtDJTZMeXC&sig=8WyBWFxfj4uOH0R4ZOLwD0imyU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=business green umkm&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=2LNsEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=business+green+umkm&ots=YtDJTZMeXC&sig=8WyBWFxfj4uOH0R4ZOLwD0imyU&redir_esc=y#v=onepage&q=business green umkm&f=false)
- Wintoro. (2012). Eksploratori Tujuan Manajemen Keuangan Bisnis Hijau. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(1), 27–36.
- Yanto, H., Susanti, A., Kiswanto, Baroroh, N., & Wibowo, A. (2019). Strategies for implementing green business in Indonesian small and medium-sized enterprises. *International Journal of Innovation*,

## DOKUMENTASI KEGLATAN

Berikut adalah gambaran pelaksanaan kegiatan sosialisasi:



**Gambar 1.** Sesi diskusi dan tanya jawab Narasumber

**Gambar 2.** Paparan Materi oleh



**Gambar 3.** Sharing Session dari Pelaku UMKM