



**Pemberdayaan UMKM Batik Tulis Wecono Asri melalui
Pencatatan *Green Accounting* sebagai Strategi Pemasaran
Destinasi *Eco-Friendly* di Kecamatan Dandangan, Kota Kediri**

(Empowering the Wecono Asri Hand-Painted Batik MSMEs Through Green Accounting as a Marketing Strategy for Eco-Friendly Destinations in Dandangan Subdistrict, Kediri City)

**Novie Astuti Setianingsih^{1*}, Wiwiek Kusumaning Asmoro², Eti Putranti³
Hanifah Puspita Sari⁴, Atik Tri Andari⁵, Wiwik Mukholawatul Farida⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik Negeri Malang PSDKU Kediri

*email: novie_astuti@polinema.ac.id

Diterima: 24 Agustus 2026, Diperbaiki: 11 September 2026, Disetujui: 11 Oktober 2026

Abstract. *The Wecono Asri Hand-Painted Batik MSME has significant potential to be developed as an eco-friendly batik business; however, its recording of environmental costs, business administration, and sustainability-based marketing communications still need to be strengthened. This community service program aimed to enhance the partner's capacity by implementing Green Accounting as a foundation for strengthening Green Marketing. This program was conducted from May 1 to July 27, 2026, using the Participatory Action Learning method, which includes observation, outreach, training, mentoring, monitoring, and evaluation. The mentoring focused on identifying and classifying environmental costs, designing a simple record-keeping format, utilizing Accurate, improving legal compliance, and writing marketing content that conveys the values of eco-friendly activities. As a result of these activities, the partners now have a system for recording environmental costs, have begun separating environmental costs from operating costs, have received guidance on legal and administrative matters, and have started developing green marketing communications through digital media. The program evaluation results reflect changes in the partners' understanding and competencies in managing the financial and sustainability aspects of their businesses. The pre-test and post-test results across 10 indicators showed that the partner's average score increased from 36.5% to 85.0% (48.5%), with the largest gains (55%) in the ability to create simple green accounting records, identify environmental costs and activities, and use environmental information as promotional material. The program produced a mentoring model that links Green Accounting information with Green Marketing communication as a foundation for strengthening eco-friendly batik businesses*

Keywords: *Green Accounting, Green Marketing, Batik MSMEs, Eco-Friendly MSME Empowerment*

Abstrak. UMKM Batik Tulis Wecono Asri cukup potensial untuk dikembangkan sebagai usaha batik berbasis *eco-friendly*, namun pencatatan biaya lingkungan, administrasi usaha, serta komunikasi pemasaran yang berbasis keberlanjutan masih harus diperkuat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra dengan pengimplementasian *Green Accounting* sebagai landasan penguatan *Green Marketing*. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 Mei sampai 27 Juli 2026 dengan metode Participatory Action Learning yang meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi. Pendampingan tersebut difokuskan pada identifikasi dan klasifikasi biaya lingkungan, perancangan format pencatatan sederhana, pemanfaatan Accurate, penyempurnaan administrasi legalitas, dan penulisan content marketing yang menyampaikan nilai-nilai aktivitas ramah lingkungan. Hasil kegiatannya mitra telah memiliki format pencatatan biaya lingkungan, mulai melakukan pemisahan biaya lingkungan dengan biaya operasional, mendapatkan pendampingan administrasi legalitas, dan mulai mengembangkan komunikasi *Green Marketing* lewat digital media. Hasil evaluasi program



Lisensi
Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0.

mencerminkan perubahan dalam pemahaman dan kompetensi mitra dalam mengelola aspek keuangan dan keberlanjutan usaha. Hasil pre-test dan post-test pada 10 indikator menunjukkan peningkatan rata-rata skor pemahaman dan kemampuan mitra dari 36,5% menjadi 85,0% (48,5%), dengan peningkatan terbesar (55%) pada kemampuan membuat pencatatan sederhana green accounting, mengidentifikasi biaya/aktivitas lingkungan, dan memanfaatkan informasi lingkungan sebagai materi promosi. Program ini menghasilkan model pendampingan yang mengaitkan informasi Green Accounting dengan komunikasi Green Marketing sebagai fondasi penguatan usaha batik eco-friendly.

Kata kunci: *Green accounting, Green Marketing, UMKM Batik, Eco-friendly, Pemberdayaan UMKM.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian dan pertumbuhan ekonomi daerah. Industri batik memiliki karakter yang khas karena melibatkan nilai ekonomi, kreatif, dan budaya (Pramana et al., 2023). Pada saat yang sama, proses produksi batik juga mengkonsumsi sumber daya seperti air, energi, bahan pewarna, dan perlengkapan lainnya, dan mungkin juga membuang energi. Kondisi ini menjadikan efisiensi sumber daya dan pengelolaan dampak lingkungan sebagai elemen penting dalam pengembangan bisnis batik yang berkelanjutan.

Green accounting dapat digunakan untuk memberikan informasi yang relevan tentang biaya terkait lingkungan kepada para pelaku usaha untuk perencanaan dan pengendalian (Setyaningsih & Arrahman, 2025). Hal ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan internal, untuk menilai seberapa efisien sumber daya telah digunakan, atau untuk meningkatkan akuntabilitas bisnis. Dalam konteks pemasaran, pengetahuan tentang proses produksi yang ramah lingkungan dapat dikomunikasikan dengan bantuan *Green Marketing* sebagai cara untuk menanamkan keberlanjutan sebagai bagian dari nilai tambah produk.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Green accounting* dan *Green Marketing* relevan bagi pengembangan UMKM yang berorientasi pada keberlanjutan. Arvianti et al. (2025) menunjukkan bahwa pemahaman mengenai *Green accounting* pada UMKM produsen kain batik masih perlu diperkuat, terutama dalam mengidentifikasi aspek

lingkungan dalam kegiatan usaha. Pada sisi pemasaran, Nuryakin dan Maryati (2022) menunjukkan pentingnya orientasi *Green Marketing* dalam mendukung kinerja UMKM batik. *Green Marketing* juga dapat menjadi bagian dari strategi keberlanjutan UMKM karena membantu mengkomunikasikan nilai lingkungan yang melekat pada produk kepada konsumen (Marwan & Isnaeni, 2022). Pada aspek pengelolaan usaha dan pemasaran, Alfianti et al., (2022) melaksanakan sosialisasi strategi pemasaran dan pengelolaan UMKM potensi Desa Petanang melalui peningkatan kemampuan sumber daya manusia. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa penguatan pencatatan lingkungan dan pemanfaatan informasi keberlanjutan dalam pemasaran dapat ditempatkan sebagai bagian yang saling mendukung dalam pengembangan UMKM.

UMKM Batik Tulis Wecono Asri di Kecamatan Dandangan Kota Kediri berpotensi dikembangkan menjadi usaha batik dan destinasi edukasi batik *eco-friendly*. Dari hasil observasi awal, pencatatan keuangan mitra masih sederhana; biaya penggunaan air, listrik, bahan pewarna, dan pengelolaan limbah belum dipisahkan sebagai informasi biaya lingkungan. Di samping itu, komunikasi pemasarannya cenderung menonjolkan motif dan kualitas produk, tetapi belum optimal memanfaatkan isu keberlanjutan sebagai pesan pemasaran. Selain itu, legalitas usaha juga masih perlu diperkuat.

Masalah-masalah tersebut mengindikasikan perlunya intervensi yang tidak hanya berfokus pada pelatihan pencatatan, tetapi juga mengaitkan

informasi akuntansi lingkungan dengan strategi komunikasi pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning* agar mitra berpartisipasi dalam mengidentifikasi masalah, belajar, berlatih, dan mengevaluasi. Pendekatan tersebut bertujuan untuk menghasilkan kemampuan yang dapat diaplikasikan secara mandiri setelah kegiatan selesai.

Pemecahan masalah dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan, yaitu identifikasi komponen biaya lingkungan, pengelompokan dan pencatatan biaya penggunaan sumber daya serta pengelolaan limbah, penguatan administrasi usaha, dan pendampingan dalam penyusunan pesan pemasaran berbasis praktik ramah lingkungan. Hasil pencatatan *Green accounting* akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan informasi keberlanjutan yang dapat dikomunikasikan melalui *Green Marketing*. Pendekatan ini diharapkan membantu mitra tidak hanya memahami konsep, tetapi juga menerapkannya dalam kegiatan operasional dan pemasaran secara berkelanjutan. Integrasi antara praktik lingkungan dan strategi pemasaran juga dapat memperkuat posisi UMKM dalam membangun nilai produk yang berorientasi pada keberlanjutan (Gonzalez & Peña-Vinces, 2023; Ardhiyansyah & Juniansyah, 2024).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengidentifikasi dan mencatat biaya lingkungan, memperkuat administrasi usaha, dan mengembangkan *Green Marketing* berdasarkan informasi keberlanjutan. Model pendampingan yang menghubungkan *Green accounting* dengan *Green Marketing* untuk mendukung pengembangan UMKM batik *eco-friendly* merupakan kontribusi dari kegiatan ini.

METODE KEGIATAN

Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan ini berlangsung pada 1 Mei

hingga 27 Juli 2026 Di UMKM Batik Tulis Wecono Asri Kecamatan Dandangan, Kota Kediri. Mitra adalah usaha batik yang menjadi target dari seluruh rangkaian observasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi.

Pendekatan dan Tahapan Kegiatan

Metode yang diterapkan adalah Participatory Action Learning (PAL), yang memposisikan mitra sebagai subjek dalam seluruh tahapan proses mulai dari identifikasi kebutuhan hingga pembelajaran, praktik, dan evaluasi. Kegiatan ini terdiri atas: (1) observasi dan identifikasi kebutuhan; (2) sosialisasi *Green accounting*, *Green Marketing* dan legalitas usaha; (3) pelatihan dan klasifikasi biaya lingkungan; (4) pendampingan penerapan pencatatan *Green accounting*; (5) pendampingan penguatan legalitas usaha; (6) penyusunan strategi *Green Marketing*; dan (7) pemantauan dan evaluasi.

Instrumen dan Teknik Evaluasi

Evaluasi program dilaksanakan untuk mengukur tingkat ketercapaian tujuan kegiatan serta mengidentifikasi perubahan pengetahuan, keterampilan, dan praktik mitra setelah mengikuti rangkaian pendampingan. Instrumen evaluasi meliputi observasi langsung, wawancara, latihan pencatatan *Green Accounting*, dan survei kepuasan mitra. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi awal mitra, khususnya dalam pengelolaan administrasi usaha, pengenalan biaya lingkungan, serta penerapan prinsip ramah lingkungan dalam kegiatan operasional. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai pemahaman, pengalaman, kebutuhan, dan kendala yang dihadapi mitra dalam menerapkan praktik usaha yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Sementara itu, latihan pencatatan dan survei kepuasan digunakan untuk menilai kemampuan praktis mitra serta persepsi mereka terhadap manfaat kegiatan pendampingan.

Pengukuran dampak kegiatan difokuskan pada beberapa indikator utama, yaitu pemahaman terhadap konsep Green Accounting, kemampuan mengidentifikasi dan mencatat biaya lingkungan, penataan administrasi legalitas usaha, serta pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan Green Marketing. Aspek Green Accounting dievaluasi berdasarkan kemampuan mitra menjelaskan klasifikasi biaya lingkungan dan memisahkannya dari biaya operasional lainnya melalui format pencatatan yang sesuai. Pada aspek administrasi legalitas, evaluasi diarahkan pada perkembangan kerapian dan kelengkapan dokumen usaha, termasuk Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal sesuai kebutuhan serta status pemenuhan persyaratan masing-masing mitra. Sementara itu, penerapan Green Marketing dinilai melalui kemampuan mitra menyusun pesan pemasaran yang mengomunikasikan nilai ramah lingkungan, mengembangkan konten promosi yang relevan, dan memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian informasi

kepada konsumen. Perbandingan kondisi awal dan kondisi setelah kegiatan dilakukan untuk mengetahui bentuk perubahan yang terjadi pada setiap indikator.

Indikator keberhasilan dan bukti evaluasi disusun secara terukur agar hasil kegiatan dapat didokumentasikan secara sistematis dan dipertanggungjawabkan secara akademik. Penilaian dilakukan melalui pre-test dan post-test apabila instrumen tes tersedia, pemeriksaan hasil praktik pencatatan, observasi terhadap penerapan keterampilan, serta penelaahan dokumen administrasi dan konten pemasaran yang dihasilkan mitra. Kepuasan mitra diukur menggunakan angket yang mencakup relevansi materi, kejelasan penyampaian, kebermanfaatan pendampingan, dan kesesuaian kegiatan dengan kebutuhan usaha. Target perubahan ditetapkan berdasarkan kondisi awal mitra dan tujuan program, sedangkan capaian aktual dicatat berdasarkan bukti evaluasi yang diperoleh selama dan setelah kegiatan (Tabel 1).

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

Indikator	Kondisi Awal	Target/Perubahan	Bukti Evaluasi
Pemahaman <i>Green accounting</i>	Belum memahami klasifikasi biaya lingkungan	Mampu menjelaskan dan mengidentifikasi biaya lingkungan	<i>Pre/post-test</i> atau observasi
Pencatatan biaya lingkungan	Belum dipisahkan dari biaya operasional	Memiliki format dan mampu melakukan pencatatan	Format pencatatan dan praktik
Administrasi legalitas <i>Green Marketing</i>	Masih perlu penguatan administrasi	Administrasi legalitas lebih tertata	Dokumen NIB/sertifikat halal
	Aspek lingkungan belum optimal dikomunikasikan	Memiliki konten/pesan pemasaran <i>eco-friendly</i>	Media sosial dan dokumentasi
Kepuasan mitra	Belum diukur	Mencapai target kepuasan yang ditetapkan tim	Angket kepuasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal dan Identifikasi Permasalahan Mitra

Pengamatan pada Batik Tulis Wecono Asri memperlihatkan bahwa pencatatan keuangannya masih sederhana yang dapt dimulai dari biaya air, listrik, bahan pewarna dan pengolahan limbah masih

dicatat sebagai bagian dari biaya operasi dan informasi mengenai biaya yang berhubungan dengan lingkungan tidak tersedia secara terpisah. Hal tersebut membatasi kemampuan mitra untuk menilai berapa besar sumber daya dan biaya lingkungan yang digunakan.



Gambar 1. Rapat Koordinasi Persiapan Kegiatan Pengabdian
Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Gambar 1 menunjukkan kegiatan rapat koordinasi yang dilakukan sebagai tahap persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Rapat melibatkan tim pelaksana untuk membahas teknis pelaksanaan, pembagian tugas, serta kesiapan kegiatan pemberdayaan UMKM batik tulis. Pada gambar juga terlihat media informasi kegiatan yang mengangkat tema "Pemberdayaan UMKM Batik Tulis Wecono Asri melalui Pencatatan *Green Accounting* sebagai Strategi Pemasaran Destinasi *Eco-Friendly*". Koordinasi ini dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana secara terarah dan sesuai dengan tujuan program.

Dari segi pemasaran, promosi sebelumnya lebih fokus pada pola dan kualitas produk. Yang efisiensi pemanfaatan sumber daya dan pengelolaan lingkungan

belum menjadi bagian utama pemasaran pesan. Selain itu, administrasi legalitas usaha masih perlu diperkuat. Temuan awal tersebut menjadi dasar penentuan materi dan tahapan pengiring.

Pelatihan Identifikasi dan Pencatatan *Green accounting*

Pelaksanaan pelatihan dan praktik penerapan Akuntansi Hijau bersama mitra difokuskan pada pengenalan konsep *green accounting*, identifikasi biaya lingkungan, klasifikasi biaya, dan penyusunan format pencatatan sederhana (Gambar 2). Bersama dengan para mitra, tim mengidentifikasi komponen biaya yang terkait dengan penggunaan air dan listrik, malam batik, bahan pewarna, pengelolaan limbah, serta kemasan ramah lingkungan.



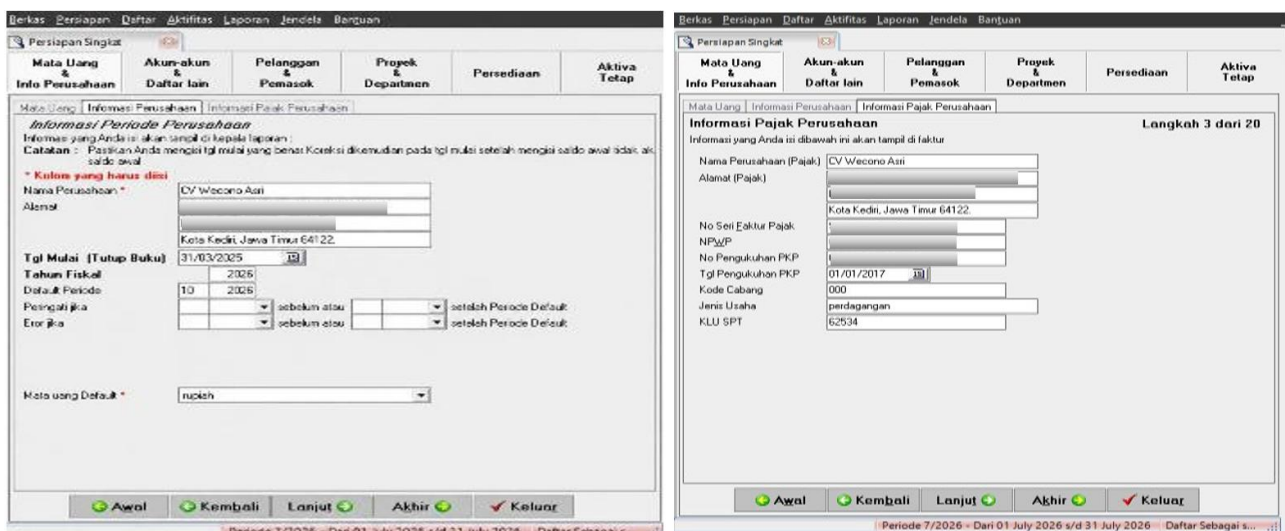
Gambar 2. Pelatihan *Green accounting*
Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Pendampingan Implementasi *Green accounting* dan *Accurate*

Pendampingan dilanjutkan dengan praktik pencatatan dengan format sederhana dan aplikasi *Accurate*. Pendampingan tidak hanya memperkenalkan aplikasi, tetapi juga memandu mitra untuk mengidentifikasi jenis transaksi yang perlu dicatat dan data yang dapat digunakan untuk mengevaluasi bisnis.

Proses pencatatan keuangan perusahaan menggunakan aplikasi *Accurate* (Gambar 3). Tampilan aplikasi memperlihatkan pengisian informasi profil

perusahaan, seperti nama dan alamat perusahaan, NPWP, nomor pengukuhan PKP, tanggal pengukuhan, jenis usaha, serta periode pembukuan. Penggunaan *Accurate* membantu perusahaan melakukan pencatatan dan pengelolaan data keuangan secara terstruktur dan sistematis, sehingga informasi keuangan dapat disesuaikan dengan identitas dan periode operasional perusahaan. Proses ini menjadi tahap awal yang penting dalam mendukung ketepatan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan perusahaan.



Gambar 3. Laporan Pencatatan Keuangan dengan menggunakan *Accurate*

Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra mulai mampu melakukan akuntansi biaya lingkungan dengan cara yang lebih terstruktur. Informasi ini kemudian dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk mengevaluasi penggunaan sumber daya dan pengambilan keputusan internal. Dokumentasi pelaksanaan disajikan melalui foto-foto kegiatan serta contoh format pencatatan yang digunakan oleh mitra.

Setelah proses pencatatan dan penginputan data transaksi dilakukan menggunakan aplikasi *Accurate*, perusahaan dapat menghasilkan laporan keuangan secara otomatis dan terstruktur. Salah satu laporan yang dihasilkan adalah neraca, yang menyajikan posisi keuangan

perusahaan pada periode tertentu melalui informasi mengenai aset, kewajiban, dan ekuitas. Pada CV Wecono Asri, neraca per 31 Maret 2025 menunjukkan bahwa total aset sebesar Rp1.007.311.560, yang terdiri atas aset lancar dan aset tetap, sedangkan jumlah kewajiban dan ekuitas menunjukkan nilai yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa laporan neraca telah memenuhi prinsip keseimbangan antara total aset dengan total kewajiban dan ekuitas. Penyajian laporan neraca melalui aplikasi *Accurate* dapat mempermudah perusahaan dalam mengetahui posisi keuangan serta mendukung proses evaluasi dan pengambilan keputusan keuangan. Hasil laporan neraca CV Wecono Asri dapat dilihat pada Gambar 4.

CV Wecono Asri Neraca (Induk Skontro) Per Tgl. 31 Mar 2025			
Description	Balance	Description	Balance
Aktiva		Kewajiban dan Ekuitas	
Aktiva Lancar		Kewajiban	
Kas dan Bank		Kewajiban lancar	
Petty Cash	-275.000,00	Hutang Dagang	
Cash in Bank	167.911.550,00	Customer Deposit	23.100.000,00
Jumlah Kas dan Bank	167.636.550,00	Account Payable	14.050.000,00
Piutang Dagang		Jumlah Hutang Dagang	37.150.000,00
Account Receivable	87.195.000,00	Kewajiban lancar lain	
Jumlah Piutang Dagang	87.195.000,00	Credit Card	4.200.000,00
Persediaan		Income Tax Payable	125.000,00
Merchandise Inventory	87.000.000,00	Value Added Taxes Out	12.810.000,00
Jumlah Persediaan	87.000.000,00	Jumlah Kewajiban lancar lain	17.135.000,00
Aktiva lancar lainnya		Jumlah Kewajiban lancar	54.315.000,00
Allowances for Bad Debts	-4.000.000,00	Kewajiban jangka panjang	
Employee Receivable	1.000.000,00	Bank BNI 46 Medan Loan	135.331.547,00
Store Supplies	8.400.000,00	Jumlah Kewajiban jangka panjang	135.331.547,00
Prepaid Rent	10.000.000,00	Jumlah Kewajiban	189.646.547,00
Prepaid Insurance	4.250.000,00	Ekuitas	
Value Added Taxes In	5.280.000,00	Command Stock	400.000.000,00
Investment	207.500.000,00	OPENING BALANCE EQUITY	-17.400.000,00
Jumlah Aktiva lancar lainnya	232.430.000,00	Retained Earning	250.000.000,00
Jumlah Aktiva Lancar	554.261.550,00	Additional Paid in Capital	80.000.000,00
Aktiva Tetap		Dividend	-40.000.000,00
Nilai historis		Laba tahun ini	145.065.003,00
Land	275.000.000,00	Jumlah Ekuitas	817.665.003,00
Building	144.000.000,00	Jumlah Kewajiban dan Ekuitas	1.007.311.550,00
Vehicles	96.000.000,00		
Equipment	60.000.000,00		
Jumlah Nilai historis	575.000.000,00		
Akumulasi Penyusutan			
Accumulated Depreciation - Building	-43.200.000,00		
Accumulated Depreciation - Vehicles	-30.000.000,00		
Accumulated Depreciation - Equipment	-46.750.000,00		
Jumlah Akumulasi Penyusutan	-121.950.000,00		
Jumlah Aktiva Tetap	453.050.000,00		
OTHER ASSETS			
Jumlah OTHER ASSETS	0,00		
Jumlah Aktiva	1.007.311.550,00		

Gambar 4. Aplikasi *Accurate* CV Wecono Asri
Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Penguatan Administrasi dan Legalitas Usaha

Pendampingan legalitas diberikan melalui pengelolaan administrasi bisnis dan layanan terkait penggunaan Nomor Induk Berusaha (NIB) (Gambar 5). Mitra juga didukung dalam mengurus dokumen legalitas yang mereka miliki, termasuk sertifikat halal. Penguatan aspek administratif ini merupakan bagian dari dukungan pengembangan usaha, karena memungkinkan mitra untuk menyiapkan dokumen yang diperlukan bagi perluasan jaringan bisnis dan akses ke program dukungan.

Gambar 5 menunjukkan bahwa CV Wecono Asri telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada 6 Maret 2019. NIB tersebut berfungsi sebagai identitas resmi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha. Dokumen juga mencantumkan dua bidang kegiatan usaha, yaitu KBLI 13134 (Industri Batik) dan KBLI 47511

(Perdagangan Eceran Tekstil). Kepemilikan NIB menunjukkan bahwa kegiatan produksi batik dan perdagangan tekstil yang dilakukan oleh CV Wecono Asri telah tercatat secara administratif dan memiliki legalitas usaha sesuai dengan bidang kegiatan yang didaftarkan.

a. Bukti kegiatan berupa dokumen sertifikat halal.

Berdasarkan Gambar 6 menunjukkan bahwa CV Wecono Asri telah memiliki Sertifikat Halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Republik Indonesia. Sertifikat tersebut menjadi bukti bahwa produk yang dihasilkan perusahaan telah memperoleh pengakuan halal sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Produk yang tercantum dalam sertifikat meliputi Batik Tulis, Batik Cap, Batik Kombinasi, dan Jumput "Wecono Asri". Kepemilikan sertifikat halal ini mendukung legalitas usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan oleh CV Wecono Asri.


PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)
[REDACTED]

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada:

Nama Perusahaan : [REDACTED]
Alamat Kantor/Korespondensi : [REDACTED]
NPWP : [REDACTED]
Nomor Telepon : [REDACTED]
Nomor Fax : [REDACTED]
Email : [REDACTED]
Kode dan Nama KBLI : Lihat Lampiran
Status Penanaman Modal : PMDN

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha

Diterbitkan tanggal : 6 Maret 2019 Oleh : Badan Koordinasi Penanaman Modal



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.

Dit cetak tanggal : 25 Februari 2020


PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)
[REDACTED]

No.	Kode KBLI	Nama KBLI
1	13154	INDUSTRI BATIK
2	47511	PERDAGANGAN ECERAN TEKSTIL

Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Nama KBLI dan Kode KBLI yang tercantum dalam lampiran ini

Dit cetak tanggal : 25 Februari 2020

Gambar 5. Sertifikat NIB
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026


REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
شهادة هلال
SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)

Nomor Sertifikat Certificate Number ID35 [REDACTED] رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan penetapan halal produk Majelis Ulama Indonesia nomor :
Based on the decision to stipulating halal products of the Indonesian Council of Ulama :
استنادا على قرار مجلس العلماء الإندونيسي عن تحديد المنتجات :
Tanggal 24 Februari 2021

Jenis Produk Type of Product Lain-lain نوع المنتج
Nama Produk Name of Product -Terlampir / As Attached- اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha Name of Company CV. Wecono Asri اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha Company's Address Jl. Dandangan I No. 154 Kel. Dandangan Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64122, Indonesia عنوان الشركة

Diterbitkan di Jakarta pada Issued in Jakarta on 18 Mei 2021 أصدرت الشهادة بجاكرتا في
Berlaku sampai dengan Valid until 18 Mei 2025 سارية المفعول حتى

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations
قد استوفت أحكام التشريع

PIH KEPALA BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الهلال





REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
مرافقة لشهادة الهلال
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)

Nomor Sertifikat Certificate Number ID35 [REDACTED] رقم الشهادة

Nama Pelaku Usaha Name of Company CV. Wecono Asri اسم الشركة
Lain-lain نوع المنتج

No	Nama Produk / Name of Product / اسم المنتج
1	Batik Tulis "Wecono Asri"
2	Batik Cap "Wecono Asri"
3	Batik Kombinasi "Wecono Asri"
4	Jumpuit "Wecono Asri"

Ditribusikan di Jakarta pada Issued in Jakarta on 18 Mei 2021 أصدرت الشهادة بجاكرتا في
Berlaku sampai dengan Valid until 18 Mei 2025 سارية المفعول حتى

PIH KEPALA BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الهلال




Gambar 6. Sertifikat Halal
Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Pendampingan *Green Marketing*

Pendampingan *green marketing* difokuskan pada pengembangan pesan pemasaran yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga mengkomunikasikan praktik produksi yang ramah lingkungan.

Bahan komunikasi difokuskan pada efisiensi dalam penggunaan air dan energi, manajemen limbah, pemanfaatan bahan yang sesuai dan praktik pelaksanaan pencatatan *Green accounting*.



Gambar 7. Instagram Wecono Asri
Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Media sosial dan marketplace dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi untuk memperkenalkan produk dan aktivitas usaha Batik Wecono Asri kepada konsumen. Pemanfaatan media sosial tersebut dapat dilihat melalui akun Instagram Batik Wecono Asri @weconoasri_kdr, yang memuat informasi mengenai produk batik yang ditawarkan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7. Instagram Batik Wecono Asri (@weconoasri_kdr) Pendekatan ini membantu menghubungkan informasi internal tentang praktik keberlanjutan dengan pesan yang dapat dipahami oleh konsumen. Oleh karena itu, *green accounting* tidak sekadar mengakhiri pencatatan aktivitas, melainkan dapat menjadi sumber informasi untuk membangun komunikasi yang bernilai ramah lingkungan.

Evaluasi Perubahan Kemampuan Mitra

Evaluasi dilakukan dengan *pre-test* dan *post-test* yang mencakup 10 indikator yang berhubungan dengan pemahaman *green accounting*, pencatatan biaya lingkungan, dan pemasaran berbasis *eco-friendly*. Hasil menunjukkan bahwa nilai

rata-rata meningkat dari 36,5% pada *pre-test* menjadi 85,0% pada *post-test*, atau sebesar 48,5 poin persentase. Peningkatan terutama terjadi pada pencatatan *Green accounting* dasar dari 25% menjadi 80% dan pada pemahaman strategi pemasaran ramah lingkungan dari 45% menjadi 90%. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman dan kompetensi dalam menerapkan *Green accounting* untuk mendukung manajemen bisnis dan pemasaran Batik Tulis Wecono Asri telah meningkat.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan berhasil meningkatkan pemahaman mengenai *Green accounting*; kemampuan menyusun pencatatan biaya lingkungan; pengelolaan administrasi usaha; pemanfaatan *Green Marketing*; dan kesiapan usaha menuju destinasi batik berbasis *eco-friendly*.

Tampilan antarmuka aplikasi *green accounting* yang dikembangkan untuk mendukung pengelolaan keuangan dan aktivitas ramah lingkungan pada CV Wecono Asri (Gambar 8). Aplikasi menyediakan fitur pencatatan biaya pengelolaan limbah dan penghematan energi, pemantauan program ramah

lingkungan, serta eco-friendly score. Selain itu, tersedia grafik pendapatan dan pengeluaran untuk membantu pemantauan kondisi keuangan, serta menu profil UMKM dan laporan. Integrasi fitur keuangan dan lingkungan tersebut menunjukkan bahwa

aplikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan transaksi, tetapi juga sebagai media untuk mengintegrasikan informasi ekonomi dan aktivitas keberlanjutan dalam pengelolaan usaha.

Tabel 2. Hasil pre-test dan post test

No.	Indikator yang Diukur	Pre-test %	Post-test %	Peningkatan
1.	Pemahaman konsep <i>green accounting</i>	40	85	45%
2.	Pemahaman biaya lingkungan dalam kegiatan produksi	35	80	45%
3.	Kemampuan mengidentifikasi biaya/aktivitas lingkungan	30	85	55%
4.	Pemahaman pencatatan biaya lingkungan	35	80	45%
5.	Kemampuan mengelompokkan biaya produksi dan biaya lingkungan	40	85	45%
6.	Kemampuan membuat pencatatan sederhana <i>green accounting</i>	25	80	55%
7.	Pemahaman manfaat informasi lingkungan bagi usaha	45	90	45%
8.	Pemahaman hubungan <i>green accounting</i> dengan citra produk	40	90	50%
9.	Pemahaman strategi pemasaran berbasis <i>eco-friendly</i>	45	90	45%
10.	Kemampuan memanfaatkan informasi lingkungan sebagai materi promosi	30	85	55%
Rata-rata		36,5	85	48,50%



Gambar 8. Tampilan Antarmuka Aplikasi *Green accounting* CV Wecono Asri
Sumber: Dokumentasi penulis, 2026

Keberhasilan program didukung oleh tingginya partisipasi mitra, materi pelatihan yang sesuai kebutuhan, serta pendampingan yang dilakukan secara intensif. Hasil evaluasi memperlihatkan bahwa pendampingan memberikan pemahaman yang lebih aplikatif mengenai hubungan antara aktivitas lingkungan dan pengelolaan usaha. Mitra tidak hanya memahami *green accounting* sebagai konsep akuntansi, tetapi mulai mengenali

aktivitas lingkungan sebagai bagian dari informasi yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan biaya dan administrasi usaha. Pemahaman tersebut penting bagi UMKM karena informasi mengenai biaya dan aktivitas lingkungan dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan serta meningkatkan perhatian terhadap dampak lingkungan dari kegiatan operasional (Angel & Sisdiyanto, 2025). Dengan demikian, penerapan *green accounting* dalam

kegiatan pendampingan diarahkan pada penggunaan informasi lingkungan yang sederhana dan sesuai dengan karakteristik operasional Batik Tulis Wecono Asri.

Dari perspektif pemasaran, pemahaman terhadap informasi lingkungan memberikan dasar bagi mitra untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan ke dalam komunikasi nilai produk. Praktik lingkungan yang terdokumentasi dapat menjadi informasi pendukung dalam membangun citra produk dan mengembangkan pendekatan *Green Marketing*, selama pesan yang disampaikan sesuai dengan praktik yang benar-benar dilakukan oleh usaha (Hariani, 2025). Pendekatan ini sejalan dengan prinsip keberlanjutan yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam aktivitas usaha (Elkington & Rowlands, 1999; Bansal & DesJardine, 2014). Oleh karena itu, kegiatan pendampingan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi memberikan dasar bagi mitra untuk menghubungkan pengelolaan lingkungan, administrasi usaha, dan komunikasi nilai produk dalam pengembangan usaha batik yang lebih berkelanjutan.

Model Pemberdayaan *Green accounting-Green Marketing*

Secara fungsional, model ini merepresentasikan hubungan antara pengelolaan informasi internal usaha dan komunikasi keberlanjutan kepada pasar. Urutan ini sejalan dengan praktik pendampingan UMKM yang dimulai dari penilaian dampak lingkungan dan pencatatan biaya lingkungan (Arianto & Handayani, 2025; Cahyani et al., 2025), kemudian melanjutkannya ke komunikasi kepada konsumen melalui edukasi dan promosi produk ramah lingkungan (Astuti & Hanum, 2025; Andayani et al., 2026). Dukungan konseptual bagi tahap awal juga datang dari kajian yang menempatkan *green accounting* sebagai bagian dari etika bisnis UMKM dan sebagai instrumen yang

berkaitan dengan tujuan pembangunan (Kusumawardhany, 2022; Tapaningsih et al., 2022).

Adapun keunikan model ini terletak pada penempatan “tersedianya informasi biaya lingkungan” sebagai penghubung eksplisit antara akuntansi dan pemasaran (Lako, 2018; Deegan, 2022). Pada banyak kegiatan pengabdian, pelatihan akuntansi hijau dan pelatihan pemasaran disajikan sebagai dua kegiatan yang berdampingan. Bahkan ketika keduanya diintegrasikan, seperti pada pendampingan *green accounting* yang dipadukan dengan bisnis digital (Arianto et al., 2024) atau dengan strategi penjualan (Cahyani et al., 2025), hubungan informasi internal dengan isi pesan pemasaran jarang dirumuskan secara tersurat. Dengan menjadikan informasi biaya lingkungan sebagai dasar pesan, klaim keberlanjutan yang dikomunikasikan mitra bertumpu pada data usahanya sendiri dan tidak berhenti sebagai slogan. Karena itu, model ini berpotensi menjadi luaran konseptual kegiatan, sebab mengintegrasikan akuntansi dan pemasaran dalam satu proses pendampingan. Pola pendampingan yang menggabungkan penguatan kapasitas internal usaha dengan perluasan akses pasar juga lazim ditemukan pada program pengabdian UMKM lainnya (Koesurya et al., 2023; Setiawati et al., 2024), dan pemasaran kewirausahaan yang dipadukan dengan inovasi hijau dipandang relevan bagi keberlanjutan UMKM (Patabang et al., 2021).

Meski demikian, ada beberapa hal yang perlu dicermati. Pertama, hubungan antara tersedianya informasi biaya lingkungan dan terbentuknya pesan *Green Marketing* masih bersifat asumsi. Belum tentu pelaku UMKM dapat menerjemahkan catatan biaya menjadi pesan pemasaran tanpa langkah transisi yang jelas, sehingga pendampingan perlu secara khusus memfasilitasi proses penyusunan pesan dari data tersebut. Kedua, luaran model berhenti pada tingkat citra usaha, yaitu

persepsi, dan tidak sampai pada perilaku pembelian. Ketiga, model ini tidak dimaksudkan sebagai bukti peningkatan penjualan, karena naskah sumber tidak memuat data penjualan sebelum dan sesudah program. Hal ini berbeda dengan Andayani et al. (2026) yang melaporkan peningkatan laba sekitar 20% setelah pendampingan, serta Cahyani et al. (2025) yang melaporkan efisiensi biaya operasional dan perbaikan citra usaha di mata konsumen. Oleh karena itu, klaim dalam artikel ini sebaiknya dibatasi pada tataran konseptual dan penguatan citra. Evaluasi terhadap data penjualan dan persepsi konsumen dapat dirumuskan sebagai agenda tindak lanjut. Penggunaan istilah seperti "dirumuskan" dan "berpotensi" lebih tepat daripada "terbukti" untuk menjaga konsistensi dengan data yang tersedia.

Model pemberdayaan yang dirumuskan dari urutan kegiatan, yaitu identifikasi biaya lingkungan, pencatatan *Green accounting*, tersedianya informasi biaya lingkungan, pengembangan pesan *Green Marketing*, dan penguatan citra usaha *eco-friendly*, dapat dipahami sebagai rantai ketergantungan. Setiap tahap menghasilkan masukan bagi tahap berikutnya. Tahap awal dalam model ini sejalan dengan pola kegiatan pengabdian sejenis yang memulai pendampingan dari peningkatan literasi dasar, yakni pengenalan konsep *green accounting* dan pencatatan biaya lingkungan melalui sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan teknis (Hidayah & Avisca, 2021; Arianto et al., 2024; Rodhiah & Bravo, 2024).

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Batik Tulis Wecono Asri telah dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning dengan fokus pada *Green accounting*, penguatan administrasi bisnis, dan *Green Marketing*. Pendampingan ini menghasilkan sistem akuntansi biaya lingkungan yang lebih

terstruktur serta membantu mitra dalam memisahkan biaya lingkungan dari biaya operasional. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup pendampingan administrasi legal dan pengembangan materi komunikasi untuk menonjolkan aspek ramah lingkungan.

Keberlanjutan program ini bergantung pada penerapan praktik pencatatan dan penilaian biaya lingkungan secara berkala, serta pengembangan konten *Green Marketing* yang didasarkan pada informasi yang dapat diverifikasi.

Selanjutnya, disarankan agar mitra melanjutkan pencatatan biaya lingkungan secara berkala, memanfaatkan informasi tersebut untuk menilai efisiensi sumber daya, serta menyusun kalender konten untuk *Green Marketing*. Model pendampingan ini juga dapat diuji coba pada UMKM batik lain yang serupa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang PSDKU Kediri atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dan juga kepada UMKM Batik Tulis Wecono Asri sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif di seluruh kegiatan.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, penulisan, maupun publikasi artikel ini. Seluruh proses kegiatan dilakukan secara independen dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan pribadi, institusi, maupun pihak lain yang dapat memengaruhi objektivitas hasil kegiatan.

SUMBER PENDANAAN

Kegiatan pengabdian ini tidak memperoleh pendanaan khusus dari lembaga pemerintah, swasta, maupun organisasi lainnya. Seluruh kegiatan penelitian dilakukan secara mandiri oleh penulis dan tim.

PERNYATAAN PENGGUNAAN AI

Penulis menyatakan bahwa Artificial Intelligence (AI) digunakan hanya sebagai alat bantu dalam proses penyusunan dan penyuntingan artikel. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas keaslian, akurasi, integritas, dan substansi ilmiah naskah. Setiap keluaran AI yang digunakan dalam artikel telah diperiksa dan diverifikasi oleh penulis. AI tidak dicantumkan sebagai penulis artikel.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianti, S., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Pengembangan Strategi Pemasaran dan Pengelolaan UMKM Potensi Desa Petanang melalui Peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia Program KKN Tematik MBKM Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 153–162.
<https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.337>
- Andayani, W., Arifianto, E. Y., Wardhani, S., Pangestuti, E., & Prabandari, S. P. (2026). Pengembangan Ekonomi Kreatif Produk Batik Gandusari Melalui Green Marketing Menuju Industri Ramah Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat*, 7(1), 197–206.
<https://doi.org/10.52060/jppm.v7.i1.3832>
- Angel, E. F., & Sisdiyanto, E. (2025). Peran Akuntansi Lingkungan Dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 176–184.
<https://doi.org/10.61722/jemba.v2i1.605>
- Ardhiyansyah, A., & Juniansyah, M. A. (2024). Have MSMEs in Indonesia focused on business sustainability? The influence of environmental orientation, technology implementation, green marketing, and innovation capability. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 7(2), 369–394.
<https://doi.org/10.31002/rekomen.v7i2.1679>
- Arianto, B., Adi, A. E., & Wahyiah, I. R. (2024). Pengembangan Green Accounting dan Bisnis Digital bagi Pengrajin Gerabah Bumijaya di Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 5(3), 305–319.
<https://doi.org/10.37295/jpdw.v5i3.548>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2025). Pengembangan Green Accounting bagi Pengrajin Daur Ulang Limbah Plastik di Kabupaten Serang. *Rahmatan Lil 'Alamin Journal of Community Services*, 5(1), 39–51.
<https://doi.org/10.20885/RLA.Vol5.iss1art5>
- Arvianti, M., Kartini, T., & Herlindawati, D. (2025). Pemahaman Dan Kepedulian Green Accounting Para Pelaku Umkm Industri Batik Di Kecamatan Rogojampi Banyuwangi. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 10(1), 52–62.
<https://doi.org/10.29407/jae.v10i1.24511>
- Astuti, Y., & Hanum, N. (2025). Edukasi Green Marketing untuk Meningkatkan Kesadaran Konsumen terhadap Produk Ramah Lingkungan dalam Upaya Mendukung Kesehatan Lingkungan: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6909–6918.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2670>
- Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70–78.
<https://doi.org/10.1177/1476127013520265>
- Cahyani, D. G., Sari, D. L., Rahmawati, I., Mulyaji, A., Noviyanti, D., & Saputri, A. (2025). Optimalisasi akuntansi hijau

- dalam pengembangan strategi penjualan UMKM Kerupuk Kulit Kampung Baru. *TRIDAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 102–107.
<https://doi.org/10.32493/tridaya.v2i1.47384>
- Deegan, C. (2022). *Financial accounting theory*. Cengage AU.
- Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.
- Gonzalez, C. C., & Peña-Vinces, J. (2023). A framework for a green accounting system-exploratory study in a developing country context, Colombia. *Environment, Development and Sustainability*, 25(9), 9517–9541.
<https://doi.org/10.1007/s10668-022-02445-w>
- Hariani, D. (2025). Green Marketing Strategy as an Effort of MSMEs to Enter the International Market:(Study on MSMEs in Laweyan Batik Village, Surakarta, Central Java). *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 113–130.
<https://doi.org/10.37012/ileka.v6i1.2629>
- Hidayah, N., & Avisca, G. (2021). Pelatihan Kompetensi Kewirausahaan Pada UKM. *Journal of Sustainable Community Service*, 1(3), 96–106.
<https://doi.org/10.55047/jscs.v1i3.408>
- Koesurya, A., Kang, A., Angelo, B., Rahardja, C. M., Carissa, L., William, O., & Pranoto, T. (2023). Pendampingan Manajemen Bisnis untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Keripik Pisang Banana Bobs. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 3(1), 55–63.
<https://doi.org/10.20885/RLA.Vol3.iss1.art7>
- Kusumawardhany, S. I. (2022). Strategi green accounting sebagai bagian penerapan etika bisnis pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 25–32.
<https://doi.org/10.51903/jiab.v2i2.185>
- Lako, A. (2018). *Akuntansi Hijau: Isu, Teori & Aplikasi*. Penerbit Salemba Empat.
- Marwan, M., & Isnaeni, N. (2022). Bringing environmental state back in: Menakar sentralitas peran pemerintah dalam kemitraan multipihak untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan pasca Covid-19 (studi kasus wakatobi). *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 123–153.
<https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.7>
- Nuryakin, N., & Maryati, T. (2022). Do green innovation and green competitive advantage mediate the effect of green marketing orientation on SMEs' green marketing performance? *Cogent Business & Management*, 9(1), 2065948.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2065948>
- Patabang, A., Sanistasya, P. A., Arsyad, A. W., & Hikmah, M. (2021). Pemasaran kewirausahaan dan inovasi hijau terhadap UMKM keberlanjutan: Pendekatan analisis SWOT dan uji litmus. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 8(2), 458 – 472.
<https://doi.org/10.20961/shes.v8i2.105139>
- Pramana, A., Pramita, C., & Hermawan, A. (2023). Optimalisasi Strategis UMKM Batik Tulis Malang Sebagai Upaya Menjaga dan Melestarikan Budaya Luhur Batik, pada Batik Tulis Niati Kota Malang. *Journal Of Sustainable Community Service*, 4(2), 100–109.
<https://doi.org/10.55047/jscs.v4i2.531>
- Rodhiah, R., & Bravo, C. T. (2024). Pelatihan Kepemimpinan dalam Membentuk Perilaku Kerja Inovatif pada UKM. *PORTAL Riset DAN*

INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT,
3(1), 10–16.
<https://doi.org/10.55047/prima.v3i1.1033>

Setiawati, T., Astuti, B., & Mulyati, S. (2024). Pelatihan Manajemen Usaha untuk Peningkatan Kapasitas Internal Pengusaha Perempuan. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 4(1), 25–38. <https://doi.org/10.20885/RLA.Vol4.iss1.art4>

Setyaningsih, S., & Arrahman, D. R. (2025). The Role of Green Innovation in Strengthening Green Economy Towards Sustainability Performance: MSMEs in Jumantono District, Karanganyar. *Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues*, 4(3), 563–577. <https://doi.org/10.55047/marginal.v4i3.1712>

Tapaningsih, B. S., Esmawati, E., Azzahra, F., & Hasyim, F. (2022). Analisa Green Accounting pada Aplikasi GaloninAja dalam Upaya Mewujudkan SDGs. *Jurnal Akuntansi Dan Audit Syariah (JAAiS)*, 3(2), 130–150. <https://doi.org/10.28918/jaais.v3i2.5960>