

INTENSI OWNER-MANAJER UMKM KABUPATEN SLEMAN MENGEMBANGKAN BISNIS RAMAH LINGKUNGAN

Suko Rina Adibatunabillah^{1*}, Heru Kurnianto Tjahjanto²,
Meika Kurnia Puji Rahayu DA³

Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Corresponding Author.

Nama Penulis: Suko Rina Adibatunabillah

Alamat Email: sukorinaa@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Bisnis Ramah
Lingkungan,
Sikap,
Norma Subjektif,
Kontrol Perilaku yang
Dirasakan,
UMKM

Submitted: 22-11-2021

Accepted: 30-06-2022

Tren ramah lingkungan saat ini menjadi perhatian dunia, di dalamnya termasuk bisnis ramah lingkungan yang memainkan peran penting dalam *sustainability* usaha. Salah satunya UMKM yang memiliki peran dalam mitigasi dampak negatif lingkungan pada operasi bisnis. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan perspektif yang lebih luas dalam memahami niat owner-manajer mengembangkan bisnis ramah lingkungan berdasarkan *theory of planned behavior*, khususnya terkait niat owner-manajer UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan pada usahanya. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan subjek penelitian adalah owner-manajer UMKM Kabupaten Sleman sebanyak 136 responden dengan karakteristik; owner-manajer UMKM yang terdaftar Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman, UMKM termasuk salah satu sektor usaha UMKM yang masih aktif beroperasi saat ini, dan direkomendasikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman. Sumber data primer adalah kuesioner, yang terdiri dari 34 item pernyataan, dan diukur menggunakan skala likert 5 poin. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan aplikasi *Smart-PLS*. Secara teoritis Hasil analisis menunjukkan, sikap berpengaruh positif terhadap niat bisnis ramah lingkungan dengan nilai signifikansi P-Value 0,001 dan t-statistik 3,308; norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat bisnis ramah lingkungan dengan nilai



signifikansi P-Value 0,002 dan t-statistik 3,162; dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat bisnis ramah lingkungan, nilai signifikansi P-Value 0,007 dan t-statistik 2,718. Secara empiris, penelitian ini mengungkapkan niat owner-manajer mengembangkan bisnis ramah lingkungan, seperti sikap ramah lingkungan owner-manajer UMKM, dukungan dari orang-orang terdekatnya untuk mengembangkan bisnis ramah lingkungan pada UMKM, serta kontrol perilaku yang dirasakan yang meliputi pengetahuan dan penguasaan yang dimiliki owner-manajer UMKM atas kemampuannya dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai niat bisnis ramah lingkungan.

Keywords:

Perceived Behavior Control, Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, Perceived Control Behavior, MSME

ABSTRACT

Environmentally friendly trends are currently gaining global attention, including environmentally friendly businesses that play an important role in business sustainability. MSMEs are one of them, and they play a role in reducing negative environmental consequences on business operations. However, the goal of this study is to provide a broader viewpoint in understanding the owner-desire manager's to establish an environmentally friendly business based on the theory of planned behavior, specifically about the intention of the MSME owner-manager to develop an ecologically friendly business in their business. This research is a quantitative study with the research subject is the owner-manager of SMEs in Sleman Regency as many as 136 respondents with characteristics; owner-manager of MSMEs registered with the Cooperatives and SMEs Office of Sleman Regency, MSMEs are one of the MSME business sectors that are still actively operating today and are recommended by the Sleman Regency Cooperatives and SMEs Office. The primary data source is a questionnaire, which consists of 34 statement items, and is measured using a 5-point Likert scale. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling (SEM) with the help of the Smart-PLS application. Theoretically, the analysis results show that attitude has a positive effect on environmentally friendly business intentions with a significance value of P-Value 0.001 and t-statistical 3.308; subjective norm has a positive effect on environmentally friendly business intentions with a significance value of P-Value 0.002 and t-statistical 3.162; and perceived behavioral control on environmentally

friendly business intentions, the significance value of P-Value is 0.007 and t-statistic is 2.718. Empirically, this study reveals the owner-manager's intention to develop an environmentally friendly business, such as the environmentally friendly attitude of the MSME owner-manager, the support from the people closest to him to develop an environmentally friendly business in MSMEs, as well as perceived behavioral control which includes the knowledge and mastery possessed. MSME owner-managers for their abilities and resources needed to achieve environmentally friendly business intentions.

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam terciptanya lapangan kerja. Data dari Kementerian UMKM menunjukkan bahwa pada tahun 2018 UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja, 99% dari total lapangan kerja. UMKM juga berkontribusi terhadap PDB sebesar 57,8% pada 2018 (Kementerian KUKM, 2019), serta berperan penting dalam mitigasi dampak negatif lingkungan pada operasi bisnis (Siregar, 2020). Untuk itu, aktivitas UMKM harus memperhatikan aspek ramah lingkungan dalam usahanya, agar tercipta kelestarian lingkungan sekitar dan dapat menjadi bisnis yang berkelanjutan.

Peneliti menggarisbawahi isu terkait kepedulian pelaku UMKM terhadap lingkungan karena saat ini perhatian dunia pada pelestarian lingkungan sedang meningkat. Seperti penggunaan sedotan plastik sekali pakai menjadi persoalan lingkungan yang sulit diuraikan, karena butuh waktu yang lama untuk dapat terurai (Alicia, 2018). Selain itu, Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai penghasil sampah plastik setelah Cina, dengan jumlah setiap tahunnya 3,22 juta ton sampah plastik yang tidak dikelola, dan sekitar 0,48-1,29 juta ton dari jumlah tersebut diduga mencemari wilayah lautan (Jambeck et al., 2015). Untuk wilayah Sleman

sendiri menghasilkan 57.757 ton sampah setiap tahunnya (Razak, 2021).

Meningkatnya masalah lingkungan membuat masyarakat lebih peka terhadap kelestarian lingkungan. Sehingga berharap pelaku usaha turut bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan (Xu, 2014). Untuk itu, UMKM perlu menyediakan servis dan fasilitas yang dapat membangun bisnis ramah lingkungan. Karena ketika bisnis dapat memenuhi harapan konsumen, akan lebih mudah mempengaruhinya (Harun et al., 2018). Meminimalisir masalah lingkungan dapat dimulai dari kegiatan sehari-hari seperti memisahkan sampah, efisiensi penggunaan sumber daya hingga merubah pola produksi. Efisiensi merupakan langkah yang mendorong perilaku bisnis ramah lingkungan (Bozsik & Magda, 2018). Merubah pola produksi dan konsumsi lama menjadi pola yang menanamkan konsep keberlanjutan, seperti *reuse*, *recycle* dan *reduce*, tanpa mengurangi kualitas dan kegunaan produk tersebut akan dapat mencegah degradasi lingkungan dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Garrido-prada et al., 2020). Langkah-langkah tersebut dapat diterapkan oleh UMKM untuk menjalankan praktik bisnis ramah lingkungan, diiringi dengan kesadaran para pelaku UMKM.

Lain halnya dengan negara-negara maju seperti Eropa dan Australia, yang telah mengkaji dan menerapkan niat berperilaku ramah lingkungan perusahaan. Hasilnya secara signifikan dapat meningkatkan pengetahuan kita tentang anteseden niat ramah lingkungan perusahaan (Papagiannakis & Lioukas, 2012; Rodríguez-Barreiro et al., 2013; Tounés et al., 2019). Namun, prinsip teoritis lingkungan di negara maju belum tentu dapat diterapkan pada negara berkembang (Roxas & Coetzer, 2012). Karena tingkat pengetahuan di bidang lingkungan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang terkait dengan niat berperilaku ramah lingkungan dari pengusaha di negara berkembang masih rendah (Tounés et al., 2019).

UMKM yang menerapkan budaya ramah lingkungan akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga mempengaruhi keberlanjutan bisnis, meningkatkan citra baik, *competitive advantage*, serta *sustainability* (Ismalina, 2020; Wicaksono et al., 2020). Negara Indonesia telah menerapkan konsep keberlanjutan dalam bisnis yang dicanangkan oleh PBB, bahkan dalam implementasinya menduduki peringkat teratas hingga mencapai 76% perusahaan (Nielsen, 2018). Seiring dengan bertambahnya perhatian dunia pada bisnis ramah lingkungan, ada persoalan yang masih perlu diselesaikan di lingkup Indonesia. Diantaranya, terjadinya perubahan gaya hidup dan cara pandang konsumen dari produk umum ke produk spesifik yaitu produk ramah lingkungan. Data menunjukkan bahwa 64% konsumen di Indonesia bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk produk dan jasa dari perusahaan yang berkomitmen positif terhadap lingkungan dan sosial (Nielsen, 2014). Namun kesadaran dari pihak pebisnis untuk menjalankan bisnis yang ramah lingkungan belum tinggi (Pentiana & Wijaya, 2018). Untuk mendapatkan perspektif tentang masalah ini, penelitian ini akan mengkaji tentang niat berperilaku ramah lingkungan owner-manajer UMKM di kabupaten Sleman.

Hasil studi literatur tentang niat yang berdasarkan pada *theory of planned behavior* menunjukkan bahwa, niat beli produk ramah lingkungan hanya dipengaruhi oleh sikap (Laksmi & Wardana, 2015). Kedua, niat bisnis ramah lingkungan hanya dipengaruhi oleh norma subjektif (Papagiannakis & Lioukas, 2012; Jin, 2017; Chan & Hon, 2020). Ketiga, niat bisnis ramah lingkungan dipengaruhi oleh dua determinan yaitu sikap dan norma subjektif (Majid et al., 2017; Struwig & Lillah, 2017). Keempat, niat bisnis ramah lingkungan dipengaruhi oleh sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan (Paul et al., 2016; Tounés et al., 2019). Hasil studi literatur

tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil dengan penelitian ini.

Dari fenomena yang dipaparkan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa perlu peningkatan perilaku sadar lingkungan di kalangan UMKM di Indonesia. Untuk itu, penting dilakukan suatu studi untuk mengetahui apakah pelaku UMKM memiliki niat berperilaku ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan perspektif yang lebih luas dalam memahami niat bisnis ramah lingkungan berdasarkan *theory of planned behavior*, khususnya terkait niat pemilik UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan pada usahanya.

Dalam dunia bisnis, perusahaan yang mempertahankan kelangsungan hidupnya harus memperhatikan 3P (*profit, people, planet*) atau dikenal juga dengan konsep *triple bottom line* (Elkington, 1997). Konsep ini sesuai dengan UMKM, karena UMKM merupakan sektor usaha yang berorientasi pada profit, memiliki sumber daya manusia, dan berkewajiban menjaga kelestarian lingkungan, agar menjadi usaha yang berkelanjutan. *Profit*, merupakan tujuan terpenting dalam setiap kegiatan usaha. Upaya yang dapat dilakukan untuk mendongkrak profit adalah efisiensi biaya operasional perusahaan dengan cara menghemat penggunaan material, dan meningkatkan produktivitas usaha dengan memperbaiki manajemen, mengurangi aktivitas yang dirasa tidak efisien, serta menyederhanakan proses dan pelayanan (Elkington, 1997). *People* merupakan *stakeholder* utama yang sangat berpengaruh bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi eksistensi dan keberlangsungan perusahaan (Elkington, 1997). Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kesejahteraan seluruh pihak yang berpengaruh bagi perusahaan, termasuk masyarakat sekitar. *Planet* merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan seluruh elemen dalam kehidupan manusia, disebut juga sebagai

“lingkungan” (Elkington, 1997). Namun, masih banyak manusia yang belum sadar akan pentingnya menjaga lingkungan, hal ini disebabkan karena mereka merasa tidak ada keuntungan yang didapatkan secara langsung.

The Theory of Planned Behavior (TPB) berasal dari teori fundamental tentang perilaku, yaitu *The Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein and Ajzen (Fishbein & Ajzen, 1975). Pada TRA, dua aspek mendasar mempengaruhi niat yaitu sikap dan norma subjektif. Selanjutnya, Ajzen mengembangkan TRA menjadi TPB yang bertujuan untuk memprediksi perilaku individu dengan lebih spesifik (Ajzen, 1985). Terdapat tiga determinan penentu niat dalam TPB; *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.

Determinan pertama, *attitude toward behavior* (sikap) merupakan tolok ukur penilaian positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kombinasi antara *behavior belief* dan *outcome evaluation*. *Behavior belief* individu mengenai konsekuensi positif atau negatif dari perilaku tertentu, sedangkan *outcome evaluation* merupakan evaluasi individu terhadap konsekuensi yang akan didapatkan dari sebuah perilaku. Secara umum, seseorang yang percaya bahwa melakukan perilaku tertentu akan menghasilkan kemungkinan besar positif akan memiliki sikap yang baik terhadap implementasi perilaku tersebut. Sementara orang yang berkeyakinan bahwa melakukan perilaku akan menghasilkan kemungkinan besar hasil negatif akan memiliki sikap yang tidak menguntungkan (Ajzen, 2005).

Ajzen (2005) berpendapat bahwa setiap individu yang melakukan perilaku harus menerima konsekuensi atas apa yang dilakukan. Penelitian terdahulu menemukan bahwa intensi ditentukan oleh tiga determinan, ketiganya berdampak positif pada niat tindakan lingkungan pada UKM,

sikap individu memiliki peringkat kedua setelah norma subjektif yang berpengaruh terhadap terbentuknya niat tindakan lingkungan pada UKM (Sanchez-Medina et al., 2014). Temuan tersebut dikonfirmasi oleh Tounés et al. (2019), bahwa sikap individu berpengaruh positif pada niat untuk ramah lingkungan pemilik-manajer UKM negara berkembang. Studi Irwansyah et al. (2019) menemukan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan secara langsung mempengaruhi niat individu.

Kedua, norma subjektif merupakan tekanan yang dirasakan oleh individu yang berasal dari lingkungan sosial, tentang melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005). Norma subjektif ditentukan oleh dua aspek yaitu *normative belief* dan *motivation to comply*. *Normative belief* berasal dari keyakinan individu terhadap *significant others* yang mendukung atau menolak perilaku tersebut. Ajzen (2005) menjelaskan, keyakinan normatif diperoleh dari orang-orang terdekatnya dan orang yang berhubungan langsung dengan perilaku tersebut, tentang apakah individu perlu atau dilarang melakukan suatu perilaku. *Motivation to comply* merupakan motivasi seseorang untuk menampilkan perilaku yang diharapkan oleh *significant others*. Seseorang yang percaya bahwa *significant others* menyetujui perilakunya, maka akan menjadi tekanan sosial bagi dirinya untuk melakukan perilaku tersebut, begitu pula sebaliknya. Determinan ini dapat dinilai secara langsung dengan meminta responden untuk menilai seberapa besar kemungkinan *significant others* akan menyetujui perilaku mereka (Ajzen, 2005).

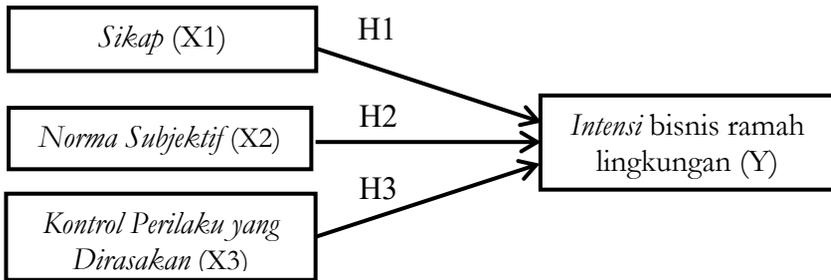
Majid et al. (2017) melakukan sebuah studi tentang intensi owner-manajer UMKM di Malaysia. Studi tersebut menunjukkan tingkat niat yang baik terhadap kewirausahaan berkelanjutan, yaitu kewirausahaan yang mengadopsi prinsip 3P dari teori *triple bottom line*. Penelitian Struwig & Lillah (2017) menemukan, norma subjektif memiliki hubungan yang positif

terhadap intensi penerapan sistem manajemen lingkungan. Dengan demikian norma subjektif menjadi determinan yang penting dalam penentuan intensi owner-manajer UMKM.

Determinan ketiga, *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan) merupakan persepsi kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1985). Kontrol perilaku yang dirasakan ditentukan oleh kombinasi antara keyakinan individu mengenai faktor pendukung dan penghambat untuk melakukan perilaku (*control belief*), dengan kekuatan perasaan individu akan setiap faktor pendukung atau penghambat tersebut (*perceived power control*) (Ajzen, 2005).

Penelitian Jin (2017) menemukan, kontrol perilaku yang dirasakan memiliki hubungan positif pada niat perilaku untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan. Kontrol perilaku yang dirasakan dibagi menjadi dua yaitu kontrol perilaku yang dirasakan internal dan eksternal. Kontrol perilaku yang dirasakan internal berupa kemampuan keterampilan yang tinggi mengenai perilaku tertentu meningkatkan kepercayaan diri untuk melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku yang dirasakan eksternal berupa fasilitas dan keadaan yang nantinya akan meningkatkan kepercayaan diri dalam melakukan perilaku (Jin, 2017). Penelitian Wang & Wong (2020) menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berhubungan positif pada intensi pembelian ramah lingkungan. Hasil tersebut diperkuat oleh studi Paul et al. (2016) yaitu kontrol perilaku yang dirasakan secara signifikan memprediksi niat beli *green product*. Dengan demikian kontrol perilaku yang dirasakan menjadi determinan yang penting dalam penentuan intensi owner-manajer UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan tinjauan pustaka, dugaan hipotesis dalam penelitian ini dapat digambarkan pada Gambar 1:



Gambar 1. Model Penelitian

Keterangan:

H1: Sikap berpengaruh positif pada niat bisnis ramah lingkungan.

H2: Norma subjektif berpengaruh positif pada niat bisnis ramah lingkungan.

H3: Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif pada niat bisnis ramah lingkungan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini mengukur pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat bisnis ramah lingkungan. Sumber primer diperoleh dari pelaku usaha UMKM dengan menggunakan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui aplikasi *WhatsApp* yang berisi link google form untuk diisi oleh responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh owner-manajer UMKM Kabupaten Sleman yang berjumlah 89.871 (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman, 2021). Peneliti mengambil sampel dari jumlah seluruh populasi, yaitu sebanyak 100 responden. Adapun cara memperoleh sampel dengan menggunakan rumus *Taro Yamane* sebagai berikut (Riduwan, 2013).

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

d : Level signifikan yang diinginkan

$$n = \frac{89.871}{(89.871 \cdot 0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{89.871}{899,71} = 99,888$$

$$n = 99,888 = 100 \text{ orang}$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini; pemilik atau manajer UMKM yang terdaftar Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman, usaha termasuk pada salah satu sektor (ekonomi kreatif, elektronik dan IT, fashion, industri pengolahan, jasa, kuliner, pariwisata, perdagangan, dan pertanian), dan UMKM yang masih aktif beroperasi saat ini dan direkomendasikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen untuk mengukur satu variabel dependen. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS, karena PLS merupakan metode analisis yang memiliki sifat *soft modeling*, sehingga dapat menggunakan jumlah sampel yang kecil (< 100) (Ghozali & Latan, 2016). Variabel pada penelitian ini merupakan variabel laten. Variabel laten endogen pada penelitian ini adalah intensi bisnis ramah lingkungan. Sedangkan variabel laten eksogen dalam penelitian ini adalah sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. *Software* yang digunakan untuk SEM-PLS ini adalah *Smart-PLS 3*, yang nantinya akan menghasilkan *outer model* dan *inner model* yang nantinya akan digunakan

sebagai acuan dalam pengujian hipotesis untuk analisis.

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian berkaitan dengan kemampuan instrumen dalam mengukur variabel yang diukur (Tjahjono et al., 2021). Uji validitas dalam analisis ini dilakukan dengan parameter yang sesuai dengan *Smart-PLS 3.0*. Kriteria dikatakan valid apabila *Average Variance Extract* (AVE) dari masing-masing model $> 0,5$. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan nilai AVE $> 0,5$, seperti tabel berikut:

Tabel 1. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extract</i> (AVE)
Attitude Toward Behavior (X1)	0,561
Intention (Y)	0,690
Perceived Behavioral Control (X3)	0,639
Subjective Norm (X2)	0,677

Sumber: Data Analisis Primer, 2021.

Tabel 1 menunjukkan variabel Sikap memiliki nilai sebesar 0,561; variabel intensi sebesar 0,690; kontrol perilaku yang dirasakan sebesar 0,639; dan norma subjektif sebesar 0,677. Hal ini menunjukkan, setiap variabel memiliki *discriminant validity* yang baik.

Selanjutnya *convergent validity* dalam penelitian ini menggunakan batas *loading factor* sebesar $\geq 0,6$. Hasil uji validitas untuk konstruk eksogen atau variabel attitude toward behavior dan ATB yaitu : ATB 6 = 0,755, ATB 7 = 0,732, ATB 8 = 0,804, ATB 9 = 0,760. Untuk konstruk eksogen atau variabel subjective norm dan SN yaitu : SN 1 = 0,829, SN 10 = 0,755, SN 2

= 0,819, SN 3 = 0,863, SN 4 = 0,879, SN 5 = 0,848, SN 6 = 0,854, SN 7 = 0,697, SN 8 = 0,844, SN 9 = 0,823. Untuk konstruk eksogen atau variabel *perceived behavioral control* dan PBC yaitu : PBC 1 = 0,753, PBC 2 = 0,871, PBC 3 = 0,867, PBC 4 = 0,725, PBC 5 = 0,778, PBC 6 = 0,765, PBC 7 = 0,859, PBC 8 = 0,765. Sedangkan untuk konstruk eksogen atau variabel *intensi* dan I yaitu : I 1 = 0,838, I 3 = 0,884, I 4 = 0,792, I 5 = 0,876, I 6 = 0,703, I 7 = 0,877, I 2 = 0,828. Hasil analisis *convergent validity* menunjukkan bahwa 4 variabel yang digunakan dalam penelitian ini; sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan dan intensi adalah valid. Butir-butir pernyataan dari masing-masing variabel memiliki nilai *loading factor* lebih > 0,6. Maka, dapat dinyatakan bahwa setiap butir pernyataan yang mewakili setiap variabel memenuhi syarat untuk diteliti.

Analisis Uji Reliabilitas

Uji validitas berfungsi untuk menguji bagaimana instrumen yang dibangun oleh peneliti mampu mengukur konsep yang akan diukur (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam SEM-PLS, jumlah diurutkan berdasarkan reliabilitas indikatornya, mulai dari 0 hingga 1. Semakin besar nilai menandakan reliabilitas yang lebih baik. Standar yang diterima secara umum untuk *cronbach's alpha* > 0,7, sedangkan *composite reliability* adalah > 0,7 (Ghozali & Latan, 2016). Berikut tabel yang menyajikan data *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel pada penelitian ini.

Tabel 2. Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Attitude Toward Behavior (X1)	0,902
Intention (Y)	0,924
Perceived Behavioral Control (X3)	0,919

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Subjective Norm (X2)	0,946

Sumber: Data Analisis Primer, 2021.

Hasil tersebut menunjukkan masing-masing variabel penelitian telah memenuhi syarat nilai *cronbach's alpha* ($> 0,7$). Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Selanjutnya, tabel berikut ini menyajikan data *composite reliability* pada penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Analisis *Composite Reliability*

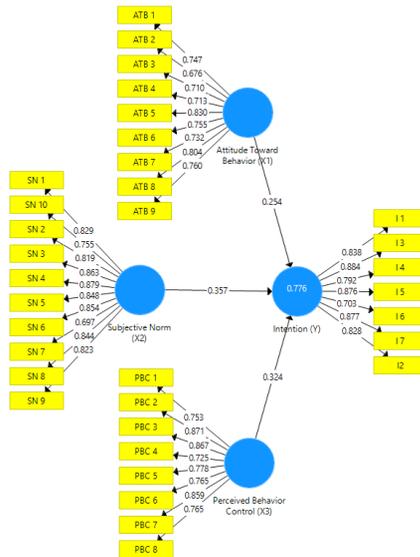
Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Attitude Toward Behavior (X1)	0,920
Intention (Y)	0,939
Perceived Behavioral Control (X3)	0,934
Subjective Norm (X2)	0,954

Sumber: Data Analisis Primer, 2021.

Berdasarkan tabel 3 di atas, nilai *composite reliability* pada masing-masing variabel $> 0,7$, artinya semua variabel pada penelitian ini reliabel.

Analisis Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *bootstrapping*. Analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat *P-value* yang sesuai, kriteria pengujian apabila t statistik $< 1,97$ atau $P-value > 0,05$ maka hipotesis diterima, dan apabila t statistik $> 1,97$ atau $P-value < 0,05$ maka hipotesis ditolak (Hair et al., 2017). Hasil pengujian hipotesis dan korelasi antar variabel ditunjukkan pada gambar berikut:



Sumber: Data Analisis Primer, 2021.

Gambar 2. Hasil Pengujian Model

Hasil hipotesis disajikan pada tabel dibawah ini. Hubungan positif antar variabel dapat dilihat pada kolom “Sampel Asli”. Hubungan signifikan antar variabel dapat dilihat pada kolom t-statistik dan *P-value*.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Model	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STD EV)	P Values	Kesimpulan
Attitude Toward Behavior (X1) -> Niat (Y)	0,254	3,308	0,001	Diterima
Perceived Behavioral Control (X3) -> Intention (Y)	0,324	2,718	0,007	Diterima
Norma Subjective Norm (X2) -> Intention (Y)	0,357	3,162	0,002	Diterima

Sumber: Data Analisis Primer, 2021.

Tabel 5 menunjukkan bahwa secara parsial, nilai yang dihasilkan oleh variabel sikap terhadap intensi dengan t-statistik 3,308 dan *P-value* 0,001. Dapat dijelaskan bahwa, nilai t-statistik 3,308 > t-tabel 1,97 dan *P-value* 0,001 < 0,05. Maka diartikan bahwa variabel sikap berpengaruh positif pada

terhadap niat (H1). Hasil selanjutnya menunjukkan nilai yang dihasilkan oleh variabel norma subjektif terhadap niat dengan t-statistik 3,162 dan *P-value* 0,002. Nilai t-statistik $3,162 > t\text{-tabel } 1,97$ dan *P-value* $0,002 < 0,05$. Artinya variabel norma subjektif berpengaruh positif pada niat (H2). Nilai yang dihasilkan oleh variabel kontrol perilaku yang dirasakan terhadap intensi dengan nilai t-statistik $2,718 > t\text{ tabel } 1,97$ dan *P Value* $0,007 < 0,05$. Maka diartikan bahwa variabel kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif pada intensi (H3).

Pembahasan

Masalah lingkungan menjadi suatu permasalahan yang sangat memprihatinkan di seluruh penjuru dunia. Semakin berkembangnya zaman dan modernisasi memberikan dua sisi mata uang dalam kehidupan kita.

Secara positif, ini menandakan perkembangan kemajuan dalam hal menjaga kelestarian lingkungan dan penerapan bisnis ramah lingkungan pada sektor usaha. Tetapi, di lain sisi ada risiko negatif yang terus mengintainya. Salah satunya adalah meningkatnya kemasan produk sekali pakai dan sedotan plastik sekali pakai yang membutuhkan waktu lama untuk dapat terurai (Alicia, 2018).

Kabupaten Sleman merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki UMKM dengan jumlah yang tinggi. Jumlah UMKM yang cukup banyak tentunya berpotensi meningkatkan kerusakan atau pencemaran lingkungan, karena limbah yang dihasilkan. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis untuk mengetahui niat owner-manajer UMKM berperilaku ramah lingkungan.

Niat merupakan tanda kesiapan individu untuk melaksanakan suatu tindakan tertentu dan dianggap sebagai penyebab atau penentu langsung

timbulnya perilaku (Ajzen, 2005). Untuk mengetahuinya, penelitian ini meninjau dari 3 aspek, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap intensi. Subjek penelitian ini adalah owner-manajer UMKM Kabupaten Sleman yang berusia 21 sampai dengan 60 tahun, yang masih aktif beroperasi hingga penelitian ini dilakukan, status UMKM terdaftar dan direkomendasikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman, dan termasuk pada salah satu sektor; ekonomi kreatif, elektronik dan IT, fashion, industri pengolahan, jasa, kuliner, pariwisata, perdagangan, dan pertanian.

Jumlah subjek pada penelitian ini sebanyak 136 orang, terdiri dari 41 orang laki-laki dan 95 perempuan. Rata-rata usia subjek adalah 30,04 tahun; usia termuda subjek adalah 21 tahun dan usia tertuanya 60 tahun. Dari sisi sektor usahanya, rata-rata setiap subjek memiliki 5,2 sektor usaha. Adapun sektor usaha yang paling banyak pelakunya adalah kuliner yaitu diduduki oleh sebanyak 65 subjek (47,79%).

Diketahui bahwa *mean* intensi dari semua subjek adalah 3,72. Angka itu berada pada kategori tinggi. Subjek dengan skor intensi sangat rendah sebanyak 5 orang (3,68%); rendah sebanyak 3 orang (2,21%); cukup 18 orang (13,24%); tinggi 86 orang (63,24%); dan sangat tinggi sebanyak 24 orang (17,65%).

Pembahasan Hasil Uji Pengaruh Sikap (X1) Terhadap Niat Owner-Manajer UMKM Mengembangkan Bisnis Ramah Lingkungan (Y)

Sikap didefinisikan sebagai tolok ukur penilaian positif atau negatif seseorang yang ditentukan oleh keyakinan akan konsekuensi dari suatu

perilaku (Ajzen, 2005). Sikap terdiri dari dua aspek; *behavior belief* dan *outcome evaluation* (Ajzen, 2005).

Diketahui bahwa nilai *mean attitude toward behavior* dari semua subjek adalah 4,05. Angka itu berada pada kategori tinggi. Subjek dengan skor *attitude toward behavior* sangat rendah sebanyak 2 orang (1,47%); rendah sebanyak 1 orang (0,74%); cukup 7 orang (5,15%); tinggi 65 orang (47,79%); dan sangat tinggi sebanyak 61 orang (44,85%).

Pengujian hipotesis “Sikap berpengaruh secara positif pada niat owner-manajer UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan” menggunakan PLS menghasilkan nilai signifikansi *P-Value* sebesar 0,001 dan t-statistik sebesar 3,308. Nilai signifikansi ini lebih besar dari α (0,05) dan nilai t-statistik lebih besar dari 1,97. Sehingga dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima, artinya sikap berpengaruh terhadap intensi.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa sikap ramah lingkungan adalah salah satu penentu niat bisnis ramah lingkungan dari owner-manajer UMKM. Sikap didasarkan pada nilai-nilai yang menunjukkan sejauh mana seseorang termotivasi untuk meningkatkan kesejahteraan sesama manusia dan lingkungan (Tounés et al., 2019). Seseorang dengan sikap ramah lingkungan memungkinkan lebih berkomitmen untuk mengurangi perilaku negatif manusia terhadap lingkungan (Papagiannakis & Lioukas, 2012).

Sikap positif yang sesuai dengan konsep konsep *triple bottom line* (*planet, people* dan *profit*) yang telah menunjukkan adanya niat bisnis ramah lingkungan diantaranya, pertimbangan ekonomi seperti mitigasi risiko pengurangan biaya dan kepatuhan terhadap undang-undang lingkungan memotivasi bisnis untuk mengadopsi praktik penanganan lingkungan, terutama di kalangan UKM (Brammer et al., 2012). Uhlaner et al. (2012) menemukan, manfaat dari segi finansial yang dirasakan dapat memprediksi

tingkat keterlibatan UKM dalam praktik pengelolaan lingkungan tertentu. Selanjutnya Gadenne & Mckeiver (2009) menemukan bahwa, kesadaran lingkungan secara umum pada akhirnya akan meningkatkan keinginan UKM untuk mengadopsi praktik pengelolaan lingkungan disertai dengan adanya dukungan dari peraturan pemerintah. UMKM menganggap keunggulan biaya dan peningkatan pangsa pasar sebagai manfaat utama dari pengelolaan lingkungan (Brammer et al., 2012). Di sisi lain, terdapat kekhawatiran adanya pemilik UKM yang tidak mengakui manfaat yang timbul dari pengurangan biaya, karena skala usahanya yang masih kecil (Struwig & Lillah, 2017).

Sikap pemilik UKM terhadap praktik pengelolaan lingkungan secara positif mempengaruhi kemungkinan bisnis mereka akan mengadopsi praktik tersebut (Sanche-Medina et al., 2014). Sehingga, semakin positif sikap pemilik UKM terhadap pengelolaan lingkungan, semakin besar kemungkinan dia berniat untuk menerapkannya.

Uraian di atas membuktikan bahwa sikap memiliki pengaruh keyakinan ketika pemilik UMKM menerapkan bisnis ramah lingkungan, maka akan menguntungkan dan berdampak positif bagi usahanya (Irwansyah et al., 2019). Sehingga memungkinkan mereka mengadopsi niat bisnis ramah lingkungan. Sebaliknya, bagi pengusaha yang memiliki sikap negatif terkait bisnis ramah lingkungan, tentu akan merasa keberatan dan tidak setuju dengan penerapan bisnis ramah lingkungan pada usahanya (Ilyas & Zaman, 2020). Artinya, kemungkinan kecil bagi mereka memiliki niat bisnis ramah lingkungan.

Hasil Uji Pengaruh Norma Subjektif (X2) Terhadap Niat Owner-Manajer UMKM Mengembangkan Bisnis Ramah Lingkungan (Y)

Norma subjektif merupakan tekanan yang dirasakan oleh individu yang berasal dari lingkungan sosial, tentang harus atau tidaknya melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005). Norma subjektif terdiri dari 2 aspek; *normative belief* dan *motivation to comply*.

Nilai *mean* skor subjek untuk *subjective norm* adalah sebesar 40,2 dan berada pada kategori tinggi. Sebanyak 1 orang (1,47%) ada pada kategori *subjective norm* sangat rendah; rendah sebanyak 5 orang (3,68%); sedang 19 orang (13,97%); tinggi 78 orang (57,35%); dan sangat tinggi 32 orang (23,53%).

Pengujian hipotesis “Norma subjektif berpengaruh secara positif pada niat owner-manajer UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan” menggunakan PLS menghasilkan nilai signifikansi *P-Value* sebesar 0,002 dan t-statistik sebesar 3,162. Nilai signifikansi ini lebih besar dari α (0,05) dan nilai t-statistik lebih besar dari 1,97. Sehingga dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima, artinya norma subjektif berpengaruh terhadap intensi.

Temuan itu mengindikasikan bahwa, norma dipahami sebagai keyakinan individu tentang bagaimana seharusnya owner-manajer UMKM bertindak, dan tekanan sosial yang diterima untuk bertindak dengan cara yang ramah lingkungan (Struwig & Lillah, 2017). Mengingat masalah lingkungan yang semakin masif, melindungi planet umumnya diyakini sebagai tindakan yang tepat. Tren lingkungan dianggap sebagai perkiraan norma subjektif individu bagi kebanyakan orang, sehingga dapat dikatakan sebagai norma.

Faktanya, banyak individu menjadi lebih ramah lingkungan karena peduli terhadap hubungan mereka dengan orang terdekatnya; anggota

keluarga, teman dekat dan kolega, serta menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat (Bouarar & Mouloudj, 2021). Misalnya, mereka berupaya menerapkan *reduce*, *reuse*, dan *recycle* untuk meminimalisir limbah, sementara beberapa lebih sadar secara ekologis dalam pembelian makanan dan barang (Chan & Hon, 2020). Artinya, perilaku ramah lingkungan memerlukan tanggapan etis dan tanggung jawab sosial (Jin, 2017). Karena semakin kuat norma pribadi dan sosial, maka semakin besar kemungkinan pemilik UKM akan berniat untuk menerapkan sistem manajemen lingkungan pada usahanya (Struwig & Lillah, 2017).

Owner-manajer UMKM pada dasarnya merupakan orang terpercaya dan pemegang kebijakan yang berpengaruh bagi usahanya. Pemilik usaha yang melakukan praktik ramah lingkungan dapat mempengaruhi karyawannya untuk melakukan hal yang sama (Jitrumluek et al., 2019). Terkadang individu berperilaku dengan cara tertentu, karena mereka percaya bahwa mayoritas individu berperilaku dengan cara yang sama, baik itu benar secara objektif maupun tidak. Misalnya, niat karyawan menghemat listrik di tempat kerja disebabkan adanya kebiasaan hemat listrik yang dipengaruhi oleh norma karyawan, norma subjektif dan norma deskriptif (Y. Wang et al., 2019). Begitu juga dengan studi lain, yang menunjukkan norma subjektif memiliki efek positif pada niat karyawan untuk mempraktikkan tindakan lingkungan (Chan & Hon, 2020).

Selanjutnya, sebagian pengusaha dapat mempertahankan kualitas lingkungan dan keuntungan bisnis dengan berpedoman pada kebijakan pemerintah yang ditetapkan (Schlange, 2007). Karena regulasi yang pro-lingkungan dan sesuai dapat mendorong pengusaha untuk merespon isu-isu lingkungan (Worthington & Patton, 2005). Misalnya, melakukan sosialisasi kepada seluruh sektor usaha, khususnya UMKM mengenai manfaat

penerapan bisnis ramah lingkungan pada usaha. Artinya, pemerintah juga memiliki peran dalam pembentukan niat bisnis ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa norma subjektif merupakan faktor penting dalam memprediksi niat positif yang berhubungan dengan lingkungan (Jin, 2017).

Hasil Uji Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3) Terhadap Niat Owner-Manajer UMKM Mengembangkan Bisnis Ramah Lingkungan (Y)

Kontrol perilaku yang dirasakan didasarkan pada persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulitnya melakukan perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 2010). Kontrol perilaku yang dirasakan terdiri dari 2 aspek; *control belief* dan *perceived power control*.

Perceived behavior control memiliki *mean* sebesar 3,79 dan ini termasuk dalam kategori tinggi. Sebanyak 2 orang subjek (1,47%) berkategori *perceived behavior control* sangat rendah; 3 orang (2,21%) berkategori *perceived behavior control* rendah; cukup 31 orang (22,79%); tinggi 73 orang (53,68%); dan sangat tinggi 27 orang (19,85%).

Pengujian hipotesis “Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh secara positif pada niat owner-manajer UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan” menggunakan PLS menghasilkan nilai signifikansi *P-Value* sebesar 0,007 dan t-statistik sebesar 2,718. Nilai signifikansi ini lebih besar dari α (0,05) dan nilai t-statistik lebih besar dari 1,97. Sehingga dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima, artinya kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap intensi.

Berdasarkan temuan di atas, kontrol perilaku yang dirasakan pada penelitian ini mengacu pada persepsi pemilik UMKM tentang kemudahan atau kesulitan untuk melakukan bisnis ramah lingkungan. Owner-manajer dan persepsinya sangat diperlukan untuk menentukan tindakan perusahaan,

dan merupakan langkah awal dalam menentukan niat manajer UKM melakukan perilaku lingkungan (Sanchez-Medina et al., 2014).

Para ahli lingkungan salah satunya Lülfs & Hahn (2014) mengakui bahwa peran kontrol perilaku yang dirasakan merupakan prediktor penting dari niat ramah lingkungan. Kontrol perilaku yang dirasakan berkaitan dengan kemampuan dan pengetahuan individu yang mempengaruhi niat ramah lingkungan (Papagiannakis & Lioukas, 2012). Faktanya, sebuah penelitian menemukan bahwa pelaksanaan praktik pengolahan air limbah dapat terlaksana karena kemampuan, pengetahuan dan keterampilan manajer (Flannery & May, 2000).

Pembelajaran tentang lingkungan juga berkontribusi untuk meningkatkan niat ramah lingkungan (Lülfs & Hahn, 2014). Karena, kurangnya pelatihan khusus manajer merupakan hambatan untuk mencapai niat ramah lingkungan (Brust & Liston-heyese, 2010). Studi Abrauw (2011) menemukan, individu dengan pengetahuan lingkungan yang cukup tidak mendorongnya untuk berperilaku ramah lingkungan. Hal ini terjadi karena kurangnya sosialisasi dan pendampingan terkait undang-undang yang mengatur lingkungan, rendahnya kebiasaan individu dalam bersikap ramah lingkungan, dan tidak adanya kesadaran untuk menjaga lingkungan (Abrauw, 2011). Untuk itu pelatihan terkait lingkungan perlu dilakukan guna membantu pemilik UMKM meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan, agar memberikan kontribusi positif terhadap pembentukan niat bisnis ramah lingkungan pada usahanya.

Pengalaman masa lalu sangat menentukan kejelasan kontrol perilaku yang dirasakan yang berkaitan dengan ramah lingkungan (Lo et al., 2012). Karena pengalaman masa lalu dapat meningkatkan kepercayaan diri dan niat manajer terhadap perilaku ramah lingkungan (Flannery & May, 2000).

Pengalaman secara tidak langsung dapat menjelaskan masa depan, dan tidak adanya perilaku serupa di masa lalu dapat memperkuat penolakan terhadap perilaku baru (Ajzen, 1991). Hal tersebut dikonfirmasi oleh Martín-peña et al. (2010), bahwa pengalaman masa lalu manajer di bidang lingkungan menjadi faktor penentu dalam strategi organisasi. Menurut Ajzen (1991), selain pengetahuan dan pengalaman masa lalu, ketersediaan sumber daya dan kondisi yang mendukung diharapkan dapat mendorong pembentukan niat. Misalnya, tidak adanya fasilitas untuk mendaur ulang menjadi penghambat terbentuknya niat berperilaku ramah lingkungan pada organisasi (Greaves et al., 2013).

Uraian di atas menunjukkan bahwa hambatan eksternal maupun internal akan mempengaruhi niat dan kemampuan manajer untuk menerapkannya (Dahlmann et al., 2008). Oleh karena itu, kontrol perilaku yang dirasakan perlu melibatkan pengetahuan dan penguasaan yang dimiliki individu atas kemampuannya, dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai perilaku yang diharapkan (Tounés et al., 2019). Karena kurangnya sumber daya manusia menjadi hambatan yang tidak dapat diatasi untuk pengembangan bisnis ramah lingkungan (Brio et al., 2007). Hal ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap niat pemilik UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan.

Kesimpulan

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari tiga hipotesis yang diusulkan, semuanya diterima. Hasil analisis menunjukkan hubungan positif antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap intensi bisnis ramah lingkungan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, beberapa implikasi

teoritis dan praktis diusulkan. Penelitian ini secara teoritis berkontribusi pada literatur yang ada tentang niat bisnis ramah lingkungan melalui tinjauan dari 3 aspek penentu niat berdasarkan *theory of planned behavior*; sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Kontribusi ini diungkapkan dengan menyoroti niat owner-manajer UMKM mengembangkan bisnis ramah lingkungan pada usaha mereka. Karya ini juga menyarankan kepada peneliti-peneliti dan penelitian selanjutnya untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang niat bisnis ramah lingkungan hingga implementasinya dalam kegiatan UMKM, yang bertujuan untuk memperkaya literatur yang ada.

Dalam implikasi praktis, berdasarkan studi empiris, penelitian ini mengungkapkan niat bisnis ramah lingkungan, seperti sikap ramah lingkungan owner manajer UMKM, dukungan terhadap owner-manajer untuk mengembangkan bisnis ramah lingkungan pada usahanya, serta memiliki pengetahuan dan penguasaan individu atas kemampuannya untuk mengembangkan bisnis ramah lingkungan. Dengan kata lain dukungan internal dan eksternal akan mempengaruhi terbentuknya niat. Terakhir, disarankan bahwa owner-manajer UMKM yang telah memiliki niat bisnis ramah lingkungan agar segera merealisasikannya pada usahanya. Karena bisnis ramah lingkungan memiliki benefit yang baik untuk kemajuan dan sustainability UMKM.

Referensi

- Abrauw, A. E. S. Perilaku Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah Anorganik di Kecamatan Abepura Kota Jayapura. *Majalah Geografi Indonesia*, 25(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/mgi.13356>, 2011.
- Ajzen, I. *Action-Control: From Cognition to Behavior* (In J. Kuhl and J. Beckman

- (Eds.) (ed.)). Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2, 1985.
- Ajzen, I. *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Processes* (Vol. 50, pp. 179–211). Academia Press Inc, 1991.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (Tony Manstead (ed.); second edi). Open University Press-McGraw Hill Education.
- Alicia, N. Sampah Sedotan Plastik Mengancam Bumi, Berbagai Pihak Mulai Berbenah. *National Geographic Indonesia*. <https://nationalgeographic.grid.id/read/13941728/sampah-sedotan-plastik-mengancam-bumi-berbagai-pihak-mulai-berbenah?page=5>, 2018.
- Bouarar, A. C., & Mouloudj, K. Using the Theory of Planned Behavior to Explore Employees Intentions to Implement Green Practices. *Dirasat Journal Economic Issue*, 12(1), 641–659. <https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/106195>, 2021.
- Bozsik, N., & Magda, R. Analysis Of Energy Consumption Of The Visegrad Countries. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 7(2), 36–41. <https://doi.org/10.2478/vjbsd-2018-0007>, 2018.
- Brammer, S., Hoejmose, S., & Marchant, K. Environmental Management in SMEs in the UK: Practices, Pressures and Perceived Benefits. *Business Strategy and the Environment* ;, 21, 423–434. <https://doi.org/10.1002/bse.717>, 2012.
- Brio, J. A. del, Fernandez, E., & Junquera, B. Management and employee involvement in achieving an environmental action-based competitive advantage: an empirical study. *The International Journal of Human Resource*, 18(4), 491–522. <https://doi.org/10.1080/09585190601178687>, 2007.
- Brust, D. A. V., & Liston-heyas, C. Environmental management intentions : An empirical investigation of Argentina ’ s polluting firms. *Journal of Environmental Management*, 91(5), 1111–1122. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2010.01.005>, 2010.
- Chan, E. S. W., & Hon, A. H. Y. Application of extended theory of planned behavior model to ecological behavior intentions in the food and beverage service industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 00(00), 1–23. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1718402>, 2020.

- Dahlmann, F., Brammer, S., & Millington, A. Environmental management in the United Kingdom: New survey evidence. *Management Decision*, 46(2), 264–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/00251740810854159>, 2008.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. *Tabel Rekap UMKM Per Kapanewon*. <https://dataumkm.slemankab.go.id/portalv2>, 2021.
- Elkington, J. *CANNIBALS WITH FORKS The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone, 1997.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Vol. 32, Issue 1). Addison Wesley Publishing Co, 1975.
- Fishbein, Martin, & Ajzen, I. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Taylor & Francis Group, 2010.
- Flannery, B. L., & May, D. R. Environmental Ethical Decision Making In The U.S. Metal-Finishing Industry. *Academy of Management Journal*, 43(4), 642–662. <https://doi.org/10.2307/1556359>, 2000.
- Gadenne, D. L., & Mckeiver, C. An Empirical Study of Environmental Awareness and Practices in SMEs. *Journal of Business Ethics* (2009), 84, 45–63. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9672-9>, 2009.
- Garrido-prada, P., Lenihan, H., Doran, J., Rammer, C., & Perez-alaniz, M. Driving the circular economy through public environmental and energy R & D : Evidence from SMEs in the European Union. *Ecological Economics*, October, 106884. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106884>, 2020.
- Ghozali, I., & Latan, H. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*. Badan Penerbit Undip, 2016.
- Greaves, M., Zibarras, L. D., & Stride, C. Using the theory of planned behavior to explore environmental behavioral intentions in the workplace. *Journal of Environmental Psychology*, 34, 109–120. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.02.003>, 2013.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Marko, S. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, 2017.
- Harun, A., Prybutok, G., & Prybutok, V. Do the millennials in the USA

- care about the fast food industry's involvement in corporate social responsibility? *Young Consumers*, 19(4), 358–381. <https://doi.org/10.1108/YC-02-2018-00776>, 2018.
- Ilyas, A., & Zaman, M. K. *An evaluation of online students' persistence intentions*. 15(2), 207–222. <https://doi.org/10.1108/AAOUJ-11-2019-0053>, 2020.
- Irwansyah, I., Hatta, M., & Al Masriki, G. F. The Business Owners SMES Sector of Intention to Use The Services By External Accountants. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 6(2), 57–70. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v6i2.4934>, 2019.
- Ismalina, P. *Diskusi UMKM, Pandemi dan Bisnis Berkelanjutan*. <https://www.youtube.com/watch?v=XtY8XHF91-o>, 2020.
- Jambeck, J. R., Geyer Roland, Wilcox Chris, Siegler Theodore R, Perryman Miriam, Andrady Anthony, Narayan Ramani, & Law Kara Lavender. Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science*, 347(6223), 768–770. <https://doi.org/10.1126/science.1260352>, 2015.
- Jin, S. B. K. B. Predictors of Purchase Intention toward Green Apparel Products: A Cross-Cultural Investigation in the US and China. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 21(1). <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2014-0057>, 2017.
- Jitrumluek, P., Falcioni, R., & Thiengkamol, N. Entrepreneur's Pro-Environmental Behavior: The Mediating Role of Corporate Social Responsibility. *The Journal of Behavioral Science*, 14(1), 14–27, 2019.
- Kementerian KUKM. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar Tahun 2018-2019. In *Www.Depkop.Go.Id*. <http://www.depkop.go.id/data-umkm>, 2019.
- Laksmi, A. D., & Wardana, I. M. Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Ulang Produk Minuman Kemasan Hijau. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7), 1902–1917. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p10>, 2015.
- Lo, S. H., Peters, G.-J. Y., & Kok, G. A Review of Determinants of and Interventions for Pro Environmental Behaviors in Organizations. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(12), 2933–2967. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00969.x>, 2012.
- Lülfes, R., & Hahn, R. Sustainable Behavior in the Business Sphere: A Comprehensive Overview of the Explanatory Power of Psychological

- Models. *Organization & Environment*, 27(1), 43–64. <https://doi.org/10.1177/1086026614522631>, 2014.
- Majid, I. A., Latif, A., & Koe, W.-L. SMEs ' Intention towards Sustainable Entrepreneurship. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(3), 24–32. <https://doi.org/10.26417/ejms.v4i3.p24-32>, 2017.
- Martín-peña, M. L., Díaz-garrido, E., & María, J. Relation between management's behavioral intentions toward the environment and environmental actions. *Journal of Environmental Planning and Management*, 53(3), 297–315. <https://doi.org/10.1080/09640561003612866>, 2010.
- Nielsen. *Indonesian Consumers are Willing to Put their Money Where their Heart is when it Comes to Buying Goods and Services from Companies Committed to Social and Environmental Responsibility*. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/indonesian-consumers-are-willing-to-puttheir-money-where-their-heart-is-when-it-comes-to-buying-goods-and-services-from-companiescommitted-to-social-and-environmental-responsibility.html>, 2014.
- Nielsen. *Sustainable Shoppers: A Strategy Guide by Nielsen*. 1–46. <https://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2018-reports/global-sustainable-shoppers-report-2018.pdf>, 2018.
- Papagiannakis, G., & Lioukas, S. Values, attitudes and perceptions of managers as predictors of corporate environmental responsiveness. *Journal of Environmental Management*, 100(January 2018), 41–51. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2012.01.023>, 2012.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>, 2016.
- Pentiana, D., & Wijaya, L. R. P. Preferensi Kepentingan Pelaku Usaha UKM Tahu Tempe di Kota Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian*, 2016–2019. <https://doi.org/https://doi.org/10.25181/prosemnas.v2018i0.1141>, 2018.
- Razak, A. H. Fantastis! Ini Jumlah Volume Sampah yang Dihasilkan Sleman Setiap Tahunnya. *Harian Jogja*. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/10/19/512/1085984>

/fantastis-ini-jumlah-volume-sampah-yang-dihasilkan-sleman-setiap-tahunnya, 2021.

- Riduwan. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis* (H. Akdon & Z. Arifin (eds.)). Alfabeta. <https://opac.uin-suka.ac.id>, 2013.
- Rodríguez-Barreiro, L. M., Fernández-Manzanal, R., Serra, L. M., Carrasquer, J., Murillo, M. B., Morales, M. J., Calvo, J. M., & Del Valle, J. Approach to a causal model between attitudes and environmental behavior. A graduate case study. *Journal of Cleaner Production*, 48, 116–125. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.09.029>, 2013.
- Roxas, B., & Coetzer, A. Institutional Environment, Managerial Attitudes and Environmental Sustainability Orientation of Small Firms. *Journal of Business Ethics*, 111(4), 461–476. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1211-z>, 2012.
- Sanchez-Medina, A. J., Romero-Quintero, L., & Silvia Sosa-Cabrera. *Environmental Management in Small and Medium-Sized Companies: An Analysis from the Perspective of the Theory of Planned Behavior*. 9(2), 1–12. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0088504>, 2014.
- Schlange, L. What Drives Sustainable Entrepreneurs? *Indian Journal of Economics and Business*, 35–45, 2007.
- Sekaran, U., & Bougie, R. *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat. <https://opac.uin-suka.ac.id>, 2017.
- Siregar, B. P. *SDGs 2030: IBCSD Yakin UMKM Jadi Kunci Bangkitan Ekonomi*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read297336/sdgs-2030-ibcsd-yakin-umkm-jadi-kunci-bangkitan-ekonomi>, 2020.
- Struwig, F. W., & Lillah, R. South African small and medium-sized enterprise owners' intention to implement an environmental management system. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 9(1), 8. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v9i1.104>, 2017.
- Tjahjono, H. K., Basuki, A. T., & Palupi, M. *Aplikasi SEM Dalam Studi Perilaku Organisasional*. UPP STIM YKPN, 2021.
- Tounés, A., Tornikoski, E. T., & Gribaa, F. The Formation of Environmentally Friendly Intentions of SME Owner-Managers in an Emerging Country: The Case of Tunisian's Textile–Clothing Industry. *Organization and Environment*, 32(4), 528–554. <https://doi.org/10.1177/1086026618764267>, 2019.

- Uhlaner, L. M., Berent-braun, M. M., Jeurissen, R. J. M., & Wit, G. De. Beyond Size : Predicting Engagement in Environmental Management Practices of Dutch SMEs. *Journal of Business Ethics*, 109, 411–429. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1137-x>, 2012.
- Wang, L., & Wong, P. P. W. Marketing of environmentally friendly hotels in China through religious segmentation: a theory of planned behavior approach. *Tourism Review*, May. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2019-0327>, 2020.
- Wang, Y., Liang, J., Yang, J., Ma, X., Li, X., & Wu, J. Analysis of the environmental behavior of farmers for non-point source pollution control and management: An integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory. *Journal of Environmental Management*, 237(February), 15–23. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.02.070>, 2019.
- Wicaksono, T., Dwi, A., Csaba, N., & Illés, B. Revealing Pro-Environmental Business Factor On European Union (EU) SMES. *Proceedings of the 20th International Conference*, 132–137, 2020.
- Worthington, I., & Patton, D. Strategic Intent in the Management of the Green Environment within SMEs An Analysis of the UK Screenprinting Sector. *Long Range Planning*, 38, 197–212. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2005.01.001>, 2005.
- Xu, Y. Understanding CSR from the perspective of Chinese diners: the case of McDonald's Yueying. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6), 1002–1020. <https://doi.org/10.1108/00070700110383154>, 2014.