

BUILDING SUSTAINABLE FINANCE THROUGH GREEN INTELLECTUAL CAPITAL AND BUSINESS ETHICS WITH BUSINESS INNOVATION AS A MODERATING VARIABLE IN CULINARY MSMES IN BANGKALAN REGENCY

MEMBANGUN KEUANGAN BERKELANJUTAN MELALUI MODAL INTELEKTUAL HIJAU DAN ETIKA BISNIS DENGAN INOVASI USAHA SEBAGAI MODERASI PADA UMKM KULINER KABUPATEN BANGKALAN

Dewi Nur Avita^{1*}, Purnamawati², M. Boy Singgih Gitayuda³

Universitas Trunojoyo Madura^{1,2,3}

220211100214@student.trunojoyo.ac.id^{1*}, purnamawati@trunojoyo.ac.id²

boy.singgih@trunojoyo.ac.id³

ABSTRACT

Sustainable finance is an essential aspect for culinary MSMEs in maintaining business stability amid increasing competition and dynamic market conditions. This study aims to analyze the influence of Green Intellectual Capital, Business Ethics, and Business Innovation on Sustainable Finance, as well as examine the moderating role of Business Innovation in culinary MSMEs operating in Bangkalan Regency, Madura. The research sample consists of 100 culinary MSME actors selected using purposive sampling based on predetermined criteria. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method through SmartPLS. The findings indicate that Green Intellectual Capital does not affect Sustainable Finance, while Business Ethics and Business Innovation have a positive and significant influence. Furthermore, Business Innovation strengthens the effect of Green Intellectual Capital but weakens the effect of Business Ethics on Sustainable Finance among culinary MSMEs in Bangkalan Regency, Madura.

Keywords: Green Intellectual Capital, Business Ethics, Business Innovation, Sustainable Finance, Culinary MSMEs, Bangkalan Madura.

ABSTRAK

Keuangan berkelanjutan menjadi aspek penting bagi UMKM kuliner dalam menjaga stabilitas usaha di tengah persaingan dan perubahan lingkungan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Modal Intelektual Hijau, Etika Bisnis, dan Inovasi Usaha terhadap Keuangan Berkelanjutan, serta menguji peran Inovasi Usaha sebagai variabel moderasi pada UMKM kuliner yang beroperasi di Kabupaten Bangkalan, Madura. Sampel penelitian terdiri dari 100 pelaku UMKM kuliner yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS) melalui SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Intelektual Hijau tidak berpengaruh terhadap Keuangan Berkelanjutan, sedangkan Etika Bisnis dan Inovasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, Inovasi Usaha terbukti memperkuat pengaruh Modal Intelektual Hijau tetapi melemahkan pengaruh Etika Bisnis terhadap Keuangan Berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kabupaten Bangkalan, Madura.

Kata Kunci: Modal Intelektual Hijau, Etika Bisnis, Inovasi Usaha, Keuangan Berkelanjutan, UMKM Kuliner, Bangkalan Madura.

PENDAHULUAN

UMKM kuliner memiliki peran penting dalam memperkuat perekonomian nasional. Pada tahun 2025, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM dengan kontribusi 61,9% terhadap PDB dan penyerapan 97% tenaga kerja, sehingga menempatkan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian negara (OJK, 2025). Kemampuan beradaptasi masih menjadi

sebuah tantangan yang harus dihadapi UMKM, terlebih dengan adanya perkembangan industri dan tuntutan keberlanjutan membuat UMKM harus melakukan penyesuaian agar terus bertahan. Bank Dunia (2020) menyebutkan bahwa sekitar 30% UMKM Indonesia kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, terutama dalam digitalisasi dan

inovasi produk, sehingga menurunkan daya saing bisnis mereka. Dalam konteks global, ancaman ini semakin diperparah oleh potensi krisis ekonomi dunia akibat perubahan iklim dan instabilitas geopolitik, yang berisiko menyebabkan 40% UMKM mengalami penutupan jika tidak menerapkan strategi adaptif (IDS, 2022; Herlin, 2025). Kondisi ini juga terlihat di Kabupaten Bangkalan, salah satu wilayah di Pulau Madura yang memiliki 248.664 unit UMKM dan memiliki potensi besar dalam sektor kuliner, namun masih menghadapi tantangan pembangunan ekonomi dengan tingkat kemiskinan mencapai 18,66% (BPS, 2024).

UMKM kuliner menjadi sektor yang tumbuh pesat dan dekat dengan aktivitas masyarakat, sehingga keberlanjutan finansial usaha menjadi aspek vital untuk diperhatikan. Situasi seperti ini membuat UMKM harus melakukan upaya penguatan kapasitas, karena hal tersebut merupakan strategi penting. Salah satunya, melalui penerapan Modal intelektual hijau sebagai aset pengetahuan berbasis lingkungan yang berkontribusi pada praktik usaha berkelanjutan. Menurut (Chandra, 2019), Modal intelektual hijau berfungsi membantu usaha mengintegrasikan perspektif lingkungan dalam strategi operasional agar lebih efisien dan ramah lingkungan. Chen, (2008) membagi Modal intelektual hijau menjadi tiga komponen diantaranya, *green human capital*, *green structural capital*, dan *green relational capital* yang masing-masing berperan dalam memperkuat daya saing usaha melalui inovasi dan efisiensi sumber daya (Kadek et al., 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh (Kumara et al., 2020) dalam penelitian (Tunisa & Puspitasari, 2024) menjelaskan bahwa *Modal intelektual hijau* mempunyai pengaruh signifikan

terhadap keuangan berkelanjutan artinya tingkat *Modal intelektual hijau* UMKM mempengaruhi naik turunnya kinerja keuangan berkelanjutan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan (Styaningrum et al., 2023) dalam penelitian tersebut menemukan bahwa hanya *green structural capital* yang berpengaruh signifikan pada keberlanjutan UMKM, sementara komponen lainnya tidak memberikan dampak signifikan. (Ang & Mon, 2022) bahkan menjelaskan bahwa Modal intelektual hijau secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan berkelanjutan UMKM.

Ketidakkonsistenan temuan ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meneliti kembali peran Modal intelektual hijau dalam konteks lokal seperti UMKM pada daerah Kabupaten Bangkalan. Selain Modal intelektual hijau, etika bisnis juga menjadi fondasi penting dalam keberlanjutan usaha. (Ilhamsyah et al., 2025) menyatakan bahwa etika bisnis bukan sekadar aspek moral, tetapi elemen strategis dalam pengambilan keputusan dan membangun kepercayaan pelanggan. Melalui penerapan nilai seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial, UMKM mampu memperkuat reputasi usaha dan meminimalisasi risiko hukum dan konflik sosial yang dapat berdampak pada kondisi keuangan usaha (Perkasa et al., 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Irma et al., 2025) menemukan bahwa etika bisnis berperan penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang, namun kajian khusus yang mengaitkan etika bisnis dengan keuangan berkelanjutan UMKM masih sangat minim.

Dalam merespons dinamika pasar dan tantangan lingkungan eksternal,

kemampuan UMKM untuk berinovasi juga menjadi kunci penting dalam daya saing. (Simbolon et al., 2024) menjelaskan bahwa inovasi usaha, baik dalam produk, layanan, maupun proses, merupakan kemampuan yang dapat digunakan secara cepat dan tepat. Inovasi dapat memperkuat pemanfaatan *Modal intelektual hijau* serta penerapan etika bisnis, sehingga UMKM mampu menjaga keberlanjutan finansialnya. Keberadaan inovasi usaha yang kuat memungkinkan pelaku UMKM untuk merancang strategi mitigasi risiko yang lebih efektif, memaksimalkan potensi dari *Modal intelektual hijau*, serta menerapkan prinsip etika bisnis secara lebih kreatif dan adaptif. Oleh karena itu, inovasi usaha berpotensi memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel-variabel utama terhadap keuangan berkelanjutan, tergantung pada sejauh mana pelaku UMKM mampu menerapkannya secara konsisten dan strategis.

Dari berbagai fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM kuliner di Bangkalan mampu menghadapi tantangan pada aspek pengetahuan ramah lingkungan, nilai-nilai etis, dan inovasi usaha yang berdampak langsung pada keberlanjutan finansial. Terlebih ditambah dengan minimnya penelitian integratif terkait *Modal intelektual hijau*, etika bisnis, inovasi usaha, dan keuangan berkelanjutan di daerah Bangkalan menunjukkan adanya *research gap* yang penting untuk diisi. Fokus pada penelitian ini tidak hanya memperluas literatur yang sebelumnya lebih dominan pada perusahaan besar atau UMKM perkotaan, tetapi juga memberikan perspektif baru mengenai bagaimana praktik hijau, nilai etis, dan inovasi lokal dapat bersinergi mendorong ketahanan serta keberlanjutan UMKM. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan

kontribusi nyata bagi pengembangan strategi keberlanjutan UMKM kuliner di Bangkalan, Madura, sekaligus menjadi dasar rekomendasi kebijakan bagi pemangku kepentingan dalam mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Resource-Based Theory (RBT)

Resource-Based Theory (RBT) memandang organisasi sebagai kumpulan sumber daya unik yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Teori ini diperkenalkan oleh Wernerfelt (1984) dan dikembangkan oleh Barney (1991). Teori ini berasumsi bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai apabila usaha mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya serta kapabilitas internalnya secara optimal dibandingkan dengan pesaing (Ayu et al., 2022). Penerapan RBT pada UMKM menegaskan bahwa usaha dapat unggul apabila memiliki sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan (Syarifah et al., 2020). *Modal intelektual hijau* dan etika bisnis dipandang sebagai aset tidak berwujud yang dapat meningkatkan daya saing ketika dikelola secara efektif. Pengetahuan berbasis lingkungan dan praktik etis menjadi kompetensi strategis yang mendukung keberlanjutan keuangan, sementara inovasi usaha berperan memperkuat pemanfaatan sumber daya tersebut.

Stakeholder Theory

Stakeholder Theory menekankan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya bergantung pada kepentingan internal, tetapi juga pada kemampuannya memenuhi harapan para pemangku kepentingan seperti pelanggan, masyarakat, pemerintah, maupun lingkungan guna mendukung peningkatan keunggulan kompetitifnya

(Pranata, 2022). Pada UMKM, etika bisnis menjadi elemen penting untuk membangun kepercayaan, reputasi, dan keberlanjutan jangka panjang. Teori ini memperkuat pandangan bahwa praktik bisnis yang etis bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga strategi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Keuangan berkelanjutan (*Sustainable finance*)

Keuangan berkelanjutan menurut World Bank adalah suatu proses pengambilan keputusan investasi yang mempertimbangkan faktor ESG dengan prinsip 3P (*profit, people, planet*) untuk memastikan kegiatan bisnis memberi manfaat luas. Keuangan berkelanjutan menekankan pada pencapaian pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang selaras dengan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi (Akhyar & Mardhiah, 2025). Di Indonesia, penerapan konsep ini diperkuat melalui Roadmap Keuangan Berkelanjutan OJK dan POJK No. 51/POJK.03/2017 sebagai upaya mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan mendukung pencapaian SDGs. Penerapannya relevan bagi UMKM karena sektor ini berperan besar dalam perekonomian daerah dan membutuhkan praktik berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing (Kato et al., 2024). Meski menghadapi banyak hambatan berupa keterbatasan pemahaman dan kapasitas manajerial pelaku UMKM dalam mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) ke dalam strategi bisnis mereka. UMKM memiliki dianggap tetap memiliki peluang untuk bertransformasi melalui dukungan pemerintah dan lembaga keuangan. Keuangan berkelanjutan pada akhirnya berfungsi sebagai strategi mitigasi risiko sekaligus pendorong nilai jangka panjang bagi UMKM.

Modal intelektual hijau (*Green Intellectual Capital*)

Modal intelektual hijau merupakan aset tak berwujud yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan jaringan yang mendukung perlindungan lingkungan serta inovasi hijau (Yong, et al., 2019). Modal intelektual hijau membantu usaha memenuhi regulasi, merespons kebutuhan konsumen akan produk ramah lingkungan, dan menciptakan nilai tambah berkelanjutan (Shehzad, et al., 2023).

Modal intelektual hijau terdiri dari tiga komponen: *green human capital*, yaitu kemampuan dan komitmen individu dalam menerapkan praktik hijau; *green structural capital*, berupa sistem dan kebijakan yang menjaga konsistensi proses ramah lingkungan; serta *green relational capital*, yakni hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan (Kadek et al., 2023; Rastamiari et al., 2025). Ketiga komponen tersebut menjadi aset strategis bagi UMKM karena meningkatkan efisiensi, konsistensi operasional, dan kepercayaan konsumen, sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Etika bisnis (*Business ethics*)

Etika bisnis merujuk pada kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip moral dalam setiap keputusan, dengan mempertimbangkan dampaknya bagi pemangku kepentingan utama (Lusmeida & Arsjah, 2024). Penerapannya menuntut perusahaan beroperasi secara transparan, adil, dan bertanggung jawab, tidak hanya sekadar mematuhi regulasi, tetapi juga menjunjung nilai seperti integritas, kejujuran, dan keadilan (Perkasa et al., 2024). Konsistensi dalam etika bisnis memperkuat reputasi, membangun

kepercayaan publik, serta mendukung keberlanjutan usaha.

Pada UMKM, etika bisnis memberikan manfaat strategis. Komitmen terhadap kualitas, kejujuran, dan pelayanan yang baik meningkatkan kepercayaan konsumen. Hubungan dengan pemasok dan mitra usaha menjadi lebih solid karena adanya transparansi dan sikap saling menghargai. Penerapan etika bisnis juga membantu UMKM mematuhi regulasi, meminimalkan risiko hukum, dan memperkuat citra positif di mata masyarakat maupun pemerintah.

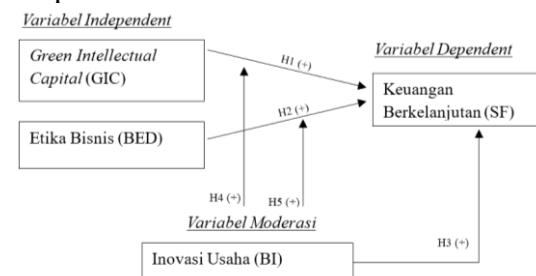
Inovasi usaha (Business innovation)

Inovasi merupakan proses mengubah ide kreatif menjadi produk, layanan, atau metode kerja yang memberikan nilai tambah. Inovasi dalam sebuah usaha penting untuk meningkatkan daya saing, menarik konsumen, dan menghadapi persaingan pasar. Bentuk inovasi dapat muncul melalui pengembangan produk, peningkatan layanan, pemanfaatan teknologi, maupun strategi pemasaran yang lebih efektif. Inovasi juga membantu pelaku usaha untuk bertahan dan bersaing di pasar yang lebih luas (Elsa et al., 2022), dengan indikator seperti inovasi produk, layanan, tempat, dan promosi (Suaidi et al., 2019).

KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan teori terdahulu, landasan konseptual, dan rumusan masalah, dapat disusun kerangka pemikiran sebagai dasar pembentukan hipotesis. Kerangka ini menggambarkan hubungan antara variabel independen *Modal intelektual hijau* dan etika bisnis dengan variabel dependen, yaitu keuangan berkelanjutan yang dimoderasi oleh inovasi usaha. Hubungan antarvariabel tersebut kemudian dirangkum dalam skema kerangka

berpikir.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

H1: *Green Intellectual Capital* berpengaruh terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

H2: Etika bisnis berpengaruh terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

H3: Inovasi usaha berpengaruh terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

H4: Inovasi usaha memoderasi pengaruh *Green Intellectual Capital* terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

H5: Inovasi usaha memoderasi pengaruh etika bisnis terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan Bangkalan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, di mana pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis statistik. Pendekatan ini didasarkan pada konsep matematis dan teori kuantitatif yang memungkinkan pengukuran fenomena secara objektif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023). Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelaku UMKM Kuliner yang berada di Kabupaten Bangkalan sebagai responden. Instrumen

berupa kuesioner terstruktur digunakan untuk menggali informasi terkait *Modal intelektual hijau*, etika bisnis, inovasi usaha, dan keuangan berkelanjutan. Pengumpulan data dilakukan secara terencana, sehingga informasi yang diperoleh dapat mendukung analisis dan pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup pemilik atau karyawan UMKM kuliner (makanan dan minuman) di Kabupaten Bangkalan. Penetapan populasi dilakukan berdasarkan kesesuaian karakteristik dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh valid dan mampu mewakili fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2023). Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi ketika penelitian tidak memungkinkan dilakukan secara menyeluruh (Sugiyono, 2023). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi:

- Memiliki outlet/usaha sendiri
- Usaha beroperasi > 3 tahun
- Memiliki surat izin usaha
- Memiliki catatan keuangan sederhana
- Memiliki minimal 1 karyawan
- Menyediakan tempat sampah dan menggunakan kemasan ramah lingkungan
- Memiliki aturan kerja
- Memiliki branding usaha (logo/tagline/desain)

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan karena jumlah populasi UMKM di Kabupaten Bangkalan tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95%

= 1,96

d = Tingkat kesalahan

p = Maksimal estimasi

Penentuan jumlah sampel rumus *Lemeshow* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10% (Yoda, 2025)

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Hasil yang diperoleh dari perhitungan menunjukkan bahwa ukuran sampel minimum penelitian ini adalah 96 responden, tetapi untuk meningkatkan akurasi dalam penelitian dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel *Modal intelektual hijau*, Etika Bisnis, Inovasi Usaha, dan Keuangan Berkelanjutan. Menurut (Sugiyono, 2023) setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert 5 poin, yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju

Teknik ini dipilih untuk memastikan data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Nasution et al., 2024).

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) melalui SmartPLS untuk menguji pengaruh langsung dan moderasi. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang diuji dua tahap, yaitu *outer model* dan *inner model*. Pada *outer model*, evaluasi meliputi convergent validity melalui nilai *outer loading* dan AVE ($>0,50$), discriminant validity melalui cross loading dan Fornell-Larcker, serta uji reliabilitas menggunakan Composite Reliability dan Cronbach's Alpha ($\geq 0,70$) (Ghozali, 2021). *Inner model*, di uji dengan R^2 untuk melihat kemampuan prediksi model dan *effect size* (f^2) untuk mengukur besarnya pengaruh konstruk. Pengujian hipotesis dilakukan dengan *bootstrapping* berdasarkan nilai *path coefficient*, t-statistik, dan p-value, di mana hipotesis diterima jika $t \geq 1,96$ atau $p \leq 0,05$. Variabel moderasi Inovasi Usaha dianalisis untuk menentukan jenis moderasi, seperti moderasi murni, potensial, semu, atau prediktor, sesuai hasil signifikansi hubungan langsung dan interaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Penelitian

Peneliti menyebarluaskan kuesioner secara langsung melalui survei lapangan yang disertai wawancara untuk membantu responden memahami setiap pertanyaan dengan lebih tepat. Kuesioner diberikan kepada pemilik atau pengelola UMKM kuliner di Kabupaten Bangkalan. Berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow, jumlah responden yang dibutuhkan adalah 100 orang. Hasil penyebarluasan kuesioner tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Penyebarluasan Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang sudah di isi	100

Kuisisioner yang tidak di isi	0
Total kuisisioner yang digunakan	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, tingkat pengisian kuesisioner mencapai 100% dari total kuesisioner yang disebarluaskan. Seluruh 100 kuesisioner yang diterima dinyatakan valid dan memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi; jenis kelamin, jenis produk, omzet usaha, penggunaan ekonomi digital, peningkatan omzet usaha, serta pemahaman internet. Berikut klasifikasi dari masing-masing responden.

Tabel 2. Klasifikasi Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (68%), sementara laki-laki sebesar 32%, dengan total 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di wilayah penelitian didominasi oleh perempuan.

Tabel 3. Klasifikasi Responden

Berdasarkan umur usaha

Kategori usaha	Jumlah	Persentase
Usaha muda (3 tahun)	23	23%
Usaha berkembang (3-5 tahun)	35	35%
Usaha Stabil (Lebih dari 5 tahun)	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan kategori usaha, responden terdiri dari usaha stabil (42%), usaha berkembang (35%), dan usaha muda (23%). Komposisi ini menunjukkan adanya variasi tahapan

perkembangan UMKM kuliner di wilayah penelitian.

Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pekerja

Klasifikasi jumlah pekerja	Jumlah	Percentase
Usaha mikro (<5 orang)	32	32%
Usaha kecil (5-19 orang)	63	63%
Usaha menengah (20-99 orang)	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Data menunjukkan bahwa dari 100 responden, 63% merupakan usaha kecil, 32% usaha mikro, dan 5% usaha menengah. Komposisi ini menggambarkan bahwa UMKM kuliner di Bangkalan masih didominasi oleh usaha kecil dan mikro.

Tabel 5. Klasifikasi Responden Berdasarkan omzet rata-rata pertahun

Klasifikasi omzet	Jumlah	Percentase
Usaha mikro (kurang lebih Rp300juta)	30	30%
Usaha kecil (Rp300juta- Rp2,5miliar)	65	65%
Usaha menengah (2,5miliar- Rp50miliar)	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Data omzet menunjukkan bahwa 30% responden termasuk usaha mikro dengan omzet di bawah Rp300 juta per tahun, sedangkan 65% tergolong usaha kecil dengan omzet Rp300 juta-Rp2,5 miliar, menjadi kategori terbanyak. Sementara itu, 5% merupakan usaha menengah dengan omzet hingga Rp50 miliar. Secara keseluruhan, UMKM kuliner di Bangkalan masih didominasi oleh usaha mikro dan kecil.

Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian

Uraian distribusi frekuensi berikut memberikan gambaran awal mengenai kecenderungan serta persepsi responden terhadap setiap indikator penelitian.

Penilaian diperoleh dari rata-rata skor tiap butir kuesioner yang diklasifikasikan berdasarkan rentang skala berikut: nilai maksimum adalah 4 dan nilai minimum 1, sehingga diperoleh rentang $(4-1)/4 = 0,75$.

Kategori penilaian dibagi menjadi:
1,00–1,75 = sangat rendah/sangat buruk;
1,76–2,50 = rendah/buruk;
2,51–3,25 = baik/tinggi;

3,26–4,00 = sangat baik/sangat tinggi. Hasil jawaban responden pada seluruh variabel kemudian diolah untuk mengetahui jumlah dan persentase tiap kategori, sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel *Modal intelektual hijau (X1)*

Item	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	0	0%	2	1%	52	52%	46	46%	100	100%	4,44
X1.2	0	0%	1	1%	28	28%	52	52%	19	19%	100	100%	3,89
X1.3	0	0%	2	2%	12	12%	67	67%	19	19%	100	100%	4,03
X1.4	0	0%	1	1%	26	26%	55	55%	18	18%	100	100%	3,9
X1.5	0	0%	30	30%	58	58%	11	11%	1	1%	100	100%	2,83
X1.6	2	2%	52	52%	39	39%	5	5%	2	2%	100	100%	2,53
													3,60

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 6, item pernyataan dengan skor rata-rata

tertinggi adalah X1.1 dengan nilai 4,44, yang menunjukkan bahwa pelaku

UMKM memiliki kesadaran sangat tinggi mengenai pentingnya menjaga lingkungan dalam menjalankan usaha. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada item X1.6 dengan nilai 2,53, yang mengindikasikan bahwa kerja sama antar UMKM dalam upaya pengembangan

praktik ramah lingkungan masih rendah. Dengan rata-rata keseluruhan variabel sebesar 3,6, maka persepsi responden terhadap *Modal intelektual hijau* berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi (rentang 3,26–4,00).

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variabel Etika Bisnis (X2)

Item	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	12	12%	20	20%	45	45%	23	23%	100	100%	3,79
X2.2	0	0%	12	12%	12	12%	52	52%	24	24%	100	100%	3,88
X2.3	0	0%	13	13%	21	21%	52	52%	14	14%	100	100%	3,67
X2.4	0	0%	11	11%	13	13%	40	40%	36	36%	100	100%	4,01
X2.5	0	0%	23	23%	57	57%	16	16%	4	4%	100	100%	3,01
X2.6	0	0%	17	17%	16	16%	60	60%	7	7%	100	100%	3,57
X2.7	0	0%	10	10%	4	4%	26	26%	60	60%	100	100%	4,36
X2.8	0	0%	5	5%	22	22%	57	57%	16	16%	100	100%	3,84
													3,76

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 7, pernyataan dengan skor tertinggi terdapat pada item X2.7 dengan nilai 4,36, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Bangkalan memiliki komitmen sangat tinggi dalam menyediakan saluran komunikasi yang jelas bagi konsumen. Sebaliknya, skor terendah diperoleh pada item X2.5

sebesar 3,01, yang mengindikasikan bahwa keterlibatan UMKM dalam kegiatan sosial dan kerja sama dengan lembaga lokal masih tergolong rendah dibandingkan aspek etika bisnis lainnya. Dengan rata-rata keseluruhan variabel 3,76, persepsi responden terhadap etika bisnis berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi (rentang 3,26–4,00).

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Keuangan Berkelanjutan (Y)

Item	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	0	0%	7	7%	7	7%	55	55%	31	31%	100	100%	4,10
Y2	0	0%	0	0%	15	15%	59	59%	26	26%	100	100%	4,11
Y3	0	0%	0	0%	20	20%	48	48%	32	32%	100	100%	4,12
Y4	0	0%	0	0%	18	18%	62	62%	20	20%	100	100%	4,02
Y5	0	0%	16	16%	10	10%	47	47%	27	27%	100	100%	3,85
Y6	0	0%	7	7%	9	9%	58	58%	26	26%	100	100%	4,03
Y7	0	0%	16	16%	17	17%	38	38%	29	29%	100	100%	3,80
Y8	0	0%	7	7%	16	16%	50	50%	27	27%	100	100%	3,97
													4,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 8, item Y3 memperoleh skor tertinggi sebesar 4,12, menunjukkan bahwa

pelaku UMKM kuliner di Bangkalan memiliki kemampuan sangat baik dalam menjaga stabilitas keuangan usaha. Item

Y2 (4,11) dan Y1 (4,10) juga menunjukkan persepsi sangat positif terhadap kemampuan memperoleh laba dan menjaga keberlanjutan usaha. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada item Y7 sebesar 3,80, yang mengindikasikan bahwa produk ramah lingkungan belum memberikan

kontribusi besar terhadap peningkatan penjualan. Item Y5 (3,85) turut menunjukkan bahwa efisiensi biaya operasional belum optimal. Dengan rata-rata keseluruhan variabel 4,00, kinerja usaha berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi sesuai rentang penilaian 3,26–4,00.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Variabel Inovasi Usaha (Z)

Item	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Z1	0	0%	9	9%	22	22%	42	42%	27	27%	100	100%	3,87
Z2	0	0%	7	7%	35	35%	36	36%	22	22%	100	100%	3,73
Z3	0	0%	0	0%	26	26%	56	56%	18	18%	100	100%	3,92
Z4	0	0%	7	7%	30	30%	51	51%	12	12%	100	100%	3,68
Z5	0	0%	5	5%	14	14%	33	33%	48	48%	100	100%	4,24
Z6	0	0%	2	2%	9	9%	50	50%	39	39%	100	100%	4,26
Z7	0	0%	9	9%	12	12%	47	47%	32	32%	100	100%	4,02
Z8	0	0%	9	9%	17	17%	54	54%	20	20%	100	100%	3,85
													3,94

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 9, item dengan skor tertinggi terdapat pada pernyataan “Usaha ini menjalin kerja sama baru dalam pemasaran produk secara offline” (4,26) dan “Usaha ini memanfaatkan media digital/online secara kreatif dalam melakukan pemasaran” (4,24). Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi pemasaran, baik melalui jaringan kerja sama maupun pemanfaatan media digital, merupakan

aspek yang paling menonjol pada UMKM kuliner di Bangkalan. Sebaliknya, skor terendah muncul pada pernyataan mengenai kreativitas metode operasional, yaitu 3,68, yang mengindikasikan bahwa inovasi operasional masih perlu diperkuat. Dengan rata-rata variabel 3,94, tingkat inovasi usaha berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi sesuai rentang penilaian 3,26–4,00.

Hasil Penelitian

Analisis outer model

a. Validitas konvergen (*Convergent validity*)

Tabel 10. Hasil Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
<i>Modal intelektual hijau</i> (X1)	X1.1	0.758	Valid
	X1.2	0.783	Valid
	X1.3	0.783	Valid
	X1.4	0.849	Valid
	X2.1	0.818	Valid
Etika Bisnis (X2)	X2.2	0.880	Valid

	X2.3	0.754	Valid
	X2.6	0.785	Valid
	X2.7	0.841	Valid
	X2.8	0.768	Valid
Keuangan Berkelanjutan	Y1	0.901	Valid
	Y5	0.755	Valid
	Y6	0.893	Valid
	Y8	0.851	Valid
Inovasi Usaha	Z1	0.711	Valid
	Z2	0.863	Valid
	Z4	0.731	Valid
	Z7	0.868	Valid
	Z8	0.911	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 10, setiap butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dengan sampel sebanyak 100 responden. Semua nilai validitas yang diuji menunjukkan nilai *outer loading* di atas 0,7. Namun, terdapat beberapa item

pernyataan yang dihapus karena hasilnya nilainya dibawah 0,7 (*invalid*) seperti item X1.5, X1.6, X2.4, X2.5, Y2, Y3, Y4, Y7, Z3, Z5, Z6 sehingga tidak memenuhi kriteria validitas konvergen.

b. Validitas diskriminan (*Discriminant validity*)

Tabel 11. Hasil Validitas Diskriminan (cross loading)

	X1	X2.	Y	Z
X1.1	0.758	0.366	0.267	0.368
X1.2	0.783	0.417	0.268	0.353
X1.3	0.783	0.438	0.296	0.305
X1.4	0.849	0.577	0.432	0.407
X2.1	0.501	0.818	0.521	0.477
X2.2	0.498	0.880	0.602	0.516
X2.3	0.551	0.754	0.505	0.477
X2.6	0.208	0.785	0.497	0.441
X2.7	0.321	0.841	0.624	0.529
X2.8	0.734	0.768	0.586	0.492
Y1	0.339	0.642	0.901	0.710
Y5	0.297	0.477	0.755	0.469
Y6	0.310	0.640	0.893	0.587
Y8	0.458	0.581	0.851	0.650
Z1	0.279	0.361	0.334	0.711
Z2	0.358	0.412	0.568	0.863
Z4	0.398	0.488	0.495	0.731
Z7	0.386	0.589	0.708	0.868
Z8	0.423	0.580	0.712	0.911

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil *cross loading* menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel *Modal intelektual hijau* (*X1*), Etika Bisnis (*X2*), Keuangan Berkelanjutan (*Y*), dan Inovasi Usaha (*Z*) memenuhi validitas diskriminan. Setiap indikator memiliki nilai tertinggi pada konstruknya sendiri dibandingkan konstruk lain, menandakan pengukuran variabel spesifik, independen, dan sesuai kriteria (nilai $> 0,70$).

Tabel 12. Hasil AVE

Variabel	AVE	Keterangan
<i>Modal intelektual hijau</i> (<i>X1</i>)	0.630	Terpenuhi
Etika bisnis (<i>X2</i>)	0.654	Terpenuhi
Keuangan berkelanjutan (<i>Y</i>)	0.726	Terpenuhi
Inovasi usaha (<i>Z</i>)	0.673	Terpenuhi

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Nilai AVE masing-masing variabel menunjukkan validitas yang terpenuhi, yaitu *Modal intelektual hijau* (*X1*) 0,630, Etika Bisnis (*X2*) 0,654, Keuangan Berkelanjutan (*Y*) 0,726, dan Inovasi Usaha (*Z*) 0,673. Semua nilai di atas 0,50, menandakan setiap variabel mampu menjelaskan varians indikatornya dengan baik dan validitas diskriminan tercapai.

Tabel 13. Hasil Akar AVE (Fornell Larcker Criterion)

Variabel	X1	X2	Y	Z
<i>Modal intelektual hijau</i> (<i>X1</i>)	0.794			
Etika bisnis (<i>X2</i>)	0.582	0.809		
Keuangan berkelanjutan (<i>Y</i>)	0.413	0.692	0.852	
Inovasi usaha (<i>Z</i>)	0.454	0.606	0.717	0.821

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Nilai akar AVE pada masing-masing variabel berada pada diagonal dan lebih tinggi dibanding korelasinya dengan variabel lain, yaitu *Modal intelektual hijau* (0,794), Etika Bisnis (0,809), Keuangan Berkelanjutan (0,852), dan Inovasi Usaha (0,821). Hal ini menunjukkan seluruh konstruk memenuhi validitas diskriminan menurut kriteria Fornell–Larcker.

c. Uji reabilitas

Tabel 14. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability
<i>Modal intelektual hijau</i> (<i>X1</i>)	0.809	0.872
Etika bisnis (<i>X2</i>)	0.894	0.919
Keuangan berkelanjutan (<i>Y</i>)	0.873	0.913
Inovasi usaha (<i>Z</i>)	0.879	0.911

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil reliabilitas menunjukkan semua variabel memiliki Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,7, yakni *Modal intelektual hijau* ($\alpha = 0,809$; CR = 0,872), Etika Bisnis ($\alpha = 0,894$; CR = 0,919), Keuangan Berkelanjutan ($\alpha = 0,873$; CR = 0,913), dan Inovasi Usaha ($\alpha = 0,879$; CR = 0,911). Hal ini menandakan setiap konstruk konsisten secara internal dan instrumen penelitian reliabel.

Analisis inner model

a. R – Square

Tabel 15. R – Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Keuangan berkelanjutan (<i>Y</i>)	0.685	0.668

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Nilai R^2 untuk Keuangan Berkelanjutan sebesar 0,685, yang menunjukkan bahwa *Modal intelektual hijau*, Etika Bisnis, dan Inovasi Usaha

menjelaskan 68,5% varians variabel tersebut, sedangkan 31,5% dipengaruhi faktor lain di luar model. Berdasarkan klasifikasi (Hair et al., 2022), R^2 ini termasuk kategori sedang ($R^2 > 0,50$).

b. F – Square

Tabel 16. F – Square

	X1	X2.	Y	Z
Modal intelektual hijau (X1)			0.010	
Etika bisnis (X2)			0.054	
Keuangan berkelanjutan (Y)				
Inovasi usaha (Z)			0.542	
Inovasi usaha (Z)			0.011	
x Modal intelektual hijau (X1)				
Inovasi usaha (Z)			0.044	
x Etika bisnis				

(X2)

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel di atas, nilai f-square menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel terhadap Keuangan Berkelanjutan (Y):

- *Modal intelektual hijau* (X1) memiliki efek sangat kecil sebesar 0,010
- Etika Bisnis (X2) termasuk efek kecil dengan nilai 0,054
- Inovasi Usaha (Z) menunjukkan efek besar 0,542, menjadi variabel paling berpengaruh.
- Interaksi Inovasi Usaha \times Modal intelektual hijau ($Z \times X1$) memiliki efek sangat kecil 0,011,
- Interaksi Inovasi Usaha \times Etika Bisnis ($Z \times X2$) termasuk efek kecil 0,044.

Pengujian Hipotesis

Tabel 17. Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.092	0.108	0.096	0.960	0.337
X2 -> Y	0.259	0.249	0.120	2.152	0.031
Z -> Y	0.390	0.391	0.075	5.190	0.000
Z x X1 -> Y	0.170	0.179	0.084	2.017	0.044
Z x X2. -> Y	-0.293	-0.299	0.086	3.401	0.001

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa

1. *Modal intelektual hijau* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keuangan Berkelanjutan (Y) ($t = 0,960$; $p = 0,337$; koefisien = 0,092)
2. Etika Bisnis (X2) ($t = 2,152$; $p = 0,031$; koefisien = 0,259)
3. Inovasi Usaha (Z) ($t = 5,190$; $p = 0,000$; koefisien = 0,390) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Y.
4. Inovasi Usaha juga berperan sebagai variabel moderasi, memperkuat

pengaruh X1 terhadap Y ($t = 2,017$; $p = 0,044$; koefisien = 0,170)

5. Inovasi usaha memperlemah pengaruh X2 terhadap Y ($t = 3,401$; $p = 0,001$; koefisien = -0,293).

Dengan demikian, H2, H3, H4, dan H5 diterima, sedangkan H1 ditolak.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Modal intelektual hijau* terhadap keuangan keberlanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Modal intelektual hijau* tidak

berpengaruh signifikan terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kabupaten Bangkalan, yang ditunjukkan oleh nilai t sebesar 0,960 dan p sebesar 0,337, serta koefisien jalur 0,092. Karena nilai t lebih kecil dari 1,96 dan p lebih besar dari 0,05, maka hipotesis H1 yang menyatakan adanya pengaruh signifikan ditolak. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Styaningrum et al., 2023) hasilnya menunjukkan bahwa tidak semua komponen *Modal intelektual hijau* berpengaruh terhadap UMKM. Hasil senada juga diungkapkan oleh (Ang & Mon, 2022) yang menjelaskan bahwa *Modal intelektual hijau* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan berkelanjutan.

Temuan ini mencerminkan bahwa meskipun pelaku UMKM telah memiliki kesadaran lingkungan yang cukup baik terutama dalam bentuk *Green Human Capital* seperti pengetahuan bahwa sampah plastik dapat dijual, dikumpulkan, atau diolah kembali dan beberapa berhasil mengolah sendiri sampah organik sendiri, tetapi penerapan praktik ramah lingkungan belum sepenuhnya mampu memberikan keuntungan finansial. Namun, ketika mereka mencoba menerapkan *Green Structural Capital*, misalnya dengan mengganti kemasan plastik menjadi kemasan ramah lingkungan secara penuh, biaya operasional meningkat cukup signifikan.

Beberapa pelaku UMKM mengaku bahwa pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutupi tingginya biaya kemasan hijau, sehingga mereka akhirnya kembali menggunakan plastik untuk menekan biaya produksi dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Selain itu, *Green Relational Capital* pada UMKM di Bangkalan juga belum berkembang optimal. UMKM belum memiliki hubungan eksternal yang kuat dengan

pemasok kemasan hijau, komunitas ramah lingkungan, atau program pemerintah yang mendukung praktik keberlanjutan. Akibatnya, mereka tidak mendapatkan akses harga yang lebih murah atau dukungan pemasaran berbasis *eco-branding*, sehingga praktik hijau tidak memberikan nilai tambah yang nyata.

Pengaruh etika bisnis terhadap keuangan keberlanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuangan berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kabupaten Bangkalan, ditunjukkan oleh nilai t sebesar 2,152, p sebesar 0,031, dan koefisien jalur 0,259. Karena t > 1,96 dan p < 0,05, maka H2 diterima. Penelitian (Belas et al., 2024) juga menjelaskan bahwa etika bisnis mampu membentuk sikap positif UMKM dalam memahami dan menerima praktik usaha yang peduli lingkungan, peduli manusia, serta dikelola secara jujur dan beretika. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hariyanto, 2021) yang menjelaskan bahwa bisnis yang berdasarkan etika akan menjadikan sistem perekonomian akan berjalan secara seimbang. Hal ini juga dipertegas oleh teori *Resource-Based Theory* (RBT) dan teori *stakeholder* yang menekankan bahwa praktik bisnis yang etis dapat meningkatkan kepercayaan, reputasi, dan keunggulan kompetitif sehingga mendukung keberlanjutan keuangan UMKM.

Penerapan etika bisnis seperti kejujuran, transparansi harga, kualitas produk yang konsisten, dan pelayanan yang adil memiliki peluang besar UMKM pada UMKM untuk menciptakan kondisi keuangan yang stabil dan berkelanjutan. UMKM kuliner

di Bangkalan telah terbukti memahami konsep tersebut dan mampu menerapkannya secara etis.

Pengaruh inovasi usaha terhadap keuangan keberlanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuangan berkelanjutan, ditunjukkan oleh nilai t sebesar 5,190, p sebesar 0,000, dan koefisien jalur 0,390. Dengan $t > 1,96$ dan $p < 0,05$, hipotesis H3 diterima. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi seperti pengembangan menu, peningkatan kualitas, penggunaan teknologi digital, dan efisiensi layanan mendorong peningkatan pendapatan, daya saing, serta stabilitas arus kas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kwilinski & Lyulyov, 2025) yang menjelaskan bahwa inovasi memainkan peran penting sebagai pendorong utama keuangan yang lebih berkelanjutan. Hasil yang sama juga diperoleh oleh (Soomro, 2021) inovasi terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis. Hasil ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi hijau yang diterapkan perusahaan, semakin baik kinerja keberlanjutannya. Selain itu, pengaruh inovasi terbukti lebih kuat pada usaha menengah dibandingkan usaha kecil, terutama dalam meningkatkan kinerja lingkungan.

Temuan ini sejalan dengan *Resource-Based Theory* (RBT), yang menjelaskan bahwa inovasi adalah kapabilitas strategis yang mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan posisi kompetitif UMKM. Kapabilitas tersebut pada akhirnya mendukung tercapainya keuangan yang berkelanjutan. Selaras dengan itu, teori stakeholder menekankan bahwa inovasi yang dijalankan UMKM membantu

memenuhi ekspektasi pihak-pihak yang berkepentingan. Ketika kebutuhan *stakeholder* terpenuhi, tingkat kepercayaan dan dukungan meningkat, sehingga kondisi keuangan UMKM menjadi lebih kuat dan berkelanjutan. Inovasi usaha menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan keuangan UMKM kuliner di Bangkalan. Pelaku UMKM kuliner Kabupaten Bangkalan telah mampu berinovasi dengan baik, terutama dalam inovasi pemasaran seperti melakukan kerja sama secara offline dan penggunaan media digital secara kreatif.

Pengaruh inovasi usaha sebagai moderasi pada modal intelektual hijau terhadap keuangan keberlanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa interaksi antara Inovasi Usaha dan Modal intelektual hijau signifikan dalam memperkuat pengaruh Modal intelektual hijau terhadap keuangan berkelanjutan, ditunjukkan oleh nilai t sebesar 2,017 dan p-value 0,044. Ini berarti inovasi usaha berperan sebagai moderator yang membuat pemanfaatan Modal intelektual hijau menjadi lebih efektif, meskipun pengaruh langsung Modal intelektual hijau sebelumnya belum signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa modal intelektual hijau tidak cukup efektif ketika berdiri sendiri, tetapi menjadi sangat berpengaruh ketika didukung oleh inovasi usaha. Usaha yang melakukan inovasi seperti inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi teknologi, atau inovasi lainnya berpeluang untuk mempertahankan keberlanjutan keuangan usahanya. Meskipun belum ada penelitian terdahulu yang secara spesifik meneliti moderasi usaha inovasi pada hubungan modal intelektual hijau dengan keuangan berkelanjutan, temuan ini konsisten dengan pola hubungan yang

ditemukan dalam penelitian lain. (Khan et al., 2022) menunjukkan bahwa proses inovasi mampu memperkuat pengaruh keberlanjutan usaha. (Zhang et al., 2023) menemukan bahwa inovasi memoderasi hubungan positif transformasi digital dengan kinerja, menandakan bahwa inovasi meningkatkan sensitivitas usaha terhadap perubahan. (Fan et al., 2021) juga membuktikan bahwa inovasi dapat memperkuat hubungan antara sumber daya internal dan kinerja usaha.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa Modal intelektual hijau dapat menjadi keunggulan kompetitif yang mendukung keberlanjutan keuangan UMKM kuliner di Bangkalan. Inovasi memungkinkan UMKM memanfaatkan pengetahuan lingkungan secara kreatif tanpa harus menambah biaya besar, misalnya melalui inovasi proses produksi, efisiensi penggunaan bahan, pengembangan produk lokal sehat, atau pendekatan pemasaran berbasis nilai hijau. Ketika inovasi usaha tinggi, Modal intelektual hijau tidak lagi berhenti pada tingkat pengetahuan, tetapi berubah menjadi praktik yang mampu menghasilkan diferensiasi, efektivitas biaya, dan citra usaha yang lebih baik.

Pengaruh inovasi usaha sebagai moderasi pada etika bisnis terhadap keuangan keberlanjutan pada UMKM Kuliner Kabupaten Bangkalan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa interaksi antara Inovasi Usaha dan Etika Bisnis memiliki koefisien $-0,293$ dengan t-statistik $3,401$ dan p-value $0,001$, yang berarti inovasi usaha merupakan moderasi signifikan namun memperlemah pengaruh Etika Bisnis terhadap keuangan berkelanjutan UMKM kuliner di Kabupaten Bangkalan. Meskipun etika bisnis secara langsung berpengaruh positif, kehadiran inovasi usaha mengubah dinamika

tersebut sehingga pengaruh etika menjadi kurang dominan. Di lapangan, UMKM kerap menambah menu baru, memperluas layanan digital, atau melakukan promosi besar-besaran tanpa dukungan SDM dan sistem pelayanan yang memadai. Akibatnya, standar etika seperti kontaminasi, transparansi harga, ketelitian pesanan, dan konsistensi layanan menurun karena pelaku usaha lebih fokus pada kecepatan produksi dan menyediakan permintaan yang meningkat.

Saat fokus UMKM beralih ke hal-hal yang “menyelamatkan usaha” atau “meningkatkan penjualan”, perhatian terhadap praktik etis bisa menurun bukan karena sengaja, tetapi karena prioritas bergeser sehingga menimbulkan *trade-off* yang mengurangi dominasi pengaruh etika terhadap keuangan berkelanjutan UMKM. Apabila inovasi ditingkatkan, maka ekspektasi pelanggan akan meningkat. Jika ekspektasi meningkat maka sebuah usaha perlu tetap memperhatikan konsistensi perilaku etis dalam operasional mereka (Ferrell et al., 2018). Walaupun penelitian ini tidak sejalan penelitian yang dilakukan oleh (Zafar & Awan, 2019) dimana penelitian itu menjelaskan bahwa inovasi secara signifikan mendukung etika bisnis. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas inovasi dalam mendukung etika bisnis sangat bergantung pada kesiapan organisasi.

Pada UMKM skala kecil, inovasi yang tidak dilakukan dengan penguatan SDM, pelatihan etis, maupun sistem operasional dapat menciptakan beban tambahan yang mengganggu konsistensi layanan. Hasil penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa inovasi tidak selalu memperkuat hubungan etika bisnis dengan kinerja; pada kondisi tertentu, terutama pada usaha kecil dengan keterbatasan kapasitas, inovasi justru dapat mengalihkan fokus keberlanjutan

keuangan yang perlu dilakukan oleh UMKM.

PENUTUP

Kesimpulan

Modal Intelektual Hijau tidak berpengaruh langsung terhadap Keuangan Berkelaanjutan kuliner UMKM di Bangkalan karena sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala biaya dalam menerapkan praktik ramah lingkungan, dan kerja sama antar-UMKM maupun dengan pemasok kemasan hijau masih minim. Sebaliknya, Etika Bisnis berpengaruh positif karena pelaku UMKM menjaga kualitas pelayanan, transparansi, dan kejujuran, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan. Inovasi Usaha juga berdampak positif, terutama melalui pemasaran kreatif, variasi produk, dan kerja sama baru, yang membantu peningkatan penjualan dan menarik pelanggan baru.

Kombinasi Modal Intelektual Hijau dan Inovasi Usaha dapat meningkatkan Keuangan Berkelaanjutan karena inovasi membuat praktik hijau lebih kreatif, efisien, dan bernilai jual. Namun, interaksi Etika Bisnis dan Inovasi Usaha cenderung menyertakan pengaruh etika, karena fokus UMKM yang tinggi pada inovasi—seperti menambah menu, layanan digital, atau intensifikasi promosi—terkadang menurunkan konsistensi layanan, ketelitian pesanan, dan transparansi informasi. Secara keseluruhan, keinginan keuangan UMKM kuliner di Bangkalan lebih didominasi oleh etika bisnis yang baik dan inovasi usaha yang efektif, sementara Modal Intelektual Hijau baru berdampak optimal jika didukung inovasi yang tepat.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, pelaku UMKM disarankan untuk

menerapkan praktik hijau yang lebih efisien dan terjangkau serta menjaga konsistensi etika bisnis meskipun intensitas inovasi meningkat, agar keberlanjutan keuangan tetap terjaga. Pemerintah daerah perlu menyediakan program pendampingan terkait inovasi usaha, pemasaran digital, dan penerapan praktik ramah lingkungan yang ekonomis, termasuk dukungan dan insentif bagi UMKM kuliner. Penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan variabel lain seperti literasi keuangan, kapasitas SDM, dan dukungan digital, serta menggunakan pendekatan *mixed-method* guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika keberlanjutan UMKM. Selain itu, komunitas UMKM diharapkan memperkuat kolaborasi dalam pengadaan bahan ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan pemasaran bersama untuk menekan biaya dan meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, C., & Mardhiah, A. (2025). *Pelatihan Pembiayaan Berkelaanjutan (Sustainable Finance) untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Hijau di Kalangan UMKM*. 3(2), 90–101.
- Ang, P., & Mon, M. D. (2022). Pengaruh Green Intellectual Capital, Green Training, Green Recruitment and Selection dalam Konsep Paperless terhadap Sustainable Performance pada Bank BPR Kota Batam. 4(April), 462–478.
- Ayu, P., Ningtyas, R., Puspitaningrum, T., & Kartika, D. (2022). Pengaruh Intellectual Capital, Intensitas Research And Development Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. 10(03), 115–124.

- Belas, J., Balcerzak, A. P., Dvorsky, J., & Štreimikis, J. (2024). *INFLUENCING ESG PERCEPTION IN SMES THROUGH CSR, BUSINESS ETHICS, AND HRM: AN EMPIRICAL STUDY IN V4 COUNTRIES*. 532–549.
- Chandra, M. (2019). *PENGARUH GREEN INTELLECTUAL CAPITAL INDEX DAN*. 45–70.
- Elsa, S., Ayu, D., Parahiyanti, C. R., Ekonomi, F., Malang, U. N., & No, J. S. (2022). *Achieving Competitive Advantage of SMEs in Malang City through Resource Based View, Entrepreneurship Orientation, and Innovation Resource-Based View terhadap Inovasi dan Keunggulan Bersaing*. 10(2), 101–110.
- Fan, M., Qalati, S. A., Aamir, M., Khan, S., Mir, S., Shah, M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). *Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: The moderating role of innovation capabilities*. 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247320>
- Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2018). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*, July, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Hariyanto, A. (2021). *Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics Mabarroh Azizah*, 1 Hariyanto 2 1,2. 10(2), 237–252. <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, M. (2025). *Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo*. 4(2), 6493–6503.
- Irma, A., Ringo, S., Dwi, A., Panjaitan, P., & Setiawati, H. (2025). *Etika Bisnis dan Kolaborasi Kelembagaan dalam Penguatan UMKM Berkelanjutan*. 01(05), 1141–1144.
- Kadek, N., Claudia, N., Luh, N., Widhiastuti, P., Oka, S., Indah, K., Dewi, K., Putu, N., & Regina, W. (2023). *Green Intellectual Capital: Salah Satu Penentu Keunggulan Bersaing Pada UMKM di Serangan*. 11(1).
- Kato, A. I., Chiloane-tsoka, E. G., Mugambe, P., Idi, A., Chiloane-tsoka, E. G., & Mugambe, P. (2024). *Unlocking the potential: the influence of sustainable finance solutions on the long-term sustainability of small and medium-sized enterprises*. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2391122>
- Khan, P. A., Johl, S. K., & Akhtar, S. (2022). *Vinculum of Sustainable Development Goal Practices and Firms' Financial Performance: A Moderation Role of Green Innovation*.
- Kumara, S., Gamage, N., Ekanayake, E. M. S., & Abeyrathne, G. (2020). *A Review of Global Challenges and Survival Strategies of Small and*

- Medium Enterprises (SMEs). 1995*(Martin 2001).
- Kwilinski, A., & Lyulyov, O. (2025). *The Role of Innovation Development in Advancing Green Finance*. 1–26.
- Lusmeida, H., & Arsjah, R. J. (2024). *ETIKA BISNIS MEMODERASI PENGARUH MANAJEMEN RISIKO, MODAL INTELEKTUAL HIJAU DAN HAK PEMEGANG*. 24(1), 107–130.
- Nasution, U. H., Junaidi, L. D., & Prayoga, J. (2024). *Metode Penelitian*. Serasi Media Teknologi. <https://books.google.co.id/books?id=WCE3EQAAQBAJ>
- Perkasa, D. H., Paramadina, U., & Paramadina, U. (2024). *PENERAPAN ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES MANAGEMENT* Rindang Adrai 1 , 6(2), 68–85.
- Pranata, A. S. (2022). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA DAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi kasus pada UMKM Fotokopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)*.
- Rastamiari, E. P., Luh, N., Grace, P., Peran, A., Hita, T., Intelektual, M., & Luh, N. (2025). *PERAN TRI HITA KARANA DAN MODAL INTELEKTUAL HIJAU DALAM AKUNTANSI KEBERLANJUTAN*. 15(3), 504–518.
- Shehzad, M. U., Zhang, J., Dost, M., Ahmad, M. S., & Alam, S. (2023). Linking green intellectual capital, ambidextrous green innovation and firms green performance: evidence from Pakistani manufacturing firms. *Journal of Intellectual Capital, 24* (4), 974–1001.
- Simbolon, H., Pratama, R. R., & Yuliana, L. (2024). *The Influence of Brand Signature and Brand Reputation on Brand Performance*. 2023.
- Soomro, Y. A. (2021). *Determinants of Green Innovation to Achieve Sustainable Business Performance : Evidence From SMEs*. 12(November). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.767968>
- Styaningrum, F., Wahjoedi, W., Utomo, S. H., Mukhlis, I., Sulistyowati, N. W., Fuat'dah, D. A., Nugrahaningtyas, A., & Qofifah, S. N. (2023). *The Influence of Green Intellectual Capital on Sustainable*. 11(2), 130–141.
- Suaidi, M., Farida, P., & Eka. (2019). *Pengaruh Inovasi Usaha Dan Minat Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Ukm Food And Beverage Di Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang)*. 131–143.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Cetakan Ke). Alfabeta Bandung.
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020). *Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM*. 23(1), 69–96.
- Tunisa, W., & Puspitasari, M. (2024). *International Journal of Current Science Research and Review The Effect of Green Intellectual Capital and Financial Literacy on Sustainable Financial Performance of Tofu Factory SMEs in Karawang Regency*. 07(06), 3680–3691. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i6-15>
- Yoda, T. C. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.

- <https://books.google.co.id/books?id=3clGEQAAQBAJ>
- Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., Ramayah, T., & Fawehinmi, O. (2019). Nexus between green intellectual capital and green human resource management. *Journal of Cleaner Production*, 215, 364–374. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.306>
- Zafar, K., & Awan, A. (2019). *THE RELATIONSHIP BETWEEN ISLAMIC WORK ETHICS AND INNOVATION*. January 2012.
- Zhang, Y., Ma, X., Pang, J., Xing, H., & Wang, J. (2023). The impact of digital transformation of manufacturing on corporate performance — The mediating effect of business model innovation and the moderating effect of innovation capability. *Research in International Business and Finance*, 64, 101890. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.101890>