

Studi Fenomenologi Konsep Bisnis Berkelanjutan dalam Konteks Pegiat UMKM

Eman Diantoro¹

Suheri²

Bambang Arianto³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Serang, Indonesia

³Korespondensi penulis: ariantobambang2020@gmail.com

Abstract: *This study elaborates on sustainable business in the context of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs play an important role in strengthening the national economy, so a concept of business sustainability is needed when facing economic, social, and environmental challenges. This study involved three subjects who are MSME activists who are concerned about environmental and social aspects. This study uses a phenomenological study approach with the Interpretative Phenomenological Analysis method. Data were obtained through in-depth interviews and observations with categories based on statements from research subjects who are MSME activists in the Serang Regency. The research subjects stated that MSME activists have diverse understandings of sustainable business, which include aspects of resource efficiency, and social and environmental responsibility. Sustainable practices arise more from practical needs, such as cost savings and increasing competitiveness, compared to more strategic environmental or social motivations. This study found that despite facing many challenges, MSME activists already understand the concept of sustainable business can have a positive impact on the development of MSME businesses in an increasingly competitive era.*

Keywords: *MSMEs; Business Practices; Sustainable Business.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi konsep bisnis berkelanjutan dalam konteks pegiat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM berperan penting bagi penguatan perekonomian nasional, sehingga dibutuhkan konsep keberlanjutan bisnis dalam menghadapi tantangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini melibatkan tiga subjek yang merupakan pegiat UMKM yang memiliki kepedulian terhadap aspek lingkungan dan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi fenomenologi dengan metode analisis *Interpretative Phenomenological Analysis*. Data diperoleh melalui metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi dengan kategori berbasis pernyataan subjek penelitian yang merupakan pegiat UMKM di Kabupaten Serang. Subjek penelitian menyatakan bahwa pegiat UMKM memiliki pemahaman yang beragam tentang bisnis berkelanjutan, yang mencakup aspek efisiensi

sumber daya, tanggung jawab sosial dan lingkungan. Praktik berkelanjutan lebih banyak muncul dari kebutuhan praktis, seperti penghematan biaya dan peningkatan daya saing, dibandingkan dengan motivasi lingkungan atau sosial yang lebih strategis. Penelitian ini menemukan bahwa meski menemui banyak tantangan, tetapi pegiat UMKM sudah memahami konsep bisnis berkelanjutan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan bisnis UMKM di era yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: UMKM; Praktik bisnis; Bisnis berkelanjutan.

Info Artikel:

Diterima: 12 Oktober 2024

Disetujui: 28 Oktober 2024

Diterbitkan daring: 31 Oktober 2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.30588/jmt.v1i02.2091>

LATAR BELAKANG

Bisnis berkelanjutan merujuk pada praktik bisnis yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam setiap pengambilan keputusan strategisnya. Bisnis berkelanjutan tidak hanya berfokus pada profit jangka pendek, tetapi juga pada nilai jangka panjang yang dapat diberikan kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk generasi mendatang. Konsep bisnis berkelanjutan didasarkan pada paradigma *triple bottom line* yang mencakup tiga aspek utama, yaitu keberlanjutan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan keberlanjutan sosial (Sartika, 2024). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penerapan konsep ini sering kali dikaitkan dengan upaya menciptakan produk atau layanan yang ramah lingkungan, memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja, dan memastikan keberlanjutan operasional. Dengan begitu, pelaku UMKM sering dihadapkan pada tantangan yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar dalam menerapkan konsep keberlanjutan (Schaltegger et al., 2017). Keterbatasan sumber daya dan akses terhadap teknologi menjadi penghambat utama, namun inovasi sederhana dan pendekatan berbasis komunitas sering menjadi solusi efektif untuk menjawab tantangan tersebut.

Prinsip-prinsip bisnis berkelanjutan merupakan kerangka dasar yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mencapai tujuan keberlanjutan. Menurut Dyllick dan Muff (2016), terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi landasan praktik bisnis berkelanjutan. *Pertama*, prinsip keberlanjutan ekonomi menekankan pentingnya menjaga stabilitas keuangan dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan tanpa mengorbankan aset-aset penting perusahaan. Dalam konteks UMKM, prinsip ini mencakup efisiensi penggunaan sumber daya, optimalisasi rantai pasok, dan pengelolaan risiko keuangan yang proaktif. Keberlanjutan ekonomi juga mencakup kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar dan mengintegrasikan teknologi yang relevan untuk mendukung daya saing bisnis. *Kedua*, keberlanjutan sosial mengacu pada tanggung jawab bisnis untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat. Prinsip ini mencakup peningkatan kesejahteraan tenaga kerja, keterlibatan dengan komunitas lokal, serta penciptaan lingkungan kerja yang inklusif dan adil. Dalam konteks UMKM, praktik keberlanjutan sosial sering diwujudkan melalui program pelatihan bagi tenaga

kerja, pemberdayaan perempuan, serta dukungan terhadap inisiatif lokal yang mendukung pembangunan sosial.

Ketiga, keberlanjutan lingkungan merupakan prinsip yang berfokus pada pengelolaan dampak bisnis terhadap ekosistem alam. Hal ini mencakup pengurangan emisi karbon, efisiensi energi, pengelolaan limbah, serta penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan. UMKM yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan sering mengadopsi praktik daur ulang, memanfaatkan energi terbarukan, dan mengurangi jejak karbon dalam proses produksi. *Keempat*, prinsip ini melibatkan penerapan inovasi untuk menciptakan produk, layanan, atau proses yang mendukung keberlanjutan. Inovasi berkelanjutan dalam UMKM dapat mencakup adopsi teknologi hijau, penggunaan bahan daur ulang, dan pengembangan produk yang dirancang untuk memiliki dampak lingkungan minimal. Prinsip-prinsip tersebut memberikan panduan bagi pelaku UMKM untuk mengintegrasikan keberlanjutan dalam praktik bisnis, meskipun sering kali dihadapkan pada tantangan keterbatasan sumber daya. Adopsi prinsip ini dapat dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan prioritas dan kebutuhan masing-masing usaha (Zebua et al., 2023).

Keberlanjutan bisnis pada UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor ekonomi yang mencakup stabilitas keuangan, akses terhadap modal, dan efisiensi operasional. Stabilitas keuangan menjadi salah satu elemen kunci karena bisnis yang tidak mampu menjaga arus kas atau memiliki cadangan modal yang cukup sering kali kesulitan menghadapi tekanan pasar atau krisis ekonomi. Dengan demikian, keberlanjutan ekonomi pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh laba jangka pendek, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya secara efisien untuk mencapai nilai tambah yang berkelanjutan (Schaltegger et al., 2017). Sementara itu, bagi UMKM akses terhadap modal menjadi tantangan utama, terutama dalam mengadopsi teknologi baru yang mendukung praktik bisnis berkelanjutan. Mayoritas pelaku UMKM menghadapi hambatan dalam mendapatkan pembiayaan dari institusi keuangan formal karena keterbatasan dokumen legal atau jaminan. Hal ini sering kali memaksa pelaku usaha untuk mengandalkan pendanaan pribadi atau komunitas lokal, yang memiliki batasan dalam mendukung inovasi berkelanjutan.

Selain itu, efisiensi operasional, seperti pengelolaan rantai pasok dan optimasi biaya produksi, berkontribusi secara langsung terhadap keberlanjutan bisnis. Keberlanjutan bisnis UMKM juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang berkaitan dengan hubungan antara usaha dan komunitas lokal, tenaga kerja, serta konsumen. Keterlibatan aktif dengan komunitas lokal menjadi strategi penting untuk membangun reputasi positif dan mendukung pembangunan sosial. Dengan begitu, perusahaan yang memperhatikan dampak sosial dari operasinya dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan bisnis (Dyllick & Muff, 2016). Faktor sosial juga mencakup kesejahteraan tenaga kerja, seperti pemberian upah layak, kondisi kerja yang aman, dan akses terhadap pelatihan untuk meningkatkan keterampilan. Bagi UMKM, tenaga kerja sering kali dianggap sebagai aset utama karena memberikan kontribusi langsung terhadap produktivitas dan kualitas layanan. Pegiat UMKM yang berfokus pada keberlanjutan sosial sering mengem-

bangkan program pemberdayaan tenaga kerja untuk meningkatkan loyalitas dan keterlibatan dalam konteks masyarakat.

Selain faktor sosial, faktor lingkungan memegang peranan penting dalam memengaruhi keberlanjutan bisnis UMKM. Isu lingkungan, seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan penggunaan bahan baku ramah lingkungan, menjadi tantangan yang signifikan, terutama bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas. Dalam konteks ini, inovasi teknologi hijau dan adopsi praktik ramah lingkungan menjadi strategi yang dapat meningkatkan daya saing sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis. Dengan begitu, aspek keberlanjutan lingkungan tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem, tetapi juga menciptakan peluang bisnis baru melalui pengembangan produk dan layanan yang ramah lingkungan. Sebagai contoh, UMKM yang mengadopsi daur ulang bahan baku atau memanfaatkan energi terbarukan dapat menarik konsumen yang peduli pada lingkungan, sehingga memperluas pasar sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif.

Dengan begitu, model bisnis sirkular merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menghilangkan limbah dan memaksimalkan penggunaan sumber daya dalam sistem ekonomi. Model ini berfokus pada daur ulang, penggunaan ulang, dan pengurangan penggunaan bahan baku baru dalam proses produksi. Model bisnis sirkular berusaha menggantikan paradigma ekonomi linear yang didasarkan pada pola "ambil, buat, buang" dengan pendekatan regeneratif yang memastikan sumber daya tetap berputar dalam sistem ekonomi (Geissdoerfer et al., 2017). UMKM yang mengadopsi model bisnis sirkular dapat mengintegrasikan prinsip-prinsip ini dalam berbagai aspek operasional, seperti desain produk, manajemen limbah, dan optimasi rantai pasok. Salah satu contohnya adalah dengan mendesain produk yang lebih mudah diperbaiki atau didaur ulang, sehingga memperpanjang siklus hidup produk. Dalam konteks UMKM, penggunaan bahan baku daur ulang atau memanfaatkan limbah sebagai sumber daya baru juga dapat mengurangi biaya produksi sekaligus mendukung keberlanjutan lingkungan. Implementasi model ini pada UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal teknologi dan infrastruktur. Namun, kolaborasi dengan komunitas lokal atau mitra bisnis dapat membantu mengatasi kendala tersebut.

Dengan demikian, pelaku UMKM dapat bermitra dengan perusahaan daur ulang untuk memastikan bila bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga menciptakan peluang bisnis baru melalui inovasi produk berbasis sirkular. Dengan demikian, model bisnis berbasis tanggung jawab sosial selalu berfokus pada penciptaan nilai yang memperhatikan kesejahteraan masyarakat, baik dalam konteks tenaga kerja, konsumen, maupun komunitas lokal. Model ini menempatkan tanggung jawab sosial sebagai elemen inti dari strategi bisnis, yang melampaui sekadar mematuhi peraturan hukum. Dalam konteks UMKM, model bisnis berbasis tanggung jawab sosial dapat diwujudkan melalui berbagai inisiatif, seperti pemberdayaan tenaga kerja, program pelatihan, dan dukungan terhadap komunitas lokal. UMKM dapat berfokus pada menciptakan kondisi kerja yang adil, memberikan upah layak, dan memastikan kesetaraan gender dalam operasionalnya. Selain itu, keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial, seperti mendukung pendidikan atau memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, juga

menjadi bagian dari model ini. Penerapan model tersebut, bisa memberikan manfaat tidak langsung bagi UMKM, seperti peningkatan reputasi bisnis dan loyalitas pelanggan.

Konsumen yang peduli pada aspek sosial cenderung mendukung produk atau layanan yang dihasilkan oleh bisnis yang memiliki komitmen tanggung jawab sosial. Dengan kata lain, model bisnis berbasis tanggung jawab sosial juga mendorong inovasi, terutama dalam menciptakan produk atau layanan yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial. Sebagai contoh, UMKM yang memproduksi barang dari bahan ramah lingkungan dapat menargetkan segmen pasar yang lebih peduli terhadap isu keberlanjutan, sehingga menciptakan nilai ganda baik untuk bisnis maupun masyarakat. Model bisnis berkelanjutan menjadi konsep dalam pengembangan UMKM masa depan. Hal itu tergambar dari beberapa studi yang menegaskan bahwa bisnis berkelanjutan dapat memberikan dampak signifikan bagi daya saing bisnis UMKM (Andriaskiton et al., 2024). Beberapa studi lain juga mengelaborasi perihal pengembangan sistem pendampingan usaha berkelanjutan bagi UMKM dengan menekankan sistem manajemen kinerja (Radyanto & Prihastono, 2020). Praktik model bisnis berkelanjutan sangat diperlukan bagi komunitas UMKM (Poerwanto et al., 2019). Hal itu untuk memperkuat strategi ketahanan bagi keberlanjutan UMKM (Putra, 2023).

Kendati demikian, ada pula yang menegaskan keberlanjutan dengan model *innovation speed* sebagai model bisnis jangka panjang pada UMKM (Sugiarto, 2018). Akan tetapi diperlukan penguatan inovasi bisnis, karena tanpa inovasi eksistensi UMKM akan sulit bertahan ditengah ketatnya kompetisi (Fitriaty, 2023). Dalam penguatan konsep bisnis berkelanjutan diperlukan literasi keuangan sebagai prediktor kinerja dan keberlanjutan UMKM (Rumini, 2020). Selain itu, untuk tetap mewujudkan UMKM berkelanjutan diperlukan model transformasi digital yang adaptif dan berkelanjutan (Berliandaldo et al., 2020). Kendati demikian, beberapa studi terdahulu menegaskan bahwa konsep bisnis berkelanjutan belum banyak diterapkan oleh pegiat UMKM, padahal model bisnis tersebut memiliki banyak keuntungan bagi peningkatan daya saing. Hal ini yang kemudian menjadi pembeda dengan penelitian terdahulu karena lebih fokus pada penguatan konsep bisnis berkelanjutan bagi UMKM. Dengan demikian, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana konsep bisnis berkelanjutan dalam konteks pegiat UMKM? Batasan dalam penelitian ini pada konteks konsep berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Serang Banten.

KAJIAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM didefinisikan secara umum sebagai usaha yang memiliki skala kecil baik dari sisi jumlah tenaga kerja, modal, maupun pendapatan usahanya. Pengertian UMKM dapat bervariasi tergantung pada negara dan organisasi yang mendefinisikan. Kriteria ini sering kali digunakan untuk memahami kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Variasi definisi ini mencerminkan beragamnya skala dan peran UMKM di berbagai negara.

Dalam konteks Indonesia, kategorisasi UMKM dilakukan untuk memberikan batasan yang jelas mengenai ukuran dan jenis usaha yang termasuk dalam kategori ini. Kategori UMKM biasanya didasarkan pada beberapa faktor utama, yaitu jumlah karyawan, nilai aset, omset tahunan, dan jenis kegiatan usaha. Di Indonesia, klasifikasi UMKM mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang mengelompokkan usaha menjadi tiga kategori utama: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Usaha mikro umumnya dikelola secara perorangan atau keluarga dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas, sering kali kurang dari empat orang. Modal yang digunakan juga berasal dari sumber pribadi atau pinjaman kecil. Usaha mikro sering ditemukan di sektor informal, seperti pedagang kaki lima, tukang cukur, dan produsen makanan rumahan (Tambunan, 2019). Usaha kecil memiliki skala yang lebih besar dibandingkan usaha mikro, baik dalam hal tenaga kerja maupun modal yang digunakan. Usaha kecil sering kali memiliki struktur yang lebih formal, dengan pembukuan dan perencanaan usaha yang lebih terorganisir. Usaha menengah merupakan tahap transisi antara usaha kecil dan usaha besar. Usaha ini biasanya memiliki struktur manajemen yang lebih kompleks dan terorganisir, dengan jumlah tenaga kerja yang lebih banyak, sering kali mencapai puluhan hingga ratusan orang. Usaha menengah juga cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber pembiayaan formal, seperti pinjaman bank dan investasi.

Konsep Bisnis Berkelanjutan

Bisnis berkelanjutan merupakan pendekatan bisnis yang mengintegrasikan tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam operasional perusahaan untuk menciptakan nilai jangka panjang. Konsep ini berkembang sebagai respons terhadap tekanan global terkait degradasi lingkungan, ketidaksetaraan sosial, dan kebutuhan akan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Menurut Elkington (1997), bisnis berkelanjutan bertumpu pada tiga pilar utama yang dikenal sebagai *triple bottom line*: keuntungan ekonomi (*profit*), kesejahteraan sosial (*people*), dan keberlanjutan lingkungan (*planet*). Pendekatan ini mengharuskan perusahaan untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dari perspektif ekonomi, bisnis berkelanjutan bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan tetap menguntungkan sambil meminimalkan dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi. Strategi ini sering kali mencakup efisiensi dalam penggunaan sumber daya, diversifikasi produk, dan inovasi berkelanjutan untuk menghadapi dinamika pasar.

Menurut Porter dan Kramer (2011), perusahaan yang mengadopsi prinsip keberlanjutan dapat menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi produk ramah lingkungan dan efisiensi biaya operasional. Sebagai contoh, perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi hemat energi sering kali dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan daya saing di pasar. Praktik keberlanjutan dalam pilar ekonomi juga mencakup pengelolaan rantai pasok yang bertanggung jawab. Dengan mengadopsi prinsip keberlanjutan dalam rantai pasok, perusahaan dapat memastikan bahwa bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang legal dan tidak merugikan ekosistem lokal. Selain itu, transparansi dan akuntabilitas dalam proses bisnis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memperkuat pertumbuhan ekonomi perusahaan. Aspek sosial dari bisnis berkelanjutan menekankan pentingnya kontribusi

perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini mencakup penyediaan lapangan kerja yang layak, penghormatan terhadap hak asasi manusia, dan pemberdayaan komunitas lokal. Selain itu aspek keberlanjutan lingkungan juga menjadi elemen penting dalam konsep bisnis berkelanjutan. Pilar ini menitikberatkan pada upaya perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem, seperti emisi karbon, limbah industri, dan eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan.

METODE PENELITIAN

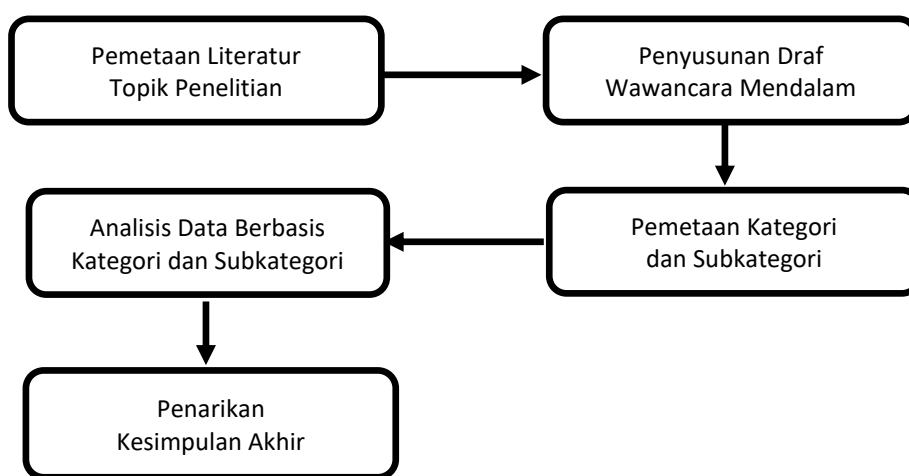
Penelitian ini menggunakan pendekatan metoda fenomenologi karena dapat mengelaborasi dua dimensi dari apa yang dialami oleh subjek dan bagaimana subjek tersebut memaknai pengalaman tersebut (Arianto & Handayani, 2022). Dalam metoda ini subjek penelitian merupakan pegiat UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Serang Banten. Dalam konteks metoda fenomenologi, dikenal dimensi pertama yang berbasis pengalaman faktual dari sosok subjek yang bersifat objektif. Sementara dimensi kedua bersifat subjektif tetapi harus mengedepankan prinsip utama fenomenologi sebagai pedoman dalam mengelaborasi secara keseluruhan pengalaman para subjek (Arianto & Handayani, 2024). Dengan demikian penggunaan metoda fenomenologi bertujuan untuk mengelaborasi berbagai pengalaman para pegiat UMKM di wilayah Kabupaten Serang. Diketahui metoda fenomenologi dapat mengelaborasi berbagai pengalaman secara komprehensif dari para pegiat UMKM yang aktif memperhatikan aspek keberlanjutan dengan parameter pemanfaatan daur ulang. Dalam penelitian ini para subjek merupakan pegiat UMKM yang berdomosili di Desa wilayah Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Para pegiat UMKM ini merupakan pelaku bisnis yang unit bisnisnya fokus pada pemanfaatan daur ulang.

Sementara itu, proses pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi langsung kepada tiga informan yang merupakan pelaku UMKM yang telah beraktivitas bisnis selama kurang lebih tiga tahun. Kategori lain dalam penentuan informan karena berdasarkan kepedulian yang tinggi terhadap itu sosial dan lingkungan dalam bisnis yang dibuktikan dengan observasi dari aktivitas bisnis. Proses wawancara mendalam menggunakan teknik *semi structured interview* sesuai cakupan metodologi penelitian (Creswell & Creswell, 2003). Proses wawancara dengan menggunakan teknik tatap muka secara partisipatif. Dalam penelitian ini juga dilakukan proses observasi kepada unit bisnis UMKM yang dimiliki oleh dua informan kunci. Observasi dilakukan untuk memperkuat temuan penelitian berbasis pengalaman para informan kunci. Berikut gambaran informasi para informan kunci dalam penelitian studi fenomenologi berikut ini:

Tabel 1. Profil Informan Kunci Penelitian

No	Status Informan	Jenis UMKM	Usia	Pendidikan
1	Informan A	Kuliner	41 Tahun	Sarjana
2	Informan B	Kerajinan	54 Tahun	Sarjana
3	Informan C	Kerajinan	30 Tahun	Sarjana

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data dengan menggunakan aplikasi NVivo Plus 12 agar bisa dibagi antara kategori dan subkategori secara induktif. Pemilihan strategi induktif dalam analisis Nvivo 12 Plus bertujuan agar mendapatkan berbagai kebaruan berbasis data dari pengalaman para informan kunci. Sementara itu, tahapan penelitian meliputi: (1) pemetaan sumber referensi dan literatur pendukung; (2) pengelompokan (*coding*) berbasis kategori, sub kategori permasalahan serta pola jawaban; (3) pembuatan peta kategori permasalahan dan pola jawaban informan untuk melihat visualisasi kategori permasalahan, pola jawaban dan hasil observasi; dan (4) penarikan kesimpulan akhir dengan merangkum hasil temuan penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi dengan dukungan berbagai literatur sesuai topik penelitian (Arianto, 2023).



Gambar 1. Desain Studi Fenomenologi

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM dan Tantangan Bisnis Keberlanjutan

UMKM memegang peranan penting dalam ekonomi global, karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dapat dikatakan bahwa UMKM menyumbang hingga 70% dari lapangan kerja di banyak negara berkembang, menjadikannya tulang punggung ekonomi global (Septiani et al., 2020). Namun, kontribusi besar ini disertai dengan tantangan keberlanjutan yang kompleks, seperti ketergantungan pada sumber daya alam yang terbatas dan dampak lingkungan yang tidak terkelola dengan baik. Pentingnya penerapan bisnis berkelanjutan pada UMKM tidak hanya terletak pada tanggung jawab lingkungan, tetapi juga pada ketahanan ekonomi jangka panjang. Dalam konteks globalisasi, konsumen dan mitra bisnis semakin menuntut produk dan layanan yang dihasilkan melalui proses yang ramah lingkungan dan etis. UMKM yang mampu mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan cenderung memiliki akses lebih baik ke pasar internasional dan peluang investasi, karena memenuhi standar keberlanjutan yang diakui secara global (Schaltegger et al., 2017).

Integrasi prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis UMKM dapat meningkatkan daya saing dalam pasar global. Keberlanjutan membuka peluang untuk menciptakan produk dan layanan inovatif yang menarik konsumen dengan preferensi terhadap keberlanjutan. Sebagai contoh, penggunaan bahan baku daur ulang atau teknologi hemat energi dapat menghasilkan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi, sehingga memungkinkan UMKM untuk menargetkan segmen pasar yang lebih peduli terhadap isu lingkungan. Dalam perspektif ekonomi global, adopsi bisnis berkelanjutan juga membantu UMKM mengurangi risiko yang berkaitan dengan perubahan regulasi dan tekanan dari pemangku kepentingan. Terlebih, pemerintah di berbagai negara telah memberlakukan kebijakan yang lebih ketat terkait keberlanjutan, seperti standar emisi karbon dan pengelolaan limbah. UMKM yang tidak mematuhi regulasi ini menghadapi risiko kehilangan akses pasar atau penalti finansial yang signifikan (Dyllick & Muff, 2016). Sebaliknya, pelaku usaha yang proaktif dalam mengadopsi keberlanjutan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan mitra bisnis dan investor. Hal itu selaras dengan pernyataan para informan berikut ini.

“Berdasarkan pengalaman, saya melihat banyak sekali limbah kain yang tidak dimanfaatkan. Saya terinspirasi untuk mengubah limbah tersebut menjadi produk yang modis dan memiliki nilai tambah. Selain membantu lingkungan, saya ingin memberikan edukasi kepada konsumen tentang pentingnya memilih produk yang ramah lingkungan. Melalui keberlanjutan, bisnis saya kini mampu menembus pasar global yang terdiri dari konsumen yang peduli terhadap isu keberlanjutan. Konsumen yang menyukai produk kami, jelas tidak hanya membeli pakaian, tetapi juga berkontribusi untuk mengurangi limbah. Hal ini yang bisa memberi kami keunggulan kompetitif di pasar.” (Informan A).

“Bisnis saya berfokus pada produk organik, seperti makanan olahan. Saya memastikan seluruh proses produksi, mulai dari bahan baku hingga pengemasan, menggunakan metode yang ramah lingkungan. Konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan lingkungan sangat menghargai produk saya. Dengan keberlanjutan, kami mampu menjangkau pasar premium yang menghargai nilai-nilai tersebut. Akan tetapi tantangan terbesar adalah biaya awal yang cukup tinggi untuk menerapkan keberlanjutan, seperti mendapatkan sertifikasi organik atau investasi dalam teknologi hijau. Namun, hasilnya sepadan karena saya dapat membangun loyalitas konsumen yang kuat.” (Informan C).

Meskipun banyak manfaat yang dapat diperoleh, penerapan bisnis berkelanjutan dalam konteks UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal keterbatasan sumber daya. UMKM sering kali kesulitan dalam mengakses pembiayaan untuk investasi dalam teknologi ramah lingkungan atau proses produksi yang lebih efisien (Octiva et al., 2024). Selain itu, kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang prinsip-prinsip keberlanjutan sering menjadi hambatan dalam implementasi strategi ini. Tanpa dukungan yang memadai, baik dari pemerintah, lembaga keuangan, maupun sektor swasta, UMKM mungkin merasa kesulitan untuk mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk memenuhi standar keberlanjutan. Namun, meskipun ada tantangan, tetapi UMKM harus dapat mengatasi hambatan-hambatan tersebut melalui pendekatan bertahap dan pemanfaatan teknologi yang lebih terjangkau. Diperlukan berbagai skema pelatihan mengenai keberlanjutan yang menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan UMKM dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip

keberlanjutan ke dalam operasional bisnis keseharian. Dengan demikian, meskipun ada tantangan, peluang untuk mengimplementasikan bisnis berkelanjutan tetap terbuka lebar bagi pegiat UMKM melalui berbagai langkah taktis. Hal itu seperti diutarakan oleh beberapa informan berikut ini:

“Sebagai pelaku UMKM di bidang kerajinan daur ulang, tantangan terbesar saya adalah kurangnya akses terhadap pembiayaan. Banyak peralatan dan bahan baku ramah lingkungan yang harganya cukup mahal. Selain itu, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keberlanjutan juga masih rendah, sehingga butuh usaha lebih untuk meyakinkan konsumen. Jadi berdasarkan pengalaman, saya selalu mencoba memulai dengan langkah kecil, seperti menggunakan bahan lokal yang lebih terjangkau dan memberikan edukasi kepada konsumen melalui media sosial. Saya juga mengikuti pelatihan dan seminar untuk memahami lebih banyak tentang strategi bisnis berkelanjutan.” (Informan A).

“Berdasarkan pengalaman saya, masalah terbesar bila membahas konsep berkelanjutan adalah biaya investasi awal yang cukup tinggi. UMKM seperti saya sering kali tidak memiliki akses ke pendanaan yang memadai untuk membeli teknologi yang mengadopsi konsep berkelanjutan. Selain itu, kurangnya informasi tentang teknologi berkelanjutan yang sesuai untuk skala bisnis UMKM. Saya juga berharap ada lebih banyak program subsidi atau bantuan dari pemerintah dan lembaga keuangan untuk UMKM.” (Informan B).

“Kurangnya pengetahuan sering membuat saya ragu dalam mengambil keputusan terkait keberlanjutan. Dikarenakan saya khawatir apakah investasi yang dilakukan benar-benar efektif atau justru membebani bisnis saya. Banyak pelaku UMKM lain yang juga mengalami hal yang sama. Memang diperlukan program pelatihan bagi saya sebagai pelaku UMKM. Dengan memahami manfaat dan langkah-langkah konkret yang dapat diambil, saya merasa lebih percaya diri dalam menerapkan keberlanjutan. Saya juga mulai melibatkan tim saya dalam program pelatihan agar seluruh tim memahami visi yang sama.” (Informan C)

Selanjutnya, dalam konteks keberlanjutan diperlukan integrasi prinsip keberlanjutan ke dalam proses manajerial menjadi langkah penting untuk menciptakan bisnis UMKM yang tangguh dan bertanggung jawab. Keberlanjutan dalam manajemen mencakup pengambilan keputusan yang mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang. Integrasi tersebut membutuhkan transformasi pada struktur organisasi, sehingga keberlanjutan tidak hanya menjadi tanggung jawab departemen tertentu, tetapi menjadi bagian dari strategi inti perusahaan (Schaltegger et al., 2017). Proses manajerial yang berkelanjutan dimulai dengan identifikasi risiko dan peluang yang berkaitan dengan keberlanjutan.

Penggunaan alat analisis, seperti *materiality assessment*, dapat membantu pegiat UMKM memprioritaskan isu-isu keberlanjutan yang paling relevan dengan kegiatan operasional. Setelah prioritas ditentukan, langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan keberlanjutan untuk bisnis UMKM yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbasis waktu. Selain itu, integrasi keberlanjutan bisnis UMKM memerlukan pelibatan seluruh pemangku kepentingan terutama dari institusi pemerintahan. Sementara pada tingkat internal, pelatihan dan edukasi bagi karyawan UMKM menjadi

kunci untuk memastikan bahwa nilai-nilai keberlanjutan dipahami dan diterapkan dalam aktivitas sehari-hari (Rahmiyanti et al., 2023).

Dampak Konsep Bisnis Berkelanjutan dalam Konteks Pegiat UMKM

Bisnis berkelanjutan dalam konteks UMKM merujuk pada praktik bisnis yang tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dalam operasionalnya. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM sering kali memiliki keterbatasan sumber daya dalam hal keuangan, teknologi, dan kapasitas manajerial. Namun, penerapan prinsip keberlanjutan dalam UMKM tetap memiliki potensi untuk menciptakan dampak positif yang signifikan, baik untuk pemilik usaha maupun masyarakat sekitar. Bisnis berkelanjutan dalam UMKM tidak hanya mencakup pengelolaan sumber daya yang efisien, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan komunitas lokal (Indriyani et al., 2024). UMKM yang menerapkan konsep bisnis berkelanjutan akan mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam setiap tahap siklus hidup produk, mulai dari desain, produksi, distribusi, hingga konsumsi dan pembuangan. Hal ini termasuk menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan, menerapkan proses produksi yang efisien, mengurangi limbah, dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak merugikan lingkungan dan sosial.

Bisnis berkelanjutan membantu UMKM menghadapi tantangan dalam konteks ekonomi global yang semakin dinamis. Ketahanan ini mencakup kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, mengelola sumber daya dengan efisien, dan menjaga stabilitas operasional di tengah krisis. Dalam situasi seperti saat pandemi Covid-19 atau fluktuasi harga bahan baku, UMKM yang telah mengadopsi prinsip keberlanjutan cenderung lebih mampu bertahan karena telah menerapkan praktik manajemen risiko yang baik. Selain itu, keberlanjutan menciptakan peluang bagi UMKM untuk terlibat dalam ekonomi sirkular, di mana limbah diubah menjadi sumber daya baru. Model ini tidak hanya mengurangi biaya produksi, tetapi juga mendukung inovasi yang relevan dengan tantangan global, seperti pengelolaan limbah plastik atau efisiensi energi (Suryahanjaya et al., 2024). Dengan demikian, keberlanjutan menjadi kunci untuk memperkuat peran UMKM dalam mendukung ekonomi global yang lebih inklusif dan bertanggung jawab. Beberapa pernyataan para informan yang terkait berikut ini:

“Berdasarkan pengalaman, bahwa konsep keberlanjutan sangat penting untuk UMKM seperti saya yang fokus pada produk daur ulang. Konsumen sekarang lebih peduli dengan dampak lingkungan dari produk yang dibeli. Dengan memanfaatkan bahan daur ulang, saya dapat menekan biaya produksi sekaligus memberikan nilai tambah pada produk. Selain itu, saya sering mendapatkan dukungan dari komunitas lokal dan organisasi lingkungan, yang turut membantu meningkatkan citra usaha saya di mata pelanggan. Tentu, ada tantangan, terutama dalam mendapatkan bahan baku daur ulang yang konsisten dan berkualitas. Namun, berdasarkan pengalaman saya terus mencari cara inovatif untuk mengatasinya, seperti bekerja sama dengan komunitas pengumpul limbah dan memanfaatkan teknologi sederhana untuk proses daur ulang.” (Informan A).

“Saya selalu berusaha memberdayakan masyarakat sekitar, terutama dalam menyediakan bahan baku. Contohnya, saya bekerja sama dengan petani lokal untuk memastikan bahan yang kami gunakan berasal dari sumber yang berkelanjutan. Selain membantu meningkatkan pendapatan petani, langkah ini juga membangun hubungan baik dengan komunitas, yang berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Selain itu berdasarkan pengalaman, keberlanjutan memberikan kami keunggulan dalam hal branding. Pelanggan semakin menyadari pentingnya mendukung bisnis yang peduli lingkungan dan sosial, sehingga kami merasa lebih kompetitif di pasar.” (Informan B).

“Berdasarkan pengalaman, konsep keberlanjutan membantu saya menjadi lebih efisien dalam penggunaan sumber daya. Saya menggunakan bahan-bahan alami dan limbah organik untuk membuat produk kerajinan tangan. Cara ini tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga memberikan cerita unik untuk setiap produk, yang menarik bagi konsumen. Konsep keberlanjutan merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Melalui penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan, UMKM dapat menciptakan produk yang inovatif dan ramah lingkungan, membangun hubungan erat dengan komunitas lokal, serta meningkatkan citra usaha di mata konsumen. Meskipun tantangan tetap ada, dukungan dari berbagai pihak dan pendekatan inovatif dapat membantu UMKM mengatasi hambatan dan meraih manfaat jangka panjang dari keberlanjutan.” (Informan C).

Dengan demikian, dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, keberlanjutan bukan lagi pilihan, tetapi menjadi keharusan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. UMKM yang mengintegrasikan keberlanjutan dalam model bisnis dapat memanfaatkan berbagai peluang yang muncul, seperti permintaan untuk produk ramah lingkungan, dukungan terhadap ekonomi lokal, dan preferensi konsumen terhadap perusahaan yang bertanggung jawab (Schaltegger et al., 2017). Implementasi keberlanjutan dalam konteks UMKM dapat meningkatkan daya saing dengan cara yang lebih efisien dan inovatif. Contohnya, dengan mengadopsi prinsip ekonomi hijau, UMKM dapat mengurangi ketergantungan pada bahan baku yang langka dan mahal, sekaligus mengurangi limbah produksi.

Pendekatan ini tidak hanya berdampak pada penghematan biaya, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap masa depan lingkungan dan masyarakat. Selain itu, keberlanjutan sosial juga memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dalam banyak kasus, UMKM beroperasi di tingkat lokal dan memiliki hubungan yang lebih dekat dengan komunitas sekitarnya. Oleh karena itu, penerapan kebijakan sosial yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat, peningkatan kesejahteraan pekerja, serta kontribusi terhadap pendidikan dan kesehatan dapat memberikan keuntungan kompetitif (Anggraeni & Suhermin, 2022). Keberlanjutan juga dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan membangun reputasi perusahaan sebagai entitas yang mendukung nilai-nilai kemanusiaan dan sosial. Oleh karena itu, untuk mewujudkan konsep keberlanjutan UMKM harus bisa melakukan inovasi produk dan layanan. Hal itu disebabkan inovasi merupakan elemen penting dalam menciptakan nilai jangka panjang dalam bisnis berkelanjutan, terutama bagi UMKM.

Dalam konteks keberlanjutan, inovasi tidak hanya mengarah pada pengembangan produk yang lebih efisien dan ramah lingkungan, tetapi juga pada penciptaan solusi yang memenuhi kebutuhan sosial dan ekonomi masyarakat. UMKM yang berinovasi dalam hal produk dan layanan memiliki potensi untuk mengakses pasar yang lebih besar dan memperluas jangkauan konsumen. Sebagai contoh, dalam sektor makanan dan minuman, UMKM dapat berinovasi dengan menciptakan produk yang menggunakan bahan baku lokal dan ramah lingkungan, serta mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Produk yang memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana tidak hanya mendukung keberlanjutan, tetapi juga meningkatkan citra merek sebagai produk yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan Masyarakat (Arianto & Handayani, 2023).

Hal ini sejalan dengan konsep ekonomi hijau, yang menjelaskan bahwa produk didesain untuk mengurangi limbah dan memaksimalkan penggunaan kembali sumber daya. Selain itu, inovasi dalam layanan juga penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkelanjutan. Sebagai contoh, dalam sektor jasa, UMKM dapat mengembangkan layanan berbasis teknologi yang mengurangi konsumsi energi dan mempercepat proses pelayanan, sehingga memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan. Dengan mengintegrasikan keberlanjutan dalam inovasi produk dan layanan, UMKM tidak hanya berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang semakin peduli terhadap isu sosial dan lingkungan. Beberapa hasil pernyataan informan berikut ini.

“Berdasarkan pengalaman usaha saya pribadi, saya mulai fokus pada penggunaan bahan baku lokal yang organik dan ramah lingkungan. Contohnya, untuk pembuatan makanan tradisional, kami bekerja sama dengan petani lokal yang menggunakan metode pertanian berkelanjutan. Selain itu, saya juga mengurangi penggunaan plastik dengan mengganti kemasan plastik sekali pakai menjadi kemasan dari daun pisang atau kertas daur ulang. Cara ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga menarik perhatian konsumen yang peduli dengan produk ramah lingkungan.” (Informan B).

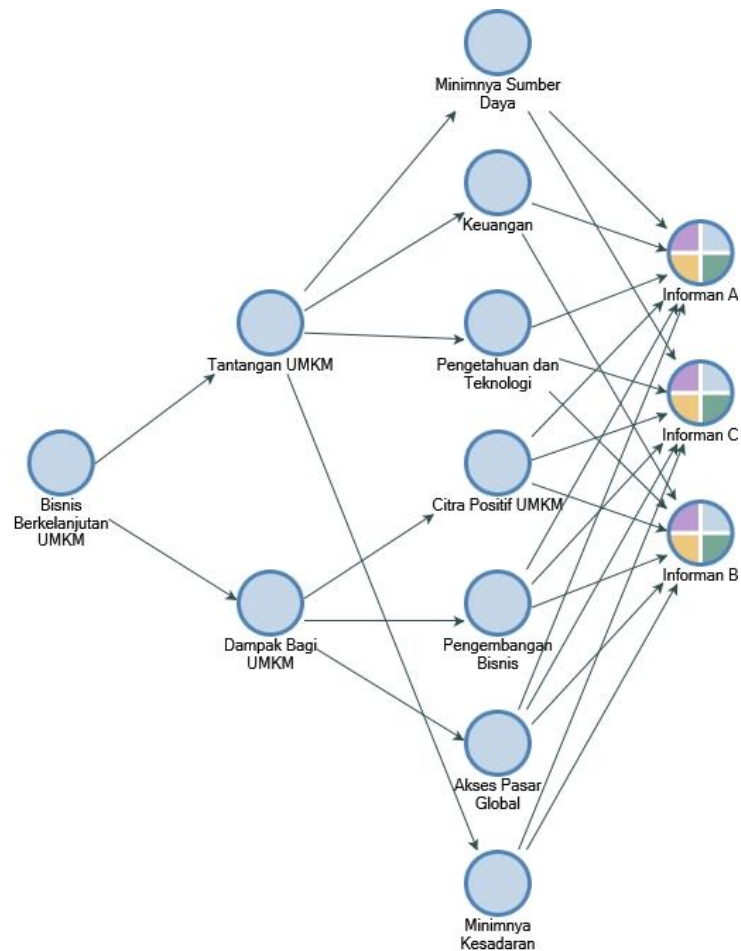
“Konsumen sekarang lebih tertarik untuk membeli produk kami karena mereka merasa mendukung lingkungan. Selain itu, saya juga mendapatkan citra yang lebih baik sebagai bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat.” (Informan C)

“Berdasarkan pengalaman, ya, saya berinovasi dengan menggunakan botol kaca yang bisa dikembalikan oleh pelanggan untuk didaur ulang. Saya juga memanfaatkan bahan baku lokal seperti buah-buahan dari petani kecil yang mendukung pertanian berkelanjutan. Selain itu, saya mencoba mengurangi limbah produksi dengan memanfaatkan sisa bahan sebagai kompos atau produk tambahan, seperti masker wajah alami dari ampas buah.” (Informan A).

“Menurut saya pribadi, sangat efektif konsep keberlanjutan, karena bisa mengurangi biaya operasional. Selain itu, pelanggan saya semakin loyal karena konsumen merasa produk saya selaras dengan nilai-nilai keberlanjutan. Tentu ini membantu produk saya bisa masuk ke pasar yang lebih luas, seperti konsumen yang mencari produk berbasis keberlanjutan.” (Informan C).

Dengan demikian, penerapan prinsip bisnis berkelanjutan dapat memberikan UMKM akses yang lebih luas ke pasar yang lebih besar, baik domestik maupun internasional. Konsumen saat ini semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan dalam proses produksi dan konsumsi barang dan jasa. Hal itu disebabkan mayoritas konsumen yang lebih memilih produk dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan, memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan memenuhi permintaan ini. Keberlanjutan menjadi faktor pembedaa yang signifikan di pasar, karena produk yang ramah lingkungan dan etis sering kali menjadi pilihan utama bagi konsumen yang peduli dengan dampak lingkungan dari produk yang dibeli. Hal ini terutama berlaku untuk segmen pasar yang lebih muda, yang semakin memperhatikan nilai keberlanjutan dalam keputusan pembelian produk.

Dengan mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, UMKM dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang tidak hanya berdampak pada reputasi perusahaan, tetapi juga pada daya saing harga dan efisiensi operasional. Sebagai contoh, mengurangi penggunaan energi dan material yang tidak ramah lingkungan dapat menghasilkan penghematan biaya yang signifikan dalam jangka panjang. Keunggulan ini juga mencakup diferensiasi produk yang lebih menarik bagi konsumen yang mengutamakan keberlanjutan (Arifin et al., 2023). Selain itu, dengan menerapkan sistem keberlanjutan yang terbuka dan transparan, UMKM dapat memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Berikut hasil analisis wawancara para informan berbasis aplikasi Nvivo 12 Plus.



Gambar 1. Hasil Analisis Penelitian Berbasis Nvivo 12 Plus

Pada akhirnya, penerapan model bisnis berkelanjutan bagi UMKM dapat memberikan solusi inovatif yang tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional dalam jangka panjang. Penerapan model bisnis berkelanjutan di UMKM dapat dimulai dengan desain produk yang memungkinkan daur ulang atau pemanfaatan ulang material. Sebagai contoh, UMKM di sektor manufaktur dapat memproduksi barang-barang dengan menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang atau mengubah limbah produksi menjadi produk baru. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengurangi sampah, tetapi juga meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya. Salah satu contoh lainnya adalah UMKM dalam industri *fashion* yang menerapkan daur ulang kain bekas menjadi produk baru, mengurangi ketergantungan pada bahan baku yang sulit didapat dan mengurangi limbah tekstil yang berkontribusi besar terhadap polusi global.

Penerapan model bisnis berkelanjutan di UMKM juga melibatkan integrasi dengan pemasok dan pelanggan. Dengan melibatkan pemasok dalam pengelolaan siklus hidup produk, UMKM dapat memastikan bahwa bahan baku yang digunakan adalah bahan yang dapat didaur ulang atau memiliki dampak minimal terhadap lingkungan (Yanti et al., 2023). Selain itu, pelanggan juga dapat diberdayakan untuk berpartisipasi dalam pengumpulan produk bekas untuk didaur ulang atau digunakan kembali. Dengan

demikian, model bisnis berkelanjutan dapat menciptakan ekosistem yang berkelanjutan dan saling mendukung antara UMKM, pemasok, dan konsumen, yang pada akhirnya menghasilkan dampak positif bagi lingkungan dan perekonomian di aras lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan praktik bisnis berkelanjutan. Keterbatasan sumber daya mencakup tenaga kerja yang kurang terlatih, infrastruktur yang tidak memadai, serta akses terbatas terhadap teknologi yang mendukung keberlanjutan. Penerapan keberlanjutan sering kali membutuhkan investasi awal yang signifikan, seperti untuk mengadopsi teknologi ramah lingkungan atau meningkatkan efisiensi proses produksi. Akibatnya, mayoritas pegiat UMKM harus bergantung pada sumber pembiayaan internal atau pinjaman informal, yang sering kali tidak mencukupi untuk mendukung upaya keberlanjutan. Selain itu, biaya operasional untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan sering kali lebih tinggi dibandingkan dengan praktik bisnis konvensional. Terlebih, rendahnya tingkat kesadaran dan pemahaman tentang konsep bisnis berkelanjutan menjadi tantangan lain yang signifikan bagi UMKM. Dengan kata lain, aspek keuangan masih menjadi kendala bagi mayoritas pegiat UMKM dalam penerapan konsep bisnis berkelanjutan.

Ironisnya, para pegiat UMKM menilai bahwa konsep keberlanjutan masih dianggap sebagai sesuatu yang abstrak dan hanya relevan bagi perusahaan besar, sehingga UMKM kurang melihat urgensi untuk mengadopsinya. UMKM masih fokus pada tantangan operasional harian dan cenderung mengabaikan aspek bisnis keberlanjutan. Kendati demikian, diketahui beberapa pegiat UMKM sudah menyakini bahwa konsep bisnis berkelanjutan bisa memberikan dampak signifikan pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Para pegiat UMKM juga meyakini konsep bisnis berkelanjutan bisa berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal, sehingga menjadi salah satu aspek penting yang mendorong loyalitas konsumen. Selain itu, dampak yang dihasilkan oleh UMKM yang mengutamakan bisnis keberlanjutan bisa memberikan keuntungan kompetitif, memperbaiki citra positif UMKM terutama di pasar global yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Dengan demikian, penelitian ini menemukan bahwa para pegiat UMKM sudah memahami bahwa konsep bisnis berkelanjutan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan bisnis UMKM. Meskipun, dalam konteks ini praktik berkelanjutan lebih banyak muncul dari kebutuhan praktis, seperti penghematan biaya dan peningkatan daya saing, dibandingkan dengan motivasi lingkungan atau sosial yang lebih strategis. Dengan demikian, penelitian ini menemukan bahwa meski menemui banyak tantangan, tetapi pegiat UMKM sudah memahami konsep bisnis berkelanjutan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan bisnis UMKM di era yang semakin kompetitif.

REFERENSI

- Andriaskiton, M., Siregar, A. H., Tamba, I. F. U., Hidayat, F., & Surbakti, M. N. (2024). Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan bagi UMKM di Desa Buntu Bedimbar dengan Pendekatan Administrasi Bisnis Modern. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 45-49.
- Anggraeni, V. R., & Suhermin, S. (2022). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan di Masa Pandemi (Studi Kasus pada PT Vale Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(7).
- Arianto, B. (2023). Kebermanfaatan Media Sosial Bagi Generasi Internet: Studi Fenomenologi. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.33021/exp.v6i1.4185>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2022). Media Sosial dan Program “Jogo Tonggo” Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Etnografi Digital. *Jurnal Dialogika: Manajemen dan Administrasi*, 4(1), 1-15. <https://doi.org/10.31949/dialogika.v4i1.7949>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(02), 220-236. <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.5813>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2024). Pengantar Studi Fenomenologi. Borneo Novelty Publishing. <https://doi.org/10.70310/4h056t98>
- Arifin, Z., Ariantini, M. S., Sudipa, I. G. I., Chaniago, R., Dwipayana, A. D., Adhicandra, I., ... & Alfiah, T. (2023). *Green Technology: Penerapan Teknologi Ramah Lingkungan Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Berliandaldo, M., Fasa, A. W. H., Kholiyah, S., Chodiq, A., & Hendrix, T. (2020). Transformasi Digital dan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM yang Adaptif dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Analis Kebijakan*, 4(2), 54-73.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. (2003). *Research Design* (pp. 155-179). Sage Publications.
- Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology from Business-as-Usual to True Business Sustainability. *Organization & Environment*, 29(2), 156–174.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Fitriaty, F. (2023). Pengaruh model inovasi bisnis terhadap keberlanjutan bisnis pada umkm di kawasan pariwisata Kota Jambi. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 99-109.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy – A New Sustainability Paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757-768.
- Indriyani, I., Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital: Pendekatan kualitatif dengan Business Intelligence dalam implementasi e-commerce. *Informatics for Educators and Professional: Journal of Informatics*, 9(1), 23-32.

- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815-821.
- Poerwanto, G. H., Kristia, K., & Pranatasari, F. D. (2019). Praktik Model Bisnis Berkelanjutan pada Komunitas UMKM di Yogyakarta. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 2(2), 183-204.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77
- Putra, I. J. (2023). Strategi Ketahanan Untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Syariah di Kota Solok. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Radyanto, M. R., & Prihastono, E. (2020). Pengembangan Sistem Pendampingan Usaha Berkelanjutan Bagi UMKM Berbasis Sistem Manajemen Kinerja. *Opsi*, 13(1), 17-24.
- Rahmiyanti, S., Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Desa Petir Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 4(1), 48-58.
- Rumini, D. A. (2020). Peran Literasi Keuangan Sebagai Prediktor Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Badung. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 53-62.
- Sugiarto, D. C. (2018). Perlu Inovasi Speed Bagi Keberlanjutan Bisnis Jangka Panjang Pada UMKM. *Jurnal Arthavidya*, 20(2), 118-129.
- Sartika, G. (2024). Peran Strategis Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Mendukung Keberlanjutan Organisasi melalui Penerapan Triple Bottom Line. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 177-188.
- Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2017). Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues. *Organization & Environment*, 30(1), 3-10.
- Septiani, B. A., Chandraderia, D., Arini, T. A., & Pratomo, Y. (2020). Peran usaha Maju Sukses Bersama (MSB) dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 169-185.
- Suryahanjaya, B., Putra, B., & Nugroho, C. (2024). Inovasi Strategi Bisnis dalam Menghadapi Pola Konsumsi dan Produk F&B yang Berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*, 4, 38-48.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *Development of Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia*. LP3ES.
- Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., ... & Syarif, R. (2023). *Green Marketing for Business*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., Tahir, R., Purbasari, R., ... & Subagja, A. D. (2023). *Bisnis Digital: Strategi Administrasi Bisnis Digital untuk Menghadapi Masa Depan*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.