

LAPORAN AKHIR

**Pilar Pembangunan Lingkungan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) dalam
Praktik Bisnis UMKM: Kajian Minat Adopsi Parktik Bisnis Hijau**



Tim Peneliti:

MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME 0624046901
Dr. Retno Yustini W., M.Si. 0612015801

**PUSAT PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN INTERNAL UNIKA SOEGIJAPRANATA

1. Judul Penelitian : **Pilar Pembangunan Lingkungan dalam Praktik
Bisnis UMKM: Kajian Minat Adopsi Parktik
Bisnis Hijau**
2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : Manajemen
3. Ketua Penelitian
 - a. Nama Lengkap : MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME
 - b. NIDN : 0624046901
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Program Studi : Manajemen, FEB
 - e. Nomor HP : 081225661042
 - f. Alamat surel (e-mail) : retno_yustini@unika.ac.id
 - g. Perguruan Tinggi : UNIKA Soegijapranata Semarang
4. Anggota Peneliti (1)
 - a. Nama Lengkap : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si
 - b. NIDK : 0612015801
 - c. Perguruan Tinggi : UNIKA Soegijapranata Semarang
5. Lama Penelitian Keseluruhan : 8 bulan
6. Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp. 8.000.000 (Delapan juta rupiah)
7. Sumber Biaya Penelitian
 - Dana Internal PT : Rp. 8.000.000 (Delapan juta rupiah)
 - Dana Institusi Lain : -

Semarang, Mei 2024

Mengetahui,
Dekan,

Ketua Peneliti,

Drs. Theodorus Sudimin, MS.
NIDN. 0608116102

MG Westri Kekalih S
NIDN 0624046901

Menyetujui,
Kepala LPPM

Dr. Berta Berti Retnawati, SE.,M.Si
NIDN 0606097302

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

Judul Penelitian :

**Pilar Pembangunan Lingkungan dalam Praktik Bisnis UMKM: Kajian Minat Adopsi
Parktik Bisnis Hijau**

1. Tim Peneliti

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)
1.	MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME	Anggota	Manajemen Pemasaran.	Unika Soegijapranata	6
2.	Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si.	Ketua	Manajemen Pemasaran, Pemasaran Jasa.	Unika Soegijapranata	6

- Objek Penelitian : Persepsi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil dengan variabel-variabel yang dimodifikasi dari pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT 2) yang dimodifikasi sesuai ruang kajian dengan menambahkan dua variabel yaitu pengetahuan dan resistensi inovasi
- Masa Pelaksanaan
Mulai : Oktober 2023
Berakhir : Juni 2024
- Lokasi Penelitian: Jawa Tengah
- Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu: Sebagai pengayaan referensi terkait perilaku yang direncanakan, khususnya terkait dengan sikap, norma subyektif, persepsi kendali perilaku, dan minat berperilaku pro-lingkungan di kalangan pelaku usaha kecil dan Mikro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM.....	3
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL.....	6
DAFTAR GAMBAR	7
RINGKASAN	8
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Peran UMKM dalam Perekonomian.....	5
2.2. <i>Technology Acceptance Model</i> dan Pengembangannya.	6
2.3. Pengetahuan dan Resistensi.....	6
2.4. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/ <i>Sustainable Development Goals</i> (TPB/SDGs)	7
2.5. Kerangka Pikir dan Hipotesis	8
2.6. Hipotesis	8
BAB III METODE PENELITIAN	13
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	14
4.1. Profil Responden.....	14
4.2. Deskripsi Variabel Laten Eksogen.....	15
4.3. Deskripsi Variabel Laten Endogen	19
4.4. Model Struktural	20
4.4.1. Koefisien Jalur	20

4.4.2. Pengujian Model Jalur.....	22
4.5. Diskusi	1
5. Kesimpulan dan Saran	3
Referensi	4
Lampiran: Draft Kuesioner	0

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha Menurut Skala Usaha	2
Tabel 2.1 Variabel dan Indikator	10
Tabel 3.1. Rentang Skala	13
Tabel 4.1 Profil Usaha.....	15
Tabel 4.2 Deskripsi Pengetahuan Isu Lingkungan.....	16
Tabel 4.3 Deskripsi Habitual Terkait Lingkungan.....	17
Tabel 4.4 Deskripsi Social Influences	18
Tabel 4.5 Deskripsi Facilitating Condition	18
Tabel 4.6 Deskripsi Innovation Resistance	19
Tabel 4.7 Deskripsi Behavior Intention	20
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
Tabel 4.9 Koefisien Jalur.....	24
Tabel 4.10 Discriminant Validity	1
Tabel 4.11 R square	1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian	8
Gambar 4.1 Profil Demografi Responden	14
Gambar 3.2 Diagram Jalur	21

RINGKASAN

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan /*Sustainable Development Goals*(TPB/SDGs) adalah rencana pembangunan global yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan, dan melindungi Bumi. Dengan perannya yang besar terhadap perekonomian, sektor UMKM didorong untuk berperan aktif dalam mewujudkan SDGs. Oleh karena itu, gambaran mengenai niat UMKM dalam mengadopsi praktik bisnis hijau penting untuk dikaji. Studi ini bertujuan mengeksplorasi dan menguji niat UMKM untuk mengadopsi/mengimplementasikan praktik bisnis hijau dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Studi ini menghipotesiskan bahwa niat mengadopsi praktik bisnis hijau dipengaruhi oleh pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*habitual*), pengaruh sosial (*social influences*), dan *facilitating condition*) dan bahwa resistensi inovasi (*innovation resistance*) memperlemah pengaruh tersebut. Penelitian dilakukan terhadap 115 responden di Provinsi Jawa Tengah dan bidang usaha. Dengan menggunakan pendekatan model persamaan struktural yang diolah dengan smartPLS versi 3.2.9, menunjukkan bahwa Pengetahuan (*knowlegde*) Lingkungan sosial, dan *Facilitating* berpengaruh positif terhadap niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*). Penelitian ini menolak hipotesis kebiasaan (*Habitual*) perilaku hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat praktik bisnis hijau.

Pengujian peran resistensi inovasi (*innovation resistance*) menunjukkan bahwa Resistensi inovasi (*innovation resistance*) memperlemah pengaruh kebiasaan (*habitual*) dan *facilitating condition* terhadap niat mengadopsi praktik bisnis ramah lingkungan. Resistensi inovasi (*innovation resistance*) tidak memiliki peran moderasi hubungan antara pengetahuan (*knowledge*) dan lingkungan sosial (*Social influences*) dengan niat mengadopsi praktik bisnis ramah lingkungan (*behavior intention*).

Sebagai implikasi manajerial untuk mendorong praktik bisnis ramah lingkungan adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu-isu lingkungan (mencakup karakteristik produk ramah lingkungan, cara-cara menghemat energi yang tidak terbarukan, jenis-jenis sampah yang sulit terurai dan pengelolaannya, dan penggunaan bahan-bahan alamiah). Pemangku kepentingan juga dapat mendorong relasi sosial untuk saling mempengaruhi dalam mendorong praktik bisnis ramah lingkungan serta mengkondisikan lingkungan yang mendukung praktik bisnis ramah lingkungan.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan /*Sustainable Development Goals*(TPB/SDGs) adalah rencana pembangunan global yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan, dan melindungi Bumi. Hal tersebut terumuskan dalam pencapaian 17 (tujuh belas) tujuan sampai Tahun 2030. Ketujuh belas tujuan TPB adalah sebagai berikut: (1) Tanpa Kemiskinan; (2) Tanpa Kelaparan; (3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera; (4) Pendidikan Berkualitas; (5) Kesetaraan Gender; (6) Air Bersih dan Sanitasi Layak; (7) Energi Bersih dan Terjangkau; (8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; (9) Industri, Inovasi, dan Infrastruktur; (10) Mengurangi Kesenjangan; (11) Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan; (12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab; dan (13) Penanganan Perubahan Lingkungan. Untuk memudahkan pelaksanaan, 17 Tujuan TPB dibagi menjadi Ada empat pilar: yang pertama adalah pilar pembangunan sosial, yang mencakup tujuan 1, 2, 3, 4, dan 5; yang kedua adalah pilar pembangunan ekonomi, yang mencakup tujuan 7, 8, 9, 10, dan 17; yang ketiga adalah pilar pembangunan lingkungan, yang mencakup tujuan 6, 11, 12, 13, 14, dan 15; dan yang terakhir adalah pilar pembangunan hukum dan tata kelola, yang mencakup tujuan 16.

Dengan perannya yang besar terhadap perekonomian, sektor UMKM didorong untuk berperan aktif dalam mewujudkan SDGs. Menurut data statistik dari Kementerian Koperasi dan UMKM, 6,702 usaha menengah, 783,132 usaha kecil, dan 63,5 juta usaha mikro membentuk sekitar 99% unit usaha di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional adalah 61,07 persen. Selain itu, sektor ini memiliki jumlah tenaga kerja terbesar. UMKM menyerap sekitar 119,5 juta orang, atau 97 persen dari tenaga kerja nasional, jauh lebih banyak daripada perusahaan besar, yang hanya menyerap sekitar 3 persen (depkop.go.id, 2 September 2020). Dengan kondisi tersebut UMKM akan memberikan dampak signifikan terhadap tujuan-tujuan SDGs, sekaligus menjadi kekuatan penggerak dalam mendukung pencapaian tujuan SDGs. Maka, UMKM perlu didorong untuk menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, misalnya melakukan pengelolaan limbah, menghemat energi dan menggunakan energi terbarukan, dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Dengan melakukan berbagai inovasi hijau untuk mengurangi dampak lingkungan dari operasi bisnisnya, UMKM dapat menjadi motor penggerak dalam menerapkan praktik hijau (Aboelmaged and Hashem 2019). UMKM akan mendapatkan manfaat misalnya kesempatan ekspor yang lebih besar jika mereka menjadi

bisnis yang peduli lingkungan. Praktik bisnis hijau membuat UMKM terlihat baik di masyarakat secara eksternal dan membuat karyawan mereka lebih beretika dan bertanggung jawab lingkungan di dalam (Hillary 2004).

Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha Menurut Skala Usaha

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2018 ^(*)		TAHUN 2019 ^(**)		PERKEMBANGAN TAHUN 2018-2019	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	64.199.606		65.471.134		1.271.528	1,98
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	64.194.057	99,99	65.465.497	99,99	1.271.440	1,98
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	63.350.222	98,68	64.601.352	98,67	1.251.130	1,97
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	783.132	1,22	798.679	1,22	15.547	1,99
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	60.702	0,09	65.465	0,10	4.763	7,85
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	5.550	0,01	5.637	0,01	87	1,58
2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	120.598.138		123.368.672		2.770.534	2,30
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Orang)	116.978.631	97,00	119.562.843	96,92	2.584.212	2,21
	- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)	107.376.540	89,04	109.842.384	89,04	2.465.844	2,30
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	5.831.256	4,84	5.930.317	4,81	99.061	1,70
	- Usaha Menengah(UM)	(Orang)	3.770.835	3,13	3.790.142	3,07	19.307	0,51
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3.619.507	3,00	3.805.829	3,08	186.322	5,15
3	PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	(Rp. Milyar)	14.838.756,0		15.832.535,4		993.779,4	6,70
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	9.062.581,3	61,07	9.580.762,7	60,51	518.181,3	5,72
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	5.605.334,9	37,77	5.913.246,7	37,35	307.911,8	5,49
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	1.423.885,1	9,60	1.508.970,1	9,53	85.085,0	5,98
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	2.033.361,3	13,70	2.158.545,8	13,63	125.184,5	6,16
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	5.776.174,7	38,93	6.251.772,7	39,49	475.598,1	8,23
4	PDB ATAS DASAR HARGA KONSTAN 2010 (A+B)	(Rp. Milyar)	9.995.305,9		12.309.904,8		2.314.598,9	23,16
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	5.721.148,1	57,24	7.034.146,7	57,14	1.312.998,6	22,95
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	2.927.890,5	29,29	3.701.368,0	30,07	773.477,5	26,42
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	1.355.705,7	13,56	1.536.961,1	12,49	181.255,3	13,37
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	1.437.551,9	14,38	1.795.817,7	14,59	358.265,8	24,92
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	4.274.157,9	42,76	5.275.758,1	42,86	1.001.600,2	23,43

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2021

Namun demikian, ada beberapa tantangan dan hambatan pelaksanaan SDGs di Indonesia. diantaranya adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dalam masyarakat ataupun lembaga pemerintah. Penerapan SDGs masih terkesan “jalan ditempat”. Belum banyak kajian terkait dengan literasi TPB/SDGs pada UMKM, meskipun beberapa lembaga telah mengembangkan dan mendorong UMKM mengimplementasikan praktik bisnis ramah lingkungan. Berbagai kegiatan dan inovasi dilakukan untuk membantu sektor UMKM untuk lebih berkembang dan tetap berkelanjutan. Misalnya, peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan dan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan sebagai wujud komitmen politik dari pemerintah Joko Widodo untuk melaksanakan pembangunan berkelanjutan dan sebagai upaya untuk melaksanakan TPB (Zaki Arianto; Adde Marup Wirasenjaya, 2017)). Demikian juga, Astra

Internasional berkomitmen untuk mendorong kompetensi SDM UMKM yang terampil untuk mewujudkan SDGs Goal Nomer 8 yakni Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi (CNBC Indonesia, 2021).

Beberapa penelitian menunjukkan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi metode baru, misalnya teknologi baru atau cara baru. Dalam pendekatan Technology Acceptance Model, adopsi teknologi komputer dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi penggunaan (*perceived usefulness*), dan sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) yang berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*). Selanjutnya minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) berpengaruh terhadap penggunaan teknologi (*actual technology usage*).

Dalam pendekatan UTAUT, penggunaan teknologi dipengaruhi oleh Sehingga secara keseluruhan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Beberapa penelitian terdahulu mendukung pernyataan tersebut (Chandra Kurniawan, 2016; Gunawan et al., 2019; Revilia & Irwansyah, 2020; Yohan Wismantoro; MG Westri Kekalih Susilowati, 2021). UTAUT 2 penggunaan teknologi oleh individu didukung oleh pengaruh tiga konstruksi tambahan, yaitu motif hedonis, biaya/nilai yang dirasakan, dan kebiasaan, yang dimoderasi oleh usia, jenis kelamin, dan pengalaman. Sehingga secara keseluruhan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*, serta dua variabel dependen, yaitu *behavioral intention* dan *use behavior* (Papagiannidis, 2023; Rahman et al., 2020).

Selain itu, pengetahuan individu merupakan faktor yang menentukan perilaku. Pengetahuan memiliki hubungan dengan minat maupun perilaku (Azjen, 1985). Pengetahuan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu *normative knowledge* dan *factual knowledge*. Selain itu, rendahnya adopsi terhadap suatu inovasi sering dihubungkan dengan resistensi. Resistensi merupakan reaksi yang normal dari seseorang terhadap hadir “sesuatu” yang baru sebelum dapat menerima atau mengadopsinya (Ram, 1987). Pada umumnya manusia memiliki kecenderungan untuk tidak berubah. Namun, resistensi terhadap inovasi tidak berarti gagalnya inovasi. Bertolak dari hal tersebut, kajian mengenai literasi dan resistensi UMKM terhadap praktik bisnis hijau sebagai suatu inovasi dan bagaimana pengaruhnya terhadap minat melakukan praktik bisnis hijau penting untuk dilakukan. Selain itu, UMKM adalah entitas bisnis yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Oleh karena itu, keputusan untuk

mengadopsi/ mengimplementasikan atau tidak akan mengadopsi/mengimplementasikan pendekatan baru dalam berbisnis juga mempertimbangkan dampaknya terhadap kinerja usaha.

1.2. Permasalahan

UMKM dengan perannya yang besar diharapkan mendukung tercapainya tujuan TPB. Namun, seperti masyarakat pada umumnya UMKM dihadapkan pada beberapa tantangan diantaranya adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dalam Masyarakat. Sementara itu, belum banyak kajian terkait dengan literasi TPB/SDGs pada UMKM. Penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana pengetahuan UMKM mengenai pilar pembangunan lingkungan dalam SDGs secara umum?
2. Bagaimana Pengetahuan, habit, *social influence* dan *facilitating conditions* berpengaruh terhadap minat adopsi prakti bisnis hijau oleh UMKM resistensi inovasi sebagai variabel moderasi?
3. Sejauhmana UMKM telah mengimplementasikan SDGs pilar pembangunan lingkungan dalam praktik bisnisnya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model implementasi Praktik Bisnis Hijau dalam kerangka implementasi pilar Pengangunan Lingkungan SDGs oleh UMKM, yaitu perilaku UMKM terkait dengan Praktik Bisnis Hijau. Sebagai dasar pengeembangan model adalah model UTAUT dengan melakukan seleksi variabel-variabel yang relevan untuk diimplementasikan terkait dengan praktik bisnis hijau (Pengetahuan, Habit, *social influence*, *facilitating conditions*) dan menambahkan variabel pengetahuan dan resistensi inovasi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Peran UMKM dalam Perekonomian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)) memainkan peran yang sangat penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi negara. UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UU tersebut menjelaskan kriteria yang membedakan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Besar. 1. Usaha Mikro memiliki aset maksimal Rp 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan omzet maksimal Rp 300 juta per tahun. 2. Usaha Kecil memiliki aset lebih dari Rp 50 juta hingga Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan omzet lebih dari Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar per tahun. 3. Usaha Menengah memiliki aset lebih dari Rp 500 juta hingga Rp 2,5 miliar per tahun. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang atau peranan cukup besar, yaitu: Perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB).

Baik di negara maju maupun sedang berkembang, UMKM sangat penting karena menyerap lebih banyak tenaga kerja daripada usaha besar. Kontribusi usaha besar tidak sebesar kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan PDB. Karena kaitannya dengan kebijakan pemerintah untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran, ia telah berusaha untuk membangun dan memberdayakan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Salah satu upaya tersebut adalah dengan mendorong peningkatan jumlah kredit yang diberikan kepada UMKM. Tujuannya adalah agar keberadaan UMKM semakin berkembang di masa depan, sehingga mereka dapat membantu program penanggulangan kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.

UMKM berkontribusi sebesar 99% terhadap perekonomian nasional dan menjadi fokus utama program pemulihan ekonomi. Pelaku usaha sangat mengharapkan bantuan likuiditas, mulai dari restrukturisasi, relaksasi, dan bantuan permodalan baru. Untuk memulihkan perekonomian, banyak program pemerintah yang membutuhkan transparansi dan akuntabilitas dalam penyediaan Bantuan Presiden untuk usaha mikro. Selain itu, BP-Jamsostek digunakan pemerintah untuk memberikan subsidi gaji kepada pekerja formal. Selain itu, pemerintah juga membuka laman UMKM dan PaDI UMKM untuk memungkinkan UMKM membeli barang-barang dalam negeri. Dengan kontribusi sebesar 61,1% terhadap PDB, pemulihan sektor ultramikro dan UMKM sangat diperlukan di tengah tekanan pandemi Covid-19. Namun,

stimulus dan bantuan modal tampak tidak memadai karena masalah yang dihadapi pelaku usaha sangat kompleks. Ternyata pelaku usaha UMKM sangat membutuhkan pendampingan, seperti masuk ke ekonomi sistem digital, membuka pasar baru, dan meningkatkan daya saing produk. Begitu pula, untuk mendorong UMKM, termasuk menyelesaikan masalah bahan baku dan meningkatkan kepastian UMKM secara konsisten, diperlukan komunikasi dan sosialisasi. Untuk pemulihan usaha kecil dan menengah (UMKM), pemanfaatan teknologi informasi sangat penting, karena digitalisasi sangat penting bagi pelaku usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah pandemi Covid-19.

2.2. *Technology Acceptance Model* dan Pengembangannya.

Memperkenalkan cara baru tidaklah mudah; hal tersebut sangat mungkin untuk dihadapi dengan penolakan atau kurangnya kemampuan beradaptasi oleh pengguna sasaran. Terdapat hambatan-hambatan, termasuk kurangnya pengetahuan, kurangnya informasi yang memadai, kebiasaan, dan lemahnya adaptasi e-commerce. Oleh karena itu, adopsi cara baru dalam mengembangkan bisnisnya dan berbagai faktor yang mempengaruhinya perlu diidentifikasi secara mendalam. Ada beberapa pendekatan mengenai adopsi teknologi, termasuk *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) yang merupakan pengembangan dari *Technology Acceptance Model /TAM* (Shang Gaoa, John Krogstiea, dan Keng Siau, 2017). TAM merupakan pendekatan yang banyak digunakan untuk mempeajari perilaku atau mengkaji proses penerapan teknologi informasi. Pendekatan ini mencakup enam variabel yang terdiri dari tiga variabel eksogen yaitu Konteks, Inisiatif Pribadi, Karakteristik, dan Kepercayaan. Empat variabel endogen yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usage* merupakan fungsi dari konteks dan Minat untuk menggunakan, yang merupakan fungsi dari Inisiatif Pribadi-Karakteristik, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kegunaan. UTAUT selanjutnya dikembangkan menjadi UTAUT 2 dengan penambahan tiga variabel, yaitu motif hedonis, biaya/nilai yang dirasakan, dan kebiasaan, yang dimoderasi oleh usia, jenis kelamin, dan pengalaman.

2.3. Pengetahuan dan Resistensi

Pengetahuan dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang diketahui, pedoman dalam membentuk suatu tindakan seseorang, dan dapat juga didefinisikan sebagai hasil penginderaan terhadap segala sesuatu yang telah terjadi dan dilewati berdasarkan pengalaman. Pengetahuan adalah kemampuan seseorang dalam mengolah dan memahami informasi saat melakukan proses membaca dan menulis. Dalam perkembangannya, definisi literasi selalu berevolusi

sesuai dengan tantangan zaman (SEVIMA, 2020). Istilah "literasi" sekarang lebih luas dan mencakup praktik kultural yang berkaitan dengan masalah sosial dan politik. Memahami, melibatkan, menggunakan, menganalisis, dan mentransformasi teks adalah lima kata yang digunakan secara kritis dalam masyarakat demokratis. Kesemuanya merujuk pada kemampuan atau keterampilan yang lebih dari sekedar keterampilan. Literasi telah dikaitkan dengan banyak konteks seperti literasi digital, literasi media, literasi komputer dan lain-lain. Maka dapat dikatakan bahwa literasi merupakan kombinasi dari perilaku, keahlian, pengetahuan, kebiasaan kerja, sifat karakter, disposisi, dan pemahaman kritis (UNESCO, 2018).

Resistensi biasanya digambarkan sebagai lawan, hambatan, atau penghalang terhadap proses atau upaya. Resistensi inovasi sebagai penolakan konsumen terhadap inovasi karena berpotensi mengubah keadaan saat ini atau karena bertentangan dengan kepercayaan yang mereka miliki. Sebelum mengadopsi sebuah inovasi, seseorang harus menghilangkan gangguannya. Resistensi pengguna dapat berfungsi sebagai variabel anteseden untuk inovasi dan juga sebagai variabel hasil yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Struktur ini dapat berfungsi sebagai penghubung antara variabel anteseden dan adopsi inovasi (Abbas et al., 2017).

2.4. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/*Sustainable Development Goals* (TPB/SDGs)

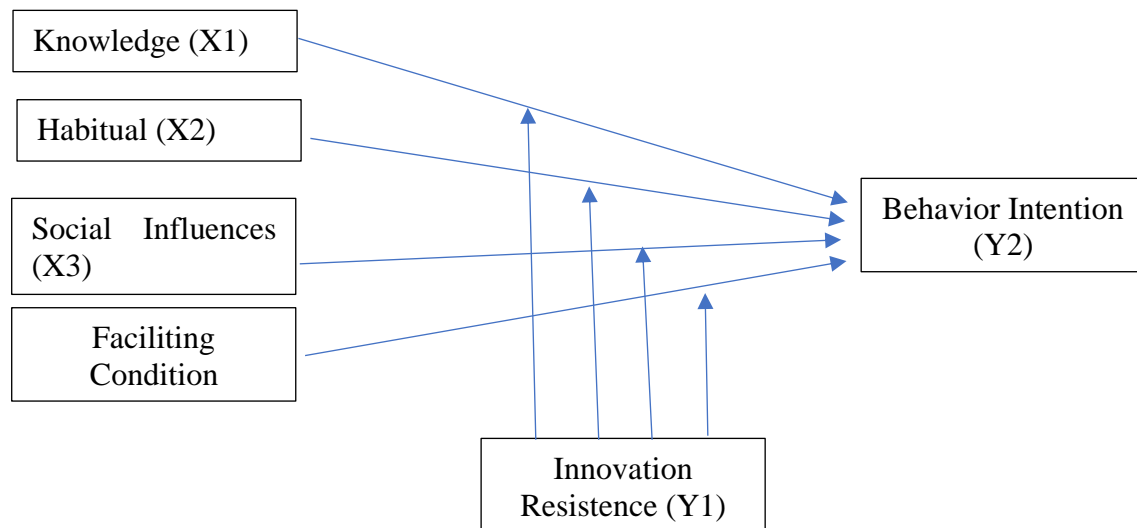
Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah cetak biru untuk mencapai masa depan yang lebih baik dan berkelanjutan bagi semua orang. TPB bertujuan mengatasi tantangan global, termasuk tantangan yang berkaitan dengan kemiskinan, kesenjangan, perubahan iklim, degradasi lingkungan, perdamaian dan keadilan. TPB juga dikenal sebagai Tujuan Global, diadopsi oleh PBB pada tahun 2015 sebagai seruan universal untuk bertindak guna mengakhiri kemiskinan, melindungi bumi, dan memastikan bahwa pada tahun 2030 semua orang menikmati perdamaian dan kesejahteraan.

TPB mencakup 17 tujuan yang terintegrasi. Tujuan-tujuan tersebut yaitu Bebas kemiskinan (SDG 1), Tanpa kelaparan (SDG 2), Kesehatan dan kesejahteraan yang baik (SDG 3), Pendidikan berkualitas (SDG 4), Kesetaraan gender (SDG 5), Air bersih dan sanitasi (SDG 6), Terjangkau dan energi bersih (SDG 7), Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8), Industri, inovasi dan infrastruktur (SDG 9), Mengurangi kesenjangan (SDG 10), Kota dan komunitas yang berkelanjutan (SDG 11), Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (SDG 12), Aksi iklim (SDG 13), Kehidupan di bawah air (SDG 14), Kehidupan di darat (SDG 15), Perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat (SDG 16), Kemitraan untuk mencapai tujuan (SDG 17). 17 Tujuan dalam TBP tersebut dikelompokkan dalam empat pilar, yaitu Pilar

pembangunan sosial: meliputi Tujuan 1, 2, 3, 4 dan 5; Pilar pembangunan ekonomi: meliputi Tujuan 7, 8, 9, 10 dan 17; Pilar pembangunan lingkungan: meliputi Tujuan 6, 11, 12, 13, 14 dan 15; dan Pilar pembangunan hukum dan tata kelola: meliputi Tujuan 16. 17 tujuan tersebut dijabarkan lebih lanjut dalam 169 target dengan jumlah total indikator 241.

2.5. Kerangka Pikir dan Hipotesis

Kerangka pikir penelitian ini digambarkan dalam gambar 2.1



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

2.6. Hipotesis

Pengetahuan dapat dikatakan sebagai ingatan mengenai hal-hal baik yang bersifat khusus maupun umum dan merupakan prasyarat untuk mengadopsi suatu perilaku tertentu dalam situasi tertentu. Pengetahuan mencakup beberapa tingkatan yaitu 1) mengingat, 2) memahami, 3) menerapkan, 4) menganalisis, 5) mengevaluasi, dan 6) mencipta (de Kok et al., 2020). Banyak penelitian menemukan adanya hubungan positif antara pengetahuan dan perilaku. Pengetahuan, emosi, dan minat berperilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku dan tindakan siswa (Masek et al., 2022); pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian (Andita & Hermawan, 2023); Pengetahuan konsep ekologi dan minat bertindak berpengaruh langsung terhadap perilaku bertanggung jawab lingkungan siswa (Ipikasari et al., 2020); dan Green Brand Knowledge berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap Minat Beli (Aziz Mubarak et al., 2022). Namun, tidak semua penelitian menemukan hal yang sama. Sebagai contoh, pengetahuan lingkungan ditemukan

tidak mampu mempengaruhi minat pembelian siswa pada produk ramah lingkungan (Qotrunnada et al., 2023); tidak ada hubungan antara pengetahuan dan minat berperilaku (de Kok et al., 2020). Penelitian ini mengacu pada model adopsi minat berperilaku yang menyatakan adanya hubungan positif antara pengetahuan dengan minat berperilaku.

H1 Pengetahuan terkait isu-isu lingkungan berpengaruh positif terhadap minat adopsi praktik bisnis hijau.

Secara sederhana, habit dapat dikatakan sebagai rutinitas atau habit yang dilakukan secara terus menerus, sehingga menjadi sesuatu yang otomatis. Mengenai hubungan antara habit dengan minat berperilaku, habit dapat meningkatkan minat melakukan sesuatu yang menyenangkan dan sebaliknya. Sementara itu, minat cenderung dapat dapat mengesampingkan pengaruh habit (Gardner et al., 2020); habit memediasi niat kelanjutan (Amoroso & Lim, 2017); habit adalah faktor bawah sadar yang memoderatori niat mengunjungi kembali dan faktor-faktor penentunya (Karami et al., 2023); habit dan persepsi kenikmatan yang dimediasi oleh niat perilaku mendukung penggunaan mobile banking (Septianti et al., 2021); dan habit dan nilai harga mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi niat menggunakan dompet digital (Limanan & Keni, 2022).

H2 Kebiasaan (*Habitual*) perilaku hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat praktik bisnis hijau

Penelitian Celine Miyuki Gunawan; Laili Rahmania; Irantha Hendrika Kenang, (2023) menemukan bahwa pengaruh sosial dan teman sebaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan e-commerce dan niat membeli. Persepsi kemanfaatan, Social influences, dan keamanan tidak mempunyai pengaruh terhadap niat menggunakan e-wallet (Nisa & Solekah, 2022). Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa social influence berhubungan positif dengan niat melanjutkan (Mohamad et al., 2021); social influence berpotensi meningkatkan Niat Menggunakan Situs Peningkatan Dokter; social influence sama pentingnya dengan faktor kenyamanan dan value for money sehingga berpengaruh terhadap niat membeli kembali (Butcher et al., 2002).

H3 *Social Influence* berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau

Hubungan antara *facilitating conditions* dengan minat berperilaku tercermin pada beberapa studi empiris. *Facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap niat melanjutkan *e-campus* (Kamarozaman & Razak, 2021); *facilitating condition* secara langsung mempengaruhi perilaku penggunaan (Raza et al., 2021); *facilitating condition* seperti kecepatan Wi-Fi yang cepat, fasilitas komputasi, dan perangkat lunak yang ramah seluler, dapat mengarah pada niat interaksi siswa-ke-siswa pada platform online (Wut et al., 2022).

H4 *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau

Daya tarik alternatif meningkatkan niat untuk menggunakan; namun, daya tarik alternatif yang dipengaruhi oleh hambatan resistensi menurunkan niat untuk menggunakan (Lee & Kim, 2022). Demikia juga, hambatan penggunaan, hambatan nilai, hambatan risiko, hambatan tradisi, dan hambatan harga secara statistik signifikan terhadap inovasi Sepeda Motor Hidrogen-Listrik, sedangkan hambatan citra tidak (Chen et al., 2018); Para penentang pengadopsi menganggap kelima hambatan yang diteliti sebagai hal yang signifikan terhadap adopsi inovasi (Dimitrova et al., 2022)

Lebih lanjut, penelitian ini menghipotesiskan bahwa Resistensi Inovasi memoderasi pengaruh pengetahuan, habit, *social influences* dan *facilitating conditions* terhadap adopsi praktik bisnis hijau dengan sifat hubungan negatif. Semakin resisten seseorang semakin rendah niat untuk mengadopsi teknologi.

H5 Resistensi Inovasi memperlemah hubungan pengetahuan (*knowledge*), Kebiasaan (*habitual*), *social influences* dan *facilitating conditions* terhadap niat mengadopsi praktik bisnis hijau.

Tabel 2.1 Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Pengetahuan (X1)	Sesuatu yang diketahui, dipahami yang menjadi pedoman dalam melakukan tindakan atau hasil penginderaan terhadap pengalaman.	1. Mendengar/mengetahui tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/ <i>Sustainable development Goals (SDGs)</i> (X1.1)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		<ol style="list-style-type: none"> 2. Mendengar/mengetahui Pilar Pembangunan Lingkungan dalam <i>SDGs</i> (X1.2) 3. Mendengar/mengetahui tentang bisnis hijau (X1.3) 4. Memahami karakteristik produk ramah lingkungan. (X1.4) 5. Memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan menyediakan produk yang tidak merusak lingkungan (X1.5) 6. Memahami bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organism (X1.6) 7. Memahami bahwa kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan (X.7)
Habit (X2)	Kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis karena pengalaman sebelumnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. berpartisipasi dalam mengurangi krisis energy bumi (X2.1) 2. Memilahkan sampah sesuai jenisnya (X2.2) 3. Memproduksi produk yang produk ramah lingkungan (X2.3) 4. Menjaga kebersihan diri dan lingkungan (2.4) 5. Melakukan pengolahan limbah produksi (recycle) (X2.5) 6. Memanfaatkan barang-barang yang dapat didaur ulang (reuse) (X2.6). 7. Menjaga kelestarian lingkungan (flora-fauna) telah menjadi kebiasaan (X2.7) 8. Memiliki preferensi cara produksi ramah lingkungan (X2.8) 9. Memiliki preferensi bahan produksi dan produk ramah lingkungan (X2.9)
<i>Social Influences</i> (X3)	Kepercayaan seseorang merasakan seharusnya ia menggunakan atau melakukan sesuatu/mengadopsi suatu sistem karena kelompok referensi menggunakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertimbangkan pendapat orang lain untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi (X3.1) 2. Merasa penting untuk mengetahui pengalaman orang lain (X3.2) 3. Merasa citra diri meningkat dengan mengadopsi sistem baru (X3.3)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		<ol style="list-style-type: none"> 4. Kelompok referensi menganggap sistem baru lebih baik (X3.4) 5. Kelompok referensi lebih menyukai sistem baru (X3.5) 6. Kelompok referensi mendukung adopsi sistem baru (X3.6)
<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	Kondisi-kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu sistem	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki sumber daya yang diperlukan (X4.1) 2. Memiliki pengetahuan yang diperlukan (X4.2) 3. Mendapatkan panduan/edukasi/sosialisasi (X4.3) 4. Bisa mendapatkan bantuan dari orang lain (pemerintah, keluarga dll) jika mengalami kesulitan (X4.4) 5. Pemerintah mengkampanyekan (X4.5)
Resistensi Inovasi (Y1)	sikap atau tindakan yang menentang, melawan, menampik, atau menghalau suatu tekanan/perintah/anjuran yang datang dari luar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan sistem baru sulit untuk dilakukan (Y1.1) 2. Merasa sistem baru rumit (1.2) 3. Perasaan tidak nyaman untuk berganti sistem (Y1.3) 4. Sistem baru mungkin menurunkan keuntungan (Y1.4) 5. Biaya produksi dengan sistem baru lebih tinggi (Y1.5) 6. Sistem baru tidak lebih menguntungkan dari cara bisnis seperti biasanya (Y1.5) 7. Takut gagal (Y1.6) 8. Konsumen belum punya preferensi produk ramah lingkungan (Y1.7)
Minat Adopsi Praktik Bisnis Hijau (Y2)	Minat seseorang untuk mulai menggunakan suatu sistem	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niat untuk seterusnya menggunakan (Y2.1) 2. Berusaha menggunakan (Y2.2) 3. Tetap menggunakan pada masa yang akan datang (Y2.3) 4. Mencari informasi yang terkait (2.4) 5. Mendiskusikan/membicarakan dengan orang lain

BAB III METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian ini mengidentifikasi minat adopsi praktik bisnis hijau dan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat UMKM untuk mengadopsi praktik bisnis hijau. Penelitian ini membatasi pada pengaruh *knowledge, habitual, social influences* dan *facilitating conditions* terhadap niat mengadopsi praktik bisnis hijau dengan *Innovation Resustence* sebagai variabel *moderating* yang memperlemah.

Untuk mencapai tujuan, enelitian ini menggunakan data primer berupa tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel terpilih. Data merupakan data persepsional dikuantitatifkan dengan pendekatan skala Likert sebagai berikut:

- a) Sangat tidak setuju : 1
- b) Tidak setuju : 2
- c) Cukup : 3
- d) Setuju : 4
- e) Sangat Setuju : 5

Data primer diperoleh dengan metode kuesioner pendekatan *convenience*, yang akan didistribusikan secara online menggunakan *google form*. Dengan mendistribusikan kuesioner dengan pendekatan *convenience* melalui media sosial WhatsApp, penelitian ini memperoleh 115 responden UMKM.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan rentang skala yang disajikan dalam bentuk table/grafik. Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran menyeluruh kondisi variabel-variabel yang diteliti dalam perpektif pelaku UMKM sebagai responden.

Tabel 3.1. Rentang Skala

Kategori	Rentang Skala
Sangat rendah	1,00 - 1,80
Rendah	1,81 - 2,60
Sedang	2,61 - 3,40
Tinggi	3,41 - 4,20
Sangat Tinggi	4,21 - 5,00

Selain itu, penelitian ini juga akan melakukan analisis dengan statistik inferensial dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang akan diolah SmartPLS, dengan spesfikasi model sebagaimana disajikan dalam kerangka pikir (Gambar 2.1).

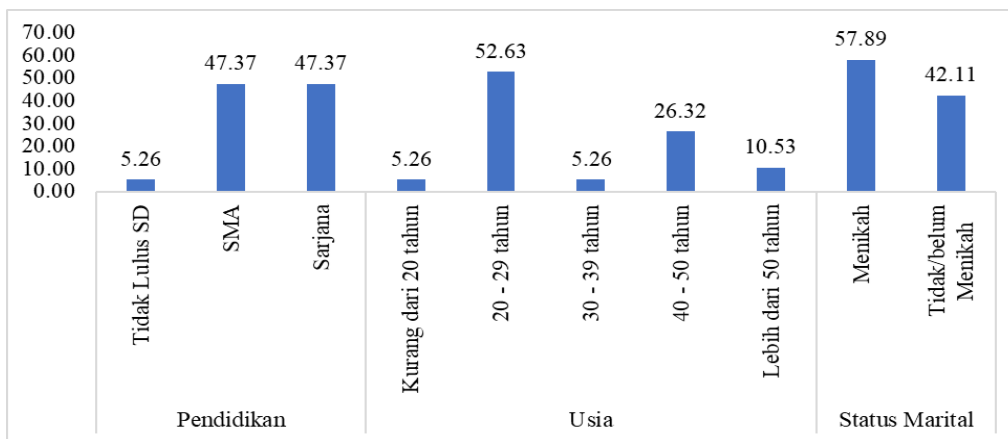
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 115 responden Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan karakteristik individu dan usaha yang disajikan melalui analisis data dalam bentuk gambar dan tabel. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA atau sarjana, mencapai persentase sebesar 47,37%. Usia terbanyak dari responden berkisar antara 20-29 tahun. Secara status pernikahan, responden yang sudah menikah mencapai 57,89%, sedangkan yang belum menikah sebesar 42,11%.

Bentuk badan hukum usaha terbanyak adalah industri rumah tangga (42,11%), diikuti oleh perusahaan perorangan (26,32%), CV (15,79%), PT (10,53%), dan koperasi (5,26%). Dalam hal jenis barang yang diproduksi atau dijual, sebagian besar responden menghasilkan produk dalam sektor kuliner, makanan jadi, minuman, dan tembakau (57,89%), sementara sektor sandang, tekstil, dan produk tekstil mencapai 10,53%, dan bahan makanan sebesar 5,26%.

Data menunjukkan bahwa bidang usaha dagang memiliki pangsa terbesar (42,11%), sementara pertanian memiliki pangsa terkecil (5,26%). Tenaga kerja mayoritas pada usaha UMKM ini terbagi menjadi kurang dari 5 orang (52,63%), 5 - 19 orang (36,84%), dan lebih dari 19 orang (10,53%). Sumber modal usaha terbesar berasal dari modal sendiri, mencapai 78,95%. Mayoritas responden menguasai pangsa pasar di tingkat kecamatan (31,58%). Terakhir, rata-rata omzet per bulan terbesar adalah lebih dari 12 juta rupiah, dengan persentase sebesar 36,84%.



Gambar 4.1 Profil Demografi Responden
Sumber: Data primer.

Tabel 4.1 Profil Usaha

Deskripsi		Persen
Bentuk Badan Hukum Usaha	Industri Rumah Tangga	42.11
	Perusahaan Perorangan	26.32
	CV	15.79
	Koperasi	5.26
	PT	10.53
Jenis barang/jasa yang diproduksi/dijual	Bahan Makanan	5.26
	Kuliner, makanan jadi, minuman, dan tembakau	57.89
	Sandang, tekstil dan produk tekstil	10.53
	Kerajinan (Kriya)	0.00
	Jasa Pendidikan	0.00
	Transportasi/komunikasi	10.53
	Lain-lain	15.79
Bidang Usaha	Produksi	26.32
	Dagang	42.11
	Jasa	26.32
	Pertanian	5.26
Jumlah Tenaga Kerja	Kurang dari 5 Orang	52.63
	5 – 19 orang	36.84
	Lebih dari 19 orang	10.53
Asal Modal Usaha	Sendiri	78.95
	Kearabat	5.26
	Pinjaman Bank	10.53
	Pinjaman Koperasi	5.26
Pangsa Pasar	Kecamatan	31.58
	Kabupaten/Kota	26.32
	Provinsi	15.79
	Nasional	26.32
Rata-rata omzet per bulan (Rp).....	Kurang dari Rp 3 juta	15.79
	Rp 3 juta - Rp 5,9Juta	26.32
	Rp 6 Juta - Rp 8,9 Juta	10.53
	Rp 9 juta - Rp 11,9 juta	10.53
	Lebih dari Rp 12 Juta	36.84

Sumber: Data primer.

4.2. Deskripsi Variabel Laten Eksogen

Tingkat kesadaran dan pemahaman responden terhadap konsep dan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan (SDGs) serta praktik bisnis hijau terlihat cukup signifikan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka telah mendengar atau mengetahui tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau Sustainable Development Goals dengan skor rata-rata 3.21, dan sekitar tiga perempat dari mereka juga menyatakan bahwa mereka telah mendengar atau mengetahui tentang pilar pembangunan lingkungan dalam SDGs dengan skor

rata-rata 3.05. Lebih lanjut, mayoritas responden mengaku telah mendengar atau mengetahui tentang bisnis hijau dengan skor rata-rata 3.47. Sementara itu, pemahaman terhadap karakteristik produk ramah lingkungan juga cukup tinggi, dengan skor rata-rata sebesar 3.63. Lebih jauh, sebagian besar responden juga memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan menyediakan produk yang tidak merusak lingkungan dengan skor rata-rata 3.58 dan bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organisme dengan skor maksimum 4.00. Selain itu, pemahaman mereka juga meluas ke arah menyadari bahwa kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan dengan skor maksimum 4.00.

Tabel 4.2 Deskripsi Pengetahuan Isu Lingkungan

Indikator	Skor	Keterangan
pernah Mendengar/mengetahui tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/ <i>Sustainable development Goals (SDGs)</i>	3.21	Sedang
pernah Mendengar/mengetahui Pilar Pembangunan Lingkungan dalam <i>SDGs</i>	3.05	Sedang
pernah Mendengar/mengetahui tentang bisnis hijau)	3.47	Tinggi
Memahami karakteristik produk ramah lingkungan	3.63	Tinggi
Memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan menyediakan produk yang tidak merusak lingkungan	3.58	Tinggi
memahami bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organism	4.00	Tinggi
memahami bahwa kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan	4.00	Tinggi
Rata-rata	3,56	Tinggi

Sumber: Data primer

Partisipasi responden dalam mengurangi krisis energi bumi dengan perilaku hemat energi (listrik, air, dll) memiliki skor rata-rata sebesar 3.42, sementara kebiasaan memilah sampah sesuai jenisnya mendapatkan skor rata-rata sebesar 3.58. Meskipun begitu, produksi produk yang ramah lingkungan mendapatkan skor rata-rata yang sedikit lebih rendah, yaitu 3.26, dan kecenderungan untuk menghindari penggunaan plastik memiliki skor rata-rata sebesar 3.05. Di sisi lain, kebiasaan menjaga kebersihan diri dan lingkungan mendapatkan skor rata-rata yang cukup tinggi, yaitu 3.84. Namun, pengolahan limbah produksi mendapatkan skor rata-rata yang lebih rendah, yaitu 2.74. Lebih lanjut, kecenderungan untuk menggunakan kembali barang-barang/bahan yang dapat digunakan kembali (daripada barang sekali

pakai/disposable goods) mendapatkan skor rata-rata sebesar 3.68, sementara preferensi terhadap produk-produk yang berbahan alami (seperti pangan organik) mendapatkan skor rata-rata sebesar 3.89. Selain itu, memanfaatkan barang-barang yang dapat didaur ulang mendapatkan skor rata-rata sebesar 3.42, dan menjaga kelestarian lingkungan (flora-fauna) telah menjadi kebiasaan dengan skor rata-rata sebesar 3.68. Akhirnya, lebih menyukai cara produksi yang ramah lingkungan mendapatkan skor rata-rata sebesar 3.84, dan lebih menyukai bahan produksi dan produk ramah lingkungan mendapatkan skor rata-rata tertinggi, yaitu 3.95.

Tabel 4.3 Deskripsi *Habitual* Terkait Lingkungan

Indikator	Skor	Keterangan
berpartisipasi dalam mengurangi krisis energy bumi dengan perilaku hemat energi (listrik, air dll)	3.42	Tinggi
terbiasa memilahkan sampah sesuai jenisnya	3.58	Tinggi
memproduksi produk yang produk ramah lingkungan	3.26	Sedang
menghindari penggunaan plastik	3.05	Sedang
terbiasa menjaga kebersihan diri dan lingkungan	3.84	Tinggi
mengolah limbah produksi	2.74	Sedang
menggunakan/memanfaatkan kembali barang-barang/bahan bahan yang dapat digunakan kembali (cenderung tidak menggunakan barang sekali pakai/disposal goods)	3.68	Tinggi
lebih menyukai produk-produk yang berbahan alami (misalnya pangan organik)	3.89	Tinggi
memanfaatkan barang-barang yang dapat didaur ulang	3.42	Tinggi
Menjaga kelestarian lingkungan (flora-fauna) telah menjadi kebiasaan	3.68	Tinggi
lebih menyukai cara produksi yang ramah lingkungan	3.84	Tinggi
lebih menyukai bahan produksi dan produk ramah lingkungan)	3.95	Tinggi
Rata-rata	3,50	Tinggi

Sumber: Data primer

Responden menunjukkan kecenderungan yang signifikan untuk mempertimbangkan pendapat orang lain dalam melakukan praktik bisnis hijau, dengan skor rata-rata sebesar 3.68. Mereka juga menganggap penting untuk mengetahui pengalaman orang lain dalam menerapkan praktik bisnis hijau, yang tercermin dari skor rata-rata sebesar 3.84. Selain itu, mereka percaya bahwa dengan mempraktikkan bisnis hijau, citra diri mereka meningkat, dengan skor rata-rata sebesar 3.63. Responden juga percaya bahwa orang-orang yang berpengaruh dalam lingkungan mereka cenderung menganggap praktik bisnis hijau lebih baik (dengan skor rata-rata 3.79), menyukai praktik bisnis hijau (dengan skor rata-rata 3.68), dan mendukung adopsi praktik bisnis hijau (dengan skor rata-rata 3.63).

Tabel 4.4 Deskripsi *Social Influences*

Indikator	Skor	Keterangan
mempertimbangkan pendapat orang lain untuk melakukan praktik bisnis hijau	3.68	Tinggi
Penting bagi mengetahui pengalaman orang lain memarktkikan bisnis hijau	3.84	Tinggi
merasa dengan mempraktikan bisnis hijau , citra diri meningkat (lebih baik)	3.63	Tinggi
Orang-orang yang berpengaruh terhadap menganggap praktik bisnis hijau lebih baik	3.79	Tinggi
Orang-orang yang berpengaruh terhadap menyukai praktik bisnis hijau	3.68	Tinggi
Orang-orang yang berpengaruh terhadap mendukung adopsi praktik bisnis hijau	3.63	Tinggi
Rata-rata	3,71	Tinggi

Sumber: Data primer

Responden menilai sejauh mana mereka memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan praktik bisnis hijau dengan skor rata-rata sebesar 3.05, dan sejauh mana mereka memiliki pengetahuan yang cukup untuk melakukannya dengan skor rata-rata 3.00. Namun, mereka merasa bahwa mendapatkan panduan, edukasi, atau sosialisasi tentang praktik bisnis hijau cukup penting, dengan skor rata-rata sebesar 3.16. Selain itu, mereka merasa cukup yakin bahwa mereka bisa mendapatkan bantuan dari orang lain jika mengalami kesulitan dalam menjalankan praktik bisnis hijau, dengan skor rata-rata sebesar 3.37. Kampanye pemerintah tentang bisnis hijau juga dianggap cukup mendorong untuk mempraktikkannya, dengan skor rata-rata sebesar 3.53. Terakhir, responden juga merasa bahwa dukungan pemerintah terhadap praktik bisnis hijau cukup signifikan, dengan skor rata-rata sebesar 3.32.

Tabel 4.5 Deskripsi *Faciliting Condition*

Indikator	Skor	Keterangan
memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan praktik bisnis hijau	3.05	Sedang
Memiliki pengetahuan yang cukup yang diperlukan untuk menjalankan praktik bisnis hijau	3.00	Sedang
Mendapatkan panduan/edukai/sosialisai untuk menjalankan praktik bisnis hijau	3.16	Sedang
Bisa mendapatkan bantuan dari orang lain jika mengalami kesulitan dalam menjalankan praktik bisnis hijau	3.37	Sedang
Kampanye pemerintah tentang bisnis hijau mendorong untuk mempraktikkannya	3.53	Tinggi
Pemerintah Mendukung Praktik Bisnis	3.32	Sedang
Rata-rata	3,24	Sedang

Sumber: Data primer

4.3. Deskripsi Variabel Laten Endogen

Menurut hasil survei, resistensi terhadap inovasi dalam praktik bisnis hijau tampak signifikan. Mayoritas responden menyatakan bahwa praktik bisnis hijau dianggap sulit, rumit, dan memerlukan biaya lebih tinggi dibandingkan dengan cara bisnis konvensional, dengan skor rata-rata masing-masing sebesar 2.74 dan 3.05. Selain itu, responden juga cenderung menganggap bahwa praktik bisnis hijau tidak lebih menguntungkan dan adanya ketakutan akan kegagalan dalam menjalankan praktik tersebut, dengan skor rata-rata berturut-turut sebesar 2.95 dan 3.11. Lebih lanjut, mayoritas responden juga menilai bahwa konsumen belum memiliki preferensi terhadap produk hijau dan bahwa daya saing produk hijau relatif rendah karena harganya yang lebih mahal, dengan skor rata-rata masing-masing sebesar 3.58 dan 3.37.

Tabel 4.6 Deskripsi *Innovation Resistance*

Indikator	Skor	Keterangan
Menurut praktik bisnis hijau sulit untuk dilakukan	2.74	Sedang
Menurut praktik bisnis hijau rumit	2.74	Sedang
Menurut , praktik bisnis hijau memerlukan biaya lebih tinggi	3.05	Sedang
Praktik bisnis hijau tidak lebih menguntungkan dari cara bisnis seperti biasanya	2.95	Sedang
takut gagal jika menjalankan praktik bisnis hijau	3.11	Sedang
Konsumen belum punya preferensi produk hijau	3.58	Tinggi
daya saing produk hijai relatif rendah karena harga relatif lebih mahal	3.37	Sedang
Rata-rata	2,98	Sedang

Sumber: Data Primer

Hasil survei menggambarkan tingkat minat adopsi yang cukup signifikan terhadap bisnis hijau di antara responden. Mayoritas dari mereka menunjukkan niat yang kuat untuk menjalankan praktik bisnis hijau (skor rata-rata 3.37) dan berupaya mengimplementasikan penggunaan bahan-bahan hijau dalam aktivitas bisnis mereka (skor rata-rata 3.58). Selain itu, responden juga menunjukkan kecenderungan yang tinggi untuk mempertahankan bisnis hijau di masa yang akan datang (skor rata-rata 3.42) serta aktif dalam pencarian informasi terkait praktik bisnis hijau (skor rata-rata 3.63). Meskipun demikian, terdapat sedikit penurunan minat dalam mendiskusikan atau berdiskusi tentang praktik bisnis hijau dengan orang lain (skor rata-rata 3.32). Namun demikian, mayoritas responden menunjukkan minat yang tinggi dalam

memperdalam pengetahuan mereka tentang praktik bisnis hijau dan memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak mengenai hal tersebut (keduanya dengan skor rata-rata 3.68).

Tabel 4.7 Deskripsi *Behavior Intention*

Indikator	Skor	Keterangan
berniat menjalankan praktik bisnis hijau	3.37	Sedang
berusaha menggunakan bahan-bahan dalam aktivitas bisnis	3.58	Tinggi
akan tetap menjalankan bisnis hijau pada masa yang akan datang	3.42	Tinggi
mencari informasi terkait dengan praktik bisnis hijau	3.63	Tinggi
mendiskusikan/membicarakan praktik bisnis hijau dengan orang lain	3.32	Sedang
ingin mempelajari praktik bisnis hijau	3.68	Tinggi
ingin mengetahui lebih banyak mengenai praktik bisnis hijau	3.68	Tinggi
Rata-rata	3,53	Tinggi

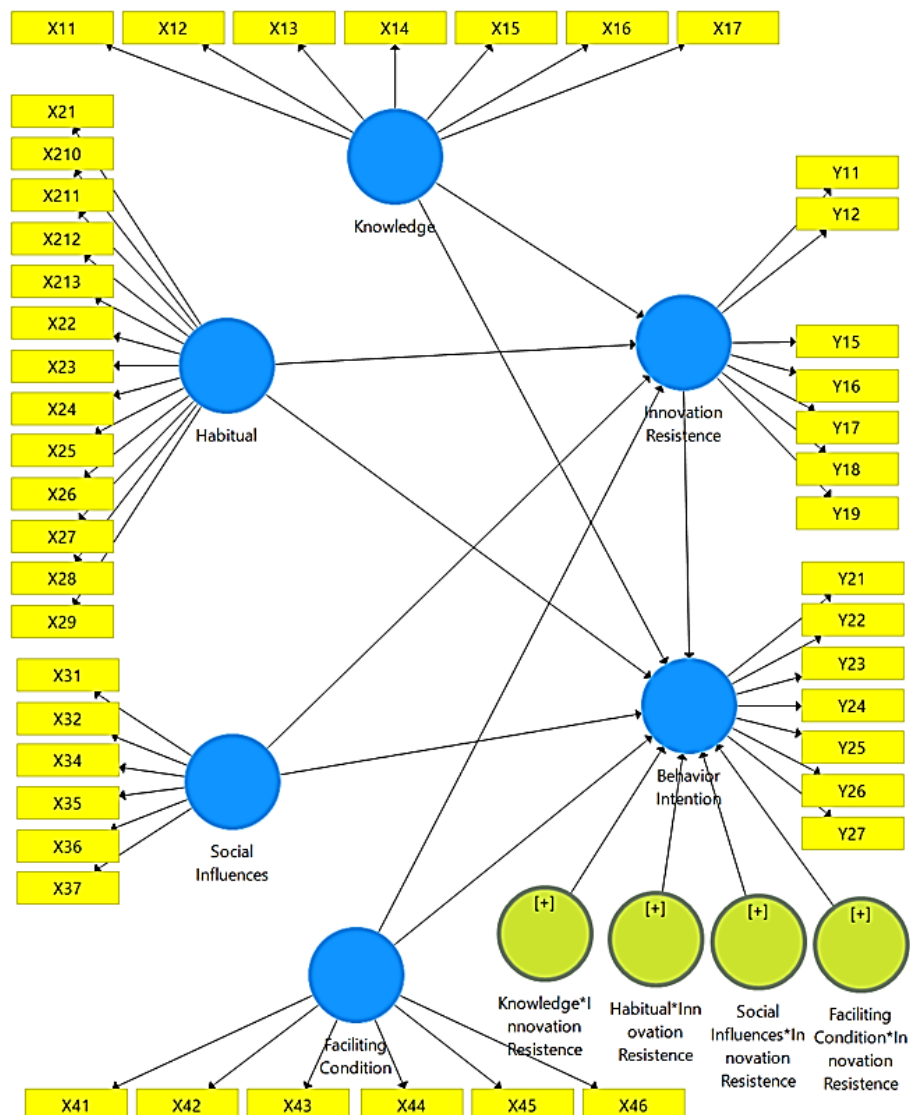
4.4. Model Struktural

4.4.1. Koefisien Jalur

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model implementasi Praktik Bisnis Hijau dalam kerangka implementasi pilar Pengurangan Lingkungan SDGs oleh UMKM, yaitu perilaku UMKM terkait dengan Praktik Bisnis Hijau. Sebagai dasar pengembangan model adalah model UTAUT dengan melakukan seleksi variabel-variabel yang relevan untuk diimplementasikan terkait dengan praktik bisnis hijau yaitu pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*Habitual*), *social influence*, *facilitating conditions* dan menambahkan variabel resistensi inovasi (*innovation Resistence*). Secara keseluruhan penelitian ini mencakup 6 variabel yang terdiri dari 4 variabel eksogen (pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*Habitual*), *social influence*, *facilitating conditions*) dan 2 variabel endogen resistensi inovasi (*innovation Resistence*) dan niat berperilaku (*behavior intention*).

Dalam pengolahan pertama atas data yang telah dikumpulkan dalam riset ini ditemukan 2 indikator yang tidak valid dengan nilai *loading factor* di bawah 0,05. Sebagai tindak lanjut, kedua indikator tersebut dikeluarkan dari model yang akan dikembangkan. Gambar 3.2 menyajikan diagram jalur sistem persamaan simultan mengenai niat perilaku dengan berbagai factor yang mempengaruhinya, baik secara langsung maupun tidak langsung setelah dilakukan pembersihan indikator-indikator bermasalah. Diagram jalur menunjukkan bahwa variabel eksogen pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*Habitual*), *social influence*, *facilitating conditions* dan menambahkan variabel resistensi inovasi (*innovation Resistence*) diduga

berpengaruh terhadap niat perilaku berbisnis hijau atau mengadopsi praktik bisnis hijau (*Behavior intention*) yang dimoderasi secara negative oleh variabel resistensi inovasi.



Gambar 3.2 Diagram Jalur

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kategori ordinal, maka besarnya koefisien jalur tidak bermakna. Penekanan maknanya terletak pada apakah variabel tertentu berpengaruh secara positif atau negatif. Mengacu pada diagram jalur (Gambar 3.2) dapat dilihat bahwa baik pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*Habitual*), *social influence*, *facilitating conditions* memiliki koefisien positif terkait pengaruhnya terhadap niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*Behavior intention*). Terhadap resistensi inovasi, pengetahuan (*knowledge*) dan kebiasaan (*Habitual*) memiliki koefisien jalur positif, yang berarti kedua variabel bebas tersebut berpengaruh positif. Sementara itu variabel *social influence*, *facilitating conditions* memiliki

koefisien negatif, yang berarti berpengaruh negatif. Koefisien jalur resistensi inovasi menuju niat mengadopsi praktik bisnis hijau adalah positif.

4.4.2. Pengujian Model Jalur

Convergent validity adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi reliabilitas indikator-indikator. Reliabilitas indikator-indikator variabel tercermin pada *outer loading* masing-masing indikator variabel. Suatu indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0.70. Reliabilitas dan validitas konstruk dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Konstruk variabel laten dianggap reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70. Sementara itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar 0,5 menunjukkan bahwa diskriminasi valid. *Discriminant validity* digunakan untuk menguji sejauh mana konstruk laten sungguh-sungguh berbeda dengan konstruk lainnya. Nilai *discriminant validity* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa konstruksi tersebut tidak hanya unik tetapi juga mampu menjelaskan fenomena yang diukur. Selain itu, analisis jalur membutuhkan uji unidimensionalitas untuk memastikan bahwa tidak ada masalah dengan pengukuran. Ini dilakukan dengan menggunakan indikator reliabilitas komposit dan *Cronbach's Alpha* dengan cut-value 0.7. Berbagai indikator pengujian validitas dan reliabilitas yang disajikan pada tabel 4.8. menunjukkan bahwa model yang dikembangkan merupakan model yang reliabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Behavior Intention	0.980	0.982	0.984	0.895
Facilitating Condition	0.914	0.952	0.931	0.693
Habitual	0.962	0.987	0.966	0.686
Innovation Resistence	0.953	0.960	0.962	0.782
Knowledge	0.943	0.967	0.953	0.742
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 3	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 4	1.000	1.000	1.000	1.000
Social Influences	0.982	0.984	0.985	0.919

Sumber: Data primer

4.4.3. Pengujian Hipotesis

Dalam analisis jalur yang dikembangkan dalam studi ini mencakup lima hipotesis terkait intensi perilaku mengimplementasikan atau menjalankan praktik bisnis hijau. Hipotesis yang dikembangkan adalah bahwa pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*Habitual*), *social influence*, *facilitating conditions* memiliki koefisien positif terkait pengaruhnya terhadap niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*Behavior intention*, baik secara parsial maupun bersama-sama dan bahwa resistensi inovasi memperlemah pengaruh masing-masing. Dengan memperhatikan koefisien jalur dapat dilihat bahwa pengetahuan (*knowledge*), kebiasaan (*Habitual*), *social influence*, *facilitating conditions* memiliki koefisien positif terhadap niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*Behavior intention*. Terhadap resistensi inovasi (*innovation resistance*), pengetahuan (*knowledge*) dan kebiasaan (*Habitual*) memiliki koefisien jalur positif. Sementara itu variabel *social influence*, *facilitating conditions* memiliki koefisien negatif.

Hasil uji signifikansi pengaruh menunjukkan tidak semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, niat perilaku mengadopsi praktik bisnis hijau. Dari hasil uji signifikansi yang mengacu pada *P-value* yang lebih kecil dibandingkan *alpha* (α) sebesar 0.05 dapat dilihat bahwa (1) Pengetahuan (*knowlegde*) terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku mengadopsi praktik bisnis hijau, dengan *P-value* 0.000. Artinya, semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap isue lingkungan dan tindakan pro lingkungan, semakin tinggi niat untuk mengadopsi. Namun demikian, pengetahuan (*knowlegde*) tidak berpengaruh terhadap resistensi inovasi (*innovation resistance*); (2) Terhadap hipotesis 2 dengan rumusan Kebiasaan (*Habitual*) perilaku hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat praktik bisnis hijau, pengujian menghasilkan *p-value* 0,957. Dengan *P-value* lebih besar dari *alpha* (α) sebesar 0.05, berarti hipotesis 2 ditolak. Sementara itu, kebiasaan (*Habitual*) perilaku hijau berpengaruh positif signifikan terhadap resistensi inovasi (*innovation resistance*); (3) Penelitian ini menerima hipotesis 3 yang menyatakan pengaruh lingkungan sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau. Uji hipotesis pengaruh pengaruh lingkungan sosial (*Social Influence*) menghasilkan koefisien jalur 0,728 dengan *p-value* 0.000. Terhadap resistensi inovasi (*innovation resistance*), lingkungan sosial (*Social Influence*) berpengaruh negatif dan signifikan dengan *p-value* 0,041.; (4) *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau dan berpengaruh negatif signifikan terhadap resistensi inovasi (*innovation resistance*). Masing-masing dengan *p-value* 0,000 dan 0,047.

Masih mengacu pada tabel 4.9, hasil uji moderasi mendukung sebagian hipotesis yang menyatakan bahwa resistensi inovasi (*innovation resistance*) hubungan pengetahuan

(*knowledge*), Kebiasaan (*habitual*), *social influences* dan *facilitating conditions* dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*). Studi ini menunjukkan resistensi inovasi (*innovation resistance*) memperlemah hubungan kebiasaan (*habitual*) dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*) dengan *p-value* 0,000, dan hubungan antara *facilitating conditions* dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*) dengan *p-value* 0.000. Resistensi inovasi (*innovation resistance*) tidak memoderasi hubungan hubungan pengetahuan (*knowledge*) dan *social influences* dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*). Masing-masing dengan *p-value* 0,681 dan 0,194.

Tabel 4.9 Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Knowledge -> Behavior Intention	0.320	-0.303	0.060	5.306	0.000
Knowledge -> Innovation Resistance	0.028	0.048	0.302	0.092	0.927
Habitual -> Behavior Intention	0.007	-0.002	0.126	0.053	0.957
Habitual -> Innovation Resistance	0.864	0.868	0.264	3.276	0.001
Social Influences -> Behavior Intention	0.728	0.729	0.072	10.043	0.000
Social Influences -> Innovation Resistance	-0.381	-0.387	0.192	1.983	0.048
Facilitating Condition -> Behavior Intention	0.357	0.358	0.088	4.052	0.000
Facilitating Condition -> Innovation Resistance	-0.346	-0.365	0.166	2.076	0.038
Knowldge*Innovation Resistance -> Behavior Intention	-0.031	-0.030	0.078	0.396	0.692
Habitual*Innovation Resistance -> Behavior Intention	-0.922	-0.919	0.130	7.090	0.000
Social Influences*Innovation Resistance -> Behavior Intention	0.214	0.221	0.146	1.461	0.145
Facilitating Condition*Innovation Resistance -> Behavior Intention	-0.402	0.407	0.062	6.520	0.000

Sumber: Data primer

Tabel 4.10 Discriminant Validity

	Behavior Intention	Facilitating Condition	Facilitating Condition *Innovation Resistance	Habitual	Habitual *Innovation Resistance	Innovation Resistance	Knowledge	Knowledge *Innovation Resistance	Social Influences	Social Influences *Innovation Resistance
Behavior Intention	0.946									
Facilitating Condition	0.825	0.832								
Facilitating Condition*Innovation Resistance	-0.111	-0.146	1.000							
Habitual	0.544	0.747	-0.284	0.828						
Habitual*Innovation Resistance	-0.581	-0.338	0.607	-0.039	1.000					
Innovation Resistance	-0.066	0.041	0.463	0.281	0.570	0.884				
Knowledge	0.591	0.785	-0.391	0.913	-0.228	0.211	0.862			
Knowledge*Innovation Resistance	-0.578	-0.443	0.668	-0.217	0.909	0.514	-0.328	1.000		
Social Influences	0.643	0.739	-0.331	0.921	-0.124	0.184	0.880	-0.258	0.959	
Social Influences*Innovation Resistance	-0.583	-0.412	0.668	-0.129	0.962	0.606	-0.283	0.948	-0.215	1.000

Sumber: Data primer.

Tabel 4.11 R square

	R Square	R Square Adjusted
Behavior Intention	0.961	0.958
Innovation Resistance	0.164	0.134

Sumber: Data primer.

4.4.4. Evaluasi Inner Model (Structural Model)

Tabel 4.11 menyajikan nilai R-square pada konstruk. Nilai R-Square dan R-Square Adjusted masing-masing sebesar 0.961 dan 0,958. Artinya variabilitas konstruk niat mengadopsi (behavior intention) praktik bisnis ramah lingkungan dapat dijelaskan oleh konstruk pengetahuan (knowledge), Kebiasaan (habitual), Social influences, dan facilitating Condition dan interaksinya sebesar 95,8 persen. Selebihnya yaitu 4,20 persen lainnya dijelaskan oleh faktor lain. Sementara itu variabilitas konstruk resistensi inovasi (Innovation Resistance) hanya dijelaskan oleh konstruk pengetahuan (knowledge), Kebiasaan (habitual), Social influences, dan facilitating Condition sebesar 13,4 persen.

4.5. Diskusi

Studi ini menunjukkan bahwa Pengetahuan (*knowlegde*) terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku mengadopsi praktik bisnis hijau. Temuan ini sejalan dengan temuan yang mengatakan bahwa Tingkat pengetahuan dan pengetahuan informal berhubungan secara signifikan dengan adopsi *sustainable agricultural practices* SAP (Slijper et al., 2023), dan bahwa langsung terhadap perilaku bertanggung jawab lingkungan siswa (Ipikasari et al., 2020). Demikian juga, pengetahuan memiliki hubungan dengan minat maupun perilaku (Azjen, 1985). Namun berbeda dengan temuan yang mengatakan tidak adanya korelasi antara pengetahuan dengan niat mengadopsi Cybersecure Behavior (de Kok et al., 2020).

Penelitian ini menerima hipotesis yang menyakan bahwa kebiasaan (*Habitual*) perilaku hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat praktik bisnis hijau. Temuan ini mendukung beberapa penelitian terdahulu serta model UTAUT 2. Model UTAUT 2 menyatakan bahwa penggunaan teknologi oleh individu didukung oleh pengaruh tiga konstruksi tambahan, yaitu motif hedonis, biaya/nilai yang dirasakan, dan kebiasaan, yang dimoderasi oleh usia, jenis kelamin, dan pengalaman. Manusia adalah makhluk sosial, oleh karena itu tindakan-tindakan maupun pemikiran-pemikirannya sering dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Demikian juga, Lingkungan sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau. Sehingga secara keseluruhan penggunaan teknologi

dipengaruhi oleh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit, serta dua variabel dependen, yaitu behavioral intention dan use behavior (Papagiannidis, 2023; Rahman et al., 2020). Oleh karena itu, pemberian pengalaman yang intensif sehingga menjadi kebiasaan dapat menjadi salah satu tindakan untuk mendorong UMKM mengimplementasikan praktik bisnis hijau. Penyuluhan-penyuluhan dan kampanye terus menerus untuk membiasakan seseorang berperilaku ramah lingkungan penting untuk dilakukan.

Dalam pendekatan UTAUT, penggunaan teknologi dipengaruhi oleh Sehingga secara keseluruhan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions. Beberapa penelitian terdahulu mendukung pernyataan tersebut (Chandra Kurniawan, 2016; Gunawan et al., 2019; Revilia & Irwansyah, 2020; Yohan Wismantoro; MG Westri Kekalih Susilowati, 2021). Penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu tersebut. *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap niat berperilaku praktik bisnis hijau.

Hasil uji moderasi menyatakan bahwa resistensi inovasi (*innovation resistance*) menunjukkan bahwa resistensi inovasi (*innovation resistance*) memperlemah hubungan kebiasaan (*habitual*) dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*) dan hubungan antara *facilitating conditions* dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*). Tujuan berbisnis adalah untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, meskipun seseorang telah memiliki kebiasaan baik dalam hal pengelolaan lingkungan, namun jika memiliki persepsi yang kurang baik mengenai dampaknya terhadap usahanya, maka niat tersebut dapat melemah. Dalam penelitian ini, praktik bisnis hijau dipersepsikan memerlukan biaya tinggi, takut gagal/rugi jika menjalankan bisnis ramah lingkungan karena konsumen belum punya preferensi terhadap produk ramah lingkungan, dan produknya menjadi kurang kompetitif sebagai akibat dari tingginya biaya produksi yang cenderung relatif lebih tinggi dibandingkan praktik bisnis seperti pada umumnya.

Sementara itu, resistensi inovasi (*innovation resistance*) memperlemah hubungan antara *facilitating conditions* dengan niat mengadopsi praktik bisnis hijau (*behavior intention*). Sekali lagi, persepsi bahwa praktik bisnis hijau sulit, rumit, memerlukan biaya tinggi sehingga produknya menjadi kurang kompetitif, dan konsumen belum memiliki preferensi terhadap produk ramah lingkungan, maka kehendak untuk mengimplementasikan praktik bisnis ramah lingkungan menjadi lebih lemah. Pelaku UMKM biasanya kelompok masyarakat menengah-menengah dan menengah-bawah yang rentan dengan perubahan. Sering mereka dihadapkan

pada masalah kebutuhan ekonomi/tuntutan kebutuhan yang dapat memaksa untuk tidak menjalankan praktik bisnis ramah lingkungan.

5. Kesimpulan dan Saran

Studi ini memperoleh gambaran bahwa responden, yaitu pelaku UMKM cenderung memiliki perspsi positif terhadap berbagai variabel yang diteliti. Secara detail kesimpulan atas persepsi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku UMKM memiliki tingkat pengetahuan terkait praktik ramah lingkungan yang tinggi.
- b. Pelaku UMKM telah memiliki kebiasaan untuk berperilaku ramah lingkungan yang tinggi
- c. Pelaku UMKM cenderung merasa bahwa lingkungan sosialnya mendukung dirinya untuk menjalankan praktik bisnis hijau yang tinggi
- d. Pelaku UMKM memiliki sumberdaya (faktor kondisi) yang mendukung adopsi praktik bisnis hijau pada tingkat sedang.
- e. Indikator-indikator resistensi inovasi (*Innovation Resistance*) dipersepsikan sedang.
- f. Pelaku UMKM cenderung berniat mengadopsi praktik bisnis hijau yang tinggi

Penelitian ini menerima hipotesis:

- a. Pengetahuan (*knowlegde*) terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku mengadopsi praktik bisnis hijau
- b. Lingkungan sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau.
- c. *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap niat praktik bisnis Hijau dan berpengaruh negatif signifikan terhadap resistensi inovasi (*innovation resistance*).

Penelitian ini menolak hipotesis Kebiasaan (*Habitual*) perilaku hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat praktik bisnis hijau.

Pengujian peran resistensi inovasi (*innovation resistance*) menunjukkan bahwa Resistensi inovasi (*innovation resistance*) memperlemah pengaruh kebiasaan (*habitual*) dan *facilitating condition* terhadap niat mengadopsi praktik bisnis ramah lingkungan. Resistensi inovasi (*innovation resistance*) tidak memiliki peran moderasi hubungan antara pengetahuan (*knowledge*) dan lingkungan sosial (*Social influences*) dengan niat mengadopsi praktik bisnis ramah lingkungan (*behavior intention*).

Sebagai implikasi manajerial untuk mendorong praktik bisnis rama lingkungan adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu-isu lingkungan (mencakup karakteristik produk ramah lingkungan, cara-cara menghemat energi yang tidak terbarukan, jenis-jenis

sampah yang sulit terurai dan pengelolaannya, dan penggunaan bahan-bahan alamiah). Pemangku kepentingan juga dapat mendorong relasi sosial untuk saling mempengaruhi dalam mendorong praktik bisnis ramah lingkungan serta mengkondisikan lingkungan yang mendukung praktik bisnis ramah lingkungan. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pemangku kepentingan praktik bisnis hijau antara lain:

- a. Melakukan sosialisasi dan edukasi terkait isu lingkungan secara masif dengan menggunakan berbagai platform yang banyak tersedia (media digital)
- b. Membentuk komunitas-komunitas peduli lingkungan dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat.
- c. Meningkatkan ketersediaan fasilitas-fasilitas yang mendukung praktik bisnis hijau pada setiap titik rantai pasok produk, hulu – hilir.

Referensi

- Amoroso, D., & Lim, R. (2017). The mediating effects of habit on continuance intention. *International Journal of Information Management*, 37(6), 693–702. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.003>
- Andita, F. D. A., & Hermawan, D. (2023). The role of product knowledge on purchase intention: Case study of agriculture biological product. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 12(4), 207–220. <https://doi.org/10.35335/ijosea.v12i4.173>
- Aziz Mubarak, D. A., Chandra Jaya, R., & Permata Rahmi, P. (2022). Analysis the Effect of Green Brand Knowledge and Consumer Perceptions Toward Purchase Intention on Green Products in the Pandemic Era. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 364–384. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2506>
- Butcher, K., Sparks, B., & O’Callaghan, F. (2002). Effect of social influence on repurchase intentions. *Journal of Services Marketing*, 16(6), 503–514. <https://doi.org/10.1108/08876040210443382>
- Celine Miyuki Gunawan; Laili Rahmania; Irantha Hendrika Kenang. (2023). The Influence of Social Influence and Peer influence on Intention to Purchase in E-Commerce. *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(1).
- Chandra Kurniawan. (2016). Pengaruh Investasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(4).
- Chen, H.-S., Tsai, B.-K., & Hsieh, C.-M. (2018). The Effects of Perceived Barriers on Innovation Resistance of Hydrogen-Electric Motorcycles. *Sustainability*, 10(6), 1933. <https://doi.org/10.3390/su10061933>
- CNBC Indonesia. (2021). *Perkuat Kompetensi UMKM, Cara Astra Wujudkan SDGs Goals No 8*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210503114953-8-242641/perkuat-kompetensi-umkm-cara-astra-wujudkan-sdgs-goals-no-8>
- de Kok, L. C., Oosting, D., & Spruit, M. (2020). The Influence of Knowledge and Attitude on

- Intention to Adopt Cybersecure Behaviour. *Information & Security: An International Journal*, 46(3), 251–266. <https://doi.org/10.11610/isij.4618>
- Dimitrova, I., Öhman, P., & Yazdanfar, D. (2022). Barriers to bank customers' intention to fully adopt digital payment methods. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(5), 16–36. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2021-0045>
- Gardner, B., Lally, P., & Rebar, A. L. (2020). Does habit weaken the relationship between intention and behaviour? Revisiting the habit-intention interaction hypothesis. *Social and Personality Psychology Compass*, 14(8). <https://doi.org/10.1111/spc3.12553>
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & WP, S. P. (2019). Assessment of the Readiness of Micro, Small and Medium Enterprises in Using E-Money Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Method. *Procedia Computer Science*, 161, 316–323. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>
- Ipikasari, I., Sigit, D. V., & Komala, R. (2020). The effect of knowledge of ecological concepts and intention to act toward responsible environmental behavior of senior high school students. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 2(7). <https://doi.org/10.29103/ijevs.v2i7.2754>
- Kamarozaman, Z., & Razak, F. Z. A. (2021). The role of facilitating condition in enhancing user's continuance intention. *Journal of Physics: Conference Series*, 1793(1), 012022. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1793/1/012022>
- Karami, M., Eyüpoğlu, Ş. Z., & Ertugan, A. (2023). The Influence of Relational Benefits on Behavioral Intention and the Moderating Role of Habit: A Study in a Personal Service Business. *Behavioral Sciences*, 13(7), 565. <https://doi.org/10.3390/bs13070565>
- Lee, G., & Kim, Y. (2022). Effects of Resistance Barriers to Service Robots on Alternative Attractiveness and Intention to Use. *SAGE Open*, 12(2), 215824402210992. <https://doi.org/10.1177/21582440221099293>
- Limanan, C. C., & Keni. (2022). Pengaruh Habit dan Price Value terhadap Behavioral Intention Penggunaan Dompot Digital: Gender sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(6), 583–588. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20659>
- Masek, A., Paimin@Abdul Halim, A. N., Hashim, S., Abdullah, N. S., & Wan Muda, W. H. N. (2022). The Role of Knowledge, Emotion, and Intention in Influencing Students' Behaviors During COVID-19 Pandemic. *SAGE Open*, 12(2), 215824402210899. <https://doi.org/10.1177/21582440221089954>
- Mohamad, Z. B., Kamarozaman, Z. B., Kassim, M. F. R. B., & Razak, F. Z. A. (2021). Does social influence affect continuance intention to use e-campus? A Study in Malaysian private higher institution. *Journal of Physics: Conference Series*, 1793(1), 012008. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1793/1/012008>
- Nisa, U. K., & Solekah, N. A. (2022). The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust. *IQTISHODUNA*, 18(1), 35–50. <https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.12916>
- Papagiannidis, D. M. S. (2023). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A review*. TheoryHub Book.
- Qotrunnada, N., Toiba, H., Laili, F., Andriani, D. R., & Setiawan, B. (2023). THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE AND SELF-TRANSCENDENCE TOWARD GREEN PURCHASE INTENTION ON STUDENTS. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(2), 159–166. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.2.5>

- Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 100004. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>
- Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K. A., & Salam, J. (2021). Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model. *Journal of Educational Computing Research*, 59(2), 183–208. <https://doi.org/10.1177/0735633120960421>
- Revilia, D., & Irwansyah. (2020). Social Media Literacy: Millennial's Perspective Of Security and Privacy Awareness. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(1), 1–15.
- Septianti, W., Setyawati, I., & Permana, D. (2021). The Effect of Halal Products and Brand Image on Purchasing Decisions with Purchase Interest as Mediating Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 271–277. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.6.807>
- SEVIMA, F. (2020). *Pengertian Literasi Menurut Para Ahli, Tujuan, Manfaat, Jenis dan Prinsip*. <https://sevima.com/dunia-kampus/pengertian-literasi-menurut-para-ahli-tujuan-manfaat-jenis-dan-prinsip>
- Slijper, T., Tensi, A. F., Ang, F., Ali, B. M., & van der Fels-Klerx, H. J. (2023). Investigating the relationship between knowledge and the adoption of sustainable agricultural practices: The case of Dutch arable farmers. *Journal of Cleaner Production*, 417, 138011. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.138011>
- UNESCO. (2018). *UNESCO report on Digital skills for life and work*. <https://www.euroguidance.eu/unesco-report-on-digital-skills-for-life-and-work>
- Wut, T. M., Lee, S. W., & Xu, J. (Bill). (2022). How do Facilitating Conditions Influence Student-to-Student Interaction within an Online Learning Platform? A New Typology of the Serial Mediation Model. *Education Sciences*, 12(5), 337. <https://doi.org/10.3390/educsci12050337>
- Yohan Wismantoro; MG Westri Kekalih Susilowati. (2021). How does Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Work on Adopting Financial Technology (FinTech) by MSMEs? *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 90–99.
- Zaki Arianto; Adde Marup Wirasenjaya. (2017). *Upaya Pemerintahan Joko Widodo dalam Mendorong Implementasi Sustainable Development Goals di Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Lampiran: Draft Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Sdr

Dengan Hormat.

UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap perekonomian. Oleh karenanya UMKM juga akan memiliki kontribusi yang besar dalam implementasi pembangunan lingkungan dan kelestarian lingkungan dalam rangka Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana minat UMKM untuk mempraktikkan Bisnis Hijau (Ramah Lingkungan) dengan berbagai faktor yang mempengaruhi.

Untuk maksud tersebut kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara berkenan mengisi kuesioner

berikut ini.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih

Semarang, Oktober 2023

Hormat kami

MG Westri Kekalih S

Retno Yustini W

I. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama
- b. Domisili wisatawan (dalam kota Semarang, Luar Kota Semarang (sebutkan), Luar provinsi Jawa Tengah, sebutkan)
- c. Jika berasal dari luar kota Semarang, berapa hari di kota Semarang
- d. Nomor telepon/HP
- e. Pendidikan
- f. Pekerjaan
- g. Usia
- h. Status Marital
- i. Berapa kali mengunjungi obyek wisata
- j. Mengunjungi obyek wisata secara: Individu/rombongan besar (20 orang dan lebih)/rombongan kecil (kurang dari 20 Orang)
- k. Jika rombongan, kunjungan ke obyek wisata bersama: Teman/keluarga
- l. Jenis obyek/destinasi wisata yang paling disukai: pegunungan/pantai/buatan yang ada di perkotaan/buatan yang ada di perdesaan
- m. Selain obyek wisata(yang diteliti), obyek wisata di kota Semarang apa saja yang pernah dikunjungisebutkan yang paling disukai

II. KARAKTERISTIK KEGIATAN USAHA

- a. Bentuk Badan Hukum Usaha
 1. Industri Rumah Tangga
 2. Perusahaan Perorangan
 3. Firma
 4. CV
 5. Koperasi
 6. PT
 7. Lain-lain (sebutkan).....
- b. Bidang Usaha
 1. Produksi
 2. Dagang
 3. Jasa
 4. Pertanian
 5. Lain-lain (sebutkan).....
- c. Jumlah Tenaga Kerja
 1. Kurang dari 5 Orang
 2. 5 – 19 orang
 3. Lebih dari 19 orang
- d. Asal Modal Usaha
 1. Sendiri
 2. Kerabat
 3. Pinjaman dari Bank
 4. Pinjaman Koperasi
 5. Pinjaman dari sumber lain, sebutkan.....
 6. Bantuan Pemerintah
 7. Lain-lain (sebutkan)
- e. Pangsa Pasar
 1. Dalam Desa/Kelurahan
 2. Dalam Kecamatan

3. Dalam Kabupaten
 4. Dalam Provinsi
 5. Nasional
- f. Rata-rata omzet per bulan Rp

III. Minat Adopsi Praktik Bisnis Hijau

Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
a Pengetahuan (X1)					
pernah Mendengar/mengetahui tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/ <i>Sustainable development Goals (SDGs)</i>					
pernah Mendengar/mengetahui Pilar Pembangunan Lingkungan dalam <i>SDGs</i>					
pernah Mendengar/mengetahui tentang bisnis hijau)					
Memahami karakteristik produk ramah lingkungan					
m Memahami bahwa krisis energi dapat dikurangi dengan menyediakan produk yang tidak merusak lingkungan					
memahami bahwa produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organism					
memahami bahwa kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan					
b. Habit (X2)					
berpartisipasi dalam mengurangi krisis energy bumi dengan perilaku hemat energi (listrik, air dll)					
terbiasa memilahkan sampah sesuai jenisnya					
memproduksi produk yang produk ramah lingkungan					
menghindari penggunaan plastik					

Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
terbiasa menjaga kebersihan diri dan lingkungan					
mengolah limbah produksi					
menggunakan/memanfaatkan kembali barang-barang/bahan bahan yang dapat digunakan kembali (cenderung tidak menggunakan barang sekali pakai/disposal goods)					
lebih menyukai produk-produk yang berbahan alami (misalnya pangan organik)					
mengolah limbah produksi					
memanfaatkan barang-barang yang dapat didaur ulang					
Menjaga kelestarian lingkungan (flora-fauna) telah menjadi kebiasaan					
lebih menyukai cara produksi yang ramah lingkungan					
lebih menyukai bahan produksi dan produk ramah lingkungan)					
d. Social Influences (X3)					
mempertimbangkan pendapat orang lain untuk melakukan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Penting bagi mengetahui pengalaman orang lain memarktikkan bisnis hijau (ramah lingkungan)					
merasa dengan mempraktikkan bisnis hijau (Ramah lingkungan), citra diri meningkat (lebih baik)					
Orang-orang yang berpengaruh terhadap (keluarga, saudara, teman, sponsor) menganggap praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) lebih baik					
Orang-orang yang berpengaruh terhadap (keluarga, saudara, teman, sponsor) menyukai praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Orang-orang yang berpengaruh terhadap (keluarga, saudara, teman, sponsor) mendukung adopsi praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Facilitating Conditions (X4)					
memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Memiliki pengetahuan yang cukup yang diperlukan untuk menjalankan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Mendapatkan panduan/edukai/sosialisai untuk menjalankan praktik bisnis hijau (Ramah Lingkungan)					
Bisa mendapatkan bantuan dari orang lain (pemerintah, keluarga dll) jika mengalami kesulitan dalam menjalankan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Kampanye pemerintah tentang bisnis hijau mendorong untuk mempraktikkannya					

Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Resistensi Inovasi (Y1)					
Menurut praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) sulit untuk dilakukan					
Menurut praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) rumit					
merasa tidak nyaman untuk menjalankan bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Menurut , praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) dapat menurunkan keuntungan.					
Menurut , praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) memerlukan biaya lebih tinggi					
Praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) tidak lebih menguntungkan dari cara bisnis seperti biasanya					
takut gagal jika menjalankan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
Konsumen belum punya preferensi produk ramah lingkungan (Konsumen tidak lebih menyukai produk ramah lingkungan)					
Minat Adopsi Bisnis Hijau (Y2)					
berniat menjalankan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
berusaha menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan dalam aktivitas bisnis					
akan tetap menjalankan bisnis hijau (ramah lingkungan) pada masa yang akan datang					
mencari informasi terkait dengan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan)					
mendiskusikan/membicarakan praktik bisnis hijau (ramah lingkungan) dengan orang lain					

Pertanyaan Tambahan

No	Tujuan Pembangunan	Sangat Tidak Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Pengaruhnya sedang	Berpengaruh lebih dari sedang	Sangat Berpengaruh
1	Tanpa Kemiskinan					
2	Tanpa Kelaparan					
3	Pendidikan Berkualitas					
4	Kehidupan Sehat dan Sejahtera					
5	Kesetaraan Gender					
6	Air Bersih dan Sanitasi Layak					
7	Energi Bersih dan Terjangkau					
8	Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi					

No	Tujuan Pembangunan	Sangat Tidak Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Pengaruhnya sedang	Berpengaruh lebih dari sedang	Sangat Berpengaruh
9	Industri, Inovasi, dan Infrastruktur					
10	Berkurangnya Kesenjangan					
11	Kota dan Permukiman Layak					
12	Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab					
13	Penanganan Perubahan Iklim					
14	Ekosistem Laut					
15	Ekosistem Darat					
16	Perdamaian, Keadilan, dan Kelembagaan yang Kuat					
17	Kemitraan untuk mencapai tujuan					

Penilaian Kondisi Lingkungan

No		Sangat Buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat Baik
1	kualitas lingkungan (air, udara, dan tanah, air laut)					
2	kebijakan/program pemerintah untuk meningkatkan kualitas lingkungan					
3	kebijakan/program pemerintah terkait upaya mencegah risiko bencana					
4	Pelibatan pelaku usaha dalam perumusan kebijakan terkait pengelolaan air bersih					