



SOSIALISASI PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL BANK PRODUK DESA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DAN PELAPORAN AKUNTANSI HIJAU BAGI UMKM KARANGPRING

**Siska Aprilia Oktaviani¹, Candra Pramula Pinandita² Prillinaya Yudhistira³,
Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya⁴, Ponti Primastuti Aulia Nugrahaeni⁵**
Politeknik Negeri Jember^{1,2,3,4,5}

Email Korespondensi: siska_aprilia@polije.ac.id[✉]

Info Artikel

Histori Artikel:

Masuk:

03 Juni 2026

Diterima:

25 Juni 2026

Diterbitkan:

26 Juni 2026

Kata Kunci:

Akuntansi Hijau;
Bank Produk Desa;
Literasi Digital;
Sosialisasi Platform;
UMKM Desa.

ABSTRAK

UMKM di Desa Karangpring yang bergerak di sektor batik, bunga mawar, dan kopi menghadapi keterbatasan akses pasar dan rendahnya literasi digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital Bank Produk Desa sebagai media pemasaran dan pelaporan akuntansi hijau. Sebagai tindak lanjut dari penelitian pengembangan model Bank Produk Desa berbasis akuntansi hijau, tim pengabdian Politeknik Negeri Jember menyelenggarakan sosialisasi penggunaan platform digital www.bankproduk Karangpring.com kepada pelaku UMKM setempat. Kegiatan ini melibatkan 10 peserta pelaku UMKM utama desa dan dilaksanakan melalui demonstrasi langsung yang mencakup fitur etalase produk dan dashboard akuntansi hijau. Pemantauan dilakukan melalui observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung dan analisis data aktivitas *website* pascasosialisasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta antusias dan mampu memahami fitur pemasaran produk, sementara fitur akuntansi hijau memerlukan pendampingan lanjutan karena berkaitan dengan literasi pencatatan lingkungan yang masih perlu ditingkatkan. Para pelaku UMKM berhasil mendaftarkan akun dan mulai menggunakan platform secara mandiri. Kegiatan ini menjadi Langkah awal strategis dalam membangun ekosistem digital UMKM desa yang berkelanjutan dan berpotensi membuka akses *green financing* bagi pelaku usaha lokal.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. Namun kontribusi besar ini tidak diikuti dengan kemampuan akses pasar yang merata, terutama bagi UMKM yang berada di Kawasan pedesaan.

Desa Karangpring, Kecamatan, Sukorambi, Kabupaten Jember, memiliki tiga sektor UMKM unggulan, yakni batik, bunga mawar, dan kopi. Masing-masing sektor tersebut memiliki potensi produk yang kaya, mulai dari batik dengan motif local, aneka olahan bunga mawar seperti sirup, sabun, teh, selai, dan *diffuser*, hingga kopi dengan cita rasa yang khas. Potensi besar ini sayangnya belum termanfaatkan secara optimal. Industri batik kesulitan mengakses pembiayaan dan masih mengandalkan bahan kimia dalam produksi. UMKM mawar menghadapi keterbatasan saluran pemasaran, sementara UMKM kopi belum berhasil menembus pasar yang lebih luas.

Tantangan yang dihadapi UMKM Karangpring juga mencerminkan persoalan yang lebih luas. LIPI, (2023) mengidentifikasi empat hambatan utama digitalisasi UMKM di Indonesia yang terdiri dari kesenjangan infrastruktur digital antar wilayah, rendahnya literasi digital pelaku usaha, keterbatasan

akses pembiayaan, dan kompleksitas regulasi. Data Kementerian Perdagangan (2023) juga menunjukkan bahwa hanya sekitar 33,6% UMKM yang telah terdigitalisasi, dan kondisi ini jauh lebih buruk bagi UMKM di pedesaan yang menghadapi keterbatasan akses internet dan minimnya paparan terhadap teknologi digital (Avista et al., 2025).

Terlepas dari banyaknya tantangan yang dihadapi UMKM, tuntutan keberlanjutan usaha semakin menguat. Hal ini menjadikan akuntansi hijau (*green accounting*) semakin relevan karena memungkinkan pelaku usaha untuk mencatat dan melaporkan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka, yang merupakan sebuah prasyarat penting untuk mengakses skema pembiayaan hijau seperti *green loan* dan *green investment* (Sudarminto & Harto, 2023; Zhen & Rahman, 2024b). Sayangnya, penerapan akuntansi hijau di kalangan UMKM desa masih sangat terbatas, bukan karena minimnya kepedulian lingkungan, melainkan karena rendahnya literasi akuntansi dan ketiadaan system pencatatan yang sesuai dengan skala usaha yang dijalankan (Sabina et al., 2026).

Berdasarkan kondisi ini, tim peneliti Politeknik Negeri Jember sebelumnya telah mengembangkan model integrasi akuntansi hijau dalam system Bank Produk Desa Karangpring dan mewujudkannya dalam bentuk *platform digital* di Alamat www.bankprodukkarangpring.com. Plaform ini memadukan fungsi etalase pemasaran produk UMKM dengan *dashboard* akuntansi hijau dan visualisasi ekosimbiosis antarproduk desa. Namun sebuah *platform* yang baik tidak akan bisa dirasakan dampaknya tanpa pemahaman penggunaan dari para pelaku UMKM sebagai penggunanya. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM Desa Karangpring dalam menggunakan platform digital Bank Produk Desa sebagai media pemasaran produk sekaligus sarana pengenalan akuntansi hijau berbasis digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong adopsi awal teknologi digital yang mendukung pengembangan UMKM desa secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam rangkaian tahapan yang terstruktur, mulai dari persiapan awal hingga pemantauan pascasosialisasi Sehingga, pelaksanaan kegiatan meliputi lima tahap sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahap	Kegiatan	Output
1	Persiapan dan koordinasi awal dengan pelaku UMKM 	Kesepakatan waktu, tempat, dan peserta sosialisasi

2	Persiapan materi sosialisasi dan uji coba <i>platform</i>	Materi demonstrasi dan panduan singkat penggunaan <i>platform</i>
		
3	Pelaksanaan sosialisasi dan demonstrasi	Peserta memahami fitur utama <i>platform</i> dan mencoba mengaksesnya secara langsung
		
4	Pendampingan mandiri pasca sosialisasi	Pelaku UMKM berhasil mendaftarkan akun di <i>platform</i>
5	Pemantauan aktivitas penggunaan <i>platform</i>	Data aktivitas <i>website</i> sebagai indikator keberlanjutan penggunaan

Persiapan dan Koordinasi Awal

Sebelum kegiatan sosialisasi dilaksanakan, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM desa Karangpring untuk menyepakati waktu pelaksanaan, Lokasi kegiatan, dan daftar peserta yang akan diundang. Pada tahap ini juga dilakukan uji coba platform secara menyeluruh untuk memastikan seluruh fitur berjalan dengan baik dan siap didemonstrasikan. Tim menyiapkan panduan singkat penggunaan platform dalam format yang mudah dipahami oleh peserta yang belum terbiasa dengan teknologi digital.

Peserta Sosialisasi

Peserta sosialisasi Adalah pelaku UMKM dari Desa Karangpring yang dipilih karena merupakan pengguna utama *platform* yang akan disosialisasikan. Jumlah peserta terdiri dari 10 orang pelaku UMKM, sehingga sosialisasi dapat dilakukan secara lebih personal dan interaktif.

Pelaksanaan Sosialisasi dan Demonstrasi

Sosialisasi dilaksanakan dengan metode demonstrasi langsung menggunakan laptop dan tablet. Tim pengabdian memperkenalkan *platform* secara bertahap dimulai dari fitur yang paling dekat dengan kebutuhan sehari-hari peserta, yaitu etalase produk dan pengelolaan konten, kemudian dilanjutkan dengan fitur yang memerlukan pemahaman konseptual lebih dalam, yaitu *dashboard* akuntansi hijau. Selama demonstrasi, peserta didorong untuk langsung mencoba mengakses *platform* menggunakan perangkat ponsel masing-masing. Sesi tanya jawab dibuka secara terbuka sehingga peserta dapat

menyampaikan pertanyaan dan kendala yang dihadapi secara langsung. Tabel 2 merangkum fitur-fitur yang disosialisasikan beserta manfaatnya bagi UMKM.

Tabel 2. Fitur *Platform* Bank Produk Desa yang Disosialisasikan

Fitur <i>Platform</i>	Manfaat bagi UMKM
Etalase Produk Digital	Memungkinkan produk batik, kopi, dan olahan mawar dipasarkan secara <i>online</i> dengan jangkauan nasional tanpa biaya <i>platform</i> tambahan.
Input & Pengelolaan Konten Produk	Pelaku UMKM dapat secara mandiri mengunggah foto, deskripsi, stok, dan harga produk
<i>Dashboard</i> Akuntansi Hijau	Membantu pelaku usaha mencatat dan memantau kinerja lingkungan usaha mereka (efisiensi sumber daya pengelolaan limbah, jejak karbon) sebagai syarat akses <i>green financing</i>
Laporan Keberlanjutan	Menyediakan dokumen pelaporan kinerja lingkungan yang dapat digunakan sebagai bukti pendukung pengajuan <i>green loan</i> atau <i>green investment</i>
Peta Ekosimbiosis	Menampilkan visualisasi aliran pemanfaatan limbah antar UMKM (batik-kopi-mawar) sebagai identitas unik desa berbasis ekonomi sirkular

Pemanfaatan Pascasosialisasi

Setelah kegiatan sosialisasi selesai, tim pengabdian melakukan pemantauan melalui dua cara. Pertama, observasi partisipatif yang dilakukan sejak awal hingga akhir kegiatan, dengan mencatat secara langsung respons, antusiasme, kemampuan, dan kendala yang muncul selama demonstrasi berlangsung. Catatan observasi difokuskan pada tiga hal, yakni kemampuan peserta mengoperasikan fitur, persepsi manfaat *platform*, dan kendala teknis yang dihadapi. Kedua, pemantauan data aktivitas *website* yang dilakukan dalam beberapa hari setelah sosialisasi, mencakup jumlah akun yang terdaftar, pengunggahan produk, dan trafik kunjungan halaman.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini ditentukan berdasarkan kemampuan peserta dalam memahami dan menggunakan fitur platform digital Bank Produk Desa setelah pelatihan berlangsung. Keberhasilan kegiatan diukur melalui tingkat partisipasi peserta selama demonstrasi dan praktik penggunaan platform, jumlah peserta yang berhasil membuat akun secara mandiri, serta adanya aktivitas awal penggunaan platform seperti pengunggahan informasi produk dan akses terhadap fitur pemasaran digital. Selain itu, keberhasilan juga dilihat dari respons positif peserta terhadap manfaat platform dalam mendukung pemasaran produk UMKM dan pengenalan akuntansi hijau berbasis digital. Pemantauan aktivitas website pascakegiatan turut digunakan sebagai indikator tambahan untuk mengetahui keberlanjutan penggunaan platform oleh peserta setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jalannya Kegiatan Sosialisasi

Sosialisasi berlangsung di Desa Karanpring dengan dihadiri oleh 10 peserta yang merepresentasikan UMKM utama desa. Suasana kegiatan berjalan interaktif, yang mana tim pengabdian membuka sesi dengan menggali terlebih dahulu pengalaman peserta dalam menggunakan internet dan *smartphone* untuk kegiatan usaha, sehingga materi demonstrasi dapat disesuaikan dengan titik awal pemahaman peserta. Pemantauan dilakukan selama tujuh hari setelah kegiatan sosialisasi. Selama periode tersebut, tercatat 7 peserta berhasil membuat akun platform secara mandiri. Selain itu,

terdapat 15 produk yang mulai dipersiapkan untuk diunggah ke dalam etalase digital, meskipun sebagian peserta masih melakukan penyesuaian foto dan deskripsi produk. Trafik kunjungan website juga meningkat dibandingkan sebelum kegiatan berlangsung, terutama pada halaman etalase produk UMKM mawar dan kopi.

Demonstrasi fitur etalase produk mendapat perhatian paling besar dari peserta. Pelaku UMKM mawar tampak antusias karena memiliki variasi produk olahan yang paling beragam, mulai dari sirup mawar, sabun mawar, teh mawar, selai mawar, hingga parfum dan *diffuser*, yang selama ini kesulitan dipasarkan secara luas karena keterbatasan saluran distribusi. Pelaku usaha juga langsung mengajukan pertanyaan praktis tentang cara mengunggah foto produk dan menetapkan harga jual di *platform*. Keterlibatan aktif semua komponen peserta yakni pelaku UMKM dalam forum sosialisasi mencerminkan pendekatan yang tepat dalam program digitalisasi desa. Keberhasilan adopsi teknologi di Tingkat komunitas tidak dapat hanya mengandalkan pelaku usaha semata,, melainkan membutuhkan dukungan kelembagaan desa agar program dapat berjalan berkelanjutan (Wulandari et al., 2024).

Respons Peserta terhadap Platform

Secara umum, peserta memberikan respons positif terhadap *platform* Bank Produk Desa. Hasil observasi partisipatif selama kegiatan dirangkum dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Observasi Partisipatif Selama Sosialisasi

Aspek yang Diamati	Temuan di Lapangan
Keterlibatan dan antusiasme peserta	Peserta aktif bertanya dan mencoba fitur selama demonstrasi berlangsung. Peserta dari sektor UMKM mawar sangat antusias karena memiliki variasi produk olahan terbanyak (sirup, sabun, the, selai mawar) yang ingin segera dipasarkan secara digital.
Kemampuan mengoperasikan fitur pemasaran	Seluruh peserta dapat memahami cara mengakses etalase produk dan prosedur dasar pengunggahan informasi produk setelah demonstrasi selesai
Pemahaman terhadap fitur akuntansi hijau	Peserta memahami tujuan fitur akuntansi hijau, namun belum dapat mengoperasikan <i>dashboard</i> secara mandiri. Konsep pencatatan biaya lingkungan masih terasa asing bagi sebagian besar peserta.
Kendala yang muncul	Koneksi internet kurang stabil di Lokasi kegiatan, sebagian peserta memerlukan pendampingan dasar dalam mengoperasikan <i>browser</i> dan mengakses URL <i>platform</i>
Persepsi manfaat <i>platform</i>	Seluruh peserta sepakat bahwa <i>platform</i> ini relevan untuk mengatasi keterbatasan pemasaran produk UMKM desa dan mendukung rencana perluasan pasar ke tingkat nasional

Perbedaan tingkat pemahaman yang cukup mencolok antara fitur pemasaran dan fitur akuntansi hijau merupakan temuan penting dari kegiatan ini. Fitur etalase produk dapat langsung dipahami karena antarmukanya menyerupai *platform* belanja *online* yang mulai familiar di kalangan Masyarakat desa. Sementara itu, fitur *dashboard* akuntansi hijau, yang mencakup pencatatan biaya lingkungan, efisiensi sumber daya, dan pemantauan jejak karbon, memerlukan waktu lebih panjang untuk dipahami. Kondisi ini selaras dengan temuan yang menunjukkan bahwa hambatan utama penerapan akuntansi hijau di UMKM bukan pada kepedulian lingkungan, melainkan pada keterbatasan literasi pencatatan yang terstruktur (Sabina et al., 2026; Sudarminto & Harto, 2023).

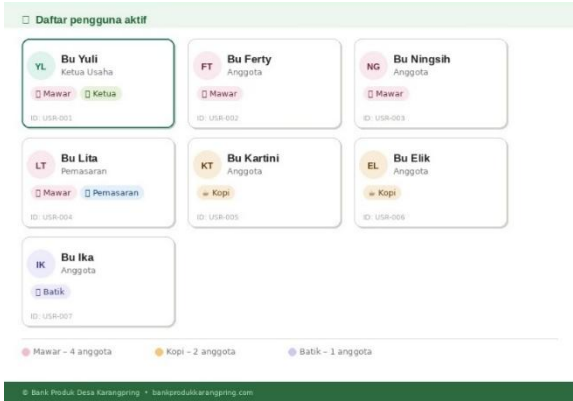
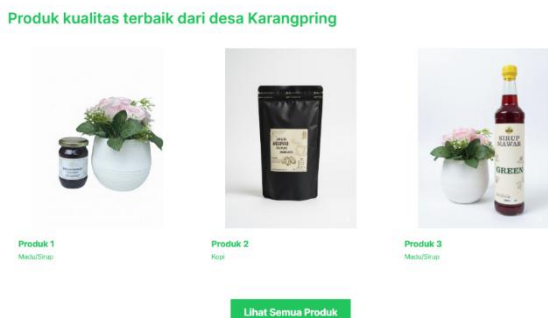
Kendala koneksi internet yang tidak stabil di lokasi kegiatan juga menjadi catatan penting. Hal ini merupakan persoalan infrastruktur yang bukan hanya terjadi di Desa Karangpring, tetapi juga

merupakan hambatan structural yang meluas di banyak wilayah pedesaan Indonesia (Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, 2023). Untuk kegiatan serupa ke depan, alternatif demonstrasi *offline* menggunakan mode local atau tangkap layer (*screenshot*) bisa menjadi solusi antisipatif.

Aktivitas Penggunaan Platform Pascasosialisasi

Pemantauan terhadap aktivitas *website* dalam beberapa hari setelah sosialisasi memberikan gambaran awal mengenai keberlanjutan penggunaan *platform*. Hasil pemantauan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Indikator Aktivitas *Platform*

Indikator Aktivitas Platform	Kondisi Pascasosialisasi
Jumlah Pelaku UMKM yang mendaftarkan akun	7 Pelaku UMKM 
Pengunggahan produk ke etalase	Dalam proses, peserta sedang menyiapkan foto dan deskripsi produk secara mandiri 
Pengisian indikator akuntansi hijau	Belum terlaksana, memerlukan pendampingan lanjutan terkait konsep dan pengisian data lingkungan

Trafik kunjuaung <i>website</i>	Meningkat setelah kegiatan sosialisasi, mengindikasikan adanya efek penyerahan informasi di komunitas desa 
---------------------------------	--

Pendaftaran akun oleh 7 pelaku UMKM utama merupakan pencapaian konkret yang menunjukkan bahwa sosialisasi berhasil mendorong peserta melampaui tahap sekadar mengetahui (*awareness*) menuju tindakan nyata (*trial*). Hal ini merupakan Langkah penting dalam proses adopsi teknologi, di mana peserta bergerak dari kesadaran menuju percobaan awal yang kemudian diharapkan berlanjut ke tahap penerapan penuh (*adoption*).

Proses pengunggahan produk yang masih berlangsung secara mandiri juga mengindikasi adanya motivasi intrinsik dari pelaku UMKM untuk terus menggunakan *platform*. Kondisi ini positif karena menunjukkan kegiatan sosialisasi tidak berakhir begitu saja setelah tim pengabdian meninggalkan desa. Meski demikian, pengisian fitur akuntansi hijau yang belum terlaksana meningkatkan bahwa program pendampingan lanjutan masih sangat dibutuhkan, sejalan dengan pengalaman berbagai kegiatan digitalisasi UMKM yang menemukan bahwa sosialisasi satu sesi tanpa pendampingan berkelanjutan cenderung menghasilkan pemahaman awal yang belum stabil (Rusmanto et al., 2024; Zhen & Rahman, 2024a).

Meningkatnya trafik kunjungan *website* pasca sosialisasi juga menarik untuk dicermati. Peningkatan ini mengindikasikan adanya efek penyebaran informasi di komunitas desa yang lebih luas, meski peserta sosialisasi langsung berjumlah terbatas. Karakteristik komunitas desa yang erat satu sama lain menjadi keunggulan tersendiri dalam penyebaran informasi tentang *platform* baru ini.

Potensi Strategis *Platform* bagi Keberlanjutan UMKM

Platform Bank Produk Desa memiliki nilai strategis jangka panjang yang penting untuk terus dikomunikasikan kepada pelaku UMKM, hal ini melampaui fungsi pemasaran semata. Fitur akuntansi hijau yang terintegrasi membuka peluang bagi UMKM Karangpring untuk mengakses skema pembiayaan hijau (*green financing*), seperti *green loan*, *green bonds*, dan *green investment* yang mensyaratkan transparansi pelaporan kinerja lingkungan (Zhen & Rahman, 2024a). Akses ke sumber pembiayaan alternatif ini sangat krusial bagi UMKM yang selama ini menghadapi keterbatasan modal sebagai kendala utama pengembangan usaha.

Selain itu, konsep ekosimbiosis yang divisualisasikan dalam *platform*, yakni aliran pemanfaatan limbah batik sebagai pupuk kopi, *pulp* kopi sebagai kompos tanaman mawar, dan ekstrak mawar sebagai pewarna alami batik, konsep ekosimbiosis yang divisualisasikan dalam *platform* menunjukkan potensi pengembangan ekonomi sirkular antar sektor UMKM desa, meskipun implementasinya masih berada pada tahap pengenalan dan belum diterapkan secara penuh dalam rantai produksi UMKM. Identitas ini tidak hanya bernilai lingkungan, tetapi juga bernilai pemasaran karena memberikan diferensiasi yang kuat terhadap produk desa lain dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

PENUTUP

Kegiatan sosialisasi *platform* digital Bank Produk Desa Karangpring telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan pelaku UMKM dari tiga sektor unggulan desa. Peserta merespons positif kegiatan ini dan menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama terhadap fitur etalase produk yang dinilai

langsung relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM untuk memperluas pasar. Ketiga UMKM berhasil mendaftarkan akun dan menginisiasi penggunaan *platform* secara mandiri pasca sosialisasi, yang menjadi indikator awal keberhasilan kegiatan.

Fitur akuntansi hijau masih memerlukan pendampingan lanjutan mengingat konsep pencatatan lingkungan yang belum familiar di kalangan pelaku UMKM desa. Kendala infrastruktur berupa ketidakstabilan koneksi internet juga perlu diantisipasi dalam program pendampingan ke depan. Untuk itu, tim pengabdian merekomendasikan tiga tindak lanjut utama yakni pendampingan terjadwal untuk pengisian fitur akuntansi hijau menggunakan modul yang disederhanakan dan disesuaikan dengan konteks UMK desa, penyediaan panduan *offline* sebagai antisipasi keterbatasan koneksi internet, serta fasilitas forum berbagi pengalaman antar pelaku UMKM pengguna *platform* untuk memperkuat keberlanjutan penggunaan secara komunal. Model sosialisasi dan pendampingan berbasis *platform digital* ini berpotensi untuk direplikasi di desa-desa binaan lainnya dalam rangka memperkuat ekosistem digital UMKM desa yang berkelanjutan. Meskipun demikian, penggunaan fitur dashboard akuntansi hijau masih memerlukan pendampingan lanjutan karena sebagian besar peserta belum terbiasa melakukan pencatatan aspek lingkungan usaha secara terstruktur. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan berkala, penyederhanaan modul pelaporan lingkungan, serta evaluasi penggunaan platform secara berkelanjutan sebelum model ini direplikasi pada desa binaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025). Literasi digital dan penguatan UMKM: Tinjauan teoritis terhadap strategi pemberdayaan di daerah terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.913>
- Kementerian Perdagangan (2023). *Data digitalisasi UMKM Indonesia*. Kemendag RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Perkembangan data usaha mikro kecil menengah dan usaha besar*. Kemenkop UKM.
- Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (2023). *Hambatan implementasi kebijakan digitalisasi UMKM di Indonesia*. LIPI.
- Rusmanto, R., Wismanindra, D. W., & Ardiansyah, A. R. (2024). Penyediaan sistem promosi berbasis web direktori UMKM Sinergia Tapos Kota Depok. *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)*, 4(2), 131–141. <https://doi.org/10.47709/dst.v4i2.4679>
- Sabina, A. R., Nasihin, I., & Fatihah, D. I. (2026). Analisis penerapan green accounting dan kinerja keuangan pada keberlanjutan lingkungan UMKM sektor makanan tradisional di Kab. Karawang: Studi kasus UMKM Desa Jatiragas. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 15235–15243. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.8262>
- Sudarminto, H. T., & Harto, P. (2023). Green accounting concepts and practices towards measuring environmental sustainability and sustainable business value. *International Journal of Science and Society*, 5(5), 629–643. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v5i5.927>
- Wulandari, D., Prayitno, P. H., Basuki, A., Prasetyo, A. R., Aulia, F., & Gunawan, A. (2024). Technological innovation to increase the competitiveness of MSMEs: Implementation of the integrated industry village 4.0 platform. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 4, 1220. <https://sct.ageditor.ar/index.php/sct/article/view/676>
- Zhen, T., & Rahman, M. M. (2024). Greening emerging economies: Enhancing environmental, social, and governance performance through environmental management accounting and green financing. *Sustainability*, 16(11), 4753. <https://doi.org/10.3390/su16114753>