

**ANALISIS PENERAPAN GREEN BANKING DALAM PENGEMBANGAN E-BUSINESS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
(STUDI UMKM BANDAR LAMPUNG)**

Novyta Sari¹, Muhammad Iqbal Fasa², Suharto³, Adib Fachri⁴
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

nvytasari20@gmail.com

Abstract : *Green Banking means all forms of banking from the economy that get environmental benefits (Lalon, 2015). In other words, this means encouraging environmentally friendly practices and reducing the carbon footprint of banking operations. Financial institutions, the main constituent for the development of a country, can increase their service level along with enhanced social responsibility through green financing practices (Islam, Yusuf, Hossain and Islam, 2014). This study aims to determine the application of green banking to MSMEs in Bandar Lampung. In this research, quantitative analysis method is used, which is an analysis carried out with statistics using a simple linear regression formula. The data used consists of primary and secondary data. Primary data were obtained by conducting a survey of consumers and in-depth interviews using questionnaires and observations on selected business people and experts. Secondary data was obtained from the results of previous research analyzes and related document data. The results showed that the promotion (X) of the Banana Chips UMKM in Bandar Lampung was in a fairly good category, the level of influence between the variables through the SPSS version 20 program obtained the level of influence between the promotion variable (X) and the sales volume variable (Y) on Banana Chips SMEs. in Bandar Lampung is 0.496, which is in the medium category. To calculate the effect of the promotion variable in the table above, the number R² (R Square) is 0.246 or 24.6%.*

Keywords: *Green Banking, Business Development, Micro small and medium.*

Abstrak : Green Banking berarti segala bentuk perbankan dari ekonomi yang mendapatkan manfaat lingkungan (Lalon, 2015). Dengan kata lain, ini berarti mendorong praktik ramah lingkungan dan mengurangi jejak kaki karbon dari operasi perbankan. Lembaga keuangan, konstituen utama bagi pembangunan suatu negara, dapat meningkatkan tingkat layanan mereka bersama dengan tanggung jawab sosial yang ditingkatkan melalui praktik pembiayaan hijau (Islam, Yusuf, Hossain dan Islam, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan green banking terhadap umkm di Bandar Lampung. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis kuantitatif yaitu suatu analisis dilakukan dengan statistic menggunakan rumus regresi linier sederhana. Data yang digunakan terdiri dari primer

*Received : May, 12, 2022**Revised : May, 25, 2022**Available online : May, 27, 2022*

serta data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan survei terhadap konsumen dan pendalaman wawancara menggunakan kuesioner dan observasi pada pelaku bisnis dan pakar terpilih. Data sekunder diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya analisis dan data dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X) pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung dalam kategori cukup baik, tingkat pengaruh antara variabel melalui program SPSS version 20 diperoleh besarnya tingkat pengaruh antara variabel promosi (X) dengan variabel Volume penjualan (Y) pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung adalah sebesar 0,496, yaitu dalam kategori sedang. Untuk perhitungan pengaruh variabel promosi pada tabel diatas diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,246 atau 24,6%.

Kata kunci: Perbankan hijau, Pengembangan Bisnis, Mikro Kecil dan Menengah.

PENDAHULUAN

Green Banking berarti segala bentuk perbankan dari ekonomi yang mendapatkan manfaat lingkungan (Lalon, 2015). Dengan kata lain, ini berarti mendorong praktik ramah lingkungan dan mengurangi jejak kaki karbon dari operasi perbankan. Lembaga keuangan, konstituen utama bagi pembangunan suatu negara, dapat meningkatkan tingkat layanan mereka bersama dengan tanggung jawab sosial yang ditingkatkan melalui praktik pembiayaan hijau (Islam, Yusuf, Hossain dan Islam, 2014). Banyak bank modern, secara lokal dan global, membuat yang berdedikasi, asliupaya untuk mempromosikan berbagai bentuk inisiatif perbankan hijau yang didorong oleh teknologi dan ramah lingkungan dalam kegiatan sehari-hari mereka. kegiatan sehari-hari (Silva, 2015). Dengan

demikian, green banking telah menjadi konsep yang populer di dunia perbankan saat ini.

Pindah ke ekonomi rendah karbon yang makmur dapat mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan menghasilkan pendapatan baru yang baik pekerjaan. Perubahan iklim adalah masalah yang signifikan. Tetapi sementara dampak perubahan iklim semakin menjadi risiko bagi kesehatan, ekonomi dan lingkungan negara, para ekonom juga mengakui bahwa ada keuangan imbalance dari mengendalikan perubahan iklim dan mengembangkan ekonomi rendah karbon. Bank dapat menyediakan penting kepemimpinan untuk transformasi ekonomi yang diperlukan yang akan memberikan peluang baru untuk pembiayaan dan investasi kebijakan serta manajemen portofolio untuk menciptakan

Received : May, 12, 2022

Revised : May, 25, 2022

Available online : May, 27, 2022

ekonomi rendah karbon yang kuat dan sukses. Para ekonom jelas bahwa pendanaan yang substansial dari sektor swasta diperlukan untuk mencapai tingkat investasi diperlukan untuk mengendalikan dampak perubahan iklim. Bank Dunia memperkirakan bahwa biaya mitigasi dalam pembangunan negara saja berkisar dari US\$140 miliar hingga US\$175 miliar per tahun hingga 2030.

Perubahan iklim adalah masalah paling rumit yang dihadapi dunia. Di seluruh dunia ada upaya berkelanjutan untuk mengukur dan mengurangi risiko iklim perubahan yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Banyak negara di dunia telah membuat komitmen yang diperlukan untuk mitigasi perubahan iklim. India telah berkomitmen untuk memotong intensitas karbon domestik sebesar 20-25 persen dari tingkat 2005, pada tahun 2010. As warga perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial (SRCC), bank-bank India memiliki peran dan tanggung jawab utama dalam melengkapi upaya pemerintah menuju pengurangan substansial dalam emisi karbon.

Dampak bencana dari banjir, kekeringan, badai, dan panas yang berlebihan baru-baru ini di seluruh dunia, memotivasi kita untuk berpikir serius dan

melakukan apapun yang kita bisa untuk mengatasi masalah pemanasan global (IRDBT, 2014). Dunia ini sangat banyak peduli dengan masalah lingkungan dalam ekonomi global. Gas buatan manusia seperti hidro-fluro karbon, nitrous oxide, karbon dioksida dan metana ditemukan bertanggung jawab atas distorsi iklim. Ini telah membuat dampak yang signifikan pada keanekaragaman hayati, kehutanan, pertanian, sumber daya air, lahan kering dan kesehatan manusia. Sebuah studi yang dilakukan oleh Hayward (2013) menunjukkan bahwa dari 1000 CEO yang diteliti di seluruh dunia, 67% percaya bahwa ekonomi global tidak berjalan dengan benar jalan untuk memenuhi tuntutan pertumbuhan populasi dan untuk mengatasi tantangan keberlanjutan global. Persatuan negara-negara Program Lingkungan (UNEP, 2014) mendefinisikan ekonomi hijau sebagai “salah satu yang menghasilkan peningkatan kesejahteraan manusia dan keadilan sosial, sambil secara signifikan mengurangi risiko lingkungan dan kelangkaan ekologis.” Dalam istilah sederhana ekonomi hijau adalah sumber daya yang efisien, rendah karbon dan inklusif secara sosial.

Usaha mikro, kecil, dan menengah di suatu negara ekonomi memainkan peran

penting, dengan kata lain itu menciptakan banyak lapangan kerja dibandingkan dengan investasi yang sama dalam bisnis skala yang lebih besar. UMKM kontribusi terhadap pembentukan Domestik Bruto Produk (PDB) cukup signifikan terhadap devisa negara dengan nilai ekspor yang stabil (Apriyani dkk. 2014). Mikro, kecil,

dan menengah perusahaan harus memiliki daya saing agar dapat terus berkembang. Pada tahun 2013 jumlah UMKM di Indonesia 57,8 juta unit atau 99,99% dari total unit bisnis di Indonesia (Kemenkumh, 2015).

KAJIAN PUSTAKA

Beberapa penelitian tentang pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan telah dihasilkan oleh beberapa peneliti, juga belum konsisten antara hasil peneliti satu dengan yang lain. Penelitian tentang hubungan antara lingkungan dan sosial kinerja dan kinerja keuangan atau ekonomi pertama kali dilakukan oleh Ullmann (1985) (dalam Karagiorgos, 2010). Menggunakan analisis deskriptif melalui corporate social-responsibility, secara keseluruhan, melaporkan hasil empiris antara kinerja lingkungan dan kinerja ekonomi dan antara kinerja lingkungan dan pengungkapan lingkungan, dan antara lingkungan pengungkapan dan kinerja ekonomi.

Earnhart dan Lizal (2006) meneliti tentang dampak kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan di masa transisi

ekonomi tahun 1993-1998. Hasilnya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang bagus akan meningkatkan profit dengan meminimalkan biaya dan meningkatkan pendapatan. Sebaliknya, Filbeck dan Gorman (2004) tidak menemukan hubungan positif antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan. Namun hal ini salah satunya dikarenakan penelitian yang difokuskan pada industri listrik, yang berbeda dari kebanyakan industri lainnya karena pengaturannya. Mempelajari kinerja keuangan dan lingkungan pada industri utilitas memberi kita kesempatan untuk melihat apa peran regulasi dalam meningkatkan atau mengurangi hubungan antara kinerja keuangan dan lingkungan.

Sarah dan Peter (2000) menguji mengenai hubungan antara pengungkapan

Received : May, 12, 2022

Revised : May, 25, 2022

Available online : May, 27, 2022

lingkungan dan kinerja keuangan pada perusahaan-perusahaan yang relatif besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan diklasifikasikan sebagai kinerja keuangan tinggi memiliki keterkaitan yang lebih tinggi dari kebijakan dan / atau deskripsi dari komitmen lingkungan daripada perusahaan yang diklasifikasikan sebagai berkinerja rendah. Perusahaan diklasifikasikan sebagai kinerja keuangan menengah memiliki insiden tertinggi dari kebijakan lingkungan perusahaan dan / atau deskripsi komitmen lingkungan mereka.

Selanjutnya Purnomo dan Widyaningsih (2012) menguji hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kinerja lingkungan memiliki efek positif pada kinerja keuangan, (2) pengungkapan CSR tidak mampu memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan. Hal ini dimungkinkan karena pasar di Indonesia masih belum efisien dan pelaku pasar tidak menggunakan laporan tahunan secara komprehensif. Senada dengan Al-Tuwaijri et al. (2004), penulis mengintegrasikan tiga variabel dan menemukan bahwa lingkungan kinerja secara signifikan berhubungan dengan "baik" terhadap

kinerja ekonomi, dan juga terhadap pengungkapan lingkungan.

Mutamimah dan Sri Handoko (2011) menemukan hasil penelitian bahwa Green Business berpengaruh negative terhadap kinerja keuangan, namun tidak signifikan. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak bisa memoderasi hubungan antara Green Business terhadap kinerja keuangan. Demikian juga Green Business berpengaruh positif terhadap kinerja pasar tetapi tidak signifikan. Implementasi green business selain mempengaruhi kinerja keuangan, kinerja pasar dan juga kesejahteraan masyarakat. Hal ini sangat beralasan, karena tujuan implementasi green business tidak hanya untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kinerja pasar. Artinya dengan pengaruh ini bisa dikaji, bagaimana respon dari pasar atau investor terhadap perusahaan yang menerapkan green business. Jika respon pasar positif, menunjukkan bahwa pasar sangat memberikan apresiasi dan persepsi positif terhadap perusahaan yang menerapkan green business, karena tidak mencemari lingkungan dan sustainability, demikian juga sebaliknya.

Selanjutnya Mutaminah dan Siyamtinah (2012), menemukan hasil

penelitiannya bahwa sebagian besar perusahaan Batik di Jawa Tengah sudah menerapkan green business dalam operasionalnya baik green input, green process, green process, green marketing dan green ICT. Green business terbukti dapat meningkatkan kinerja keuangan dan

kinerja pasar. Kemudian konsumen atau pasar merespon positif terhadap perusahaan-perusahaan batik di Jawa tengah yang menerapkan green business, karena lebih efektif, efisien dan tidak memberikan dampak negative terhadap mereka.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah kerupuk pisang UMKM di Kota Bandar Lampung. Lokasinya dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa kota Bandar Lampung merupakan salah satu industri kerupuk pisang pusat di Bandar Lampung. Data yang digunakan terdiri dari primer serta data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan survei terhadap konsumen dan pendalaman wawancara menggunakan kuesioner dan observasi pada pelaku bisnis dan pakar terpilih. Data sekunder diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya analisis dan data dokumen terkait.

Untuk memperoleh data penelitian ini dilakukan dengan empat teknik pengumpulan data yaitu Observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner kepada responden.

Populasi menurut Sugiyono (2015) adalah, “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung sebanyak 25 responden.

Teknik sampel adalah cara untuk menentukan sampel yang dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2015) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.” Peneliti menerapkan teknik sampel yang mengambil 100% dari populasi sebagai sampel dikarenakan jumlah populasi yang kurang dari 100 responden. Sedangkan purposive sampling menurut Sugiyono

(2015), adalah “Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.” Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah karyawan pada UMKM Kripik Pisang di Bandar Lampung sebanyak 25 responden.

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis kuantitatif yaitu suatu

analisis dilakukan dengan statistic menggunakan rumus regresi linier sederhana.

Data yang diperoleh nantinya akan diolah menggunakan program olah data komputer yaitu SPSS versi 20 untuk menghasilkan nilai koefisien determinasi yang lebih akurat.

Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan green banking terhadap umkm di Bandar Lampung

PEMBAHASAN/ HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan Green Banking terhadap E-business Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM)

pembangunan bisnis yang berwawasan hijau (green business development) pada skala mikro harus memfokuskan diri pada tujuan mencakup ekonomi, sosial dan kepentingan lingkungan. Hal ini dikemukakan oleh Allen dan Thomas (2000), Anderson (2000), Chambers dan Conway (1992), Colbert (2004), Clarke and Clegg (1998), Hick (2004), McDonald dan Oates (2006), Milani (2001), Prahalad dan Hamel (2006), Slayter (2003), Torjman

(1998), WECD dan Yunus (2002). Kajian-kajian tersebut menjelaskan bahwa fokus pada tujuan ekonomi, sosial dan lingkungan merupakan elemen-elemen yang penting dalam pembangunan yang berkelanjutan, dalam hal ini akan berkontribusi pada ekonomi lokal, pembangunan yang berwawasan hijau (green development), hidup yang berkelanjutan (sustainable livelihood) baik pada level lokal maupun nasional.

Profil pengusaha kripik pisang di Bandar Lampung

*Received : May, 12, 2022**Revised : May,25,2022**Available online : May, 27,2022*

Profil pengusaha dapat digambarkan dengan tiga kriteria, yaitu pendidikan, hubungan antara pengusaha dan karyawan mereka, dan status bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan pengusaha mulai dari tingkat SD hingga Magister. Sebagai sebanyak 6% responden adalah SD tingkat sekolah, 9% SMP, 38% SMA sekolah, 6% diploma, 38% lulusan sarjana, dan 3% lulusan magister. Data tersebut menjelaskan bahwa latar belakang pendidikan pengusaha tersebut adalah kebanyakan SMA dan

sarjana (S1).Menurut Ariani dan Ayu (2013) standar pendidikan.

Hasil Penelitian

Analisis kualitatif digunakan dengan menjelaskan atau mendeskripsikan hasil perhitungan yang dilakukan dengan berdasar teori atau konsep yang digunakan. Berikut data distribusi hasil tanggapan responden variabel promosi (X) dan Peningkatan volume penjualan (Y) secara keseluruhan

Table 1. Distribusi Data Promosi (X) secara keseluruhan

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	41-50	Sangat Baik	9	36%
2	31-40	Baik	14	56%
3	21-30	Sedang	2	8%
4	11-20	Buruk	-	-
5	0-10	Sangat Buruk	-	-
		Jumlah	25	100%

Dari 25 orang responden,promosi (X)pada UMKM Kripik Pisang diBandar Lampung yang mengatakan dalam kategori “sangat baik” ada 9 orang (36%), yang menyatakan “baik” ada 14 orang (56%), dan yang menyatakan “sedang” ada 2 orang (8%). Sedangkan yang menyatakan “buruk” dan “sangat buruk” tidak ada (0%). promosi (X) dan Peningkatan volume penjualan (Y) secara keseluruhan.

Received : May, 12, 2022

Revised : May,25,2022

Available online : May, 27,2022

Tabel 2.Distribusi Data Volume Penjualan (Y) secara keseluruhan

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	41-50	Sangat Baik	7	28%
2	31-40	Baik	15	60%
3	21-30	Sedang	3	12%
4	11-20	Buruk	-	-
5	0-10	Sangat Buruk	-	-
		Jumlah	25	100%

Dari 25 orang responden, promosi (X) pada UMKM Kripik Pisang di Bandar Lampung yang mengatakan dalam kategori “sangat baik” ada 7 orang (28%), yang menyatakan “baik” ada 15 orang (60%), dan yang menyatakan “sedang” ada 3 orang (12%). Sedangkan yang menyatakan “buruk” dan “sangat buruk” tidak ada (0%). Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variable yang diteliti. Nilai koefisien determinasi (r) ada dua arah, nilai positif yaitu menunjukkan hubungan yang searah (X naik maka Y naik) dan nilai positif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun). Koefisien Determinasi promosi (X) terhadap peningkatan volume penjualan (Y) yaitu $0,246 \times 100\% = 24,6\%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi (X) menjelaskan perubahan terhadap variabel peningkatan volume penjualan (Y) sebesar 24,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Standard Error of Estimate adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai X. Dari hasil regresi didapat nilai 4,312 Sementara besarnya pengaruh yang diberikan variabel (X) terhadap variabel Y (R Square) adalah sebesar 0,246 atau 24,6%.

Tabel 3.Uji Hipotesis

Modal		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandarized	Coefficients	Standardized		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,843	7,274		1,353	,187
	X	,769	,254	,496	3,002	,005

a. Dependent Variable: Y

Received : May, 12, 2022

Revised : May, 25, 2022

Available online : May, 27, 2022

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X) berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan (Y). Berdasarkan kondisi tersebut, bentuk persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 9,843 + 0,769X + e$$

Dimana :

Y = Peningkatan volume penjualan

a = konstanta

b = Koefisien Regresi X

X = Promosi

e = error term (tingkat kesalahan)

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa dengan nilai koefisien promosi yang positif menunjukkan apabila promosi meningkat baik maka volume penjualan akan meningkat. Nilai koefisien promosi sebesar 0,769 menunjukkan apabila promosi meningkat sebesar 1 satuan maka volume penjualan juga akan meningkat sebesar 0,769 satuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X) pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung dalam kategori cukup baik, tingkat pengaruh antara variabel

melalui program SPSS version 20 diperoleh besarnya tingkat pengaruh antara variabel promosi (X) dengan variabel Volume penjualan (Y) pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung adalah sebesar 0,496, yaitu dalam kategori sedang. Untuk perhitungan pengaruh variabel promosi pada tabel diatas diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,246 atau 24,6%.

Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen promosi (X) terhadap variabel dependen volume penjualan (Y) sebesar 24,6% dan sisanya dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis parsial melalui uji t test diperoleh nilai t hitung antara promosi terhadap volume penjualan sebesar 3,022 > t tabel = 1,714. Persamaan regresi promosi (X) dengan variabel volume penjualan (Y) adalah sebesar $Y = 9,843 + 0,769 X + e$, yang menunjukkan setiap kenaikan satu point dari variabel promosi akan diikuti oleh naiknya variabel volume penjualan (Y) sebesar 0,769 point.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan dengan persamaan regresi linier sederhana pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan ialah $Y = 9,843 + 0,769X + e$ yang berarti apabila

perusahaan tidak melakukan promosi maka volume penjualan sebesar 9,843, sedangkan apabila melakukan promosi maka koefisien promosi sebesar 0,769 menunjukkan apabila promosi meningkat sebesar 1 satuan maka volume penjualan juga akan meningkat sebesar 0,769 point atau 76,9%.

REKOMENDASI

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan pemerintah daerah untuk program dan kebijakan yang dapat berperan dalam meningkatkan green banking usaha mikro kecil, dan menengah usaha produk kerupuk pisang di Bandar Lampung. Mempelajari kondisi riil bisnis di lapangan dan sesuai dengan kemampuan pelaku usaha untuk melakukan inovasi yang menjadi hasil dari ini penelitian akan memberikan beberapa dampak pada kesesuaian program dan kebijakan agar tepat sasaran,

dan dengan demikian berguna untuk mendukung ekonomi hijau dengan menghasilkan produk umkm yang berdaya saing tinggi.

SARAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa kendala utama yang harus ditangani adalah usaha mikro, kecil, dan menengah kripik pisang di Kota Bandar Lampung secara urut meningkatkan green banking yang mencakup manusia sumber daya, promosi, administrasi dan keuangan manajemen, lokasi, dan pemasaran. Hasil dari analisis inovasi yang memiliki peluang diterapkan sesuai dengan kemampuan UMKM dan yang dapat mempengaruhi pembeli adalah inovasi pelayanan, organisasi, model bisnis, rantai permintaan, dan pemasaran. Sumber daya manusia dikatakan memiliki peranan penting dalam suatu perkembangan bisnis. Hasil analisis dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa manusia sumber daya memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengatasi kendala sebanyak 0,761 dan pada inovasi implementasi sebanyak 0,806.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, R., Rastogi, S., Mehrotra, A. (2009). *Customers' perspectives regarding e-banking in an emerging economy*, *Journal of retailing and consumer services*, 16, 340-351.
- Ahanger, R. G. (2011). *An investigation into the determinants of customers' preferences and satisfaction of internet banking: Empirical study of Iranian banking industry*, *Journal of applied sciences*, 11(3), 426-437. DOI: 10.3923/jas.2011.426.437
- Aizawa, M., & Yang, C. (2010). *Green credit, green stimulus, green revolution? China's mobilization of banks for environmental cleanup*, *Journal of environment and development*, 19(2), 119-144
- Attuquayefio, S. & Addo, H. (2014). *Review of studies with UTAUT as conceptual framework*, *European scientific journal*, 10(8), 249-258
- Awadhi, A. A. (2013). *Adoption and acceptance of m-banking system in kingdom of Bahrain*, *International journal of information and communication technology research*, 3(2), 56-63
- Adi Kwartono, 2007, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Anggarani, 2014, *Penguatan Sektor UMKM Sebagai Strategi Menghadapi MEA 2015*, *Jurnal Ekonomi* 5 No.1, 42-48
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). *Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm*. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Broto Rauth Bhardwaj and Aarushi Malhotra, *Green Banking Strategies: Sustainability through Corporate Entrepreneurship*, vol.3, No.04, thn 2013.
- Bashir, M. S., *Analysis of customer satisfaction with the Islamic banking sector-case of Brunei*, *Asian Journal of Business and Management Studies*, 2(10), 38-50
- Burke, R. R. (2002). *Technology and the customer interface: What consumers want in the physical and virtual store*, *Journal of the academy of marketing science*, abstract retrieved from www.springer.com/article/10.1177/009207002236914
- Budiatmo, A. (2014) 'Pengaruh Standar Operasional Prosedur Dan Pengawasan Terhadap Kinerja Pramuniaga Pasaraya Sritatu Pemuda Semarang', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), pp. 187-195. Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/5194>.

Received : May, 12, 2022

Revised : May,25,2022

Available online : May, 27,2022

- Campiglio, E. (2016), *Beyond carbon pricing: The role of banking and monetary policy in financing the transition to a low- carbon economy*, *Ecological economics*, 121, 220-230
- Chang, N. J., & Fong, C. M., (2010). *Green product quality, green corporate image, green customer satisfaction, and green customer loyalty*, *African journal of business management*”, 4(13), 2836-2884
- Chen, Y. S., & Chang, C. H., (2013). *Towards green trust: The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction*, *Management decision*, 51(1), 63-82,
- Ciobanu, G., Negrea, A. & Andreica, R. (2014). *The green banking concept in promotion and development of green economics: example republic of moldova*, abstract retrieved from www.sciencedirect.com, ISSN:15822559
- Conde C.D., Victor, C., Abainza., Aberto,B., Reyno & Orenncia A. S. (2015). *An overview of finance trends and barriers in Sri Lanka & Philippines*, *Association of Development Financing Institutions in Asia and the Pacific, Switch Asia Program*
- Dittmer, K. (2014). *100 percent reserve banking: a critical review of green perspectives*, *Ecological economics*, retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolecon.2014.11.006>
- Dittmer, K. (2014). *100 percent reserve banking: a critical review of green perspectives*, *Ecological economics*, retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolecon.2014.11.006>
- Fernando, P. M. P., & Fernando, K. S. D. (2016). *Study on the green banking practices in Sri Lankan context: a critical review*, <https://www.researchgate.net/publication/>, retrieved on 24 August 2016
- Fernando, M. I. & Wijenayake, W. M. J. I. (2015). *Adoption of green information technology in Sri Lankan banks*, retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/292976820>
- Ginovsky, J. (2009). *Green Banking; Inside & out*, *Community Banker*, 1(1), 30-32
- Herath H.M.A.K, Heart H.M.S.P, *Impect of Green Banking Initiatives on Customer Satisfaction: A Conceptual Model of Custumer Satisfaction on Green Banking* , vol.21, No.01, thn 2019.
- Hartami Dewi,Mohamad Syamsul Maarif and Titi Candra Sunarti, *Innovation Strategy to Improve the Competitiveness of micro,small,and medium enterprisesof Bandar lampung banana chips*, vol 03, no. 01, 2017.

Received : May, 12, 2022

Revised : May,25,2022

Available online : May, 27,2022

- Iberahim, H., Taufic, M., Adzmir, M. A. S. & Saharuddin, H. (2015). *Customer satisfaction on reliability and responsiveness of self-service technology for retail banking services, Fifth international conference on marketing and retailing*, retrieved from www.sciencedirect.com, doi: 10.1016/S2212-5671(16)30086-7
- Islam, M. A., Yousuf, S., Hossain, K. F., & Islam, M. R., (2014). *Green financing in Bangladesh: hallenges and opportunities- a descriptive approach*”, *International Journal of green economics*, 8(1), 74-91, abstract retrieved from www.sciencedirect.com/10.1504/IJGE.2014.064469
- Jayawardhena, C. & Foley, P. (2000). *Changes in the banking sector : the case of internet banking in the UK*, *Internet research*,abstract retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/10662240010312048>
- Joseph, M. & Stone, G. (2003). *An empirical evaluation of US bank customer perceptions of the impact of technology on service delivery in the banking sector*, *International journal of retail and distribution management*, 31(4), 190-202
- Raad Mozib Lalon, *Green Banking: Going green*,vol.03, no. 01, thn 2015.
- Ravi meena, *Green Banking: As Initiative for Sustainable Development*, vol 03, no.10, thn 2013.
- Vikas Nath,Nitin Nayak dan Ankit Goel, *Green Banking Practices-A Review*, vol 2, no.04, thn 2014.