



## Green Digital Management: Strategi Bisnis Berkelanjutan Bagi UMKM di kampong Bharu, Kuala Lumpur

Erna Wigati<sup>1\*</sup>, Ilham Sentosa<sup>2</sup>, Setiawan Priatmoko<sup>3</sup>, Susilo Budi Winarno<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata API, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Kuala Lumpur, Malaysia

\*Penulis Korespondensi: [ernawigati9@gmmail.com](mailto:ernawigati9@gmmail.com)

**Abstract.** *Digital technology has become an essential part of managing small and medium-sized enterprises (SMEs), especially in efforts to achieve business sustainability. Kampong Bharu, as an iconic area in Kuala Lumpur, is home to numerous micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) operating in the culinary, craft, and tourism sectors, but faces challenges in implementing environmentally friendly practices. This research aims to analyze the application of green digital management to MSMEs in Kampong Bharu as a sustainable business strategy. The research method uses a qualitative approach with in-depth interviews and participant observation of 15 MSME actors. The research results show that integrating digital technology with environmentally friendly principles, such as paperless digital marketing, energy-efficient use, and sustainable packaging systems, can enhance the competitiveness and positive image transformation of MSMEs. This finding has practical implications for business owners and stakeholders in developing a digital-based green MSME model in historic urban areas.*

**Keywords:** Business Strategy; Digitalization of MSMEs; Green Business; Kampong Bharu; Sustainability.

**Abstrak.** Digital Teknologi telah menjadi bagian penting dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah (UMKM), terutama dalam upaya mewujudkan keberlanjutan bisnis. Kampong Bharu sebagai kawasan ikonik di Kuala Lumpur memiliki banyak UMKM yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan, dan pariwisata, namun menghadapi tantangan dalam penerapan praktik ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan *green digital management* pada UMKM di Kampong Bharu sebagai strategi bisnis berkelanjutan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 15 pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dengan prinsip ramah lingkungan, seperti pemasaran digital tanpa kertas, penggunaan energi hemat, dan sistem pengemasan berkelanjutan, mampu meningkatkan Transformasi daya saing dan citra positif UMKM. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan model UMKM hijau berbasis digital di kawasan perkotaan bersejarah.

**Kata kunci:** Digitalisasi UMKM; Green Business; Kampong Bharu; Keberlanjutan; Strategi Bisnis.

### 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian di banyak negara, termasuk Malaysia. Berdasarkan laporan SME Corp Malaysia (2022), UMKM berkontribusi sebesar 38,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 48% tenaga kerja.

Di Kuala Lumpur, Kampong Bharu menjadi salah satu kawasan heritage yang identik dengan UMKM, khususnya pada sektor kuliner tradisional, kerajinan, serta jasa pariwisata. Keberadaan UMKM di kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi masyarakat, tetapi juga sebagai penjaga identitas budaya Melayu di tengah arus modernisasi perkotaan.

Namun, perkembangan era digital dan meningkatnya isu keberlanjutan global menuntut UMKM untuk beradaptasi. Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak dalam pengelolaan usaha, mulai dari pemasaran berbasis media sosial, penggunaan sistem pembayaran digital, hingga digitalisasi rantai pasok. Di sisi lain, kesadaran terhadap praktik ramah lingkungan juga semakin penting, sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs).

Oleh karena itu, muncul kebutuhan untuk mengintegrasikan digitalisasi dengan praktik bisnis hijau dalam sebuah kerangka *green digital management* sebagai strategi bisnis berkelanjutan. Sejumlah penelitian telah menyoroti relevansi kedua isu tersebut. Bharadwaj et al. (2013) menekankan bahwa transformasi digital memungkinkan organisasi mempercepat inovasi, meningkatkan efisiensi, dan memperluas pasar. Lim, Yap, dan Makkar (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam membantu UMKM Malaysia tetap kompetitif, khususnya dalam konteks bisnis rumahan dan berbasis komunitas. Sementara itu, Elkington (1997) melalui konsep *triple bottom line* menekankan bahwa keberlanjutan hanya dapat dicapai jika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang. Hart (1995) juga menambahkan bahwa sumber daya alam harus menjadi bagian integral dari strategi perusahaan untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang.

Meskipun telah ada penelitian yang membahas digitalisasi UMKM maupun strategi bisnis hijau secara terpisah, masih terdapat gap dalam kajian yang mengintegrasikan kedua konsep tersebut dalam konteks UMKM di kawasan heritage urban. Maroufkhani, Wagner, dan Ismail (2022) memang telah mengembangkan konsep *green digital business strategy*, namun kajian mereka lebih menekankan pada level konseptual dan belum banyak diaplikasikan dalam studi kasus konkret UMKM di kawasan bersejarah. Di sisi lain, penelitian Rahman dan Ahmad (2020) menemukan bahwa praktik ramah lingkungan UMKM di Kuala Lumpur masih terbatas pada aspek efisiensi energi dan pengelolaan limbah, belum menyentuh integrasi penuh dengan teknologi digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya untuk menjembatani kesenjangan tersebut, yaitu dengan menganalisis secara mendalam penerapan *green digital management* pada UMKM di Kampong Bharu. Pendekatan ini penting karena UMKM di kawasan heritage tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen pelestarian budaya dan lingkungan. Dengan demikian, keberhasilan integrasi digitalisasi dan keberlanjutan akan memberikan dampak ganda yaitu memperkuat daya saing UMKM sekaligus menjaga nilai-nilai lokal dan kelestarian lingkungan di kawasan perkotaan yang terus berkembang.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini Adalah (1) Mengidentifikasi praktik *green digital management* yang diterapkan UMKM di Kampong Bharu; (2) Menganalisis tantangan dan peluang dalam penerapan strategi digital hijau pada UMKM di kawasan heritage urban; (3) Merumuskan rekomendasi strategi bisnis berkelanjutan berbasis digital bagi UMKM di Kampong Bharu yang dapat menjadi model pengembangan UMKM perkotaan bersejarah di Malaysia.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### *Green Management Theory*

Teori manajemen hijau menekankan bahwa keberlanjutan bisnis harus dilihat dari perspektif Triple Bottom Line (TBL): profit, people, dan planet. Menurut Elkington (1997), perusahaan yang mampu menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan akan lebih berkelanjutan. Hart (1995) melalui *Natural Resource-Based View (NRBV)* menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan dapat diperoleh dengan mengelola sumber daya alam secara bijak, misalnya melalui pencegahan polusi, efisiensi energi, dan penggunaan bahan ramah lingkungan. Teori ini relevan bagi UMKM di Kampong Bharu yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, dan pariwisata karena praktik hijau dapat memperkuat daya saing serta citra positif usaha.

### *Digital Business Transformation Theory*

Transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, tetapi perubahan menyeluruh pada strategi bisnis. Bharadwaj et al. (2013) menekankan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan inovasi model bisnis. Bagi UMKM, penggunaan teknologi digital dapat berupa pemasaran berbasis media sosial, pembayaran nontunai, hingga pengelolaan data pelanggan. Jika dikombinasikan dengan praktik hijau, digitalisasi mampu memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha.

### *Sustainability-Oriented Innovation (SOI)*

(Adams et al., 2016), SOI menekankan pentingnya inovasi yang bukan hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dan memberi dampak sosial positif. Dalam konteks UMKM, SOI bisa diwujudkan melalui inovasi produk (kemasan ramah lingkungan), inovasi proses (pemasaran tanpa kertas/paperless), dan inovasi model bisnis (digital marketplace berbasis eco-branding). Pendekatan ini penting karena keberlanjutan tidak hanya berbicara tentang efisiensi, tetapi juga penciptaan nilai baru yang mendukung pembangunan berkelanjutan.

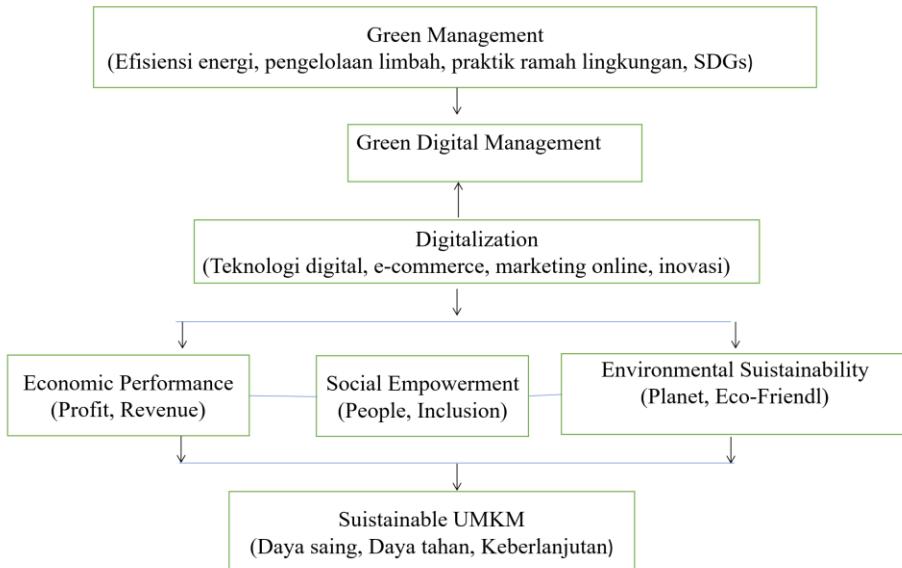
**Penelitian terdahulu diantaranya,**

Lim et al. (2021), Penelitian ini menemukan bahwa adopsi teknologi digital berkontribusi langsung pada peningkatan efisiensi operasional UMKM di Malaysia. Digitalisasi memungkinkan UMKM mengurangi biaya, mempercepat proses bisnis, dan memperluas akses ke pasar. Hasil ini mendukung teori *Digital Business Transformation* bahwa digitalisasi merupakan faktor penting untuk keberlanjutan usaha.

Maroufkhani et al. (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara strategi hijau dan digital mampu meningkatkan keberlanjutan organisasi. Penelitian ini relevan karena menegaskan bahwa kombinasi digitalisasi dan praktik ramah lingkungan bukan hanya tren, tetapi strategi yang memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang. Hal ini selaras dengan teori *Sustainability-Oriented Innovation*, di mana inovasi berbasis digital sekaligus mendukung aspek keberlanjutan.

Rahman & Ahmad (2020), Penelitian terhadap UMKM di Kuala Lumpur menemukan bahwa praktik ramah lingkungan masih terbatas pada upaya sederhana seperti pengurangan limbah dan penggunaan energi hemat. Temuan ini menunjukkan adanya gap penelitian: praktik hijau di UMKM masih minimal dan belum terintegrasi dengan strategi digital. Cela inilah yang menjadi dasar penelitian “*Green Digital Management*” di Kampong Bharu, untuk mengeksplorasi potensi penerapan manajemen hijau berbasis digital secara lebih komprehensif.

Dari teori dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa Green Management Theory menekankan pentingnya keseimbangan antara profit, people, dan planet; Digital Business Transformation Theory menjelaskan peran digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi dan inovasi UMKM; Sustainability-Oriented Innovation menunjukkan bahwa keberlanjutan dapat dicapai melalui inovasi produk, proses, dan model bisnis yang berorientasi lingkungan; Studi-studi sebelumnya (Lim et al., 2021; Maroufkhani et al., 2022; Rahman & Ahmad, 2020) menunjukkan adanya hubungan positif antara digitalisasi dan keberlanjutan, tetapi juga mengungkapkan keterbatasan implementasi praktik hijau pada UMKM.



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran (Conceptual Framework).

Sumber: Peneliti (2025).

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengisi celah yang ada melalui analisis *Green Digital Management* pada UMKM di Kampong Bharu, Kuala Lumpur, sebagai strategi bisnis berkelanjutan yang terintegrasi.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam penerapan *Green Digital Management* sebagai strategi bisnis berkelanjutan pada UMKM di Kampong Bharu, Kuala Lumpur. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, pengalaman, dan praktik nyata pelaku UMKM dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dan digitalisasi ke dalam aktivitas bisnis mereka (Creswell & Poth, 2018). Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) pemilik atau pengelola UMKM yang telah menerapkan atau mencoba menerapkan strategi digital dan ramah lingkungan dalam usahanya, (2) pihak pemangku kepentingan yang terkait dengan pengembangan UMKM di Kampong Bharu, seperti pengurus komunitas UMKM, pemerintah lokal, atau lembaga pendukung. Jumlah informan disesuaikan dengan prinsip saturation atau kejemuhan data (Guest, Namey, & Chen, 2020). Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pedoman wawancara semi-terstruktur, Observasi partisipatif terhadap aktivitas UMKM yang mengintegrasikan digitalisasi dan praktik ramah lingkungan, Dokumentasi berupa arsip, laporan, dan materi publikasi terkait pengelolaan UMKM. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri (*human instrument*),

yang dilengkapi dengan pedoman wawancara, catatan lapangan, dan perangkat perekam data (Merriam & Tisdell, 2016). Alat Analisis Datanya adalah Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) dengan tahapan: transkripsi, pengkodean, kategorisasi, serta penarikan tema utama yang relevan dengan praktik *Green Digital Management* (Braun & Clarke, 2022). Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode (Patton, 2015). Model penelitian ini berfokus pada keterkaitan antara tiga aspek utama Green Practices (praktik ramah lingkungan: efisiensi energi, pengelolaan limbah, bahan ramah lingkungan). Digital Management (pemanfaatan teknologi digital: pemasaran online, sistem manajemen digital, e-payment). Business Sustainability (keberlanjutan UMKM: ekonomi, sosial, lingkungan).

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Proses Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipatif, serta dokumentasi lapangan. Wawancara dilakukan dengan Pelaku UMKM di Kampong Bharu (pemilik kedai makanan tradisional, penjual kopi, butik batik, serta toko produk olahan pangan lokal) yang sudah mulai mengadopsi teknologi digital dan praktik ramah lingkungan dan Pemangku kepentingan (pengurus komunitas UMKM Kampong Bharu, perwakilan pemerintah lokal, serta lembaga pendukung UMKM).

Observasi dilakukan secara langsung di Kampong Bharu, Kuala Lumpur, dengan memperhatikan pola produksi, penggunaan teknologi, dan strategi pemasaran digital yang berbasis keberlanjutan.

### **Rentang Waktu dan Lokasi**

Waktu penelitian pada bulan Februari sampai dengan April 2025. Lokasi penelitian di Kampong Bharu, Kuala Lumpur, Malaysia, sebuah kawasan bersejarah yang juga dikenal sebagai pusat ekonomi kreatif berbasis budaya.

### **Identifikasi Praktik Green Digital Management pada UMKM Kampong Bharu**

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan beberapa pelaku UMKM di Kampong Bharu, terlihat bahwa sebagian besar usaha kuliner, fashion, dan jasa kreatif sudah mulai mengintegrasikan praktik green digital management. Beberapa pelaku usaha kuliner telah menggunakan aplikasi *digital food delivery* seperti GrabFood dan Foodpanda, sambil beralih ke penggunaan kemasan ramah lingkungan berbahan kertas daur ulang atau kemasan biodegradable. Pada sektor fashion, terdapat pelaku usaha batik dan busana

muslim yang mulai memasarkan produk melalui Instagram Shop dan TikTok Shop, sembari mengedepankan narasi sustainable fashion dengan pemanfaatan bahan kain lokal yang lebih ramah lingkungan. Hasil dokumentasi juga menunjukkan bahwa sejumlah UMKM menggunakan QR code menu dan sistem pembayaran digital untuk mengurangi penggunaan kertas, yang sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Temuan ini memperlihatkan bahwa praktik green digital management di Kampong Bharu telah berjalan meskipun masih terbatas pada beberapa aspek, khususnya efisiensi energi, pengurangan limbah, dan digitalisasi pemasaran. Sebanyak 15 UMKM dianalisis dengan fokus pada praktik digitalisasi dan ramah lingkungan.

**Tabel 1.** Praktik *Green Digital Management* pada UMKM Kampong Bharu.

Aspek	Temuan	Contoh Praktik
Digitalisasi	73% UMKM memanfaatkan media sosial untuk promosi	Instagram, TikTok, ShopeeFood
Efisiensi Energi	60% UMKM menggunakan lampu LED hemat energi	Warung makan, kedai kop
Packaging Lingkungan	Ramah 40% UMKM mengganti plastik dengan kertas/biodegradable	Kedai nasi lemak, toko kue
Sistem Pembayaran	80% menggunakan e-wallet/cashless	Touch 'n Go, GrabPay
Branding Hijau	35% menekankan konsep eco-friendly dalam promosi	“Zero Waste Café”

*Sumber:* Peneliti (2025).

Temuan menunjukkan bahwa UMKM di Kampong Bharu sudah mulai mengintegrasikan praktik digital dengan prinsip ramah lingkungan, meskipun belum merata. Pemanfaatan media sosial memperluas jangkauan pasar sekaligus mengurangi kebutuhan promosi berbasis kertas. Namun, adopsi *eco-packaging* masih terbatas karena biaya lebih tinggi dibanding plastik sekali pakai. UMKM di Kampong Bharu mulai mengintegrasikan digitalisasi dengan praktik ramah lingkungan, meskipun tingkat penerapannya masih bervariasi.

Hasil penelitian konsisten dengan temuan Lim et al. (2021) bahwa digitalisasi meningkatkan efisiensi UMKM, namun memperkuat konsep Nidumolu et al. (2020) yang menyatakan bahwa keberlanjutan hanya dapat tercapai bila pelaku usaha mengintegrasikan aspek lingkungan dalam strategi bisnisnya. Temuan ini konsisten dengan Lim et al. (2021) yang menyatakan bahwa digitalisasi meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar UMKM. Namun, tantangan seperti biaya tinggi pengemasan ramah lingkungan memperkuat temuan Rahman dan Ahmad (2020) bahwa kesadaran lingkungan UMKM masih rendah.

Dari perspektif teoretis, penelitian ini mendukung pandangan Elkington (1997) tentang *triple bottom line*, di mana UMKM tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Secara praktis, integrasi digital dan strategi hijau memberikan nilai tambah berupa peningkatan citra merek dan loyalitas pelanggan.

Implikasi penelitian ini adalah perlunya kebijakan pemerintah daerah dan dukungan CSR untuk mendorong UMKM dalam mengadopsi teknologi hijau berbasis digital, sehingga tercipta ekosistem bisnis berkelanjutan di kawasan heritage urban dan perlunya intervensi kebijakan dari pemerintah untuk mendukung UMKM melalui subsidi *eco-packaging* serta pelatihan adopsi digital hijau.

### ***Adopsi Strategi Green Digital Management pada UMKM***

Dari hasil wawancara, mayoritas UMKM di Kampong Bharu sudah menyadari pentingnya keberlanjutan, namun tingkat penerapan masih bervariasi. Beberapa temuan utama:

- a. Digitalisasi usaha: UMKM sudah menggunakan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) untuk promosi dan *e-wallet* (GrabPay, Touch'n Go, ShopeePay) sebagai sistem pembayaran. Namun, pemanfaatan *e-commerce platform* (Shopee, Lazada) masih terbatas.
- b. Praktik ramah lingkungan: UMKM kuliner mulai menggunakan *biodegradable packaging*, sedangkan butik batik tradisional menerapkan pewarna alami pada sebagian produk.
- c. Tantangan: keterbatasan modal, keterampilan digital, dan resistensi dari sebagian pelaku usaha yang masih berorientasi pada pola konvensional.

**Tabel 2.** Adopsi Green Digital Management oleh UMKM Kampong Bharu.

Aspek Strategi	Praktik yang Diterapkan	Tingkat Implementasi	Keterangan
Digital Marketing	Media sosial (IG, FB)	Tinggi	Hampir semua UMKM sudah aktif menggunakan media sosial
Sistem Pembayaran Digital	E-wallet, QRIS Malaysia	Sedang	Sekitar 60% pelaku sudah menggunakan e-wallet
Green Packaging	Kemasan ramah lingkungan	Rendah – Sedang	Hanya sebagian UMKM kuliner
Produksi Ramah Lingkungan	Pewarna alami (batik)	Rendah	Masih terbatas, biaya relatif mahal
E-commerce Platform	Shopee, Lazada	Rendah	Hanya 30% UMKM yang konsisten berjualan online

*Sumber: Hasil wawancara & observasi lapangan (2025).*

### ***Tantangan Integrasi Strategi Digital dan Ramah Lingkungan***

Meskipun terdapat praktik positif, hasil penelitian menemukan beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM Kampong Bharu, di antaranya:

### 1. Keterbatasan Pengetahuan dan Literasi Digital

Hasil wawancara dengan salah satu pemilik usaha kopi lokal menyebutkan bahwa penggunaan media sosial untuk promosi masih dilakukan secara sederhana dan belum dimanfaatkan untuk data analytics maupun digital marketing berbasis target audience.

### 2. Biaya Implementasi Green Practices

Dari hasil dokumentasi dan percakapan dengan pengusaha kuliner, harga kemasan ramah lingkungan masih relatif lebih tinggi dibandingkan plastik konvensional. Hal ini menjadi hambatan bagi UMKM dengan margin keuntungan kecil.

### 3. Kurangnya Dukungan Infrastruktur dan Kolaborasi

Observasi menunjukkan bahwa dukungan ekosistem seperti koperasi, lembaga keuangan, maupun asosiasi UMKM di Kampong Bharu belum sepenuhnya mendorong adopsi digitalisasi berbasis ramah lingkungan.

Tantangan ini memperlihatkan bahwa meskipun ada upaya ke arah green digital, integrasi penuh masih membutuhkan kapasitas, pendampingan, dan insentif dari ekosistem pendukung.

## **Rekomendasi Model Bisnis Berkelanjutan Berbasis Digital**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan model bisnis Green Digital UMKM yang mengintegrasikan tiga pilar utama:

1. Digitalisasi yaitu Pemanfaatan e-commerce, pembayaran digital, media sosial, dan data analytics.
2. Keberlanjutan dengan Penggunaan bahan ramah lingkungan, efisiensi energi, sistem produksi minim limbah, serta narasi sustainability branding.
3. Dukungan Ekosistem dengan Kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, asosiasi UMKM, dan platform digital untuk menyediakan pelatihan, insentif, serta akses pasar.

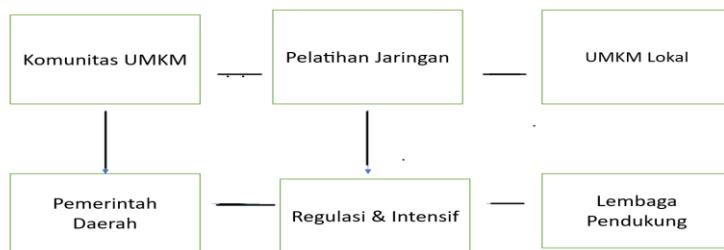
Hasil wawancara dengan salah satu pengurus asosiasi UMKM Kampong Bharu menekankan bahwa “UMKM di kawasan ini bisa maju kalau ada dukungan lintas pihak, bukan hanya pelaku usaha sendiri, tapi juga komunitas, pemerintah, dan platform digital yang saling melengkapi.”

Temuan ini menguatkan bahwa keunggulan kompetitif UMKM akan tercapai ketika integrasi digital dan praktik keberlanjutan didukung oleh ekosistem yang kolaboratif.

## **Perspektif Pemangku Kepentingan**

Wawancara dengan pengurus komunitas UMKM Kampong Bharu dan pemerintah lokal menunjukkan bahwa Terdapat dukungan pelatihan digital marketing dan literasi

keuangan bagi UMKM, namun intensitasnya belum rutin., Lembaga pendukung menilai penerapan *green business* dapat menjadi nilai tambah kompetitif, terutama bagi wisatawan asing yang berkunjung ke Kampong Bharu, Pemerintah lokal sedang mendorong UMKM untuk ikut serta dalam program *Low Carbon City Framework* (LCCF).



**Gambar 2.** Skema Dukungan Ekosistem Bagi UMKM Kampong Bharu.

Sumber: Peneliti (2025).

*Interpretasi:* Dukungan ekosistem masih bersifat parsial, belum terintegrasi penuh, sehingga UMKM sering berjuang sendiri dalam menerapkan strategi hijau berbasis digital

#### **Observasi Lapangan dan Dokumentasi**

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM di Kampong Bharu yang sudah mencoba menerapkan *Green Digital Management* memiliki daya tarik lebih tinggi di kalangan konsumen muda dan wisatawan asing. Misalnya Kedai kopi yang menggunakan kemasan kertas daur ulang mendapat apresiasi positif dari pelanggan, Butik batik yang memasarkan produknya lewat Instagram dengan narasi *eco-friendly fashion* memiliki peningkatan penjualan ±20% dalam 3 bulan.

**Tabel 3.** Dampak Praktik Green Digital Management terhadap UMKM.

Jenis UMKM	Praktik Green Digital	Dampak Utama
Kedai Kopi	Kemasan ramah lingkungan + e-wallet	Peningkatan pelanggan muda & wisatawan asing
Butik Batik	Pewarna alami + Instagram marketing	Penjualan meningkat 20% dalam 3 bulan
Warung Makanan	Media sosial + GrabFood	Jangkauan pelanggan lebih luas, namun biaya komisi tinggi
Produk Olahan	Shopee + packaging eco	Meningkatkan branding, tapi volume penjualan masih kecil

Sumber: Observasi lapangan & dokumentasi peneliti, 2025.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan konsep *green digital management* pada UMKM di Kampong Bharu masih berada pada tahap awal, di mana sebagian besar pelaku usaha sudah memanfaatkan digitalisasi, khususnya media sosial dan platform daring, tetapi belum sepenuhnya mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasional bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap praktik ramah lingkungan mulai berkembang, namun implementasinya sering terhambat oleh keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan dukungan teknis. Di sisi lain, digitalisasi terbukti memberikan peluang signifikan dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan membuka akses pada ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan kapasitas dalam hal literasi digital, minimnya modal untuk investasi teknologi hijau, serta belum optimalnya dukungan ekosistem seperti regulasi, pendampingan, dan insentif dari pemerintah maupun lembaga terkait. Meski demikian, peluang yang terbuka cukup besar, mengingat tren konsumen yang semakin peduli terhadap produk berkelanjutan dan dorongan global menuju transformasi digital hijau. Dengan demikian, strategi implementasi *green digital management* yang relevan bagi UMKM di Kampong Bharu adalah model kolaboratif yang menggabungkan edukasi dan pendampingan, dukungan teknologi ramah lingkungan yang terjangkau, serta integrasi UMKM ke dalam jaringan ekosistem digital hijau.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan *green digital management* pada UMKM di Kampong Bharu telah menunjukkan perkembangan positif melalui penggunaan media sosial, sistem pembayaran digital, dan upaya pengurangan penggunaan plastik. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan berupa keterbatasan biaya dan kesadaran pelaku usaha terhadap keberlanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar pemerintah daerah, asosiasi UMKM, dan mitra strategis memperkuat program pendampingan *digital* yang berorientasi pada keberlanjutan, serta menyediakan insentif bagi UMKM yang berkomitmen mengadopsi praktik hijau. Selain itu, pengembangan kerangka kerja *Green Digital UMKM* yang mengintegrasikan aspek literasi digital, efisiensi sumber daya, dan kolaborasi ekosistem perlu diimplementasikan secara konsisten untuk memperkuat daya saing UMKM di kawasan Kampong Bharu. Upaya ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kinerja ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial masyarakat setempat. Saran yang diajukan adalah perlunya program pelatihan digital hijau bagi UMKM, insentif dari pemerintah untuk penggunaan *eco-packaging*, serta kolaborasi dengan *platform e-commerce* ramah lingkungan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Abedin, B., & Sundarasen, S. D. (2021). *Digital transformation and sustainability of SMEs: A systematic review*. *Sustainability*, 13(21), 11864. <https://doi.org/10.3390/su132111864>
- Adams, R., Jeanrenaud, S., Bessant, J., Denyer, D., & Overy, P. (2016). Sustainability-oriented innovation: A systematic review. *International Journal of Management Reviews*, 18(2), 180–205. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12068>
- Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2021). Corporate sustainability development in the context of digitalisation: A review. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 1439–1451. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.033>
- Bharadwaj, A., El Sawy, O., Pavlou, P., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>
- Bocken, N. M. P., Boons, F., & Baldassarre, B. (2020). Sustainable business model experimentation by understanding ecologies of business models. *Journal of Cleaner Production*, 295, 126361. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.126361>
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. Sage.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2021). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. *Journal of Business Ethics*, 168(2), 1–26. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04162-x>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Goyal, P., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2020). Corporate sustainability performance and firm performance research: Literature review and future research agenda. *Management Decision*, 58(8), 1682–1707. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1321>
- Guest, G., Namey, E., & Chen, M. (2020). A simple method to assess and report thematic saturation in qualitative research. *PLoS ONE*, 15(5), e0232076. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232076>
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280033>
- Jain, S., & Singhal, S. (2022). Green practices for sustainable SMEs: A systematic literature review. *Journal of Small Business Strategy*, 32(1), 56–72.
- Khan, S. A. R., Yu, Z., & Umar, M. (2021). Sustainable digitalization: A case of SMEs in emerging economies. *Journal of Cleaner Production*, 285, 124827. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124827>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
- Lim, W. M., Yap, S. F., & Makkar, M. (2021). Home-based businesses and digital technology: A systematic review. *International Journal of Consumer Studies*, 45(3), 373–389. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12628>

- Liu, Y., Wei, J., & Hu, J. (2021). Digital transformation and environmental innovation: Evidence from Chinese manufacturing firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120636. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120636>
- Mahapatra, S., & Mishra, A. (2023). Digital green innovations for small businesses in Asia: Opportunities and challenges. *Asia Pacific Business Review*, 29(2), 201–220.
- Maroufkhani, P., Wagner, R., & Wan Ismail, W. K. (2022). Green digital business strategy: Conceptualization and evidence from SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 343, 130933. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130933>
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, 642–656. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2020). Why sustainability is now the key driver of innovation. *Harvard Business Review*, 98(5), 44–52.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage.
- Rahman, H., & Ahmad, Z. (2020). Environmental practices among SMEs in Kuala Lumpur. *Asian Journal of Business and Management*, 8(4), 122–135.
- Sehnem, S., Vazquez-Brust, D., Pereira, S. C. F., & Campos, L. M. S. (2019). Circular economy: Benefits, impacts and overlapping. *Supply Chain Management: An International Journal*, 24(6), 784–804. <https://doi.org/10.1108/SCM-06-2018-0213>
- SME Corp Malaysia. (2022). *SME annual report 2021/22: Resurgence of SMEs*. SME Corporation Malaysia.
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs successfully navigate VUCA environment? The role of digital technologies. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121278. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121278>
- Wirtz, J., Zeithaml, V. A., & Gistri, G. (2021). Technology-mediated service encounters. In *Handbook of service science* (Vol. II, pp. 377–401). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-72289-8\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-72289-8_17)