

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

A. OCECO

OCECO adalah sebuah UMKM yang didirikan oleh sekelompok mahasiswa Telkom University angkatan 2022 sejak tahun 2024 dengan fokus bisnis pada *eco printing*, sebuah teknik pencetakan alami menggunakan bahan-bahan dari kekayaan alam Indonesia seperti daun, bunga, dan kulit kayu.



Gambar 1.1 Logo OCECO

Sumber: Instagram oceco.id (2024)

Gambar 1.1 yang terlampir merupakan logo dari OCECO. OCECO memiliki tujuan menjadi bisnis berkelanjutan dan inovatif, serta OCECO berkomitmen menciptakan produk ramah lingkungan dengan nilai estetika tinggi. Adapun OCECO memiliki visi dan misi, sebagai berikut:

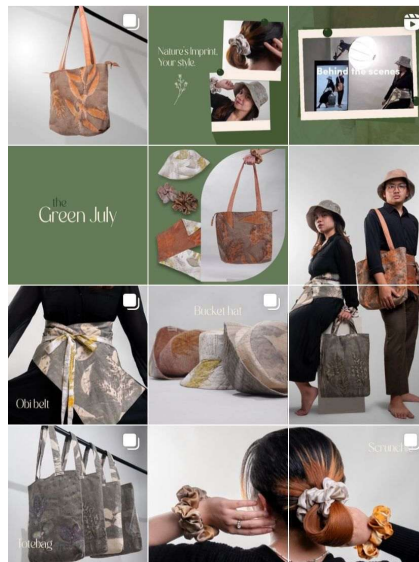
Visi

Menjadi bisnis *eco printing* yang berkelanjutan, inovatif, dan memanfaatkan kekayaan alam Indonesia untuk menciptakan produk ramah lingkungan dan bernilai artistik.

Misi

1. Mengembangkan produk *eco-printing* berkualitas tinggi dan bernilai artistik.

2. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk ramah lingkungan.
3. Bekerja sama dengan komunitas lokal dan perajin untuk meningkatkan pemberdayaan.



Gambar 1.2 Produk OCECO

Sumber: Instagram oceco.id (2024)

Melalui kombinasi misi ini, OCECO berusaha menciptakan produk yang tidak hanya indah dan alami tetapi juga mendorong dampak sosial dan lingkungan yang positif. OCECO secara aktif mengintegrasikan *Sustainable Development Goals* (SDG) 12 dan 13 ke dalam praktik bisnis mereka.

OCECO memanfaatkan bahan-bahan alami dan ramah lingkungan untuk menghasilkan produk ecoprinting berkualitas tinggi. Dengan fokus pada produk ramah lingkungan, OCECO berupaya mengurangi jejak karbon mereka, serta berkontribusi dalam mitigasi dampak lingkungan melalui pemanfaatan bahan alami dan mendukung praktik bisnis berkelanjutan.

B. Pure Bubble

Pure Bubble merupakan bisnis yang didirikan oleh mahasiswa Telkom University sejak tahun 2024 dengan fokus bisnis pada sabun organik yang ramah lingkungan terbuat dari buah lerak, bahan alami yang dikenal sejak lama sebagai pembersih tradisional di Indonesia. Dengan formula dari buah lerak, Pure Bubble

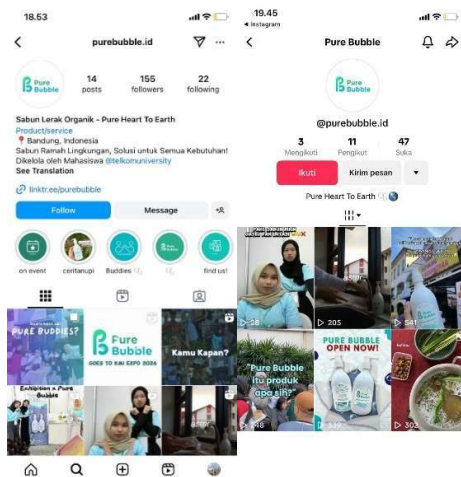
memberikan busa lembut yang membersihkan kulit dengan sempurna tanpa bahan kimia keras, menjadikannya aman untuk semua jenis kulit, bahkan yang sensitif.



Gambar 1.3 Logo Pure Bubble

Sumber: Instagram purebubble.id (2024)

Gambar 1.3 yang terlampir merupakan logo dari Pure Bubble. Pure Bubble merupakan sabun berbahan dasar lerak, sabun ini tidak hanya menjaga kebersihan, tetapi juga mendukung lingkungan yang lebih baik dengan mengurangi polusi dari penggunaan bahan kimia sintetik. Produk ini ditawarkan dengan harga yang terjangkau, yaitu Rp 17.000 per botol, menjadikannya pilihan praktis bagi mereka yang ingin beralih ke produk perawatan yang ramah lingkungan.



Gambar 1.4 Instagram dan TikTok Pure Bubble

Sumber: Instagram dan Tiktok @purebubble.id (2024)

Pure Bubble juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Tik Tok untuk menjangkau audiens lebih luas. Selain itu, mereka mengandalkan promosi konvensional melalui metode *Word of Mouth* (WOM), yaitu dengan mendorong konsumen yang puas untuk merekomendasikan produk kepada teman dan keluarga.

C. Puri Hana

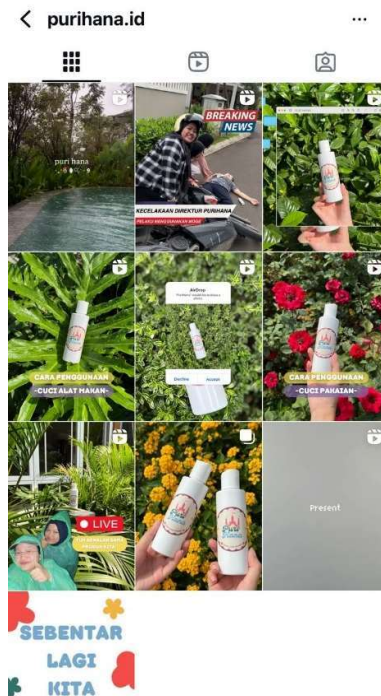
Puri Hana adalah sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berfokus pada produksi sabun lerak ramah lingkungan. Berdiri sejak 2024 oleh sekelompok mahasiswa Telkom University dengan misi untuk memperkenalkan alternatif pembersih alami kepada masyarakat, Puri Hana memanfaatkan buah lerak sebagai bahan utama yang dikenal memiliki kandungan saponin alami.



Gambar 1.5 Logo Puri Hana

Sumber: Instagram @purihana.id (2024)

Gambar 1.5 yang terlampir merupakan logo dari Puri Hana. Puri Hana hadir sebagai solusi bagi konsumen yang peduli akan keberlanjutan dan kesehatan, dengan menghadirkan produk berbasis bahan alam tanpa tambahan bahan kimia berbahaya. Puri Hana berkomitmen untuk melindungi keseimbangan lingkungan, kesehatan manusia, dan keberlanjutan ekonomi.



Gambar 1.6 Produk Puri Hana

Sumber: Instagram @purihana.id (2024)

Puri Hana menciptakan produk ramah lingkungan yang terbuat dari buah lerak, yang dipasarkan dengan harga berkisar antara Rp 13.000/botol. Dengan memanfaatkan buah lerak, Puri Hana berupaya mengurangi dampak lingkungan sambil menawarkan produk yang fungsional dan ramah lingkungan kepada masyarakat.

Puri Hana memiliki akun Instagram sebagai sarana penjualan yang memudahkan konsumen di luar wilayah operasional untuk mendapatkan produk mereka. Dengan memanfaatkan platform ini, Puri Hana dapat menjangkau seluruh wilayah di Indonesia dalam proses pengiriman. Selain itu, konsumen juga diberikan kemudahan dalam melakukan sistem pengembalian barang jika terdapat ketidaksesuaian produk, dengan proses yang mudah dan transparan.

D. Kampung Cengkeh (Eksternal)

Kampung Cengkeh berdiri pada tanggal 28 Desember 2018 di Desa Cilame, Bandung Barat. Saat ini Kampung Cengkeh menawarkan produk olah kain, pakaian jadi dan sepatu dengan teknik *ecoprint* yang menggunakan bahan alami seperti

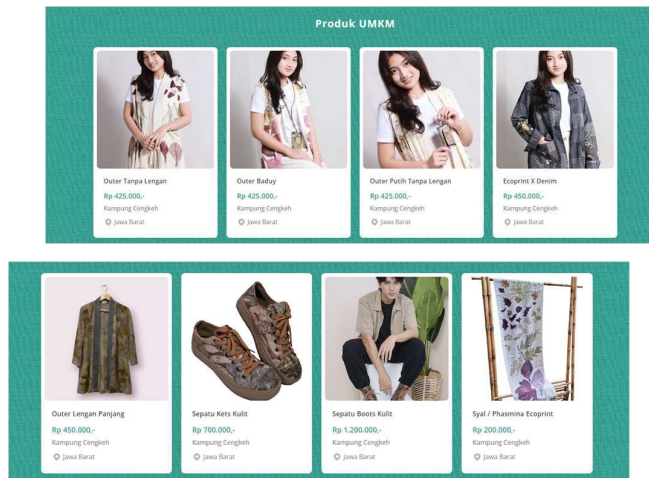
dedaunan, bunga, ranting, kulit, dan kayu sebagai motif dan menggunakan bahan alami lainnya. Kampung Cengkeh mempunyai konsep bisnis *sustainable* secara berkelanjutan berharap dapat mewarnai Wastra Nusantara karena akan menjadi inspirasi dalam kehidupan manusia dan alam menyediakan kebutuhan kita.



Gambar 1.7 Logo Kampung Cengkeh

Sumber: Karya Kreatif Indonesia (2025)

Usaha ini menawarkan beragam produk dengan desain khas dan artistik yang mencerminkan nilai keberlanjutan serta pelestarian budaya lokal. Beberapa produk unggulan yang mereka hasilkan antara lain pakaian seperti outer tanpa lengan, *outer* dengan gaya Baduy, *blouse* berpadu denim, dan *blazer* berbahan katun.



Gambar 1. 8 Produk Kampung Cengkeh

Sumber: Karya Kreatif Indonesia (2025)

Kisaran harga produk cukup bervariasi, mulai dari Rp150.000 untuk produk seperti syal, hingga mencapai Rp1.200.000 untuk sepatu boots kulit dengan desain khas. Diversifikasi produk ini menjadi salah satu bentuk inovasi dalam menciptakan nilai tambah berbasis keberlanjutan, sekaligus memperluas jangkauan pasar dari segmen lokal hingga pameran berskala nasional.

Secara konsisten, Ecoprint Kampung Cengkeh telah menunjukkan eksistensinya dalam berbagai ajang nasional. Usaha ini tercatat sebagai finalis Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI) 2022 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain itu, mereka juga aktif mengikuti pameran berskala nasional seperti *Indonesia Handicraft Trade Fair* (Inacraft) yang diadakan di Jakarta Convention Center. Tidak hanya aktif secara mandiri, UMKM ini juga tergabung dalam inisiatif pembinaan dan kemitraan bersama Bank Indonesia serta *Asosiasi Ecoprint Indonesia* (AEPI) sebagai bentuk penguatan kapasitas usaha.

Dengan kiprah tersebut, *Ecoprint* Kampung Cengkeh dipandang relevan untuk dijadikan narasumber eksternal dalam penelitian ini, khususnya dalam mengevaluasi kemiripan pola inovasi dan keberlanjutan usaha dari sudut pandang pelaku UMKM ramah lingkungan di luar objek utama penelitian. Pandangan yang diberikan oleh narasumber ini digunakan untuk mendukung strategi *replication logic* dalam menguji kemungkinan transferabilitas hasil penelitian ke konteks yang lebih luas.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami lonjakan signifikan dalam jumlah startup yang tumbuh di berbagai sektor ekonomi. Startup membawa inovasi dan ide-ide baru dari para wirausahawan visioner, dan salah satu keunggulannya adalah kecepatan (Efendi et al., 2023). Sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia dan tingkat penetrasi internet yang tinggi, Indonesia menjadi lahan subur bagi perkembangan startup berbasis teknologi. Indonesia adalah salah satu tempat di mana ekosistem startup yang paling dinamis berkembang di Asia Tenggara. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan infrastruktur digital, peningkatan akses internet, dan pertumbuhan ekonomi yang stabil (Wahyuni & Noviaristanti, 2022). Mereka tidak hanya berpartisipasi secara

aktif dalam dunia korporasi, tetapi mereka juga merupakan penggerak perubahan yang berani mengambil risiko besar untuk mengubah pasar dan mengubah paradigma industri.

Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian Indonesia, terutama melalui kontribusi dalam ekosistem ekonomi digital dan penciptaan lapangan kerja. Data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tersebar di berbagai sektor, seperti teknologi digital, fesyen, kerajinan tangan, dan kuliner, dan diperkirakan akan mencapai lebih dari 65 juta unit pada tahun 2024 (Waluyo, 2024). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional dengan berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut Rudiatin & Ramadhan (2018) peran UMKM dalam perekonomian Indonesia menjadi solusi bagi permasalahan ekonomi nasional. Gambar 1.8 di bawah ini menunjukkan peningkatan kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia:



Gambar 1.9 Kontribusi UMKM dalam PDB Indonesia (2019-2023)

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2024)

Menurut data yang ditampilkan pada Gambar 1.8 tentang kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia, persentase kontribusi UMKM terhadap PDB menunjukkan tren yang positif selama lima tahun terakhir (2019–2023). UMKM menyumbang sekitar 60,5% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja nasional. Keberadaan UMKM, seperti dalam

sektor *e-commerce*, *fintech*, dan teknologi edukasi, meningkatkan efisiensi berbagai sektor dan membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjangkau pasar yang lebih luas. UMKM dapat berkontribusi dengan membangun perusahaan yang inovatif dan berdaya saing tinggi, serta membawa dampak positif dengan memberikan solusi atas permasalahan yang relevan di masyarakat seperti lapangan kerja (Ermawati & Lestari, 2022). UMKM yang ada di Indonesia juga senantiasa melakukan inovasi untuk keberlanjutan suatu bisnis. UMKM di Indonesia berkembang pesat, terutama di sektor berbasis digital dan ramah lingkungan. Sebagai contoh, UMKM berbasis *eco-friendly* yang memanfaatkan inovasi teknologi berhasil menjawab kebutuhan konsumen yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan. Keberhasilan UMKM ini tidak hanya membantu mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada solusi isu lingkungan, seperti pengurangan limbah plastik dan pelestarian sumber daya alam.

Hal ini sejalan dengan teori Dhewanto et al. (2015) yang menyatakan bahwa, Indonesia adalah negara berkembang, inovasi adalah bagian penting dari daya saing industri pada perekonomian negara tersebut, termasuk UMKM dengan produk ramah lingkungan. UMKM ramah lingkungan harus selalu melakukan inovasi untuk meningkatkan pertumbuhan dan mencapai tujuan mereka (Rahmat, 2024). Inovasi merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan pertumbuhan UMKM.

Meskipun Indonesia telah membuat kemajuan yang signifikan di banyak sektor, kesenjangan besar dalam distribusi pendapatan, akses terhadap layanan dasar, dan kerusakan lingkungan masih terus berlanjut. Dalam penelitiannya Khasanah et al. (2023) menyatakan bahwa tingkat pengungkapan SDGs di sektor bisnis Indonesia masih tergolong rendah, baik dalam hal tindakan bisnis maupun target SDGs. Rata-rata pengungkapan SDGs oleh perusahaan di Indonesia berada di bawah 25%. Rendahnya tingkat pengungkapan ini mencerminkan kurangnya komitmen terhadap keberlanjutan bisnis, yang seharusnya menjadi faktor penting dalam menciptakan dampak positif jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian, kemampuan individu untuk berinovasi sangat penting, terutama terhadap pertumbuhan UMKM. Keberlanjutan bisnis dalam konteks UMKM melibatkan integrasi antara keuntungan ekonomi, dampak sosial, dan pelestarian lingkungan.

Dengan meningkatnya kesadaran global terhadap isu keberlanjutan, UMKM di Indonesia mulai menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi tuntutan konsumen yang lebih peduli pada produk ramah lingkungan. Kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang cepat sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan (Freeman, 2015). Hal ini didasarkan pada inovasi yang berarti *“new ways of doing things. This includes not only science and technology, but – crucially – the related array of new ideas, institutions, practices, behaviours and social relations that shape scientific and technological patterns, purposes, applications and outcomes”*. Konsep inovasi ini sangat terkait dengan pengetahuan, yang merupakan dasar untuk bergerak menuju praktik yang berkelanjutan (GRIN et al., 2010).

Dalam upaya mendorong lahirnya wirausaha muda yang inovatif dan adaptif terhadap tantangan global, Telkom University secara konsisten membangun ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi dan keberlanjutan. Pemilihan Telkom University sebagai lokasi penelitian menjadi relevan karena kampus ini menjadi representasi lingkungan yang mendorong praktik kewirausahaan inovatif di kalangan mahasiswa. Tiga UMKM mahasiswa yaitu OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana, dipilih karena secara konsisten menerapkan prinsip keberlanjutan lingkungan, memiliki aktivitas bisnis yang sudah berjalan aktif lebih dari satu tahun, serta menunjukkan bentuk kapabilitas inovasi baik dalam aspek produk, proses, maupun pemasaran. Meskipun terdapat banyak UMKM mahasiswa di Telkom University, tidak semuanya memenuhi kriteria tersebut, terutama dalam hal orientasi keberlanjutan dan konsistensi operasional bisnis. Oleh karena itu, pemilihan tiga unit bisnis ini dipandang cukup representatif dan relevan untuk menjawab fokus penelitian secara mendalam.

Dengan adanya Keberlanjutan untuk menghadapi tantangan sosial dan lingkungan, inovasi tidak hanya berfokus pada peningkatan kesejahteraan ekonomi

dengan perhatian utama pada daya saing bisnis, tekanan permintaan, dan investasi namun isu sosial dan lingkungan juga tengah menjadi fokus utama dalam kegiatan bisnis (El Bilali, 2018; Nascimento et al., 2024; Ostermann et al., 2022). Dengan memasukkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam visi, misi, dan tujuan strategisnya, perusahaan dapat merumuskan arah yang jelas dan tujuan strategis untuk para pemangku kepentingan terkait pengelolaan inovasi dan kinerja keberlanjutan (Bansal & Song, 2017). Berikut merupakan data penjualan dari OCECO, Pure Bubble dan Puri Hana:

OCECO							
Bulan	QTY	Produk					Penghasilan
		Obi belt	Scrunchie	Bandana	Bucket Hat	Totebag	
Agustus	14	1	5	5	2	1	Rp1.325.000
September	8	0	3	2	2	1	Rp905.000
Oktober	7	1	2	2	2	0	Rp880.000
November	5	0	1	0	1	3	Rp1.025.000

PURE BUBBLE			
Bulan	QTY	Produk	Penghasilan
		Sabun Lerak Serbaguna	
Juli	10	10	Rp170.000
Agustus	5	5	Rp85.000
September	4	4	Rp68.000
Oktober	10	10	Rp170.000
November	15	15	Rp255.000

Puri Hana			
Bulan	QTY	Produk	Penghasilan
		Sabun	
Agustus	10	10	130000
September	7	7	91000
Oktober	8	8	104000
November	7	7	91000
Desember	9	9	117000

Gambar 1.10 Data Penjualan OCECO, Pure Bubble dan Puri Hana

Sumber: Diolah penulis (2024)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pendapatan dari bisnis produk ramah lingkungan OCECO, Pure Bubble dan Puri Hana cenderung mengalami fluktuasi, belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Setiap bulannya belum mendapatkan pendapatan yang stabil. Hal ini bisa terjadi disebabkan oleh rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk ramah lingkungan, sehingga permintaan pasar belum konsisten. Selain itu, tingginya biaya produksi

untuk produk ramah lingkungan dibandingkan produk konvensional juga dapat menjadi faktor yang memengaruhi stabilitas pendapatan. Maka dari itu penting melihat peluang yang ada dengan melakukan inovasi, mulai dari inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran (Dhewanto et al., 2015).

Dengan persaingan yang semakin ketat yang ditandai dengan pertumbuhan pesat jumlah UMKM, para pelaku usaha dipaksa untuk menjadi lebih inovatif dan kreatif. Dalam konteks perusahaan startup maupun usaha kecil, kreativitas dan inovasi sangat penting untuk keberhasilan dan keberlanjutan bisnis (Tuasikal & Safitri, 2024). Karena potensinya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi sangat penting untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (Elmonshid & Sayed, 2024). Untuk mempertahankan daya saing mereka di pasar, mereka harus terus berinovasi dan berusaha sekuat tenaga untuk membuat produk yang relevan dan berkualitas tinggi. Menurut Porter & Kramer (2011) inovasi yang fokus pada keberlanjutan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berarti.

Perusahaan yang dapat memberikan solusi kreatif untuk masalah keberlanjutan sering kali menjadi pilihan utama bagi konsumen dan mitra bisnis. Dalam hal ini, inovasi berperan dalam membantu perusahaan mengurangi risiko lingkungan dan sosial yang dapat memengaruhi operasi jangka panjang, seperti keterbatasan bahan baku atau demonstrasi dari komunitas sekitar. Lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan konsumen. Salah satu cara perusahaan membangun reputasi yang positif adalah melalui penerapan inovasi yang berfokus pada praktik keberlanjutan. Inovasi yang berfokus pada keberlanjutan dapat menggambarkan komitmen perusahaan dalam menangani isu lingkungan dan sosial. Dengan menerapkan praktik ramah lingkungan dan menawarkan produk berkelanjutan, perusahaan tidak hanya menjaga kelangsungan bisnis tetapi juga membangun hubungan baik dengan pelanggan yang semakin peduli akan keberlanjutan. Studi Hanaysha et al. (2022) menunjukkan bahwa perusahaan yang dikenal inovatif dalam keberlanjutan cenderung memiliki citra yang lebih positif di mata konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Banyak studi menunjukkan adanya hubungan positif antara inovasi dan penerapan praktik keberlanjutan. Inovasi membantu perusahaan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun peluang bisnis yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Menurut Hall & Vredenburg (2003) perusahaan yang mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi keberlanjutan memiliki peluang yang lebih besar untuk menciptakan nilai jangka panjang.

Studi ini menjelaskan bahwa inovasi membantu perusahaan tidak hanya mengurangi dampak negatif pada lingkungan, tetapi juga meningkatkan efisiensi kerja, yang pada akhirnya mendukung kinerja yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanaysha et al. (2022) bahwa inovasi proses memainkan peran penting dalam mendukung praktik berkelanjutan dengan cara mengurangi dampak lingkungan sambil tetap meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian lain dari Singh et al. (2020) juga mendukung hal ini dengan membahas konsep *green innovation* atau inovasi hijau. Penelitian ini menemukan bahwa *green innovation* memiliki dampak positif terhadap kinerja lingkungan dan kinerja ekonomi perusahaan. Lebih lanjut, perusahaan yang mengembangkan teknologi ramah lingkungan memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi risiko lingkungan seperti perubahan iklim dan kelangkaan sumber daya (Singh et al., 2020).

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi menjadi kunci penting dalam menjadikan UMKM sebagai hal utama dalam keberlanjutan suatu bisnis. Dengan berinovasi, UMKM dapat menciptakan produk atau layanan yang unik dan lebih relevan dengan kebutuhan konsumen, sehingga memperkuat posisi mereka di tengah persaingan dengan perusahaan yang lebih besar. Berikut merupakan beberapa contoh UMKM yang berhasil mengintegrasikan kemampuan inovasi terhadap keberlanjutan bisnis:

SukkhaCitta adalah merek fesyen serba ada yang memiliki misi menciptakan jenis kecantikan yang berbeda (SukkhaCitta, 2024). SukkhaCitta merupakan UMKM di bidang *fashion* yang fokus pada produk tekstil dan pakaian yang dibuat secara etis dan ramah lingkungan. Mereka bekerja sama dengan komunitas

pengrajin tradisional untuk menciptakan produk berkualitas tinggi dengan jejak karbon yang rendah. Selanjutnya, Krakakoa yang merupakan UMKM di bidang pangan yang fokus pada pengolahan cokelat (Krakakoa, 2024). Krakakoa mengintegrasikan inovasi melalui pelatihan pertanian berkelanjutan bagi petani kakao serta menggunakan teknologi pengolahan cokelat modern untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Selanjutnya ada Du Anyam yang merupakan UMKM kerajinan tangan dari anyaman yang dibuat oleh perempuan di daerah pedesaan, terutama di Nusa Tenggara Timur (NTT). Mereka memberdayakan perempuan melalui pekerjaan yang layak sambil melestarikan warisan budaya anyaman tradisional (Du Anyam, 2024). Du Anyam mengintegrasikan inovasi dengan menghubungkan kerajinan tradisional Indonesia dengan pasar modern melalui *platform e-commerce*. Selain itu, terdapat bisnis yang bernama Aruna, yang merupakan *platform* digital yang mendukung usaha nelayan lokal dengan memanfaatkan teknologi berbasis inovasi digital (Aruna, 2024). Mereka menghubungkan nelayan dengan pasar yang lebih luas melalui *platform e-commerce*, sambil mendukung praktik keberlanjutan dalam perikanan melalui pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan dan pendidikan kepada para nelayan. Selanjutnya, ada Ecoxyz yaitu perusahaan yang berfokus pada pengolahan limbah plastik menjadi produk-produk ramah lingkungan seperti kemasan biodegradable dan produk rumah tangga berbasis plastik daur ulang (Ecoxyztem, 2024).

Contoh diatas memiliki tantangan serta keberhasilan yang dialami oleh masing-masing usaha. SukkhaCitta menghadapi tantangan dalam mengedukasi konsumen tentang pentingnya produk berkelanjutan dan memastikan pasokan bahan baku ramah lingkungan tetap konsisten. Krakakoa mengalami kendala dalam mengajarkan praktik pertanian berkelanjutan kepada petani kakao yang terbiasa dengan metode konvensional. Meski demikian, mereka berhasil melalui pelatihan dan penerapan teknologi modern untuk menciptakan cokelat berkualitas sambil mendukung kesejahteraan petani dan mengurangi jejak karbon. Selain itu, Du Anyam juga berusaha mengatasi keterbatasan akses teknologi oleh pengrajin yang mereka ajak untuk bisnisnya. Namun, mereka berhasil memanfaatkan platform e-commerce untuk mempromosikan kerajinan tangan tradisional Indonesia ke

panggung global sambil membantu meningkatkan pendapatan pengrajin perempuan. Aruna juga menghadapi tantangan membangun kepercayaan nelayan untuk bergabung dengan platform mereka yang berbasis teknologi. Meskipun demikian, Aruna berhasil membantu para nelayan mengakses pasar yang lebih luas sambil mendorong praktik keberlanjutan di sektor perikanan melalui inovasi digital. Untuk yang terakhir, Ecoxyz mengalami kesulitan dalam mengedukasi masyarakat tentang penggunaan produk dari limbah plastik. Namun, dengan pendekatan inovatif dan teknologi pengolahan yang berkelanjutan, mereka berhasil menciptakan produk ramah lingkungan yang berdampak positif pada lingkungan sambil membangun kesadaran konsumen.

UMKM diatas merupakan beberapa contoh keberhasilan inovasi terhadap keberlanjutan suatu bisnis suatu produk ramah lingkungan, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Michael E. Porter (1998) yaitu bahwa keberlanjutan suatu bisnis dalam keunggulan bersaing diperoleh melalui kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan posisi unik di pasar. Keberlanjutan bisnis juga merujuk pada kesinambungan antara bisnis dan kemampuan inovasi yaitu inovasi produk, inovasi layanan, inovasi pemasaran, dan inovasi proses (Hanaysha et al., 2022).

Keterlibatan aktif dan kontribusi sektor bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang dicanangkan oleh *United Nation's*. SDGs terdiri dari 17 Tujuan Global yang dirancang untuk menghapus kemiskinan, menjaga kelestarian lingkungan, dan menjamin kesejahteraan bagi seluruh manusia pada tahun 2030 (Stocker et al., 2022). Menurut United Nations (2024), penerapan SDGs berpotensi menciptakan peluang bisnis sebesar US\$12 triliun. Namun, tanpa keterlibatan aktif dan dukungan yang konsisten dari sektor bisnis, keberhasilan pencapaian SDGs pada tahun 2030 tidak akan dapat terwujud.

Sebagai usaha kecil, OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana menghadapi keterbatasan sumber daya. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan, bisnis ramah lingkungan seperti OCECO, Pure Bubble, dan Puri

Hana menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif guna mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Kapabilitas inovasi menjadi salah satu kunci untuk menciptakan solusi baru yang memenuhi kebutuhan pasar sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Inisiatif yang diimplementasikan oleh berbagai UMKM yang berfokus pada keberlanjutan tidak hanya berperan dalam mendukung keberlanjutan bisnis, tetapi juga memberikan dampak positif baik dari sisi lingkungan maupun sosial. Dengan menggabungkan inovasi dan praktik berkelanjutan, UMKM seperti SukkhaCitta, Krakakoa, Du Anyam, dan lainnya berhasil menciptakan peluang ekonomi sambil memberikan solusi terhadap isu lingkungan dan sosial. Menurut Elmonshid & Sayed (2024) inovasi berfokus pada keberlanjutan memiliki dua manfaat utama yaitu mengurangi dampak negatif pada lingkungan dan memberikan manfaat sosial dengan menciptakan peluang ekonomi dan akses kerja bagi kelompok yang kurang mampu.

Oleh karena itu, berinovasi dalam bisnis menjadi suatu hal yang penting. Namun, beberapa penelitian sebelumnya cenderung tidak menggali secara mendalam pengalaman dan pandangan para pelaku industri, khususnya di sektor UMKM di Indonesia. Terlebih lagi, penelitian sebelumnya tentang kemampuan inovasi dan keberlanjutan bisnis sebagian besar berfokus pendekatan kuantitatif. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana Usaha Kecil di Indonesia dapat mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis mereka. Lebih lanjut, banyak penelitian sebelumnya juga tidak memberikan perhatian yang mendalam terhadap pengalaman dan perspektif langsung dari para pelaku industri, khususnya di sektor usaha kecil yang beroperasi di Indonesia. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam pemahaman tentang bagaimana praktik keberlanjutan sebenarnya diadopsi dan diterapkan dalam lingkungan bisnis yang dinamis di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan informasi yang ada dengan menggali lebih dalam bagaimana usah kecil di Indonesia dapat menerapkan prinsip keberlanjutan dalam model bisnis mereka melalui metode penelitian kualitatif yang mendalam. Penelitian ini tidak berfokus pada semua level usaha kecil, melainkan

hanya berfokus pada usaha mikro di bidang *eco-friendly* dengan mengidentifikasi inovasi bisnis dan proses inovasi yang diadopsi oleh wirausaha. Dengan pendekatan ini, penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih mendetail mengenai praktik, hambatan, dan pengalaman yang dihadapi oleh para pemangku kepentingan dalam mengadopsi prinsip keberlanjutan. Studi ini berharap dapat menghadirkan perspektif baru yang belum banyak diteliti sebelumnya.

1.3 Perumusan Masalah

OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana adalah usaha mikro ramah lingkungan yang telah dirintis dalam kurun waktu yang sama, masing-masing dengan fokus pada inovasi untuk mendukung keberlanjutan lingkungan. Meski memiliki visi yang kuat, membangun, mengembangkan, dan mempertahankan bisnis ini bukanlah hal yang mudah. Terlebih, ketiga usaha ini menghadapi tantangan signifikan, salah satunya adalah fluktuasi dalam penjualan.

Dengan tantangan tersebut kapabilitas inovasi menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha kecil dalam menghadapi persaingan dan menciptakan kelangsungan bisnis dan keunggulan kompetitif. Namun, berdasarkan pengamatan di awal sebagian usaha kecil masih mengalami hambatan dalam mengembangkan inovasi yang berkelanjutan seperti inovasi produk, inovasi pemasaran dan inovasi proses untuk mempertahankan bisnis mereka dalam jangka panjang dikarenakan banyak orang yang belum mengetahui pentingnya produk ramah lingkungan.

Mengacu dari beberapa teori diatas, penelitian ini berfokus pada studi kasus usaha kecil seperti OCECO, Pure Bubble dan Puri Hana yang memiliki potensi untuk bertahan tetapi dihadapkan pada berbagai tantangan terkait penerapan inovasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana peran kapabilitas inovasi untuk mencapai keberlanjutan usaha bisnis mereka.

Berdasarkan permasalahan diatas diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimana inovasi produk, proses, dan pemasaran berperan dalam menghadapi tantangan untuk menghadapi keberlanjutan bisnis OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana?”

1.4 Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan kapabilitas inovasi dalam konteks usaha kecil studi kasus OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana untuk memahami peran dan dinamika inovasi dalam mendukung keberlanjutan bisnis berdasarkan perspektif para pemangku kepentingan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu berdasarkan aspek akademis dan aspek praktis. Berikut merupakan manfaat penelitian yang diharapkan oleh peneliti:

1.5.1 Aspek Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan kontribusi sebagai referensi maupun acuan untuk penelitian selanjutnya terkait kemampuan inovasi terhadap pertumbuhan bisnis terutama bisnis dengan produk ramah lingkungan.

1.5.2 Aspek Praktis

Sebagai sarana menambah wawasan bagi pelaku usaha mengenai arti penting penciptaan inovasi terhadap kelangsungan bisnis yang dijalankan. Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi inovasi seperti apa yang tepat bagi bisnis khususnya pada sektor industri *eco-friendly*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut merupakan sistematika penulisan tugas akhir yang akan dikerjakan oleh peneliti:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah yang berisikan pertanyaan penelitian yang perlu dijawab, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, sampai dengan sistematika dalam penulisan penelitian

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua akan membahas mengenai teori-teori yang terkait dengan penelitian, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga berisikan pembahasan mengenai pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Variabel Operasional, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas secara rinci hasil penelitian yang telah dilakukan. Pembahasan dilakukan mengacu pada data-data hasil penelitian yang telah dikumpulkan dan dianalisis.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian, dan saran terhadap masalah penelitian yang didasari oleh hasil yang didapatkan dari penelitian dan pembahasan.