

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa dekade terakhir, pemanasan global telah menjadi isu krusial yang mengancam keberlanjutan kehidupan di bumi. Kenaikan suhu rata-rata bumi terutama disebabkan oleh pelepasan gas rumah kaca yang bersumber dari beragam sektor, termasuk aktivitas industri serta kegiatan perekonomian (IPCC, 2021). Salah satu sektor yang sering luput dari perhatian adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meski skala operasionalnya lebih kecil dibandingkan industri besar, secara kolektif UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap jejak karbon, terutama melalui penggunaan energi fosil, pengelolaan limbah yang kurang optimal, serta ketergantungan pada bahan baku yang tidak ramah lingkungan (OECD, 2024). Berdasarkan laporan Institute for Essential Services Reform (IESR), total emisi yang berkaitan dengan penggunaan energi oleh UMKM di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan mencapai 216 juta ton CO₂. Angka ini setara dengan sekitar 50% dari total emisi sektor industri nasional pada tahun 2022 (IESR, 2024). IESR (2023) dalam laporannya mengungkapkan bahwa transisi energi dan praktik bisnis berkelanjutan harus menjadi perhatian bagi seluruh sektor ekonomi, termasuk UMKM. Kementerian serta Lembaga Indonesia seperti Bank Indonesia (BI) terus melakukan upaya untuk mendorong UMKM di Indonesia *scale-up*, baik dari sisi jumlah produksi maupun mutu hasilnya (Bank Indonesia, 2023).

Salah satu langkah pemberdayaan yang dilakukan Bank Indonesia adalah mendorong pengembangan UMKM Hijau. Perhatian terhadap pengembangan UMKM ramah lingkungan ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa kerugian ekonomi Indonesia akibat dampak perubahan iklim telah menembus angka lebih dari Rp100 triliun per tahun. (Bank Indonesia, 2022). Oleh karena itu, UMKM perlu berperan lebih aktif sebagai agen pembangunan berkelanjutan dengan mengadopsi strategi bisnis yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan melalui transformasi UMKM Hijau. UMKM hijau sendiri mengacu pada inisiatif para pelaku usaha untuk mempertahankan keberlanjutan dan keseimbangan usaha melalui penerapan prinsip-prinsip bisnis berkelanjutan (Irianto, 2024).

Country	Number of MSMEs (Thousands)	MSMEs as a share of formal enterprises (%)	Impact of MSMEs		
			Share of employment (%)	Share of GDP (%)	Share of exports (%)
Brunei Darussalam	2.6 ^a	97.3	35.4	35.5	2.8
Cambodia	512.9	99.8	52.5	58.0	12.1
Indonesia	65 465.5	99.9	97.0	60.3	14.4
Lao People's Democratic Republic	133.7	99.8	82.4	15.7	14.2
Malaysia	1 226.0	97.4	48.0 ^b	38.2 ^b	13.5 ^b
Myanmar	72.7 ^c	99.1	76.0	69.3	23.7
Philippines	996.7	99.5	63.2	45.5	14.5
Singapore	279.0 ^d	99.0	72.0	45.0	38.3
Thailand	3 134.4	99.5	85.5	35.3	28.7
Viet Nam	651.1	98.1	44.5	45.0	18.7

Gambar 1.1 Data UMKM di ASEAN Tahun 2021

Sumber : The ASEAN Secretariat, 2022

Berdasarkan laporan terkini ASEAN Investment Report yang dipublikasikan pada September 2022, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah UMKM terbesar di kawasan ASEAN. Pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65,46 juta unit atau sekitar 90 persen dari total UMKM di seluruh ASEAN, jauh melampaui negara-negara anggota ASEAN lainnya (The

ASEAN Secretariat, 2022). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,3% (KUMKM, 2023). Tanpa adanya penguatan kebijakan yang berorientasi pada prinsip hijau, beban biaya akibat perubahan iklim di Indonesia diproyeksikan akan terus meningkat hingga mencapai 40% dari Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2048. Proyeksi ini berkaitan erat dengan tingginya jumlah UMKM di Indonesia (Bank Indonesia, 2022).

Menurut Firdaus et al. (2024), langkah-langkah yang diambil oleh Bank Indonesia selaras dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024, yang mencakup tujuh Agenda Pembangunan Nasional dan terintegrasi dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs). Salah satu strategi yang ditekankan adalah mitigasi perubahan iklim melalui penerapan pembangunan rendah karbon yang dapat diimplementasikan di berbagai sektor dan proses. Pemenuhan target SDGs bukan hanya menjadi tugas pemerintah, tetapi juga menjadi tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat (Werastuti et al., 2021), termasuk pelaku usaha dan sektor bisnis seperti UMKM. Mengingat UMKM di Indonesia mendominasi struktur pelaku bisnis, penerapan prinsip keberlanjutan dalam kegiatan operasional mereka diyakini mampu mendorong tercapainya tujuan SDGs sekaligus memperbaiki kualitas lingkungan (Bank Indonesia, 2023). Sebaliknya, jika sektor UMKM mengalami guncangan, maka perekonomian nasional berpotensi terganggu (Kartika et al., 2022).

Dorongan untuk mengembangkan UMKM hijau juga berangkat dari kenyataan bahwa aktivitas bisnis menjadi salah satu penyebab utama degradasi lingkungan (Sarango-Lalangui et al., 2018). MKM hijau berfungsi menjaga

harmoni antara kegiatan manusia dan kelestarian alam, sehingga mampu memenuhi kebutuhan sosial, ekonomi, dan lingkungan, baik bagi generasi saat ini maupun yang akan datang (Creech et al., 2014). Untuk mendukung terciptanya ekonomi berkelanjutan atau *green economy*, UMKM hijau dituntut melakukan inovasi dan transformasi, seiring meningkatnya permintaan pasar terhadap produk ramah lingkungan (Firdaus et al., 2024). Laporan The Economist Intelligence Unit (2021) menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap *sustainable goods* melonjak tajam, ditandai dengan kenaikan pencarian daring terhadap produk berkelanjutan sebesar 71% dalam periode 2016–2020, sebuah fenomena yang disebut sebagai “*ecowakening*.” Usaha atau bisnis yang menjalankan operasinya dengan memperhatikan keberlanjutan lingkungan dapat dikategorikan sebagai bisnis hijau, yaitu entitas usaha yang berkomitmen pada kelestarian lingkungan, memanfaatkan sumber daya terbarukan, serta meminimalkan dampak negatif dari aktivitasnya (Firdaus et al., 2024).

Konsep bisnis pada UMKM hijau dirancang sedemikian rupa untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas operasional dijalankan secara kreatif, sehingga pelaku usaha tidak hanya mampu meningkatkan kelas usahanya, tetapi juga berpotensi menembus pasar global tanpa mengabaikan kelestarian lingkungan di sekitarnya (Irianto, 2024). Menurut Irianto (2024) dalam SWA Media, proses transformasi menuju UMKM hijau dipacu melalui peningkatan kapasitas dan kapabilitas para pelaku usaha. Dalam rangka mewujudkan visi UMKM hijau tersebut, Bank Indonesia bekerja sama dengan International Trade Analysis and Policy Studies (ITAPS) IPB University untuk merancang *Model Bisnis Pengembangan UMKM Hijau Bank Indonesia*, yang mengelompokkan UMKM ke

dalam tiga kategori sesuai tahapan implementasinya yaitu *eco-adopter*, *eco-entrepreneur*, dan *eco-innovator* dengan 4 (empat) aspek pengukuran yaitu produksi, pemasaran, SDM dan keuangan. Pada tahun 2024 sektor kerajinan dan sektor pertanian menjadi target awal dari Bank Indonesia dalam implementasi transformasi UMKM Hijau (Bank Indonesia, 2023).

Menghadapi tantangan perubahan iklim di masa depan, meningkatnya urgensi peran UMKM hijau, fenomena *eco-wakening*, serta keselarasan dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, Bank Indonesia berupaya mendorong transformasi UMKM menuju model usaha hijau sebagai langkah strategis untuk memanfaatkan peluang bisnis ke depan (Firdaus et al., 2024). Selain Bank Indonesia, Institute for Essential Services Reform (IESR) juga mengajak para pelaku UMKM untuk berkontribusi dalam pengurangan emisi, sebagai bagian dari komitmen menuju usaha yang lebih ramah lingkungan dan berkesinambungan (IESR, 2024). Bagi pelaku UMKM, penerapan inisiatif keberlanjutan menjadi semakin penting untuk meningkatkan daya saing, mengingat adanya tekanan dari pelanggan, konsumen, maupun lembaga pengatur (Lee, 2009). Mereka juga perlu siap bersaing dengan pelaku UMKM lainnya agar tetap bertahan di tengah laju perkembangan dunia usaha yang kian pesat. Lebih dari itu, UMKM memegang peran strategis dalam memperkuat masyarakat kelas menengah yang tangguh, berprinsip, kritis, menuntut kejelasan aturan, dan menjunjung kepastian hukum (Musmini, 2013). Oleh karena itu, penting untuk memperluas pemahaman ini di kalangan pelaku UMKM, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang berkelanjutan melalui penerapan praktik yang ramah lingkungan.

Praktik ramah lingkungan atau praktik hijau, sejatinya merupakan bagian dari salah satu nilai budaya kearifan lokal Bali yaitu Tri Hita Karana (THK). Dengan adanya ajaran THK ini yaitu pada bagian *Palemahan* sebagai kearifan ekologis menjelaskan bahwa perlunya mewujudkan keharmonisan antara manusia dengan lingkungan (Atmadja et al., 2022). Wujud kearifan ekologis dan potensi sumber daya alam yang melimpah di Pulau Bali mendorong masyarakat setempat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui pendirian UMKM yang berfokus pada produksi barang ramah lingkungan. Adapun jumlah UMKM di setiap kabupaten/kota di Provinsi Bali pada tahun 2023 disajikan sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Keragaan UMKM Bali Tahun 2023

No	Kabupaten/Kota	Tahun
1	Badung	21.669
2	Bangli	44.251
3	Buleleng	66.368
4	Denpasar	29.749
5	Gianyar	75.666
6	Jembrana	67.183
7	Karangasem	50.717
8	Klungkung	35.972
9	Tabanan	47.957

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali (data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai Data Keragaan UMKM Bali pada tahun 2023, menunjukan kabupaten Gianyar menjadi kabupaten dengan peringkat pertama di tahun 2023 sebagai kabupaten dengan jumlah UMKM terbanyak di provinsi Bali yaitu 75.666 unit, diikuti oleh kabupaten Jembrana sebagai posisi kedua dengan jumlah 67.183 unit dan kabupaten Buleleng sebagai peringkat ketiga dengan jumlah 66.368 unit. Kabupaten Gianyar sebagai peringkat pertama dalam jumlah UMKM, juga didukung dengan prestasi yang dimiliki oleh kabupaten ini dengan sebutan *World Craft City* atau Kota Kerajinan Dunia di tahun 2019 (Pemerintah Kabupaten Gianyar, 2019). Pemerintah Kabupaten Gianyar (2019)

menjelaskan bahwa reputasi yang dimiliki Gianyar erat kaitannya dengan banyaknya karya seni monumental yang tercipta di daerah tersebut, didukung oleh perkembangan beragam bentuk dan jenis seni hasil cipta para seniman yang kreatif serta inovatif. Di antara berbagai produk kerajinan yang berkembang, kerajinan berbahan dasar kayu menjadi salah satu yang paling dikenal dari Kabupaten Gianyar.

Sektor kerajinan kayu di kabupaten Gianyar dikenal sebagai salah satu sektor unggulan dalam industri kreatif yang memiliki nilai seni tinggi dan permintaan pasar yang luas, baik lokal maupun internasional. Industri ini meliputi berbagai usaha produksi, seperti pembuatan patung, seni ukir pada dinding, pintu, jendela, dan produk sejenis lainnya. Berdasarkan laporan Nusa Bali (2024), kerajinan berbahan kayu menjadi komoditas ekspor terbesar di antara produk kerajinan asal Bali. Selama periode Januari hingga Juni 2024, total nilai ekspor komoditas kerajinan mencapai 34.919.392,16 dolar AS (setara Rp 569,6 miliar), dengan kontribusi ekspor kerajinan kayu sebesar 7,31 persen. Posisi berikutnya ditempati oleh kerajinan perak dengan nilai 8.265.268,11 dolar AS atau 6,46 persen, disusul oleh kerajinan logam yang menempati peringkat ketiga dengan nilai ekspor 5.319.575,88 dolar AS atau 4,16 persen. Berikut adalah data IKM pengerajin kayu yang terdapat di Gianyar, nilai produksi serta nilai bahan baku.

Tabel 1.2
Jumlah UMKM Kayu, Nilai Produksi dan Nilai Bahan Baku

Tahun	Jumlah Unit Usaha	Nilai Produksi (000,-)	Nilai Bahan Baku (000,-)
2022	476	Rp 175.861.799	Rp 48.167.373
2023	327	Rp 5.242.577.962	Rp 2.621.288.981
2024	553	Rp 6.743.877.962	Rp 3.371.938.981

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali (data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 1.2 jumlah UMKM industri kayu di kabupaten Gianyar pada tahun 2022 sejumlah 476 unit dan di tahun 2023 dengan jumlah 327 unit. Pada tahun 2024 kembali meningkat dengan jumlah 553 unit dan lebih tinggi dari tahun 2022. Berbeda dengan jumlah unit usaha, nilai produksi dan nilai bahan baku cenderung meningkat di tiap tahunnya. Hal ini dapat menjadi indikasi adanya penggunaan bahan baku yang meningkat serta dapat berkontribusi pada deforestasi jika tidak memiliki pengelolaan yang baik sehingga dapat mengancam keberlangsungan lingkungan. Keberlanjutan pada sektor kerajinan tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya secara bertanggung jawab, tetapi juga mencakup upaya menjaga stabilitas pasar yang dapat melestarikan tradisi, teknik, serta penerapannya. Selain itu, diperlukan pula inovasi yang dilakukan secara bertanggung jawab untuk menjawab kebutuhan dan tuntutan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional (Sánchez-Medina et al., 2011).

Tuntutan ini menyebabkan UMKM harus selalu melakukan inovasi ditengah trend konsumen, yang tentunya didorong oleh keadaan pasar, juga disebut sebagai inovasi terbuka serta menjadi faktor krusial dalam mendorong peningkatan kinerja (Barrett et al., 2021). Berbagai inovasi dilakukan dengan memanfaatkan potensi alam, khususnya hasil hutan dari daerah setempat, untuk diolah menjadi produk khas yang merepresentasikan identitas masyarakat dan mendukung pengembangan sektor pariwisata (Werastuti, 2022). Seiring dengan transisi perusahaan menuju konsep perusahaan hijau, UMKM tidak lagi hanya berfokus pada pengelolaan limbah, tetapi juga diharuskan memastikan bahwa seluruh proses produksi, mulai dari pengelolaan bahan baku hingga pembuangan produk setelah habis dikonsumsi, tidak memberikan dampak pencemaran terhadap lingkungan

(Yasrawan & Werastuti, 2022). UMKM dengan sifatnya yang menarik trend, dengan menerapkan praktik ramah lingkungan dapat meningkatkan citra mereka melalui inovasi berkelanjutan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Khan et al., 2021; Asad et al., 2021). Sebuah perusahaan dapat dinilai memiliki nilai yang positif apabila kinerjanya menunjukkan hasil yang baik (Werastuti, 2014).

Teori *Resource Based View* (RBV) menyatakan bahwa baik sumber daya berwujud maupun tidak berwujud yang dimiliki perusahaan dapat dimanfaatkan untuk merancang strategi, sehingga perusahaan mampu mencapai keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerjanya (Ruli et al., 2021). UMKM memiliki beragam jenis sumber daya, yang menurut RBV meliputi modal fisik, modal manusia, serta modal organisasi (Barney et al., 2001). Berdasarkan perspektif RBV, inovasi menjadi salah satu langkah strategis yang dapat dipertimbangkan UMKM guna mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah inovasi produk ramah lingkungan. Inovasi ramah lingkungan, yang juga dikenal dengan istilah inovasi hijau, mampu memberikan nilai tambah bagi UMKM karena konsumen masa kini semakin memperhatikan aspek keberlanjutan dalam produk yang mereka pilih (Razzaq et al., 2021). Temuan penelitian Lestari & Kardinal (2018) menunjukkan bahwa konsumen bersedia membayar harga lebih tinggi demi memperoleh produk yang ramah lingkungan. Fakta ini menjadi peluang penting yang seharusnya dimanfaatkan UMKM untuk menjaga dan meningkatkan kinerja usahanya.

Produk yang berlandaskan prinsip keberlanjutan umumnya memiliki daya jual lebih tinggi. Oleh karena itu, UMKM yang konsisten menerapkan prinsip keberlanjutan serta inklusivitas berpotensi lebih besar dalam membuka peluang

pasar baru sekaligus meningkatkan daya saingnya. Salah satu langkah strategis yang dapat diambil adalah merancang konsep produk organik serta menerapkan pendekatan eco-green atau *eco-friendly*. Menurut Bank Indonesia (2022), produk organik merupakan hasil produksi yang diolah tanpa menggunakan pestisida kimia, pupuk sintetis, bahan pengawet buatan, maupun zat kimia lainnya. Konsep ini memiliki kemiripan dengan *eco-green*, yaitu metode pengelolaan dan produksi material yang difokuskan pada aspek ramah lingkungan, yang kemudian dikenal sebagai *green product*.

Meskipun inovasi menjadi tuntutan utama, implementasi UMKM hijau masih dihadapkan pada berbagai tantangan, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Hambatan internal meliputi rendahnya tingkat kesadaran pelaku usaha, keterbatasan kompetensi dan keterampilan, keterbatasan modal finansial, serta minimnya sumber daya manusia yang mampu mendukung perubahan menuju keberlanjutan (Lee, 2009). Bank Indonesia (2022) mengidentifikasi dua kategori faktor dalam pengembangan UMKM hijau, yakni faktor pendorong (*driving factors*) dan faktor penarik (*pull factors*). Dalam laporannya, faktor pendorong mencakup regulasi, standar, dan sertifikasi. Berbagai kebijakan, baik di tingkat global maupun nasional, telah diterapkan untuk mendukung arah ini, antara lain Undang Undang RI Nomor 17 Tahun 2004 terkait pengesahan Kyoto Protocol To The United Nations Framework Convention On Climate Change, Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 terkait UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berasaskan berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, Undang Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang pengesahan (*Pengesahan Paris Agreement To The United Nations Framework*

Convention On Climate Change (Persetujuan Paris Atas Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa Mengenai Perubahan Iklim), 2016). Selain itu, Kebijakan strategis nasional lainnya mencakup RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional) 2020–2024 Prioritas ke-6 yang berfokus pada Pembangunan Lingkungan Hidup, Ketahanan Bencana, dan Perubahan Iklim, Roadmap Keuangan Berkelanjutan Tahap II yang disusun oleh OJK, serta inisiatif pengembangan konsep *green economy* yang digagas oleh Bappenas. Sementara itu, faktor penarik dalam pengembangan UMKM hijau mencakup tiga aspek utama (Bank Indonesia, 2022). Pertama, *business self-awareness*, yakni kesadaran dari pelaku usaha untuk bertransformasi menuju model bisnis yang berorientasi pada kelestarian lingkungan. Kedua, adanya dorongan dari berbagai forum internasional yang berperan sebagai katalisator percepatan penerapan praktik usaha ramah lingkungan. Ketiga, meningkatnya permintaan pasar terhadap produk yang berkonsep *eco-friendly* atau ramah lingkungan.

Melihat hambatan dan faktor penarik yang telah di ungkapkan, transisi menuju UMKM Hijau dan tanggung jawab untuk melakukan transformasi, secara internal terletak kepada pimpinan dari UMKM untuk menciptakan kesadaran dalam melakukan praktik bisnis berkelanjutan. Peran pimpinan dalam transformasi hijau UMKM menjadi faktor kunci dalam mendorong perubahan organisasi. Pemimpin dengan gaya kepemimpinan transformasional hijau dapat menginspirasi dan mengarahkan karyawan untuk menerapkan strategi bisnis berkelanjutan, beradaptasi dengan regulasi lingkungan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam operasional bisnis (Robertson & Barling, 2013).

Dalam konteks ini, selain teori RBV, teori *Ability-Motivation-Opportunity* (AMO) menjadi relevan, karena menggarisbawahi bahwa keberhasilan perubahan organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan (*ability*) karyawan dalam mengelola inovasi hijau, motivasi (*motivation*) yang diberikan oleh pemimpin, serta kesempatan (*opportunity*) yang diberikan pemimpin untuk karyawan dalam mengimplementasikan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan (Appelbaum et al., 2000). Ketika seseorang menilai pekerjaannya memiliki nilai penting bagi dirinya, dorongan atau motivasi untuk bekerja cenderung meningkat. Dengan demikian, semakin besar kontribusi yang dapat diberikan individu terhadap pekerjaannya, semakin besar pula peran yang dijalankannya. Hal ini juga berdampak pada meningkatnya motivasi intrinsik, terutama ketika tanggung jawab yang diemban semakin besar (Purnamawati & Yuniarta, 2016).

Kepemimpinan transformasional mendorong karyawan untuk melakukan eksperimen dan berpartisipasi aktif dalam proses pengembangan produk yang bersifat inovatif (Matzler et al., 2008). Demikian pula, ketika pimpinan berkomitmen terhadap praktik ramah lingkungan, mereka akan mendorong karyawannya untuk terlibat dalam praktik ramah lingkungan dan akan memberikan peluang untuk bereksperimen dengan inovasi produk ramah lingkungan (Chen & Chang, 2013). Dengan adanya dukungan dari pemerintah ini seharusnya menjadi motivasi bagi pimpinan UMKM untuk melakukan transisi menjadi UMKM hijau.

Lebih jauh lagi, seorang pemimpin transformasional dapat mendukung ide-ide inovatif karyawannya di dalam perusahaannya, dimana tindakan ini dapat menjadi panutan dan dapat menjadi kekuatan pendorong bagi inovasi dan kreativitas ramah lingkungan (Mansoor et al., 2021). Oleh karena itu,

kepemimpinan transformasional mempunyai peran penting dalam mendorong inovasi ramah lingkungan. Xie et al. (2018) menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan ini memiliki korelasi positif dengan terciptanya iklim yang mendukung inovasi. Para peneliti juga menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional ramah lingkungan memberikan dampak yang signifikan terhadap inovasi (Majali et al., 2022; Asad, 2021; Singh et al., 2020; Xie et al., 2018).

Dalam konteks UMKM, peran pemimpin menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan usaha. Hal ini disebabkan karena pemilik UMKM memiliki otoritas utama dalam menetapkan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang secara langsung memengaruhi kinerja organisasi secara menyeluruh (Madanchian et al., 2017). Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), pemimpin dipandang sebagai salah satu sumber daya inti. Sumber daya manusia, khususnya kepemimpinan, memegang peranan penting dalam keberlangsungan suatu usaha (Atmadja et al., 2021). Studi terkait pengaruh *green transformational leadership* terhadap kinerja bisnis menghasilkan temuan yang bervariasi. Kepemimpinan transformasional hijau secara signifikan mempengaruhi kinerja UMKM dalam beberapa cara (Kusi et al., 2021) dan mengembangkan sikap karyawan terhadap praktik ramah lingkungan (Zhao & Huang, 2022). Sejumlah penelitian menemukan bahwa kepemimpinan transformasional hijau berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis (Zhao & Huang, 2022) dan kinerja lingkungan (Singh et al., 2020). Namun, temuan Majali et al. (2022) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana kepemimpinan transformasional hijau tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Meskipun demikian, kepemimpinan transformasional hijau tetap memiliki peran penting dalam mendorong kinerja

UMKM. Sejalan dengan peran kepemimpinan, orientasi kewirausahaan hijau juga berkontribusi besar dalam mendorong pengembangan serta promosi produk inovatif ramah lingkungan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap kinerja UMKM (Muangmee et al., 2021).

Orientasi kewirausahaan hijau juga membantu UMKM dalam mendeteksi kemampuan, mencari peluang, dan merenovasi kegiatan dengan cara yang ramah lingkungan (Singh et al., 2020). Mendeteksi kemampuan UMKM yang berorientasi kewirausahaan hijau membantu mereka mengidentifikasi peluang teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang ramah lingkungan (Ameer & Khan, 2023). Pencarian peluang adalah bagian dari UMKM yang berorientasi pada kewirausahaan hijau yang membantu mereka mengidentifikasi peluang mobilisasi sumber daya untuk memenuhi persyaratan dan prospek dengan cara yang ramah lingkungan (Eikelenboom & de Jong, 2019), salah satunya dengan kemampuan merenovasi (*renovation capability*) (Hernández-Perlines et al., 2021). Perusahaan yang mampu mengelola sumberdaya yang dimilikinya secara efektif maka hal ter-sebut dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibanding para pesaingnya (Werastuti, 2014).

Kemampuan merenovasi adalah dimensi pengambilan inisiatif dari orientasi kewirausahaan di mana UMKM menjaga aktivitas dan operasional mereka tetap terkini dan terus memperbarui sumber daya mereka untuk mendapatkan pangsa pasar maksimum, yang pada gilirannya akan menghasilkan kinerja yang lebih baik (Hernández-Perlines et al., 2021), seperti kemampuan UMKM untuk terus memperbarui, memperbaiki, dan menyesuaikan aktivitas, operasional, serta sumber daya mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah.

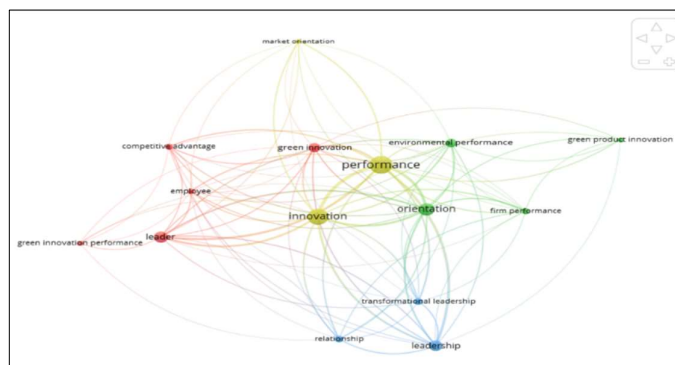
Penelitian dari Haddoud et al., (2023) dan (Jiang et al., 2018) menghasilkan temuan bahwa orientasi kewirausahaan hijau memiliki pengaruh terhadap kinerja lingkungan dan keuangan. Begitupula penelitian yang dilakukan oleh (Muangmee et al., 2021) yang menyatakan orientasi kewirausahaan hijau memiliki pengaruh terhadap kinerja lingkungan.

Orientasi kewirausahaan hijau (*Green Entrepreneurial Orientation*) lebih cenderung mempengaruhi kesempatan untuk menghasilkan keuntungan secara ekonomis dan lingkungan melalui pengenalan produk dan jasa yang ramah lingkungan (Dean & McMullen, 2007). Orientasi mencerminkan strategi bisnis yang mengintegrasikan inovasi hijau dengan peluang pasar, sehingga UMKM tidak hanya sekadar memenuhi regulasi lingkungan tetapi juga memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Kirkwood & Walton, 2010). Dengan menerapkan pendekatan ini, UMKM dapat memperkuat posisi mereka dalam ekosistem bisnis yang semakin mengedepankan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Beberapa penulis menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan hijau mempunyai dampak yang signifikan terhadap inovasi (Muangmee et al., 2021; Habib et al., 2020; Jiang et al., 2018; Ibarra-Cisneros & Hernandez-Perlines, 2019). Tetapi hasil tersebut berbeda dengan penelitian dari Majali et al. (2022) yang menyatakan orientasi kewirausahaan hijau tidak signifikan dengan inovasi produk hijau pada sektor UMKM.

Kehadiran variabel mediasi inovasi produk hijau (*green product innovation*) menjadi penting untuk menjembatani inkonsistensi hasil tersebut. Berdasarkan teori *Resource-Based View* (Barney et al., 2001), inovasi produk hijau merupakan kapabilitas internal strategis yang dapat memperkuat pengaruh kepemimpinan dan

orientasi wirausaha terhadap kinerja. Ketika UMKM mampu mengembangkan produk ramah lingkungan secara konsisten dan kreatif, maka dampak dari kepemimpinan transformasional hijau dan orientasi kewirausahaan hijau terhadap kinerja akan menjadi lebih signifikan dan berkelanjutan.

Untuk arah mediasi, terdapat penelitian dari Muangmee et al. (2021) yang menyatakan adanya peran mediasi inovasi produk hijau antara orientasi kewirausahaan hijau terhadap kinerja. Tetapi penelitian dari Majali et al. (2022) menyatakan bahwa peran mediasi inovasi produk hijau antara orientasi kewirausahaan hijau terhadap kinerja tidak signifikan begitu pula peran mediasi inovasi produk hijau antara kepemimpinan transformasional hijau terhadap kinerja pada sektor UMKM. Berdasarkan penelitian dari Aastvedt et al. (2021) dan Majali et al. (2022) terdapat hubungan signifikan antara inovasi produk hijau dan kinerja keuangan. Dalam penelitian ini, penulis ingin meneliti hubungan antara kepemimpinan transformasional hijau, orientasi kewirausahaan hijau, dan kinerja UMKM hijau dengan dimediasi oleh inovasi produk hijau. Penelitian mengenai kepemimpinan transformasional, orientasi kewirausahaan, inovasi dan kinerja bukanlah penelitian yang baru dilakukan dibuktikan dengan hasil pemetaan Vos Viewer pada gambar 1.2 sebagai berikut.



Gambar 1.2 Pemetaan Vos Viewer
Sumber : data diolah, 2024

Dengan memperhatikan uraian latar belakang dan adanya adanya ketidakkonsistenan antara hasil penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengambil penelitian tentang kinerja UMKM hijau. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi antara kepemimpinan transformasional hijau, orientasi kewirausahaan hijau, dan inovasi produk hijau dalam konteks UMKM hijau di Indonesia, dengan menggunakan indikator kinerja berbasis pedoman Bank Indonesia (2022) yang terdiri dari aspek produksi, pemasaran, SDM, dan keuangan. Penelitian ini juga mengembangkan model konseptual berbasis teori RBV dan AMO untuk memperjelas peran strategis inovasi produk hijau sebagai mediasi.

Penelitian terhadap UMKM Hijau menjadi penting karena UMKM merupakan mayoritas pelaku usaha nasional dan memiliki peran strategis dalam mendorong ekonomi yang berkelanjutan. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki fleksibilitas namun juga keterbatasan dalam adopsi praktik hijau. Oleh karena itu, menganalisis kapabilitas internal seperti kepemimpinan, orientasi wirausaha hijau, dan inovasi produk pada UMKM akan memberikan wawasan praktis dan akademik yang sangat dibutuhkan dalam transisi ekonomi hijau Indonesia.

Kinerja UMKM hijau merupakan kebaharauan dari penelitian ini, penelitian sebelumnya hanya menguji terhadap kinerja keuangan atau kinerja lingkungan. Berdasarkan pedoman resmi dari Bank Indonesia dengan IPB, terdapat 24 indikator pengembangan UMKM Hijau yang dibagi dalam empat aspek utama: produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Indikator ini disusun untuk menilai kesiapan dan kinerja UMKM dalam mengadopsi praktik bisnis hijau secara menyeluruh. Oleh karena itu, indikator tersebut dapat digunakan secara akademis

sebagai alat ukur atau variabel dependen (Y) dalam mengkaji kinerja UMKM hijau. Keempat aspek ini mencerminkan aktivitas inti dalam rantai nilai usaha yang relevan dengan prinsip *triple bottom line: profit, people, and planet*. Dengan mengacu pada indikator resmi ini, penelitian menjadi lebih terstandar dan memiliki validitas kebijakan yang tinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami bagaimana faktor internal seperti kepemimpinan dan orientasi kewirausahaan dapat menggerakkan UMKM menuju praktik hijau yang produktif. Dengan meningkatnya perhatian global dan nasional terhadap isu lingkungan, UMKM perlu menjadi bagian dari solusi keberlanjutan, bukan hanya pelengkap sektor formal. Urgensi dari penelitian ini yaitu melihat pentingnya adanya transisi UMKM menuju UMKM hijau. Dengan mempertimbangkan tantangan perubahan iklim ke depan, adanya urgensi mengenai peran UMKM dengan jumlah yang terus meningkat, fenomena *eco-wakening* serta diperkuat dengan prediksi peningkatan biaya perubahan iklim di Indonesia pada 2048 sehingga penelitian terhadap UMKM hijau ini penting untuk dilaksanakan. Selain hasil penelitian terdahulu yang kurang konsisten, perlunya kesadaran dari pelaku UMKM untuk melakukan praktik bisnis berkelanjutan menjadikan bahan pertimbangan dalam penentuan faktor-faktor yang akan dikembangkan dalam penelitian ini.

Faktor seperti *Kepemimpinan Transformasional Hijau*, *Orientasi Kewirausahaan Hijau* dan *Inovasi Produk Hijau* menjadi variabel-variabel yang dapat memberikan wawasan mengenai kinerja UMKM hijau. Dengan melibatkan faktor-faktor tersebut, penelitian ini tidak hanya mencoba untuk memahami aspek finansial, tetapi juga mengeksplorasi ilmu perilaku dan bisnis manajemen.

Untuk memastikan relevansi topik dengan konteks lokal, peneliti telah melakukan studi pendahuluan yang dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara singkat dengan pelaku IKM kerajinan kayu di Kabupaten Gianyar. Hasil menunjukkan adanya indikasi awal penerapan prinsip kepemimpinan transformasional hijau, inovasi produk hijau, serta orientasi kewirausahaan hijau. Sebagian pelaku usaha mulai menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan usaha berkelanjutan, misalnya melalui pengolahan limbah kayu, promosi produk, kesetaraan gender dan pimpinan yang memotivasi karyawan terhadap kegiatan produksi ramah lingkungan.

Meskipun demikian, penerapan nilai-nilai keberlanjutan tersebut masih bersifat terbatas dan belum terstruktur. Beberapa pemilik usaha menyatakan keinginan untuk mengembangkan usaha dengan skala yang lebih besar dan berharap dapat melakukan ekspor hingga dapat bersaing di pasar global, namun keterbatasan dalam panduan kepemimpinan dan/atau orientasi kewirausahaan yang memadai. Temuan studi awal juga menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM kerajinan kayu baru berada pada tahap *Eco-Entrepreneur*. Pada level ini, pelaku usaha telah mulai menerapkan praktik hijau seperti pemilihan bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah produksi, dan substansi promosi untuk pemasaran hijau, meskipun belum sampai pada tahap pelaporan keberlanjutan atau pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang merupakan karakteristik *Eco-Innovator*.

Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik memfokuskan lingkup kajian pada UMKM Hijau yang berada pada tingkat *Eco-Entrepreneur*, untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam instrumen penelitian benar-benar sesuai dengan kondisi empiris lapangan, serta dapat mencerminkan kinerja aktual UMKM

Hijau di sektor kerajinan kayu. Temuan ini mengindikasikan bahwa UMKM Kerajinan Kayu di Gianyar merupakan lokasi yang relevan untuk meneliti bagaimana kapabilitas internal seperti kepemimpinan transformasional hijau dan orientasi kewirausahaan hijau mendorong inovasi produk hijau dan kinerja UMKM hijau.

Meskipun praktik usaha hijau di sektor UMKM kerajinan kayu Gianyar belum sepenuhnya dilakukan hingga tahapan *Eco-Innovator*, hal ini justru menegaskan perlunya kajian akademik yang mendalam terkait praktik UMKM. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengidealkan UMKM sebagai pelaku utama praktik ramah lingkungan, melainkan untuk mengidentifikasi kapabilitas internal apa saja yang secara potensial dapat mendorong UMKM bergerak ke arah yang lebih berkelanjutan. Dalam konteks ini, variabel seperti kepemimpinan transformasional hijau dan orientasi kewirausahaan hijau menjadi relevan sebagai instrumen internal organisasi yang dapat memengaruhi proses perubahan perilaku dan strategi usaha. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bukan sekadar memberi ruang apresiasi terhadap UMKM, tetapi justru mengisi kekosongan literatur dan kebutuhan praktis dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja UMKM secara berkelanjutan. Dalam jangka panjang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam membangun kerangka pembinaan UMKM hijau yang lebih terukur, berbasis data, dan berorientasi pada dampak nyata. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Determinan Kinerja UMKM Hijau : Peran Mediasi Inovasi Produk Hijau”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dimotivasi oleh beberapa hal, yaitu perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh mediasi dari inovasi produk hijau terhadap kinerja UMKM hijau. Urgensi dari penelitian ini yaitu melihat pentingnya adanya transisi UMKM menuju UMKM hijau. Dengan mempertimbangkan tantangan perubahan iklim ke depan, urgensi peran UMKM dikarenakan jumlah UMKM yang selalu meningkat, fenomena *eco-wakening* yang mempengaruhi perilaku konsumsi serta diperkuat dengan prediksi peningkatan biaya perubahan iklim di Indonesia pada 2048 sehingga penelitian terhadap UMKM hijau ini penting untuk dilaksanakan. Selain hasil penelitian terdahulu yang kurang konsisten, perlunya kesadaran dari pelaku UMKM untuk melakukan praktik bisnis berkelanjutan menjadikan bahan pertimbangan dalam penentuan variabel-variabel yang akan dikembangkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini mencoba untuk menganalisa kepemimpinan transformasional hijau, orientasi kewirausahaan hijau, dan kinerja UMKM hijau dengan dimediasi oleh inovasi produk hijau pada UMKM sektor kerajinan kayu di kabupaten Gianyar. Penelitian ini melengkapi penelitian yang dilakukan oleh Majali et al., (2022) yang juga melakukan uji terhadap peran mediasi dari inovasi produk hijau antara kepemimpinan transformasional hijau dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja keuangan pada UMKM sektor manufaktur.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah berfungsi untuk mencegah terjadinya penyimpangan maupun pelebaran topik pembahasan, sehingga penelitian tetap fokus dan

memudahkan peneliti dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun batasan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diarahkan hanya pada analisis pengaruh kepemimpinan transformasional hijau dan orientasi kewirausahaan hijau terhadap kinerja UMKM hijau, dengan inovasi produk hijau sebagai variabel mediasi. Faktor-faktor lain di luar variabel tersebut yang berpotensi memengaruhi hasil tidak dimasukkan ke dalam lingkup kajian.
2. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada UMKM yang berada di Kabupaten Gianyar, yaitu UMKM yang berada hingga tahap *Eco-Entrepreneur* di sektor kerajinan kayu, dengan responden yang merupakan pelaku usaha pada sektor tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Kemampuan UMKM untuk terus berinovasi merupakan strategi yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan kinerja UMKM yang berdampak pada keberlangsungan usahanya. Salah satu bentuk inovasi yaitu pada produk yang ramah lingkungan untuk menciptakan UMKM hijau. Oleh karena itu, sangat penting untuk dilakukan kajian terkait kinerja UMKM yang keberlanjutan, dengan mengaitkan terhadap kepemimpinan transformasional hijau, orientasi kewirausahaan hijau serta inovasi produk hijau. Berdasarkan penjelasan di atas, adapun rumusan masalah yang akan diteliti pada sektor UMKM adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah kepemimpinan transformasional hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk hijau ?

- 2) Apakah kepemimpinan transformasional hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM hijau ?
- 3) Apakah orientasi kewirausahaan hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk hijau ?
- 4) Apakah orientasi kewirausahaan hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM hijau?
- 5) Apakah inovasi produk hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM hijau ?
- 6) Apakah inovasi produk hijau dapat memediasi secara positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional hijau terhadap Kinerja UMKM hijau ?
- 7) Apakah inovasi produk hijau dapat memediasi secara positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan hijau terhadap Kinerja UMKM hijau ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada permasalahan diatas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membangun sebuah model dan konsep baru penelitian empirik pada kinerja sektor UMKM dengan menguji kepemimpinan transformasional ramah lingkungan, orientasi kewirausahaan ramah lingkungan serta mediasi dari inovasi produk hijau. Berdasarkan pada tujuan utama tersebut, maka secara khusus tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepemimpinan transformasional hijau terhadap inovasi produk hijau.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepemimpinan transformasional hijau terhadap Kinerja UMKM hijau.

- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan hijau terhadap inovasi produk hijau.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan hijau terhadap Kinerja UMKM hijau.
- 5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi produk hijau terhadap Kinerja UMKM hijau.
- 6) Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi inovasi produk hijau antara kepemimpinan transformasional hijau terhadap Kinerja UMKM hijau.
- 7) Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi inovasi produk hijau antara orientasi kewirausahaan hijau terhadap Kinerja UMKM hijau.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan melalui analisis peran krusial inovasi produk ramah lingkungan sebagai variabel mediasi antara kepemimpinan transformasional hijau, orientasi kewirausahaan hijau, dan kinerja UMKM hijau. Secara khusus, penelitian ini memperkaya kajian berbasis *Resource-Based View* (RBV), *Ability–Motivation–Opportunity* (AMO), dan *Triple Bottom Line* (TBL) dengan menghadirkan bukti empiris pada konteks UMKM kerajinan kayu di Kabupaten Gianyar, Bali. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman teoritis mengenai peran inovasi produk hijau sebagai variabel mediasi dalam meningkatkan kinerja UMKM hijau, sehingga dapat memperkuat atau memodifikasi model konseptual yang telah ada pada penelitian terdahulu.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan, antara lain:

- 1) Bagi pelaku UMKM kerajinan kayu, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan dalam mengembangkan kepemimpinan transformasional hijau dan orientasi kewirausahaan hijau yang efektif untuk mendorong inovasi produk dan meningkatkan kinerja, baik pada aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, maupun keuangan.
- 2) Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang kebijakan pembinaan, pelatihan, dan dukungan pendanaan yang berfokus pada penguatan kapasitas kepemimpinan hijau dan inovasi produk ramah lingkungan.
- 3) Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi rujukan dan inspirasi dalam melakukan studi lanjutan dengan memperluas objek, variabel, maupun wilayah penelitian, sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan UMKM hijau di Indonesia.