

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pergeseran pandangan dunia usaha semakin menekankan pentingnya kelestarian lingkungan dan mengedepankan kreativitas perusahaan dalam menerapkan praktik bisnis berkelanjutan dan menjaga lingkungan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Selama beberapa dekade terakhir, konsumen, investor, dan regulator global semakin mendorong perusahaan untuk memasukkan pertimbangan lingkungan ke dalam operasi dan produk mereka, sebagaimana dibuktikan oleh *Tren Environmental, Social, and Governance (ESG)*. *Tren Environmental, Social, and Governance (ESG)* mengacu pada peningkatan perhatian pelaku bisnis, investor, konsumen, dan regulator terhadap kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan sebagai bagian dari penilaian keseluruhan keberlanjutan dan risiko suatu organisasi. ESG tidak hanya menjadi alat penilaian non-finansial, tetapi juga mempengaruhi investasi, reputasi perusahaan, dan keputusan konsumen. Berdasarkan penelitian Tu dan Wu (2021) menunjukkan bahwasanya perusahaan yang melakukan green innovation berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif. Untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut, tidak hanya perusahaan besar saja, namun sektor usaha kecil, dan menengah (UKM) juga diharapkan dapat berperan (Tu & Wu, 2021).

Tren bisnis hijau semakin menguat sebagai respons terhadap kebutuhan untuk meningkatkan keberlanjutan dan memenuhi standar pasar global. Hal ini

didorong oleh kesadaran akan pentingnya praktik bisnis yang ramah lingkungan, Selain persaingan yang ketat akibat kesadaran masyarakat tekanan regulasi dan kebijakan pemerintah turut menjadi pendorong agar perusahaan mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam operasinya, terutama di sektor usaha kecil dan menengah. Indonesia telah menetapkan target untuk mencapai *Net Zero Emission* (NZE) pada tahun 2060 atau lebih cepat. Dalam upaya ini, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peran penting mengingat kontribusi signifikan mereka terhadap perekonomian nasional yang merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, sehingga partisipasi mereka dalam pengurangan emisi sangat krusial untuk mencapai target NZE (KemenKeu, 2022).

UKM adalah singkatan dari Usaha Kecil dan Menengah, yaitu jenis usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan besar. UKM biasanya memiliki jumlah tenaga kerja, omzet, dan aset tertentu yang dibatasi oleh peraturan pemerintah. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kriteria UKM adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Kriteria UKM

Ukuran Usaha	Kekayaan	Omzet Tahunan
Kecil	Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan usaha).	lebih dari Rp200 juta sampai dengan Rp2,5 miliar.
Menengah	bersih lebih dari Rp500 juta sampai dengan Rp10 miliar.	lebih dari Rp2,5 miliar sampai dengan Rp50 miliar.

Sumber : UU RI Nomor 20 Tahun 2008

UKM berperan krusial dalam perekonomian Indonesia, Sebagai salah satu pilar ekonomi Indonesia UKM berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (CNBC Indonesia, 2024) (Kadin Indonesia, 2023) . Untuk itu, pemerintah Indonesia melalui kebijakan seperti Undang-Undang No. 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (P2SK) dan inisiatif ekonomi hijau mendorong pelaku usaha untuk lebih memperhatikan aspek keberlanjutan (Undang-Undang, 2023) . Pada tingkat daerah dukungan ini dilakukan melalui pembinaan model bisnis oleh lembaga salah satunya adalah Bank Indonesia. Dukungan ini bertujuan agar UKM tidak hanya bertahan di pasar domestik tetapi juga mampu bersaing di pasar global yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Menurut Koirola (OECD, 2019) UKM Hijau merupakan bisnis memiliki peran untuk memelihara iklim, ramah terhadap lingkungan dan menjaga keanekaragaman hayati melalui proses bisnis yang dilakukan. UKM Hijau mengadopsi konsep bisnis yang mengutamakan aspek lingkungan, dengan menggabungkan proses produksi, output dengan prinsip keberlanjutan dan ekonomi sirkular, untuk mencapai keseimbangan ekonomi, sosial dan lingkungan (Saputri, 2025).

Pada perspektif konsumen, umumnya mereka lebih memilih produk dan layanan dari perusahaan yang berkomitmen terhadap kelestarian lingkungan, akibatnya pergeseran ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam industri seperti yang disebutkan First Insight. Dalam penelitian First Insight bersama *Baker Retailing Center* dalam laporannya mengungkapkan bahwa 75% Gen Z lebih mengutamakan pembelian produk yang menerapkan praktik berkelanjutan

dibandingkan dengan produk bermerek terkenal (First Insight, 2022). Temuan ini memperkuat hasil survei Nielsen pada tahun 2018 yang menunjukkan bahwa 73% konsumen global bersedia mengubah kebiasaan konsumsi mereka demi mengurangi dampak lingkungan (Nielsen, 2018). Selain itu menurut hasil riset internal Tim Research and Development PT Uni-Charm Indonesia Tbk, diketahui 57,1% orang Indonesia memiliki kebiasaan, membeli produk sehari-hari yang sustainable dan sebanyak 50,6 persen orang membeli produk yang ramah lingkungan walaupun harganya lebih mahal (Zahro, 2024)

Lebih lanjut, *Sustainability in Ecommerce Survey Report 2024* menunjukkan perubahan perilaku belanja konsumen berdasarkan pertimbangan isu lingkungan. Sebanyak 74% dari total konsumen telah mengubah atau bersedia mengubah preferensi pembelian mereka berdasarkan dampak lingkungan. Perubahan ini terutama didorong oleh pembeli dari Gen Z dan Milenial. Lebih dari setengah pembeli di bawah usia 45 tahun telah menyesuaikan kebiasaan belanja mereka dengan dampak lingkungan, sedangkan hanya 45% dari mereka yang berusia di atas 45 tahun yang melakukan hal serupa (Gusmiarti, 2024).

Tabel 2 Pengaruh Produk Ramah Lingkungan Terhadap Preferensi Belanja Konsumen

No	Pengaruh prosuk ramah lingkungan terhadap preferensi	Persentase
1	Konsumen telah merubah preferensi pembelian	50,6%
2	Konsumen bersedia merubah prferensi	21%
3	Konsumen tidak khawatir terhadap lingkungan	18,4
4	Konsumen tidak yakin ada pengaruh	10%

Sumber: Sustainability in E-Commerce Survey Report 2024

Dengan semakin banyaknya konsumen yang sadar lingkungan yang lebih menyukai produk ramah lingkungan, maka UKM yang melakukan inovasi ramah lingkungan dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saingnya. Pergeseran akibat meningkatnya kesadaran ini telah meningkatkan pentingnya perusahaan menerapkan praktik ramah lingkungan untuk meningkatkan citra perusahaan (Aziz & Shihab, 2024) , selain itu dalam penelitian Sitti Nurrachman (2024) aktivitas prolingkungan dapat memperkuat citra perusahaan, menciptakan peluang pemasaran baru, meningkatkan penjualan, serta menghemat biaya operasional (Chen, Tsai, & Oen, 2022)

Di Sumatera Barat, UKM tidak hanya menyumbang pada perekonomian lokal tetapi juga memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan jika diterapkan praktik ramah lingkungan. Di Sumatera Barat, potensi UKM Hijau semakin terlihat, terutama di sektor pertanian dan kerajinan. Provinsi ini dikenal memiliki kekayaan alam dan budaya yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan produk ramah lingkungan, penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan menjadi fokus utama bagi pengusaha lokal untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar domestik dan internasional. Maka hal tersebut turut memicu inisiatif hijau ini, mendorong UKM untuk bertransformasi memiliki *environmental performance*. Selain dorongan tersebut kemajuan teknologi pun mempermudah transformasi perusahaan mengadopsi praktik ramah lingkungan untuk mencapai keberlanjutan, perkembangan teknologi memungkinkan perusahaan memberikan solusi inovatif yang ramah lingkungan agar perusahaan mendapatkan citra yang baik dan bisa memiliki daya saing. Berdasarkan penelitian

Puttawong dan Kunanusorn (2020) *environmental performance* secara statistik berhubungan dengan citra perusahaan dan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing melalui citra hijau, karena citra perusahaan secara strategis berhubungan dengan *business performance* (González et al., 2005) . *Business performance* adalah sejauh mana efektivitas organisasi dalam mencapai tujuan bisnisnya, yang dapat diukur dari kinerja keuangan dan non-keuangan. Dalam pengukurannya, salah satu faktor penting yang memengaruhi *business performance* adalah *financial performance* dan *environmental performance* (Ardila et al., 2017).

Financial performance merupakan efektivitas kinerja finansial perusahaan melalui indikator seperti profitabilitas, return on assets (ROA), return on equity (ROE), dan pertumbuhan pendapatan (Kaplan & Norton, 1992). Dengan demikian, terdapat hubungan positif antara *environmental performance* dan *business performance*, di mana perusahaan yang lebih peduli terhadap lingkungan cenderung memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih tinggi dan kinerja keuangan yang lebih baik.

Environmental performance atau kinerja lingkungan mengacu pada tindakan organisasi yang melampaui sekedar mengikuti aturan dan regulasi untuk memenuhi dan melampaui harapan sosial mengenai lingkungan alam (Din et al., 2024) . Dalam Ahmed (2023) *environmental performance* mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengelola tanggung jawab dan dampak lingkungannya secara efektif. *Environmental performance* berbagai aspek seperti mengurangi emisi berbahaya, meminimalkan limbah, dan mengadopsi proses hemat energi. Tujuannya adalah untuk mencapai pencapaian ekologis melalui

praktik-praktik seperti kemasan yang dapat didaur ulang dan efisiensi sumber daya, yang pada akhirnya berkontribusi pada *environmental performance* dan *organizational performance*. Aktivitas organisasi, barang, dan penggunaan sumber daya dinilai untuk menjaga kepatuhan terhadap peraturan standar lingkungan dan untuk mengatasi dampak terkaitnya. *Environmental performance* yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, menciptakan efisiensi biaya, dan mendorong inovasi, yang pada akhirnya berdampak positif pada *financial performance*, yaitu pencapaian hasil keuangan seperti profitabilitas, return on assets (ROA), dan pertumbuhan pendapatan (Hart & Ahuja, 1996). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam bidang *environmental performance* merupakan faktor penting yang mempengaruhi *business performance* karena masalah lingkungan memberikan keunggulan kompetitif perusahaan, banyak penelitian yang menunjukkan bahwa daya saing berkorelasi positif dengan kinerja perusahaan, terutama kinerja keuangan (Puttawong & Kunanusorn, 2020). Hal ini memerlukan etika dan strategi yang memainkan peran penting untuk mengetahui faktor yang dapat meningkatkan kinerja bisnis khususnya pada UKM yang ada di Sumatera Barat.

Green innovation memainkan peran penting dalam meningkatkan *business performance*. Seperti yang disebutkan oleh Ahmed (2023) bahwa green innovation secara meyakinkan & positif memengaruhi kinerja lingkungan, organisasi dan green innovation memengaruhi kemampuan bersaing dan kinerja organisasi dan memiliki dampak yang luas pada keduanya, sesuai dengan temuan statistik. *Green innovation* yang dilakukan UKM di berbagai belahan dunia

membuktikan bahwa usaha kecil dapat berperan besar dalam menciptakan dampak positif terhadap lingkungan sekaligus memperkuat daya saing bisnis. Di sektor produksi dan kemasan, UKM seperti EcoPost di Kenya memanfaatkan sampah plastik daur ulang untuk membuat tiang pagar, mengurangi polusi, dan menciptakan lapangan kerja. Sementara itu, Ecoware di India mengembangkan peralatan makan sekali pakai berbahan biomassa yang terurai dalam waktu 90 hari, menggantikan plastik konvensional. EcoPost di Kenya adalah contoh green innovation yang sukses dalam mengatasi permasalahan limbah plastik sekaligus menciptakan dampak sosial dan lingkungan yang signifikan. Inisiatif ini memanfaatkan limbah plastik untuk memproduksi bahan bangunan, seperti tiang pagar dan papan, sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan daripada kayu. Dengan demikian, EcoPost membantu mengurangi deforestasi di Kenya, di mana tutupan hutan hanya sekitar 6% dari total luas negara. Setiap 30 produk plastik yang dihasilkan setara dengan penyelamatan satu pohon dari penebangan. Secara lingkungan, EcoPost berperan besar dalam mengurangi jejak karbon dengan menghindari pembakaran sampah plastik, metode yang umum digunakan namun sangat mencemari. Inovasinya telah diakui secara internasional melalui berbagai penghargaan, termasuk dari Cartier Women's Initiative. Organisasi ini juga berkolaborasi dengan pihak-pihak seperti Borealis Group untuk memperluas dampaknya di bidang ekonomi sirkular (cartier, 2022). Di Sumatera Barat berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Haryati (2021) bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan dalam menciptakan keberlanjutan

lingkungan yang secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja UKM berkelanjutan.

Di sisi lain, *Green intellectual capital* merupakan sebuah ide yang telah banyak mendapat perhatian. *Green intellectual capital* merupakan faktor yang baru muncul dan krusial bagi bisnis untuk mendorong green innovation dan mencapai kinerja lingkungan yang berkelanjutan (Shahbaz et al., 2024). Menurut Tran (2023) *green intellectual capital* merupakan gabungan unik dari modal manusia, struktural, dan relasional yang ramah lingkungan. Sikap positif suatu organisasi dimulai dengan berinvestasi pada *green intellectual capital*, yang menghasilkan inovasi ramah lingkungan dan kinerja lingkungan yang signifikan, khususnya pada usaha kecil dan menengah (UKM).

UKM yang memanfaatkan *green intellectual capital* dengan optimal dapat meningkatkan kinerja operasional sekaligus menghasilkan *green innovation* yang mendukung *business performance* terkait keuangan dan lingkungan. Namun Di Sumatera Barat, pemahaman dan penerapan *green intellectual capital* masih terbatas dikarenakan kurangnya edukasi terkait penerapan bisnis praktik ramah lingkungan. Dalam penelitian Fitri (2022) Banyak UKM belum menyadari bahwa modal intelektual hijau bukan hanya relevan bagi keberlanjutan lingkungan, tetapi juga sebagai strategi untuk memperkuat profitabilitas dan daya saing. Sebagian besar penelitian sebelumnya menyoroti bahwa UKM kekurangan sumber daya dan memiliki minat yang rendah dalam pengelolaan lingkungan (Yacob et al., 2012). Oleh karena itu, UKM tidak dapat melihat hubungan antara sistem pengelolaan lingkungan dengan manfaatnya (Weerasiri et al., 2012). Lebih jauh

lagi, sebagian besar organisasi, khususnya UKM, cenderung mengabaikan konsep *green human capital* dan tidak sepenuhnya memperhatikan aspek lingkungan dalam sumber daya manusianya (Yusoff et al., 2019).

Konsep *green intellectual* dalam praktik usahanya tercermin dari pemahaman mereka terhadap praktik bisnis ramah lingkungan, inovasi produk berkelanjutan, serta kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya secara efisien dan bertanggung jawab. Dalam konteks ini, menurut penelitian *green intellectual capital* menjadi aset strategis bagi UKM khususnya di Sumatera Barat karena menunjukkan adanya potensi besar dalam pengembangan UKM Hijau di wilayah tersebut untuk mendukung ekonomi berkelanjutan *Green intellectual capital* mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sistem yang mendukung penerapan praktik bisnis berkelanjutan. Tiga komponen utama *green intellectual capital*—modal manusia (*human capital*), modal struktural (*structural capital*), dan modal relasional (*relational capital*)—membantu perusahaan mengembangkan solusi inovatif yang efisien secara ekonomi dan berdampak positif bagi lingkungan. Berdasarkan survey yang pernah dilakukan oleh Bank Indonesia.

Pada aspek *structural capital*, Bank Indonesia berperan aktif melalui penyediaan pelatihan teknis yang sistematis dan fasilitas alat produksi yang memadai. Contoh nyata implementasi aspek ini adalah pengadaan alat-alat produksi yang lebih modern dan ramah lingkungan bagi UKM binaan. Dengan adanya alat ini, proses produksi menjadi lebih efisien dan menghasilkan limbah yang lebih sedikit, sejalan dengan prinsip keberlanjutan. Fasilitas ini juga didukung oleh program-program pelatihan teknis yang membantu UKM

memahami cara penggunaan alat secara optimal, sehingga mereka dapat meningkatkan produktivitas sekaligus menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Pada aspek *human capital*, Bank Indonesia memberikan fokus yang signifikan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam UKM. Melalui berbagai program seperti capacity building dan Forum Grup Discussion, pelaku UKM tidak hanya dibekali keterampilan teknis tetapi juga kemampuan manajerial untuk mengelola bisnis mereka secara efektif. Pelatihan ini mencakup berbagai topik, mulai dari penggunaan alat produksi, pengetahuan terhadap aktivitas bisnis ramah lingkungan, hilirisasi pangan hingga pengelolaan limbah, yang membantu pelaku UKM memahami bagaimana prinsip-prinsip ramah lingkungan dapat diterapkan di setiap tahap produksi. Peningkatan kapasitas ini juga berkontribusi pada pengembangan inovasi produk, di mana pelaku UKM mampu menciptakan produk-produk baru yang lebih kreatif dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Sementara itu, pada aspek *relational capital*, Bank Indonesia menyediakan berbagai peluang bagi UKM untuk memperluas jaringan dan akses terhadap sumber daya permodalan. Salah satu upaya konkret yang dilakukan adalah penyelenggaraan Sumbar CreatiFest. Dalam event Sumbar CreatiFest UKM difasilitasi berbagai kegiatan yang menunjang produktivitas bisnis mulai dari promosi melalui booth, Sharing session bersama *entrepreneur* sukses, Pelatihan terhadap keuangan syariah, jejaring bersama perbankan hingga event business matching, di mana pelaku UKM dapat bertemu langsung dengan calon investor, penyedia modal, atau mitra strategis lainnya. Melalui event ini, UKM tidak hanya

mendapatkan akses pada pembiayaan, tetapi juga membangun hubungan bisnis jangka panjang yang dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka. Selain itu, partisipasi dalam pameran dan kegiatan promosi lainnya memberikan ruang bagi UKM untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan daya saing di tingkat lokal, nasional, bahkan internasional.

Dukungan yang diberikan Bank Indonesia ini secara keseluruhan juga menjadi pendorong utama bagi terciptanya *green innovation* di kalangan UKM. *Green innovation* terjadi ketika UKM mampu mengembangkan inovasi-inovasi baru yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan nilai ekonomis tetapi juga memperhatikan aspek kelestarian lingkungan. Dengan adanya alat produksi yang modern dan pelatihan yang komprehensif, banyak UKM binaan Bank Indonesia berhasil melakukan inovasi yang bertransformasi pada produk ramah lingkungan. Produk-produk ini tidak hanya meningkatkan daya saing UKM di pasar, tetapi juga mencerminkan pemahaman pelaku usaha terhadap konsep *green branding*, yaitu penguatan merek melalui prinsip-prinsip keberlanjutan.

Berdasarkan data UKM Bank Indonesia yang telah melakukan praktik ramah lingkungan dalam bisnisnya, berikut beberapa UKM yang telah menerapkan praktik ramah lingkungan dalam bisnisnya :

**Tabel 3 Profil UKM ramah lingkungan Sumatera Barat berdasarkan data
Bank Indonesia**

No	Nama Bisnis	Skala Usaha	Omzet Tahunan	Gambaran Umum Usaha
1	Kopi Solok Radjo	Menengah	Rp.700.000.000	Kopi Solok Radjo pernah menjadi UKM Binaan Bank Indonesia di tahun 2023, menjadi UKM unggulan karena mengalami peningkatan produktivitas yang tinggi. UKM juga konsisten mengikuti program Bank Indonesia, dan di tahun 2024 berhasil melakukan business matching dan melakukan ekspor kopi. Selain itu Solok Radjo sudah menerapkan praktik ramah lingkungan pada usahanya salah satunya adalah pengurangan penggunaan plastik pada kemasan produk yang dijual, selain itu Solok Radjo juga berkontribusi dalam mengurangi emisi karbon dengan cara pengurangan rantai pasok karena kopi Solok Radjo adalah salah satu program hilirisasi pangan dari kebun kopi sendiri.
2	PT. Vroom Craft Indonesia	Kecil	Rp.330.000.000	Vroom adalah UKM yang pernah mejadi binaan Bank Indonesia ditahun 2022. Bisnis ini bergerak dibidang kerajinan pakaian, yaitu pembuatan kain ecoprint. Pada praktiknya Vroom sendiri sudah menggunakan pewarna alami yaitu yang berasal dari bunga dan daun dalam proses pembuatan warna kain, dan saat ini vroom berkontribusi sebagai speaker praktik bisnis hijau di Bank Indonesia.
3	Tenggang Raso	Kecil	Rp.550.000.000	Tenggang Raso merupakan UKM binaan Bank Indonesia tahun 2021 yang telah mengikuti berbagai program kehijauan , salah satunya adalah BimTek nasional, FGD bisnis hijau. Tenggang raso sendiri merupakan UKM yang bergerak dibidang kerajinan dengan memanfaatkan barang-barang bekas yang diolah kembali menjadi tas, karpet dan sebagainya.
4	DapurnyaAmi	Menengah	Rp.700.000.000	Dapurnya ami merupakan bisnis makanan olahan rumah seperti rendang, bumbu masak dan sebagainya yang sudah di edarkan di toko-toko. Bisnis ini sudah menjadi UKM mitra Bank Indonesia dan pernah mengikuti program Bank Indonesia seperti SCF 2024 yang lalu. Dalam aktivitasnya dapurnyaami sudah menjalankan praktik bisnis ramah lingkungan dengan cara pengurangan plastik pada kemasan dengan menginovasikan paper

No	Nama Bisnis	Skala Usaha	Omzet Tahunan	Gambaran Umum Usaha
				based packaging sehingga berkontribusi pada pengurangan limbah plastik.

Sumber : Personal Interview (2024)

Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan Bank Indonesia dalam membina UKM di Sumatera Barat sejalan dengan prinsip-prinsip *green intellectual capital*. Dengan demikian, dukungan yang diberikan oleh Bank Indonesia tidak hanya berdampak pada kemampuan berinovasi dalam meningkatkan kinerja ekonomi UKM, tetapi juga berkontribusi pada *environmental performance* untuk mencapai *environmental sustainability*. Sehingga nantinya dapat menjadi UKM percontohan sesuai dengan target pemberdayaan UKM Bank Indonesia.

Pencapaian *green innovation* tidak selalu mudah, sehingga dibutuhkan kreativitas ramah lingkungan dalam mencari solusi inovatif. *Green creativity* adalah konsep yang menggambarkan kemampuan pelaku usaha untuk menghasilkan ide, produk, atau proses baru yang mendukung keberlanjutan organisasi. Inovasi dan *green creativity* memegang peranan penting dalam keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM). Penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas produk merupakan faktor kunci yang memengaruhi pertumbuhan dan daya saing UKM (Naim et al., 2023). Dalam penelitian Riva (2021) *Green creativity* memengaruhi strategi *green innovation* karena *green creativity* diwujudkan dalam solusi unik untuk tantangan lingkungan (Song dan Yu, 2018). *Green creativity* meningkatkan kinerja organisasi dalam hal ekonomi

dan lingkungan serta memperkuat perilaku hijau. Kreativitas memfasilitasi penerapan inisiatif dan praktik hijau yang meningkatkan kinerja sistem manajemen lingkungan (Cheng, 2019; Song, et al., 2020).

Penelitian ini penting untuk mengeksplorasi praktik tentang bagaimana *green intellectual capital* dapat mendorong *green innovation* dan meningkatkan *environmental performance* pada UKM di Indonesia khususnya Sumatera Barat dengan menjadikan *green creativity* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi peran kreativitas dalam memperkuat hubungan antara modal intelektual hijau dan inovasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dan pembuat kebijakan tentang pentingnya *green intellectual capital* dan kreativitas dalam memperkuat keberlanjutan bisnis dan daya saing UKM di Indonesia.

Berdasarkan fenomena diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini untuk melihat bagaimana *green intellectual capital* mempengaruhi *green innovation* dan dampaknya terhadap *business performance*, serta bagaimana *green creativity* berperan sebagai variabel moderasi pada UKM Hijau di Sumatera Barat.

1.2 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh *green intellectual capital* terhadap *green innovation* pada UKM Hijau khususnya di Sumatera Barat?

2. Bagaimana pengaruh *green innovation* pada *business performance* dalam konteks UKM Hijau yang ada di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh *green innovation* terhadap *business performance* setelah dimoderasi oleh *green creativity*?

1.2.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat kita simpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan mengetahui hubungan signifikan antara *green intellectual capital* dan *green innovation*
2. Menguji dan mengetahui hubungan *green innovation* dan *business performance*
3. Untuk menguji dan mengetahui hubungan antara *green innovation* terhadap *business performance* setelah di moderasi oleh *green creativity*

1.2.3 Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi salah satu bentuk ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen, dimana penelitian ini mengkaji apakah terdapat hubungan yang signifikan dengan perusahaan yang mempunyai *intellectual capital* perusahaan terhadap inovasi dan bagaimana hubungannya dengan kinerja

lingkungan yang dimoderasi oleh kreatifitas. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi UKM untuk menerapkan aspek-aspek terkait dalam menjalankan bisnis ramah lingkungan.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian merupakan penelitian pendekatan kuantitatif yang berfokus pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Sumatera Barat yang bergerak di sektor industri pengolahan seperti sektor pertanian, kerajinan, dan makanan yang telah menerapkan atau memiliki kecenderungan untuk menerapkan konsep *green intellectual capital*, *green innovation*, dan *green creativity* dalam operasional bisnis mereka. Waktu penelitian dilakukan dalam periode tahun 2025 dengan pengumpulan data melalui survei dan wawancara mendalam kepada pelaku UKM yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green intellectual capital* terhadap *green innovation* serta dampaknya terhadap *business performance*, dengan *green creativity* sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini mengkaji empat variabel utama. *Green intellectual capital* sebagai variabel independen yang terdiri dari *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. *Green innovation* yang mencerminkan sejauh mana UKM mengadopsi inovasi ramah lingkungan dalam produk dan proses bisnis mereka. *Business performance* sebagai variabel dependen yang mengukur kinerja usaha

dari praktik hijau bisnis UKM, seperti pendapatan, efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan penggunaan bahan baku berkelanjutan, penggunaan prosedur yang ramah lingkungan, dan penggabungan pertimbangan kelestarian lingkungan ke dalam operasi Perusahaan. Selain itu, *Green Creativity* sebagai variabel moderasi berperan dalam memperkuat hubungan antara *green innovation* dan *business performance*, terutama dalam hal bagaimana kreativitas mendorong green innovation yang lebih efektif dan berkelanjutan.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan sistematika bertujuan untuk menguraikan secara umum permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sistematika. Sistematika penulisan tesis ini adalah:

BAB - SATU PENDAHULUAN

BAB I memaparkan konteks masalah, cara pembentukan masalah, tujuan penelitian dan penulisan sistemnya.

BAB - II TINJAUAN LITERATUR

BAB II membahas teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian sebagai landasan pemecahan masalah, merangkum relevan penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian. .

BAB - III METODE PENELITIAN

BAB III menjelaskan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional, variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB - IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB ini memaparkan penjelasan hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan teknik dan metode penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya serta menjelaskan jawaban atas seluruh permasalahan yang dikemukakan dalam merumuskan masalah. .

BAB - V PENUTUP

BAB ini berisi kesimpulan mengenai hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

