

# PENGARUH KESADARAN EKONOMI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DI WARU DALAM MENGADOPSI PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN

Jeremy Ardian Limanto<sup>1</sup>, Cicilia Varadigma<sup>2</sup>  
[jeremy.23233@mhs.unesa.ac.id](mailto:jeremy.23233@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [cicilia.23178@mhs.unesa.ac.id](mailto:cicilia.23178@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>  
Universitas Negeri Surabaya

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kesadaran ekonomi hijau mempengaruhi keputusan UMKM untuk menerapkan praktik-praktik yang lebih ramah lingkungan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, data primer diambil melalui kuesioner yang disebarakan kepada pemilik dan pengelola UMKM di berbagai sektor usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan, artikel, dan studi terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Kesadaran ekonomi hijau mencakup aspek pemahaman tentang keberlanjutan, manfaat ekonomi dari praktik hijau, serta tanggung jawab sosial pemilik usaha. Keputusan UMKM untuk mengadopsi praktik ramah lingkungan diukur berdasarkan penerapan pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan penggunaan bahan baku yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM, Ekonomi Hijau, Praktik Ramah Lingkungan.

## ABSTRACT

*This study examines the influence of green economic awareness on the decisions of UMKMs to adopt environmentally friendly practices. A quantitative approach was employed, with primary data collected through questionnaires distributed to UMKM owners and managers across various sectors. Secondary data was sourced from reports, articles, and relevant prior studies to provide additional context. Green economic awareness is defined by an understanding of sustainability, the economic advantages of green practices, and the social responsibility of business owners. The adoption of eco-friendly practices by UMKMs was assessed through indicators such as waste management, energy efficiency, and the use of sustainable raw materials.*

**Keywords:** *UMKM, Green Economy, Eco-Friendly Practices.*

## PENDAHULUAN

Kelestarian Lingkungan merupakan sebuah isu yang saat ini sedang naik daun dan menarik perhatian global. Belakangan ini banyak orang mulai sadar akan masalah lingkungan yang dampaknya mulai terasa akibat oleh berbagai aktivitas manusia terhadap lingkungan. Masalah lingkungan kini menjadi kekhawatiran besar bagi manusia di era modern ini, di mana semua permasalahan tersebut bisa timbul akibat dari langkah praktis yang sering kali diutamakan tanpa memikirkan dampaknya terhadap lingkungan di masa depan. Oleh karena itu, berbagai solusi telah diupayakan dalam mengurangi maupun mencegah kerusakan lingkungan agar tidak semakin parah. Sebagai ekonom, salah satu langkah yang dapat diambil oleh para pelaku usaha adalah menerapkan usaha yang berfokus pada Ekonomi Hijau, yaitu sebuah pendekatan ekonomi yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi, namun dengan tetap memperhatikan keberlanjutan lingkungan. Konsep ini menekankan bahwa aktivitas ekonomi tidak harus mengorbankan kelestarian alam, melainkan keduanya tetap berjalan seiring dengan melestarikan lingkungan alam. Ekonomi Hijau mendorong para pelaku ekonomi untuk memikirkan kembali dampak yang mungkin timbul dari sebuah keputusan yang diambil.

Dalam hal ini UMKM sendiri mengambil peranan yang cukup besar. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dalam perkembangan ekonomi

negara. Hal ini dapat dibuktikan dari data yang ada, yaitu di tahun 2023, jumlah pelaku UMKM menyentuh angka 66 juta. UMKM telah berkontribusi dalam Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 61%, atau setara dengan Rp9.580 triliun. UMKM juga telah membuka lapangan kerja bagi sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Namun, disisi lain, UMKM juga masih menggunakan metode yang tidak ramah lingkungan dalam aktivitas produksinya. Kesadaran untuk menerapkan Ekonomi Hijau memainkan peran penting untuk UMKM dalam bertransformasi menuju Ekonomi Hijau. Kesadaran akan Ekonomi Hijau memiliki arti yaitu para pelaku usaha memiliki kesadaran dan komitmen untuk menjalankan praktik usaha yang memperhatikan kelestarian lingkungan, yaitu dengan memikirkan dampak jangka panjang yang mungkin akan timbul dari suatu keputusan yang diambil.

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi praktik ramah lingkungan oleh UMKM, mulai dari tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan, dukungan pemerintah, hingga tekanan dari konsumen yang semakin peduli terhadap produk ramah lingkungan. Dalam hal ini, teori-teori yang relevan dapat digunakan untuk memahami proses pengambilan keputusan oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi Ekonomi Hijau. Salah satunya adalah Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1985, mengemukakan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku tersebut, norma sosial yang dirasakan, dan persepsi terhadap kontrol yang dimiliki dalam melaksanakan perilaku tersebut. Dalam konteks UMKM, teori ini dapat membantu menjelaskan bagaimana niat pelaku usaha untuk mengadopsi praktik ramah lingkungan dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

Selain itu, konsep pembangunan berkelanjutan (sustainable development) juga menjadi landasan penting. Pembangunan berkelanjutan menekankan pentingnya agar proses pembangunan dapat memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang untuk mencukupi kebutuhan mereka sendiri. Dalam konteks UMKM, ini berarti bahwa strategi bisnis yang diterapkan harus mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini mencakup inovasi produk yang lebih ramah lingkungan, pengelolaan rantai pasok yang berkelanjutan, serta pemberdayaan komunitas lokal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara global.

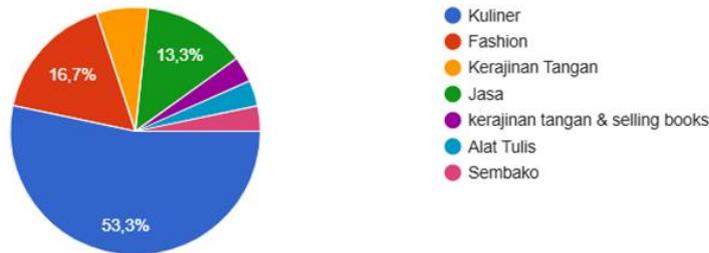
## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kesadaran ekonomi hijau terhadap keputusan UMKM dalam mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam usahanya. Data yang ada didapatkan dari para pelaku UMKM yang berada di Waru, Sidoarjo. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2012), pendekatan kuantitatif melibatkan penggunaan data statistik, rumus, dan penerjemahannya dalam bentuk kalimat untuk menarik kesimpulan yang dapat dipahami. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Kuesioner ini dirancang untuk mengukur kesadaran ekonomi hijau (Variabel X) dan keputusan UMKM (Variabel Y). Skala Likert merupakan skala yang mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap beberapa pernyataan mengenai sebuah objek.

Penelitian ini menggunakan rumus Roscoe dalam menetapkan kuantitas sampel yang akan digunakan. Rumus Roscoe yaitu, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk

sebuah penelitian adalah minimal 10 kali dari variabel yang diteliti. Dan dihasilkan bahwa jumlah responden minimal yang dibutuhkan sejumlah 20-30 orang. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah Accidental Sampling dengan analisis deskriptif. Accidental Sampling adalah teknik pemilihan responden yang dilaksanakan secara kebetulan, yaitu memilih siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dirasa sesuai untuk dijadikan sumber data.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Karakteristik Responden**



Dari 30 responden, dapat diketahui bahwa dari Jenis UMKM didominasi oleh para pelaku UMKM di sektor Kuliner, dengan jumlah 53,3% atau 16 responden, kemudian sektor Fashion sebanyak 16,7% atau 5 responden, Jasa 13,3% atau 4 responden, Kerajinan tangan sebanyak 6,7% atau 2 responden, dan sisanya kerajinan tangan & selling books, Alat Tulis, dan Sembako masing-masing sebesar 3,3% atau 1 responden

**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual	
N		30	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,08578224	
Most Extreme Differences	Absolute	,126	
	Positive	,089	
	Negative	-,126	
Test Statistic		,126	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	,256	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,245
		Upper Bound	,267

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.  
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Uji normalitas yang dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $p = 0,200$ , yang lebih besar dari tingkat signifikansi  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas dan dianggap berdistribusi normal. Asumsi normalitas yang terpenuhi sangat penting dalam banyak analisis statistik, terutama yang menggunakan pendekatan parametrik. Distribusi normal memastikan bahwa hasil estimasi dan inferensi statistik menjadi lebih valid dan dapat dipercaya.

## Hasil Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.033	.263	.535**	.325	.650**
	Sig. (2-tailed)		.861	.161	.002	.080	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.033	1	.502**	.172	.513**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.861		.005	.362	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.263	.502**	1	.030	.424*	.647**
	Sig. (2-tailed)	.161	.005		.874	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.535**	.172	.030	1	.531**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.002	.362	.874		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.325	.513**	.424*	.531**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.080	.004	.019	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.650**	.618**	.647**	.674**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.447*	.209	-.272	.469**	.693**
	Sig. (2-tailed)		.013	.268	.145	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.447*	1	.379*	.122	.346	.753**
	Sig. (2-tailed)	.013		.039	.522	.061	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.209	.379*	1	.456*	.131	.657**
	Sig. (2-tailed)	.268	.039		.011	.489	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	-.272	.122	.456*	1	-.170	.264
	Sig. (2-tailed)	.145	.522	.011		.368	.159
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.469**	.346	.131	-.170	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.009	.061	.489	.368		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y1	Pearson Correlation	.693**	.753**	.657**	.264	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.159	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas digunakan untuk menilai apakah alat ukur yang diterapkan mampu menghasilkan data yang valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan pada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai kritis untuk validitas ditentukan berdasarkan korelasi antara setiap item pertanyaan dan total skor. Berdasarkan tabel distribusi r (tabel r product-moment Pearson), suatu pertanyaan dikatakan valid apabila nilai r hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari nilai e tabel. Sehingga suatu pertanyaan dapat dikatakan valid ketika  $r \text{ hitung} > 0,361$ . Pada hasil Uji Validitas ditemukan bahwa terdapat 9 pertanyaan valid, dan 1 pertanyaan tidak valid.

## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	5

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	4

Uji reliabilitas diterapkan guna menguji sejauh mana alat ukur dapat diandalkan dalam menghasilkan data yang reliabel. Uji reliabilitas dilakukan terhadap data yang

telah lolos uji validitas sebelumnya, dan dalam penelitian ini, kriteria reliabilitas diterapkan pada nilai Cronbach's Alpha > 0,60, sesuai dengan standar yang umumnya diterapkan dalam penelitian sosial dan manajemen.. Hasil Uji Reliabilitas yang dilakukan menunjukkan bahwa kesadaran ekonomi hijau (Variabel X) dan keputusan UMKM (Variabel Y), ditemukan bahwa semua variabel yang diuji dinyatakan reliabel, yaitu sebesar 0,715 untuk kesadaran ekonomi hijau (Variabel X), dan 0.665 untuk keputusan UMKM (Variabel Y). Kesadaran ekonomi hijau (Variabel X) memiliki nilai reliabilitas yang lebih tinggi dibandingkan keputusan UMKM (Variabel Y), yang menunjukkan bahwa instrumen untuk mengukur kesadaran ekonomi hijau lebih konsisten dibandingkan keputusan UMKM, meskipun keduanya masih berada dalam rentang yang diterima.

### Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total_X1	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Total\_Y1

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Kesadaran Ekonomi Hijau (X1), memiliki nilai VIF (Variance Inflation Factor) sebesar 1.000 menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki masalah karena multikolinieritas. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki masalah multikolinieritas. Nilai tolerance untuk variabel ini memiliki angka yang sama dengan nilai VIF, yaitu sebesar 1.000. Dengan hanya satu variabel independen, sangat wajar tidak terdapat multikolinieritas karena multikolinieritas hanya terjadi ketika ada lebih dari satu variabel independen yang saling berkorelasi. Dengan tidak adanya multikolinieritas, stabilitas model regresi menjadi lebih baik, sehingga koefisien regresi dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang hubungan antara variabel independen (Kesadaran Ekonomi Hijau) dan variabel dependen dalam penelitian.

### Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700 <sup>a</sup>	,490	,472	1,714

a. Predictors: (Constant), Total\_X1

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis regresi yang melibatkan variabel independen (X1) dan variabel dependen (X2). Berdasarkan output tersebut, diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0.700. Nilai ini mengindikasikan bahwa kenaikan pada variabel independen cenderung diikuti oleh kenaikan pada variabel dependen dengan kekuatan hubungan yang cukup signifikan. Tabel juga menunjukkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.490, yang berarti pengaruh variabel independen (X1) terhadap variabel dependen (Y1) adalah sebesar 49%. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0.472 menunjukkan bahwa penambahan variabel prediktor tidak memberikan peningkatan yang signifikan terhadap kemampuan model. Sementara itu, nilai std. Error of the Estimate sebesar 1.714 mengindikasikan rata-rata kesalahan prediksi yang dihasilkan oleh model yang mengindikasikan bahwa masih terdapat ruang untuk penyempurnaan model, terutama dalam mengurangi margin kesalahan prediksi.

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78,986	1	78,986	26,901	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	82,214	28	2,936		
	Total	161,200	29			

a. Dependent Variable: Total\_Y1

b. Predictors: (Constant), Total\_X1

Dari output tersebut, diketahui bahwa nilai F hitung = 26.901 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi signifikan secara statistik. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabel independen (X1) memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen (Y1). Oleh karena itu, model ini dapat diandalkan untuk mengidentifikasi hubungan antara kedua variabel dan digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,114	1,856		6,529	<,001
	Total_X1	,484	,093	,700	5,187	<,001

a. Dependent Variable: Total\_Y1

Dari output tersebut, diperoleh nilai Constant (a) sebesar 12.114, yang menunjukkan nilai dasar variabel sebesar 12.114. Sementara itu, nilai X1 (b/koeffisien regresi) sebesar 0.484, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1% nilai X1, akan menyebabkan peningkatan sebesar 0.484 pada nilai Y1. Karena koefisien regresi bernilai positif, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y bersifat positif. Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel Coefficients yang sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, setiap peningkatan pada variabel X1 akan berdampak pada peningkatan variabel U1, menjadikan model ini relevan untuk menggambarkan hubungan antara kedua variabel.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran ekonomi hijau berperan penting dalam mendorong UMKM untuk menerapkan praktik ramah lingkungan. Kesadaran ekonomi hijau mencakup pemahaman dan kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan, serta upaya untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi hijau dalam kegiatan usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran tersebut memiliki peran yang signifikan dalam memotivasi UMKM untuk mengadopsi langkah-langkah yang mendukung keberlanjutan.

Dari hasil analisis regresi linear sederhana, ditemukan bahwa kesadaran ekonomi hijau berkontribusi sebesar 49% terhadap keputusan UMKM dalam mengadopsi langkah-langkah seperti limbah, efisiensi energi, dan penggunaan bahan baku yang lebih berkelanjutan. Nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  membuktikan bahwa hubungan antara kedua variabel ini cukup kuat dan signifikan secara statistik. Artinya, semakin tinggi pemahaman dan kepedulian UMKM terhadap ekonomi hijau, semakin besar pula peluang mereka untuk menjalankan usaha yang lebih peduli terhadap lingkungan. Oleh karena itu, pengembangan kesadaran ini, baik melalui edukasi, pelatihan, maupun kebijakan pemerintah, menjadi langkah penting dalam mendukung UMKM untuk menciptakan dampak positif bagi lingkungan sekaligus meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Al Rasyid, M. G. (2022). Analisis Pengaruh Niat Beli Konsumen pada Produk Berlabel Ramah Lingkungan (Studi Penelitian pada Mahasiswa Umum di Jawa Tengah). <https://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/99542/3/>
- Fadilah, E. N. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Green Consumerism Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2024), 10-18. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i3.3159>
- Fahik, A. S., Musika, A., Roga, M. D. T., Fallo, A., Djuang, G., & Amaral, M. A. L. (2023). Keputusan Pembelian Kembali: Kepedulian Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan. *Journal of Social Science Research*, 3(2023), 3818-3831. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3677/2832>
- Farhanah, A., & Kusumastuti, A. E. (2020). Kesadaran Produk Ramah Lingkungan sebagai Mediasi: Kepedulian Lingkungan dan Efektivitas Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics and Banking*, 2(2020). <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/204/193>
- Frudin, R. S. (2022). Analisis Pengaruh Eco-Label Knowledge Desain Kemasan dan Kesabaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Air Minum dalam Kemasan. <https://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/97006/2>
- Laily, D. W., Prabowo, H. T., Firdausy, N., & Maharani, A. D. U. (2023). Diversifikasi Logo dan Kemasan Produk Sebagai Strategi Branding UMKM Keripik Singkong Dua Bersaudara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 50-58. [https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA\\_JPM/article/view/224/187](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/224/187)
- Lusiana, I., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2021). Perumusan Strategy Green Product Guna Meningkatkan Perkembangan UMKM Berbasis Ramah Lingkungan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan UMKM Kota Magelang). *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 9(2021), 99-109. <https://ejournal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/JPSB/article/view/2026/960>
- Martana, I. M. Y., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Ulang Produk Minuman Kemasan Hijau. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(2018), 5478-5507. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p10>
- Maulina, A., Rahmawati, N. F., & Patria, Y. M. (2023). Oraktik Model Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan dari Perspektif Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Sekertaris dan Administrasi Bisnis*, 7(2023), 81-92. <https://l1nq.com/fH8tW>
- Mutmainah, I., Sonani, N., Wahidhani, E. H., & Rumna. (2022). Persepsi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Management Studies and Enterpreneurship Journal*, 3 (6)(2022), 4104-4112. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/1307/871>
- Norman, P., & Conner, M. (n.d.). Teori Perilaku Terencana - gambaran umum. Retrieved 12 8, 2024, from <https://shorturl.at/ok2Sh>
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2023), 57-67. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Putranti, H. r. D., & Suparmi. (2016). <https://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/97006/2>. <https://media.neliti.com/media/publications/170942-ID-pengaruh-kemasan-ramah-lingkungan-dan-in.pdf>
- UMKM Indonesia. (n.d.). KADIN Indonesia. Retrieved December 16, 2024, from <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.