

Implementasi Konsep *Green Entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia Kota Semarang

Tri Kusuma Wati¹, Khasan Setiaji²

^{1,2}Universitas Negeri Semarang

trikusumawati795@students.unnes.ac.id¹, setiaji@mail.unnes.ac.id²

ABSTRACT.

This study aims to analyze the motivation, implementation, barriers, and impacts of the green entrepreneurship concept at Craftonesia SME in Semarang City. This research employed a qualitative approach with a descriptive case study method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving the business owner, employees, consumers, and surrounding community members selected through purposive sampling. Data validity was tested using source triangulation and method triangulation, while data analysis followed the Miles and Huberman model encompassing data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that the owner's motivation was formed by five interrelated factors: environmental concern (green values), passion for crafts, positive market response (identifying gap in the market), desire for independence (being their own boss), and the need for additional income (making a living). The implementation of green entrepreneurship encompasses two main aspects: vision and mission, and production processes, including the use of waste paper as raw material, manual production with minimal pollution, natural dyes, food-grade coating, product variation, and zero waste management. Barriers encountered include limited skilled human resources, longer production time, low consumer awareness, and limited access to information on green business certification. The impacts of implementation align with the Triple Bottom Line framework, covering environmental waste reduction, community empowerment, and expanded market access through green industry exhibitions. This study concludes that micro-scale enterprises can consistently implement green entrepreneurship as a holistic and sustainable business approach.

Keywords: Green Entrepreneurship; SME; Zero Waste; Triple Bottom Line; Craftonesia

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi, implementasi, hambatan, dan dampak konsep green entrepreneurship pada UMKM Craftonesia Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, karyawan, konsumen, serta masyarakat sekitar yang dipilih secara purposive. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pemilik terbentuk dari lima faktor yang saling berkaitan, yaitu kepedulian terhadap lingkungan (green values), ketertarikan pada kerajinan (passion), respons positif pasar (identifying gap in the market), keinginan memiliki usaha sendiri (being their own boss), dan kebutuhan tambahan penghasilan (making a living). Implementasi green entrepreneurship mencakup dua aspek utama, yaitu visi dan misi serta proses produksi, yang diwujudkan melalui penggunaan limbah kertas sebagai bahan baku, produksi manual minim polusi, pewarna alami, pelapis food grade, variasi produk, dan pengelolaan zero waste.

Hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia terampil, waktu produksi yang lebih panjang, rendahnya kesadaran konsumen, serta keterbatasan akses informasi terkait sertifikasi usaha hijau. Dampak implementasi selaras dengan pendekatan Triple Bottom Line, mencakup pengurangan limbah lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan perluasan akses pasar melalui pameran berbasis industri hijau. Penelitian ini menyimpulkan bahwa usaha berskala mikro pun mampu mengimplementasikan green entrepreneurship secara konsisten sebagai pendekatan bisnis yang holistik dan berkelanjutan.

Kata kunci: Green Entrepreneurship; UMKM; Zero Waste; Triple Bottom Line; Craftonesia

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian di berbagai negara karena kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi. UMKM beroperasi di berbagai sektor seperti manufaktur, jasa, perdagangan, dan pertanian. Menurut Bank Dunia, UMKM mewakili mayoritas usaha di seluruh dunia dan berkontribusi lebih dari separuh tenaga kerja global. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM menjadi salah satu penggerak utama perekonomian, khususnya pada tingkat lokal (Maswan et al., 2025). Di Indonesia, UMKM juga menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi nasional karena kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Hal ini tercermin dari kontribusi UMKM yang mencapai lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), daya serap tenaga kerja sebesar 97,00%, serta kontribusi terhadap ekspor nasional Indonesia mencapai sekitar 15,7% dari total ekspor (Kemenko Perekonomian RI, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas perekonomian masyarakat Indonesia bertumpu pada kegiatan usaha yang dijalankan dalam skala mikro, kecil, dan menengah.

Pada tingkat daerah, Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi perkembangan UMKM yang cukup tinggi. Potensi tersebut didukung oleh kepadatan penduduk yang tersebar di 16 kecamatan dan 177 kelurahan (BPS Kota Semarang, 2025). Kondisi ini mendorong tumbuhnya berbagai jenis usaha, khususnya industri mikro dan kecil yang berkembang di berbagai sektor ekonomi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2025), jumlah industri mikro dan kecil (IMK) di Kota Semarang mencapai 16.317 unit usaha dengan dominasi industri mikro sebesar 93,68% atau sekitar 15.286 unit usaha. Namun demikian, pesatnya perkembangan aktivitas ekonomi tersebut juga diikuti dengan meningkatnya permasalahan lingkungan, terutama terkait timbunan sampah. Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi dengan jumlah timbunan sampah terbesar dibanding provinsi lainnya di Indonesia, yaitu mencapai 5,8 juta ton sampah. Dalam lingkup provinsi tersebut, Kota Semarang menjadi daerah dengan timbunan sampah tertinggi, yaitu sebesar 431.085 ton sampah dengan sekitar 1.181 ton sampah harian. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi, termasuk kegiatan UMKM, turut memberikan tekanan terhadap permasalahan lingkungan (Krisnawati et al., 2024).

Permasalahan lingkungan tersebut menjadikan isu keberlanjutan sebagai perhatian penting dalam pengembangan kegiatan usaha. Aktivitas usaha berskala mikro, kecil, dan menengah berpotensi menghasilkan berbagai jenis limbah seperti limbah padat, cair, maupun gas yang apabila tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, pelaku usaha diharapkan dapat berperan aktif dalam upaya pengelolaan lingkungan melalui praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab (Agan et al., 2013). Upaya tersebut juga sejalan dengan agenda global *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa sebagai kerangka pembangunan berkelanjutan untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial, ekonomi, dan lingkungan. SDGs terdiri dari 17 tujuan pembangunan yang harus dicapai oleh negara anggota pada tahun 2030 dan membutuhkan keterlibatan berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, masyarakat, serta sektor swasta seperti pelaku usaha dan UMKM (Capah et al., 2023).

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, konsep *green entrepreneurship* atau kewirausahaan hijau menjadi salah satu pendekatan yang dinilai relevan untuk menjawab permasalahan lingkungan yang muncul akibat aktivitas ekonomi. *Green entrepreneurship* muncul sebagai respons terhadap meningkatnya perhatian terhadap pertumbuhan ekonomi yang lebih ramah lingkungan serta praktik bisnis yang berkelanjutan (Gast et al., 2017). Konsep ini menekankan integrasi antara tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kegiatan usaha sehingga pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial serta kelestarian lingkungan. *Green entrepreneurship* didasarkan pada tiga dimensi utama yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ardianingsih & Meliana, 2022). Dalam praktiknya, pendekatan ini mendorong pelaku usaha untuk menerapkan prinsip *reduce, reuse, recycle*, dan *repair* dalam proses produksi maupun distribusi produk (Damayanti & Oktariani, 2023). Pendekatan tersebut juga berkaitan dengan konsep *circular economy* yang menekankan efisiensi penggunaan sumber daya serta pemanfaatan kembali bahan baku untuk mengurangi limbah produksi (Geissdoerfer et al., 2017).

Green entrepreneurship juga dipahami sebagai bentuk kewirausahaan yang secara khusus berfokus pada upaya mencari serta menerapkan solusi terhadap permasalahan lingkungan melalui kegiatan bisnis. Kirkwood & Walton sebagaimana dikutip dalam Saari & Joensuu-Salo (2022) mendefinisikan *green entrepreneurship* sebagai aktivitas kewirausahaan yang berupaya mengatasi permasalahan lingkungan sekaligus mendorong perubahan sosial agar kegiatan usaha tidak menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan. Konsep ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mengintegrasikan kepedulian terhadap aspek lingkungan dan sosial dalam praktik bisnisnya. Dalam literatur, terdapat sejumlah istilah yang merujuk pada bidang kajian serupa, seperti *ecopreneurs*, *enviro preneurs*, *environmental entrepreneurs*, dan *ecological entrepreneurs*, yang pada dasarnya digunakan dalam konteks yang sama (Genoveva & Tanardi, 2022).

Meskipun memiliki peran yang penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, implementasi konsep *green entrepreneurship* pada UMKM masih tergolong terbatas. Nugroho (2025) menjelaskan bahwa sebesar 87,81% UMKM belum menerapkan praktik bisnis ramah lingkungan, sementara hanya sekitar 12,19% yang telah mengadopsinya dan itupun masih dalam lingkup yang terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara tuntutan pembangunan berkelanjutan dengan praktik usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana konsep *green entrepreneurship* dapat diimplementasikan dalam kegiatan usaha, khususnya pada sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dalam penerapan konsep tersebut.

Sektor ekonomi kreatif merupakan sektor yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan nilai ekonomi melalui proses kreasi dan inovasi (Eni et al., 2022). Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdapat tiga subsektor utama yang memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto ekonomi kreatif, yaitu subsektor fashion, kriya, dan kuliner dengan total kontribusi sebesar 73% (Kemenparekraf, 2024). Di antara ketiga subsektor tersebut, subsektor kriya memiliki keterkaitan yang kuat dengan penerapan konsep *green entrepreneurship* karena karakteristik produknya yang memungkinkan pemanfaatan bahan alternatif serta bahan daur ulang. Produk kriya merupakan hasil produksi yang mengutamakan nilai dekoratif dan dihasilkan melalui proses kerja tangan dengan tingkat *craftsmanship* yang tinggi (Mahfudzoh, 2021). Pemanfaatan bahan daur ulang seperti plastik, kertas, maupun kain bekas tidak hanya membantu mengurangi limbah, tetapi juga mendorong peningkatan kreativitas serta nilai tambah ekonomi bagi masyarakat (Rosydi & Putra, 2025).

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang kriya dan telah menerapkan konsep *green entrepreneurship* adalah Craftonesia yang berlokasi di Tembalang, Kota Semarang. Usaha ini memanfaatkan limbah kertas koran sebagai bahan baku utama untuk menghasilkan berbagai produk anyaman fungsional seperti tas, keranjang, dan hiasan rumah. Craftonesia berhasil menjadi salah satu UMKM kerajinan yang berprestasi dan telah hadir dalam berbagai event fashion tingkat internasional. Berdasarkan hasil observasi awal penulis pada tanggal 17 Desember 2025 bersama pemilik usaha, Ibu Piliari Ernawati, dijelaskan bahwa Craftonesia mengusung konsep *zero waste*, di mana sisa bahan produksi tidak dibuang melainkan diolah kembali menjadi produk lain seperti nampan dan tatakan gelas. Selain itu, Craftonesia juga dikembangkan sebagai brand *upcycling* yang berupaya mengurangi permasalahan lingkungan sekaligus melibatkan masyarakat sekitar dalam kegiatan usaha. Praktik tersebut menunjukkan bahwa kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Meskipun konsep *green entrepreneurship* telah diterapkan dalam kegiatan usaha, implementasinya tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep usaha ramah lingkungan pada UMKM masih belum sepenuhnya optimal. Arsvendo (2022) menyimpulkan bahwa penerapan *green*

economy pada UMKM Kampung Pia telah berjalan dengan baik namun belum mencapai tingkat optimal. Masitah (2025) juga menemukan bahwa penerapan *green economy* oleh pelaku UMKM di Kota Banjarmasin masih terbatas meskipun sebagian pelaku usaha telah menerapkan prinsip keberlanjutan. Sementara itu, penelitian Nursamsi (2025) menunjukkan bahwa implementasi *green economy* pada *home industry* memberikan dampak positif pada aspek ekonomi dan sosial, tetapi pada aspek lingkungan masih belum optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara konsep ideal usaha ramah lingkungan dengan praktik implementasinya di lapangan.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: bagaimana motivasi pemilik UMKM Craftonesia dalam memilih konsep *green entrepreneurship* dalam pendirian usahanya?; bagaimana implementasi konsep *green entrepreneurship* yang diterapkan pada UMKM Craftonesia?; bagaimana hambatan yang dihadapi dalam penerapannya?; serta bagaimana dampak implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia?. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi pemilik usaha dalam memilih konsep *green entrepreneurship*, mengkaji implementasi konsep tersebut dalam kegiatan usaha, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam penerapannya, serta menganalisis dampak implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang bersifat deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007). Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Craftonesia yang beralamat di Jl. Prof. Soedarto Gg. Bulusari I No.14 E, RT 02/RW III, Tembalang, Kota Semarang, dan berlangsung sejak Desember 2025 hingga Februari 2026. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM Craftonesia, Ibu Piliani Ernawati, serta beberapa informan yang dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan terhadap objek penelitian, di antaranya karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen, buku, dan artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Emzir, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motivasi Pemilik dalam Memilih Konsep *Green Entrepreneurship* pada Pendirian Usahanya

Motivasi merupakan faktor penting yang mendorong seseorang untuk memulai dan menjalankan suatu usaha (Uno, 2023). Dalam konteks kewirausahaan, motivasi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan individu dalam melakukan suatu tindakan, tetapi juga berkaitan dengan dorongan internal yang membuat seseorang berani mengambil risiko serta menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usaha. Dorongan tersebut dapat berasal dari berbagai faktor seperti pengalaman pribadi, kebutuhan ekonomi, minat terhadap suatu bidang, maupun kepedulian terhadap kondisi lingkungan di sekitarnya. Oleh karena itu, memahami motivasi pendirian suatu usaha menjadi penting untuk mengetahui latar belakang munculnya ide bisnis serta arah pengembangan usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan hasil penelitian pada UMKM Craftonesia, motivasi pemilik usaha dalam mendirikan usaha berbasis *green entrepreneurship* terbentuk melalui beberapa faktor yang saling berkaitan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima motivasi utama yang melatarbelakangi pendirian usaha, yaitu kepedulian terhadap lingkungan (*green values*), ketertarikan pada kegiatan kerajinan (*passion*), adanya respon positif dari masyarakat terhadap produk yang dihasilkan (*identifying gap in the market*), keinginan untuk memiliki usaha sendiri (*being their own boss*), serta kebutuhan untuk memperoleh penghasilan tambahan (*making a living*). Kelima faktor tersebut tidak muncul secara terpisah, melainkan berkembang secara bertahap hingga akhirnya mendorong pemilik usaha untuk mengembangkan kegiatan usaha berbasis pemanfaatan limbah kertas.

Motivasi pertama yang menjadi titik awal munculnya ide usaha adalah kepedulian terhadap permasalahan lingkungan, khususnya limbah kertas yang banyak ditemukan di sekitar lingkungan tempat tinggal pemilik usaha. Kondisi tersebut menimbulkan keprihatinan karena limbah kertas yang menumpuk sering kali tidak dimanfaatkan kembali dan berpotensi menimbulkan permasalahan lingkungan apabila tidak dikelola dengan baik. Situasi tersebut kemudian mendorong pemilik usaha untuk mencari alternatif pemanfaatan limbah kertas agar memiliki nilai guna yang lebih tinggi. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik UMKM Craftonesia dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 14 Februari 2026:

“Kalau alasan awalnya sih lebih ke ini ya, keprihatinan terhadap lingkungan. Jadi memang di tempatku tuh banyak limbah kertas yang menumpuk. Terus juga kan awalnya aku ada usaha kuliner, nah karena usaha kulinernya kita sempat terpukul saat covid, terus di samping usaha kuliner aku juga punya hobi ngecraft. Akhirnya waktu itu ada koran numpuk diatas meja, aku coba iseng cari referensi di internet, ini koran bisa dibuat apa. Nah dari situ ketemulah ide untuk bikin kerajinan anyaman ini.” (PE, 14 Februari 2026)

Selain kepedulian terhadap lingkungan, ketertarikan atau *passion* di bidang kerajinan tangan juga menjadi faktor yang memperkuat motivasi pendirian usaha. Pemilik Craftonesia sejak awal memang memiliki minat terhadap kegiatan kerajinan

dan sering mencoba membuat berbagai produk kreatif dari bahan sederhana. Ketertarikan tersebut kemudian mendorongnya untuk bereksperimen dengan berbagai bahan, termasuk bahan bekas yang dapat dimanfaatkan kembali menjadi produk yang memiliki nilai estetika maupun nilai guna. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik dalam wawancara:

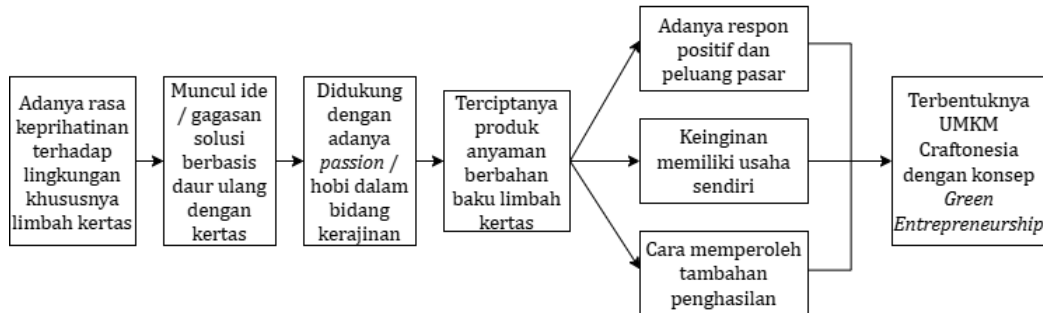
“Sebenarnya lebih ke passion sih, karena kan aku memang suka, memang hobi ngecraft. Dan aku suka sesuatu yang beda, karena kalau anyaman itu kan disini jarang ya. Nah itu malah jadi kaya tantangan buat aku, untuk bisa menganyam gitu.” (PE, 14 Februari 2026)

Motivasi berikutnya muncul dari adanya respon positif masyarakat terhadap produk yang dihasilkan. Pada awalnya produk anyaman kertas hanya digunakan sendiri sebagai bentuk promosi sederhana. Namun beberapa orang yang melihat produk tersebut menunjukkan ketertarikan dan mulai menanyakan kemungkinan untuk memesan produk serupa. Respon tersebut menunjukkan adanya peluang pasar yang dapat dikembangkan menjadi kegiatan usaha yang lebih serius. Selain itu, terdapat pula motivasi pribadi berupa keinginan untuk memiliki usaha sendiri sehingga tidak sepenuhnya bergantung pada penghasilan keluarga. Usaha ini juga menjadi salah satu cara untuk memperoleh tambahan penghasilan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan konsep motivasi atau faktor pemicu seseorang menjadi *ecopreneur* yang dikemukakan oleh Kirkwood dan Walton yang dikutip dalam Prapti et al (2019) yang menyatakan bahwa seseorang terdorong menjadi wirausaha ramah lingkungan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *green values, passion, identifying gap in the market, being their own boss*, dan *making a living*. Di antara faktor-faktor tersebut, *green values* atau nilai kepedulian terhadap lingkungan menjadi motif utama yang mendorong individu untuk mengembangkan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada upaya menjaga keberlanjutan lingkungan. Kelima faktor tersebut juga dapat ditemukan dalam proses terbentuknya motivasi pendirian UMKM Craftnesia, sehingga menunjukkan bahwa motivasi pemilik usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga didorong oleh kepedulian terhadap lingkungan serta keinginan untuk menciptakan usaha yang memberikan manfaat bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, motivasi pendirian Craftnesia muncul dari kombinasi beberapa faktor yang saling terkait. Pertama, adanya kepedulian terhadap lingkungan mendorong rasa keprihatinan terhadap limbah kertas di sekitar lingkungan kampus. Dari kepedulian ini, muncul gagasan atau ide kreatif untuk mengolah limbah menjadi sesuatu yang bermanfaat. Gagasan ini kemudian didukung oleh minat pemilik usaha terhadap kegiatan kerajinan, sehingga terciptalah produk anyaman berbasis limbah kertas. Selanjutnya, peluang pasar yang muncul dari respon positif masyarakat memperkuat kelangsungan ide tersebut. Faktor ekonomi dan keinginan untuk mandiri dengan memiliki usaha sendiri menjadi motivasi tambahan yang mendorong pemilik untuk mengeksekusi gagasan ini secara nyata. Kombinasi

faktor-faktor tersebut akhirnya menghasilkan terbentuknya UMKM Craftonesia dengan konsep *green entrepreneurship*, di mana usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berperan aktif dalam pemanfaatan limbah dan keberlanjutan lingkungan. Hubungan antar faktor tersebut dapat dijelaskan melalui bagan berikut:



Gambar 1 Konsep Motivasi Pemilik dalam Memilih Konsep *Green Entrepreneurship* pada Pendirian Usahanya

Sumber: Olah data wawancara, 14 Februari 2026

Implementasi Konsep *Green Entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia

Menurut Kirkwood dan Walton sebagaimana dikutip dalam Saari & Joensuu-Salo (2022), *green entrepreneurship* merupakan bentuk kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga secara aktif mencari dan menerapkan solusi atas permasalahan lingkungan. Sejalan dengan itu, Simajuntak et al (2025) mendefinisikan *green entrepreneurship* sebagai pendekatan yang memadukan praktik kewirausahaan dengan prinsip keberlanjutan, di mana kegiatan usaha mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya. Berdasarkan definisi tersebut, implementasi *green entrepreneurship* dapat dipahami sebagai proses mewujudkan prinsip keberlanjutan ke dalam tindakan dan strategi usaha yang konkret dan konsisten.

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi konsep *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia dapat diidentifikasi melalui dua aspek utama, yaitu aspek visi dan misi serta aspek produksi. Kedua aspek ini saling terkait dan saling mendukung dalam membentuk praktik kewirausahaan yang ramah lingkungan, sehingga prinsip keberlanjutan menjadi bagian dari setiap keputusan dan aktivitas usaha. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa Craftonesia telah menerapkan kedua aspek tersebut secara konsisten dan berkelanjutan dalam seluruh kegiatan usahanya sehari-hari, mulai dari perencanaan strategi hingga pengolahan bahan dan produk jadi. Sebagaimana diuraikan berikut ini:

1. Implementasi pada Aspek Visi dan Misi

Menurut Tarigan et al (2025) dalam kerangka keberlanjutan, visi dan misi tidak hanya berfungsi sebagai pernyataan aspiratif, tetapi juga menjadi fondasi strategis yang mencerminkan komitmen organisasi terhadap isu lingkungan dan sosial. Hal ini sejalan dengan pendekatan *Triple Bottom Line* yang mencakup *profit*, *people*, dan *planet*, sebagaimana dikemukakan oleh John Elkington dalam Munadhir

& Rusnita (2025). Berdasarkan temuan penelitian, UMKM Craftonesia telah mengintegrasikan orientasi lingkungan ke dalam visi dan misinya sejak awal pendirian usaha. Pemilik Craftonesia menegaskan bahwa visi usahanya bukan semata-mata berorientasi ekonomi, melainkan juga diarahkan pada upaya menjadi pelopor dalam industri kerajinan ramah lingkungan berbasis daur ulang:

"Aku lebih kepengen menghasilkan karya ya, terus juga kepengen menjadi pelopor, khususnya yang bergerak di industri ramah lingkungan, kayak pemanfaatan kerajinan daur ulang limbah-limbah gitu, utamanya dari limbah kertas dan koran bekas sih." (PE, 14 Februari 2026)

Visi tersebut bukan sekadar pernyataan, melainkan dipegang sebagai pedoman dalam pengembangan usaha. Menurut Silalahi (2021), visi yang baik harus memiliki orientasi jelas pada masa depan dan menimbulkan komitmen tinggi bagi seluruh elemen organisasi. Hal ini tergambar dari pernyataan pemilik Craftonesia sebagai berikut:

"Ya itu penting dong, karena kan gini mba tanpa visi kita nggak bisa maju sampai sekarang. Visi itu yang kita pegang terus, supaya usaha bisa terus tumbuh dan menjadi brand yang lebih besar." (PE, 14 Februari 2026)

Lebih jauh, komitmen terhadap nilai ramah lingkungan bahkan dinyatakan sebagai identitas inti (DNA) usaha yang tidak dapat dilepaskan dari kegiatan Craftonesia. Meskipun terbuka peluang untuk menggunakan bahan lain yang lebih mudah atau populer di pasar, pemilik usaha secara konsisten memilih mempertahankan bahan limbah kertas sebagai material utama:

"Ini sih karena itu salah satu yang jadi DNAnyanya Craftonesia, mba. Jadi dari awal memang fokusnya dari kertas, bagaimana penyelesaian masalah limbah kertas gitu. Jadi sampai kapanpun tetap kita fokusnya di kertas ini." (PE, 14 Februari 2026)

Komitmen tersebut kemudian diwujudkan dalam misi operasional yang konkret, yaitu mempertahankan bahan baku limbah kertas, menjaga kualitas dan nilai estetika produk, menerapkan konsep *zero waste* dalam produksi, serta membuka pelatihan untuk mitra dan pemberdayaan masyarakat. Kombinasi visi yang berwawasan lingkungan dan misi yang terukur ini menunjukkan bahwa Craftonesia telah mengimplementasikan *green entrepreneurship* pada tataran strategis usahanya.

2. Implementasi pada Aspek Produksi

Selain tercermin pada visi dan misi, implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia juga diwujudkan secara nyata melalui keseluruhan proses produksi. Firmansyah et al (2019) menyatakan bahwa penerapan prinsip keberlanjutan dalam produksi mencerminkan tanggung jawab produsen dalam mengintegrasikan kepedulian lingkungan ke dalam aktivitas usahanya. Berdasarkan hasil penelitian, implementasi *green entrepreneurship* pada aspek produksi di UMKM Craftonesia terwujud melalui lima praktik utama yang dijalankan secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari.

a. Pengelolaan Bahan Baku

Seluruh produk Craftonesia menggunakan limbah kertas sebagai bahan baku utama, meliputi kertas koran, HVS, buram, majalah, buku paket, hingga buku tulis. Bahan baku ini diperoleh dari bank sampah, mahasiswa, dosen, teman, hingga konsumen yang secara aktif menyumbangkan kertas bekas. Meskipun berasal dari limbah, Craftonesia tetap menerapkan standar seleksi bahan baku, kertas yang digunakan harus bersih dan layak pakai, tidak boleh bekas gorengan atau terkontaminasi bahan lain yang dapat mengganggu proses produksi dan kualitas produk. Hal ini sebagaimana disampaikan Pemilik Craftonesia dalam wawancara:

"Biasanya dari bank sampah, dari teman-teman sendiri, dari mahasiswa sisa skripsian, dari dosen juga kadang ada, bahkan dari konsumen juga pernah ada yang membawa kertas." (PE, 14 Februari 2026)

Praktik ini menunjukkan bahwa penggunaan bahan daur ulang bukan berarti mengabaikan standar kualitas.

b. Alur Proses Produksi

Proses produksi di Craftonesia terdiri dari empat tahapan yang saling berkaitan dan seluruhnya dilakukan secara manual (*handmade*), sehingga meminimalkan penggunaan mesin dan polusi yang ditimbulkan. Pertama, tahap pemotongan dan pelinting, di mana kertas bekas dipotong dan dilinting menjadi gulungan kecil sebagai bahan dasar penganyaman. Kedua, pewarnaan dan pelapisan, yakni gulungan kertas diberi warna dari bahan alami seperti mahoni, kemudian dilapisi bahan *food grade* agar tahan air dan anti jamur. Ketiga, penganyaman secara manual sesuai bentuk produk yang diinginkan. Keempat, tahap *finishing* berupa pelapisan akhir dan penambahan komponen produk seperti *inner* dan *handle* pada tas guna meningkatkan kekuatan dan estetika. Penggunaan pewarna alami dan pelapis *food grade* merupakan cerminan nyata dari prinsip *green entrepreneurship* dalam proses produksi, karena bahan-bahan tersebut lebih aman bagi lingkungan dibandingkan bahan kimia sintetis.

c. Desain Produk

Proses perancangan desain di Craftonesia menggabungkan referensi dari internet khususnya produk berbahan rotan yang kemudian diadaptasi ke bahan kertas dengan permintaan langsung dari konsumen. Pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas inovasi yang tetap berfokus pada bahan ramah lingkungan sebagai material inti. Hal ini sebagaimana disampaikan Pemilik Craftonesia dalam wawancara:

"Ada yang aku cari referensi dari internet, biasanya produk dari rotan terus diterapkan ke kertas. Ada juga yang dari customer, mereka kirim contoh terus aku coba buat desainnya dulu." (PE, 14 Februari 2026)

d. Variasi Produk

Craftonesia telah mengembangkan berbagai kategori produk dari limbah kertas, meliputi tas, *home decor* (tempat tisu, nampan), souvenir, serta aksesoris (gantungan kunci, gelang, bros). Variasi produk ini menunjukkan bahwa bahan daur

ulang memiliki potensi yang luas untuk dikembangkan menjadi produk kreatif bernilai ekonomi tinggi.

e. Pengelolaan Limbah Produksi (*Zero Waste*)

Aspek yang paling mencerminkan komitmen lingkungan dalam proses produksi Craftonesia adalah penerapan konsep *zero waste*. Setiap sisa potongan kertas dari proses produksi tidak dibuang, melainkan dikumpulkan kembali dan diolah menjadi produk baru berukuran lebih kecil. Hal ini sebagaimana disampaikan Pemilik Craftonesia dalam wawancara:

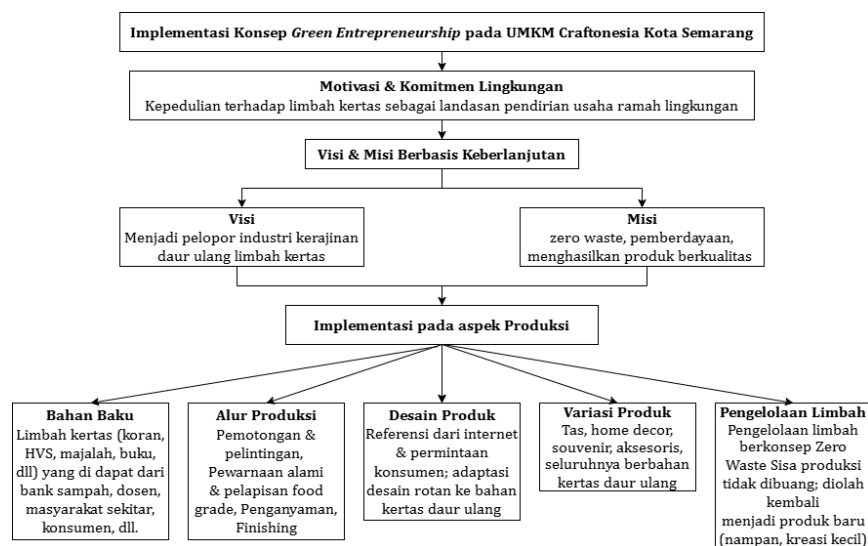
"Untuk sisa potongan kertas itu tidak kita buang, karena kita berkonsep zero waste. Jadi sebisa mungkin sisa-sisanya itu kita bikin kreasi lagi, misalnya dibuat produk lain seperti nampan." (PE, 14 Februari 2026)

Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu karyawan dalam wawancara:

"Setiap step dalam pengerjaan kita meminimalisir limbah. Jadi kalau ada sisa limbah, sebisa mungkin kita bikin kreasi lagi supaya tidak terbuang." (EV, 14 Februari 2026)

Penerapan *zero waste* ini sekaligus menjawab salah satu prinsip utama *green entrepreneurship*, yaitu meminimalkan dampak negatif usaha terhadap lingkungan pada setiap tahap operasional.

Berdasarkan uraian di atas, implementasi konsep *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia berjalan secara menyeluruh, mulai dari visi dan misi hingga proses produksi sehari-hari. Hal ini sejalan dengan pernyataan Yuliah (2020) bahwa implementasi merupakan proses interaksi antara tujuan yang ditetapkan dengan tindakan nyata untuk mencapainya. Gambaran menyeluruh mengenai alur implementasi tersebut disajikan dalam bagan berikut:



Gambar 2 Konsep Implementasi *Green Entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia

Sumber: Olah data wawancara, Februari 2026

Gambar di atas menunjukkan bahwa implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM Crafternesia tidak bersifat parsial, melainkan mencakup keseluruhan siklus usaha dari landasan nilai dan visi, hingga pengadaan bahan baku, proses produksi, dan pengelolaan limbah. Temuan ini sejalan dengan definisi Simajuntak et al (2025) bahwa *green entrepreneurship* adalah pendekatan yang memadukan praktik kewirausahaan dengan prinsip keberlanjutan secara menyeluruh, bukan hanya pada satu aspek tertentu. Secara keseluruhan, UMKM Crafternesia telah menunjukkan bahwa usaha berskala mikro pun mampu mengimplementasikan konsep *green entrepreneurship* secara konsisten dan bermakna. Komitmen terhadap penggunaan limbah kertas sebagai bahan baku, proses produksi manual yang minim polusi, pewarnaan alami, serta penerapan *zero waste* merupakan bukti nyata bahwa nilai-nilai kewirausahaan hijau telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari identitas usaha Crafternesia.

Hambatan dalam Implementasi Konsep *Green Entrepreneurship* pada UMKM Crafternesia

Implementasi konsep *green entrepreneurship* dalam suatu usaha tidak selalu berjalan tanpa kendala. Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap pemilik UMKM dan salah satu karyawannya, ditemukan beberapa hambatan dalam proses penerapan konsep tersebut. Hambatan-hambatan yang muncul berkaitan dengan aspek internal maupun eksternal usaha, meliputi: (1) keterbatasan sumber daya manusia, (2) proses produksi yang membutuhkan waktu lebih lama, (3) rendahnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan, serta (4) keterbatasan informasi terkait pengembangan usaha berkelanjutan.

Hambatan adalah segala sesuatu yang menghalangi atau merintang individu maupun organisasi dalam mencapai tujuannya (Suyedi & Idrus, 2019). Sejalan dengan itu, Schick et al sebagaimana dikutip dalam Prapti et al (2019) mengidentifikasi berbagai faktor penghambat yang umum dihadapi oleh para *ecopreneur*, antara lain kurangnya informasi, keterbatasan pengetahuan, rendahnya kesadaran, dan keterbatasan pendanaan. Temuan penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan beberapa hambatan tersebut.

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Hambatan paling dominan yang ditemukan dalam implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM Crafternesia adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan khusus dalam proses produksi. Teknik anyaman dari bahan kertas yang digunakan Crafternesia bukan merupakan keterampilan yang umum dimiliki oleh masyarakat sekitar, sehingga setiap tenaga kerja baru perlu menjalani pelatihan terlebih dahulu. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh pemilik Crafternesia dalam wawancara:

"Nah kalau yang itu iya, Mbak. Memang SDM yang masih jadi kendala ya kan ini soalnya untuk kayak anyam itu kan kadang kita perlu ngajarin dulu ya, apalagi di sini bukan dari lingkungan pengrajin anyaman gitu, terus nggak banyak yang tahu

juga. Jadi itu sih paling kendalanya di ya itu tadi sumber dayanya." (PE, 14 Februari 2026)

Proses pelatihan tersebut juga membutuhkan waktu yang tidak singkat mengingat tingkat kerumitan teknik produksi yang digunakan. Pemilik usaha menjelaskan lebih lanjut bahwa teknik yang diterapkan bukan merupakan teknik yang umum, sehingga diperlukan program pelatihan dan pemeberdayaan yang tidak berlangsung dalam waktu singkat. Kondisi serupa dikonfirmasi oleh salah satu karyawan Craftonesia, yang menyatakan bahwa setiap pekerja baru membutuhkan waktu beberapa hari sebelum mampu memproduksi secara mandiri:

"Waktu awal di Craftonesia ini, terutama pasti aku semacam training dulu. Jadi dijelasin dulu semuanya dari awal sampai akhir. Terus karena ini kan teknik anyam ya, yang nggak semua orang tahu dan bisa, jadi di awal banget tuh masih diajarin dulu pelan-pelan gimana caranya. Mungkin butuh waktu beberapa hari gitu sampai akhirnya kita paham, bisa jalan sendiri." (EV, 14 Februari)

Implikasi dari keterbatasan SDM ini tidak hanya memengaruhi waktu pelatihan, tetapi juga berdampak langsung pada kapasitas produksi usaha. Pemilik usaha mengakui bahwa beberapa pesanan dalam jumlah besar terpaksa ditolak akibat keterbatasan tenaga kerja yang tersedia, seperti pesanan sebanyak 150 unit produk dan 80 unit tempat tisu dengan tenggat waktu dua minggu yang tidak dapat dipenuhi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Baxter yang dikutip dalam Prapti et al (2019) bahwa kendala sumber daya, termasuk personalia, merupakan salah satu hambatan nyata dalam implementasi *ecopreneurship*.

2. Proses Produksi yang Memerlukan Waktu Lebih Panjang

Hambatan kedua berkaitan dengan proses produksi yang memerlukan waktu relatif lebih panjang dibandingkan produk konvensional. Hal ini disebabkan oleh penggunaan bahan daur ulang sebagai bahan baku utama yang memerlukan tahapan pengolahan tambahan sebelum dapat digunakan. Pemilik usaha menjelaskan bahwa meskipun biaya bahan baku lebih rendah, effort yang dibutuhkan jauh lebih besar karena proses pengolahannya yang lebih panjang, mulai dari mengolah lembaran kertas menjadi lintingan sebelum akhirnya dapat dianyam menjadi produk. Hal ini dipertegas oleh salah satu karyawan Craftonesia dalam wawancara:

"Mungkin karena ini kan kita handmade ya, jadi kadang tuh kita nggak bisa sekali bikin produk banyak. Apalagi orangnya kan sedikit ya di sini. Jadi kalau misal kayak pakai mesin yang instan gitu kan mereka bisa bikin sekaligus banyak produk, nah kalau kita benar-benar ngandelin tangan gitu kan, jadi nggak bisa yang langsung banyak gitu sih." (EV, 14 Februari 2026)

Hambatan ini merupakan konsekuensi dari komitmen usaha terhadap praktik produksi yang ramah lingkungan sekaligus berbasis kerajinan tangan. Kondisi ini selaras dengan pendapat Baxter yang dikutip dalam Prapti et al (2019) yang menyatakan bahwa *green business* kerap dianggap memperlambat dan mempersulit operasional, sehingga menimbulkan tantangan tersendiri bagi pelaku usaha hijau.

3. Rendahnya Kesadaran Konsumen terhadap Produk Ramah Lingkungan

Hambatan ketiga berkaitan dengan masih rendahnya kesadaran dan pemahaman sebagian konsumen terhadap nilai produk ramah lingkungan. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa konsumen lokal terkadang mempertanyakan harga produk yang dianggap terlalu tinggi untuk barang berbahan dasar kertas:

"Sebenarnya bisa dikatakan masih rendah ya mba kalau soal pemahaman mereka tentang produkku... customer lokal itu ya kadang malah kalau memang bukan pas marketnya, kadang mereka bilang, 'alah, dari kertas koran aja kok segitu mahalnya.'" (PE, 14 Februari 2026)

Pernyataan serupa diungkapkan oleh karyawan yang menyebutkan bahwa konsumen, terutama pada pameran dengan segmentasi luas, sering kali meragukan kualitas dan daya tahan produk berbahan kertas, khususnya terkait ketahanan produk terhadap air dan jamur. Namun demikian, keraguan tersebut dapat diatasi melalui penjelasan langsung mengenai proses produksi dan bahan pelapis yang digunakan. Temuan ini sesuai dengan hambatan yang dikemukakan Schick et al yang dikutip dalam Prapti et al (2019), yaitu *lack of awareness*, di mana kurangnya pemahaman konsumen terhadap produk ramah lingkungan menjadi kendala tersendiri bagi para *ecopreneur*. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Suarna et al (2025) pada UMKM Organik di Bandung, yang menekankan pentingnya edukasi aktif kepada konsumen untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk ramah lingkungan.

4. Keterbatasan Akses Informasi tentang Usaha Ramah Lingkungan

Hambatan keempat yang ditemukan adalah keterbatasan informasi mengenai berbagai aspek usaha ramah lingkungan, termasuk regulasi, sertifikasi, dan pengembangan bisnis hijau. Pemilik usaha menyatakan bahwa informasi mengenai hal tersebut masih terus berkembang dan belum sepenuhnya dapat diakses dengan mudah:

"Kalau masalah informasi itu nggak pernah cukup ya mba. Kaya gini sih, ini sertifikat Industri Hijau ini aja aku juga baru tahu. Jadi aku baru mulai mengulik lagi kan, apa sih itu SIH, gimana bikinnya." (PE, 14 Februari 2026)

Hambatan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Schick et al yang dikutip dalam Prapti et al (2019) mengenai *lack of information*, di mana ketersediaan informasi yang memadai dan langsung ditujukan kepada pelaku usaha hijau sangat diperlukan untuk mendukung penerapan bisnis berkelanjutan. Meskipun demikian, pemilik Craftonesia menunjukkan sikap proaktif dalam mengatasi keterbatasan ini dengan memanfaatkan teknologi informasi, termasuk internet dan kecerdasan buatan seperti ChatGPT, untuk mencari pengetahuan tambahan. Selain itu, pelatihan dari instansi pemerintah (dinas) juga secara aktif diikuti sebagai sumber informasi penting bagi pengembangan usaha.

Berbeda dengan hambatan-hambatan yang telah diuraikan di atas, keterbatasan modal tidak menjadi kendala yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh penggunaan bahan daur ulang sebagai bahan baku utama yang relatif mudah

diperoleh dengan biaya rendah, bahkan sebagian bahan baku diperoleh melalui hibah dari bank sampah. Pemilik usaha menyatakan:

"Ya pastinya ada, cuma tidak kemudian terlalu menjadi kendala, karena semua yang kita manfaatkan itu kan alhamdulillah kalau kertas aja kan kadang kita ini ya dapat hibah dari bank sampah tadi. Jadi secara bahan baku pengeluaran juga nggak banyak kan." (PE, 14 Februari 2026)

Temuan ini menarik karena bertolak belakang dengan hambatan *limited public funding* yang dikemukakan oleh Schick et al maupun Baxter sebagaimana dikutip dalam Prapti et al (2019) yang menyatakan bahwa masalah keuangan menjadi tantangan umum bagi *green business*. Dalam konteks penelitian ini, pilihan penggunaan bahan daur ulang sebagai bahan baku utama menjadi solusi efektif yang mampu menekan biaya produksi sekaligus mendukung prinsip keberlanjutan lingkungan. Dengan latar belakang pendidikan akuntansi, pemilik usaha mampu mengelola keuangan dengan cermat sehingga keterbatasan modal tidak menjadi faktor penghambat utama.

Secara keseluruhan, hambatan utama yang dihadapi UMKM Craftonesia dalam mengimplementasikan *green entrepreneurship* berpusat pada aspek sumber daya manusia dan proses produksi yang bersifat *handmade*. Sementara itu, hambatan terkait kesadaran konsumen dan ketersediaan informasi dapat dikelola secara aktif melalui edukasi dan pemanfaatan teknologi. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan modal, tetapi lebih dipengaruhi oleh kapasitas SDM, kemampuan beradaptasi dengan keterbatasan operasional, serta komitmen pemilik usaha dalam terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilannya. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi dan nilai yang dipegang teguh oleh seorang green entrepreneur memiliki peran sentral dalam keberlangsungan dan keberhasilan usaha berbasis keberlanjutan

Dampak Implementasi Konsep *Green Entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak diartikan sebagai benturan atau pengaruh yang menimbulkan akibat, baik yang bersifat positif maupun negatif. Sementara itu, Cahyono (2018) mendefinisikan pengaruh sebagai suatu keadaan yang menunjukkan adanya hubungan timbal balik atau sebab akibat antara apa yang memengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Adapun menurut Waralah Rd Cristo dalam Notalin et al (2021), dampak merupakan sesuatu yang timbul akibat suatu tindakan yang dilakukan, yang dapat bersifat positif maupun negatif, atau pengaruh kuat yang membawa akibat tertentu, baik positif maupun negatif.

Dalam konsep *green entrepreneurship*, suatu usaha tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi semata, tetapi juga dibangun dengan menekankan nilai-nilai lingkungan dan sosial yang kuat (Genoveva & Tanardi, 2022). Oleh karena itu, untuk memahami dampak implementasi *green entrepreneurship* digunakan pendekatan *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan oleh John

Elkington pada tahun 1994. Melalui pendekatan ini, penilaian kinerja perusahaan tidak lagi hanya bertumpu pada keuntungan finansial, tetapi juga dengan mempertimbangkan aspek lingkungan (*planet*), dan aspek sosial (*people*) di samping aspek ekonomi (*Profit*) (Munadhir & Rusnita, 2025).

1. Dimensi Planet (Lingkungan)

Pada dimensi *planet*, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi konsep *green entrepreneurship* memberikan kontribusi nyata terhadap pengurangan limbah kertas di lingkungan sekitar. Limbah kertas yang sebelumnya hanya dianggap sebagai sampah dimanfaatkan kembali sebagai bahan baku produk kerajinan yang memiliki nilai guna dan nilai ekonomi. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik usaha dalam wawancara:

“Eee kalau dampaknya ya kalau menurutku usahaku ini Craftonesia bisa turut membantu mengurangi limbah di sekitar ya, terutama limbah kertas karena ini di lingkungan kampus kan.” (PE, 14 Februari 2026)

Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada kegiatan produksi semata, tetapi juga memiliki kontribusi terhadap pengelolaan limbah di lingkungan sekitar. Pemanfaatan limbah kertas sebagai bahan baku menunjukkan adanya perubahan fungsi dari material yang sebelumnya tidak memiliki nilai menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Dengan demikian, praktik usaha yang dijalankan telah mencerminkan prinsip *green entrepreneurship* melalui pengintegrasian aktivitas bisnis dengan upaya pengurangan limbah serta pemanfaatan kembali sumber daya yang tersedia.

Selain dari aspek bahan baku, dampak lingkungan juga terlihat dari proses produksi yang diterapkan. Berdasarkan hasil penelitian, proses produksi dilakukan secara manual menggunakan alat sederhana serta bahan yang relatif aman bagi lingkungan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan yang disini berperan sebagai konsumen sekaligus pemangku wilayah setempat dalam wawancara:

“Iya, ramah lingkungan, karena pengerjaannya pun tidak menggunakan alat-alat yang menimbulkan uap dan sebagainya itu enggak sih, Mbak. Karena kan saya juga pernah lihat sendiri kan waktu itu ikut-ikutan buat, hanya kertas itu kemudian dipotong, dilem, dan dijemur ya dan menggunakan apa namanya pewarna, pewarnanya pun alami, pelapisnya juga nggak kan, nggak disemprot itu Mbak, hanya dicelup gitu kayanya tuh dicelup aja ya terus dikeringkan, hanya menggunakan apa namanya waktu itu hairdryer dan sebagainya lah, istilahnya tidak menimbulkan asap ngono loh itu, untuk bau juga nggak menimbulkan bau ya, jadi sebaliknya lingkungan sekitar ya kan tidak menimbulkan bau yang kurang enak.” (AS, 25 Februari 2026)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi konsep ramah lingkungan tidak hanya tercermin pada bahan baku yang digunakan, tetapi juga pada proses produksi yang dijalankan. Proses produksi yang sederhana dan minim polusi menunjukkan adanya Upaya untuk meminimalkan dampak negative terhadap lingkungan sekitar.

Secara keseluruhan, hasil penelitian pada dimensi *planet* (Lingkungan), dampak yang dihasilkan dari implementasi *green entrepreneurship* meliputi tiga hal, yaitu: (1) pengurangan limbah kertas di lingkungan sekitar; (2) efisiensi pemanfaatan sumber daya melalui daur ulang material; serta (3) penerapan proses produksi yang ramah lingkungan dengan tingkat polusi minimal.

2. Dimensi *People* (Sosial)

Selain berdampak pada aspek lingkungan, implementasi konsep *green entrepreneurship* juga memberikan dampak pada dimensi *people* (sosial), khususnya melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat. Usaha ini membuka peluang bagi masyarakat maupun mahasiswa di sekitar wilayah untuk terlibat dalam kegiatan produksi kerajinan berbahan limbah kertas. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik usaha dalam wawancara:

“Saya juga ingin bermanfaat untuk sekitar dengan pemberdayaan. Yang awalnya itu *environment womens*, sebenarnya pemberdayaan perempuan, karena aku pikir waktu itu pengennya fokus bantu ibu-ibu biar punya tambahan penghasilan. Tapi ternyata di lapangan yang ngebantu aku ada cowo juga, ada mahasiswa cowo yang ngebantu gitu kan. Akhirnya jadi pemberdayaan aja gitu, ngga hanya wanita. Jadi lebih ke pemberdayaan masyarakat sekitar. Karena menurut aku selama mereka mau belajar, mau ikut prosesnya, dan mau jalan bareng, ya kenapa ngga. Jadi memang dari awal sampai sekarang itu tetap sama sih mba motifnya bukan cuma berbisnis aja, tapi ya itu aku ingin bisnis aku ini juga eee menjadi solusi untuk limbah kertas yang waktu itu bingung mau di apakan dan aku juga kepengen bisnis ini bermanfaat ngga hanya buat aku saja yang mungkin saat ini cara aku agar bisnis ini bermanfaat untuk sekitar ya dengan pemberdayaan di lingkunganku itu dengan mengajak mereka belajar bersama.” (PE, 14 Februari 2026)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejak awal pendiriannya, usaha ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tujuan sosial yang jelas yaitu memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan produksi memberikan kesempatan bagi mereka untuk memperoleh pengalaman kerja sekaligus keterampilan baru dalam bidang kerajinan. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi *green entrepreneurship* pada Craftonesia tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pemilik usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia di lingkungan sekitar.

Selain membuka peluang kerja, model kerja yang diterapkan juga bersifat fleksibel sehingga memungkinkan mahasiswa untuk menyesuaikan waktu kerja dengan aktivitas perkuliahan mereka. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan yang disini sebagai masyarakat sekitar dalam wawancara berikut:

“Karena saya juga kan ikut bantu di sini ya, istilahnya freelance gitu. Terus juga beberapa kali mahasiswa tuh ada yang freelance juga di sini, tapi orangnya sekarang udah pada lulus. Jadi kaya di sela-sela kuliah saya datang ke sini, ikut belajar kerajinan-kerajinan yang ada di sini karena ini juga kan Craftonesia buka apa ya

pemberdayaan gitu. Terus disini juga tuh waktunya ngga mesti kaya e fleksibel lah. Ya selain belajar kita juga dapat fee kan karena bantu bantu, lumayan sih kak apalagi buat anak kos gitu.” (RI, 14 Februari 2026)

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan Craftonesia tidak hanya memberikan peluang kerja, tetapi juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja serta tambahan penghasilan tanpa harus meninggalkan kewajiban akademik mereka.

Dampak sosial lainnya adalah meningkatkan citra wilayah sebagai daerah yang mengembangkan usaha kreatif berbasis limbah dan ramah lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan adanya kunjungan studi banding dari pihak luar daerah, sebagaimana disampaikan salah satu informan yang disini berperan sebagai konsumen sekaligus pemangku wilayah setempat dalam wawancara:

“Tahun kemarin itu ada dari kabupaten mana ya di luar Jawa Mbak eehh daerah Kalimantan sana itu Bu Sekdanya kalau nggak salah itu berkunjung ke sini sama beberapa ibu-ibu Dharma Wanitanya berkunjung ke tempatnya Bu Pili, jadi mereka di sana itu kan pengrajinnya dari rotan tapi kok di sini itu dari kertas koran gitu, dia mungkin ini ya Mbak mungkin model-modelnya juga beda ya Bu Pili mungkin model-modelnya mengikuti tren gitu, nah itu mereka ke sini kaya studi banding istilahnya Mbak.” (AS, 25 Februari 2026)

Secara keseluruhan hasil penelitian pada aspek *people* (social) menunjukkan bahwa kegiatan usaha ini tidak hanya membuka peluang kerja, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan produksi. Proses belajar bersama dalam pembuatan kerajinan dari limbah kertas secara tidak langsung juga memberikan edukasi mengenai pemanfaatan limbah dan kepedulian terhadap lingkungan. Selain itu, keberadaan usaha ini turut memberikan dampak positif terhadap peningkatan citra wilayah sebagai lingkungan yang memiliki kegiatan usaha kreatif berbasis pemanfaatan limbah.

3. Dimensi *Profit* (Ekonomi)

Pada dimensi *profit*, implementasi konsep *green entrepreneurship* memberikan dampak terhadap peluang pasar serta nilai tambah produk yang dihasilkan. Konsep ramah lingkungan yang diusung menjadi salah satu faktor yang membedakan produknya dari produk kerajinan konvensional lainnya. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik usaha dalam wawancara:

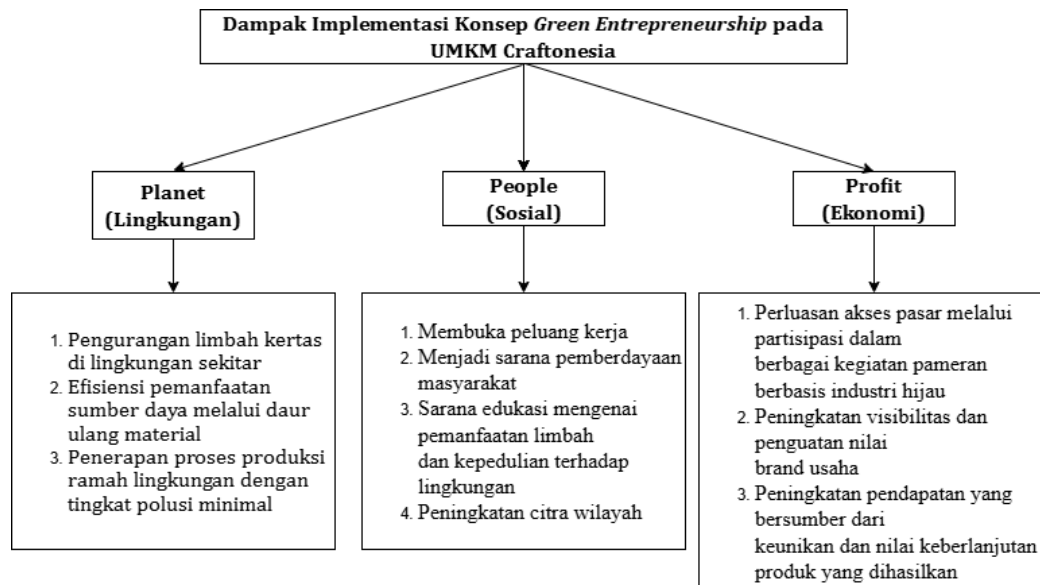
“Karena kan dengan mengusung ini ya industri hijau ini ternyata ini juga lagi digencarkan oleh pemerintah ya. Jadi ketika ada kegiatan-kegiatan itu eee yang berkaitan dengan sustainable gitu, industri hijau gitu kan, nah ini kan justru malah turut menambah income juga kan, karena aku punya kesempatan lebih banyak untuk ikut dalam pameran. Nggak cuma pameran-pameran biasa, Mbak, tapi itu tuh bahkan sampai pameran khusus pun aku bisa masuk karena itu relate dengan usahaku ya. Terus juga semakin banyak yang tahu dengan keunikan produkku gitu, nah itu kan malah jadi nilai plus brandku juga, Mbak.” (PE, 14 Februari 2026)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep ramah lingkungan yang diterapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi lingkungan, tetapi juga dapat menjadi strategi pemasaran yang memperluas peluang usaha. Selain itu, keunikan produk yang dibuat dari limbah kertas juga menjadi daya tarik bagi konsumen. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu konsumen dalam wawancara:

“Awalnya aku beli karena unik dulu, kok dari kertas bisa jadi barang gitu kan, penasaran dulu sih. Tapi setelah tahu oh ternyata produknya ramah lingkungan malah jadi kayak, ah beli lah lucu ini. Jadi bukan cuma lucu eee atau unik, tapi ada nilainya gitu loh. Jadi karena produknya ini unik dan tadi ya ramah lingkungan, kalau aku ya itu bisa menjadi ini sih daya tarik utama ketika aku membeli gitu.” (ND, 25 Februari 2026)

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa keunikan produk yang dihasilkan mampu menarik minat konsumen, sementara nilai ramah lingkungan yang dimiliki produk tersebut semakin memperkuat keputusan pembelian. Dengan demikian, pada dimensi ekonomi, dampak yang dihasilkan meliputi: (1) perluasan akses pasar melalui partisipasi dalam berbagai kegiatan pameran berbasis industri hijau; (2) peningkatan visibilitas dan penguatan nilai brand usaha; serta (3) peningkatan pendapatan yang bersumber dari keunikan dan nilai keberlanjutan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi konsep *green entrepreneurship* memberikan dampak yang selaras dengan pendekatan *Triple Bottom Line*, yaitu pada dimensi lingkungan (*planet*), sosial (*people*), dan ekonomi (*profit*). Temuan ini menunjukkan bahwa praktik usaha berbasis lingkungan tidak hanya berkontribusi terhadap pengurangan limbah dan pemberdayaan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan nilai ekonomi yang mendukung keberlanjutan usaha. Ketiga dimensi dampak tersebut saling mendukung dan memperkuat satu sama lain, sehingga implementasi *green entrepreneurship* dapat dipandang sebagai pendekatan bisnis yang holistik dan berkelanjutan. Untuk memperjelas hubungan antara implementasi konsep *green entrepreneurship* dengan berbagai dampak yang dihasilkan, maka temuan penelitian ini dapat digambarkan melalui bagan berikut:



Gambar 3 Konsep Dampak Implementasi *Green Entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia

Sumber: Olah data wawancara, Februari 2026

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi, implementasi, hambatan, dan dampak konsep *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia Kota Semarang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

Pertama, motivasi pemilik UMKM Craftonesia dalam memilih konsep *green entrepreneurship* terbentuk dari kombinasi lima faktor yang saling berkaitan, yaitu kepedulian terhadap lingkungan (*green values*), ketertarikan pada kerajinan tangan (*passion*), adanya respons positif masyarakat terhadap produk yang dihasilkan (*identifying gap in the market*), keinginan untuk memiliki usaha sendiri (*being their own boss*), serta kebutuhan memperoleh tambahan penghasilan (*making a living*). Di antara kelima faktor tersebut, *green values* menjadi titik awal yang paling mendasari lahirnya ide usaha, yaitu keprihatinan terhadap menumpuknya limbah kertas di lingkungan sekitar yang kemudian mendorong lahirnya gagasan untuk mengolah limbah tersebut menjadi produk kerajinan bernilai ekonomi.

Kedua, implementasi konsep *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia telah berjalan secara menyeluruh dan konsisten, mencakup dua aspek utama yaitu aspek visi dan misi serta aspek produksi. Pada aspek visi dan misi, Craftonesia menempatkan nilai ramah lingkungan sebagai identitas inti usaha dengan visi menjadi pelopor industri kerajinan daur ulang berbasis limbah kertas. Pada aspek produksi, implementasi diwujudkan melalui lima praktik utama, yaitu penggunaan limbah kertas sebagai bahan baku, proses produksi manual yang minim polusi, penggunaan pewarna alami dan pelapis food grade, pengembangan variasi produk

dari bahan daur ulang, serta penerapan konsep zero waste yang mengolah setiap sisa produksi menjadi produk baru.

Ketiga, dalam pelaksanaannya, terdapat sejumlah hambatan yang dihadapi UMKM Craftonesia, meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam teknik anyaman, proses produksi yang memerlukan waktu lebih lama akibat metode handmade, rendahnya kesadaran sebagian konsumen terhadap nilai produk ramah lingkungan, serta keterbatasan akses informasi mengenai regulasi dan sertifikasi usaha hijau. Sementara itu, keterbatasan modal tidak menjadi hambatan yang signifikan karena penggunaan bahan daur ulang yang diperoleh dengan biaya rendah justru menjadi solusi efisiensi biaya produksi.

Keempat, implementasi *green entrepreneurship* pada UMKM Craftonesia memberikan dampak positif yang mencakup tiga dimensi *Triple Bottom Line*. Pada dimensi *planet*, usaha ini berkontribusi pada pengurangan limbah kertas, efisiensi pemanfaatan sumber daya melalui daur ulang, serta proses produksi yang ramah lingkungan dengan tingkat polusi minimal. Pada dimensi *people*, kegiatan usaha membuka peluang kerja fleksibel, menjadi sarana pemberdayaan masyarakat dan mahasiswa sekitar, serta turut meningkatkan citra wilayah sebagai lingkungan yang mengembangkan usaha kreatif berbasis pemanfaatan limbah. Pada dimensi *profit*, konsep ramah lingkungan memperluas akses pasar melalui partisipasi dalam berbagai pameran berbasis industri hijau, memperkuat nilai brand usaha, serta meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen yang kemudian berdampak pada peningkatan pendapatan usaha.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan untuk kepentingan pengembangan usaha maupun penelitian selanjutnya.

Bagi UMKM Craftonesia, disarankan untuk terus memperkuat kapasitas sumber daya manusia melalui program pelatihan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, sehingga hambatan tenaga kerja tidak lagi membatasi kapasitas produksi. Selain itu, pemilik usaha perlu lebih aktif melakukan edukasi kepada konsumen mengenai nilai dan keunggulan produk ramah lingkungan agar kesadaran pasar terhadap produk berbahan daur ulang semakin meningkat. Upaya memperoleh sertifikasi Industri Hijau juga perlu diprioritaskan guna memperkuat legitimasi usaha di pasar yang semakin berorientasi keberlanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji tema serupa, terdapat beberapa arah pengembangan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, pengukuran implementasi *green entrepreneurship* perlu diperluas tidak hanya dari aspek produksi, tetapi juga mencakup aspek pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, hubungan dengan pemangku kepentingan, serta tata kelola usaha secara keseluruhan, sehingga gambaran implementasi yang diperoleh lebih komprehensif dan mencerminkan seluruh dimensi operasional usaha. Kedua, penelitian mendatang disarankan untuk mengukur dampak implementasi *green entrepreneurship* secara

kuantitatif, misalnya dengan mengukur volume riil limbah kertas yang berhasil direduksi dalam satuan berat atau jumlah unit per periode tertentu, sehingga kontribusi lingkungan yang dihasilkan dapat dibuktikan secara terukur dan tidak hanya bersifat persepsi. Ketiga, aspek dampak ekonomi perlu dikaji lebih dalam melalui analisis profitabilitas usaha, yaitu dengan membandingkan struktur biaya produksi berbasis daur ulang terhadap pendapatan yang diperoleh secara periodik. Analisis ini akan menghasilkan gambaran yang lebih objektif mengenai sejauh mana konsep green entrepreneurship benar-benar memberikan keuntungan finansial yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM, sekaligus membuka peluang untuk mengevaluasi apakah model bisnis hijau ini layak untuk direplikasi oleh pelaku usaha lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agan, Y., Acar, M. F., & Borodin, A. (2013). *Drivers of environmental processes and their impact on performance: a study of Turkish SMEs*. *Journal of Cleaner Production*, 51, 23–33.
- Ardianingsih, A., & Meliana, F. (2022). *Edukasi Ekonomi Hijau Dalam Menumbuhkan Semangat “Green entrepreneurship.”* Pena Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2.
- Arsvendo, D. (2022). *Implementasi Green Economy Pada Umkm Kampung Pia Desa Kejapanan Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan*. 1–101.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). *Kota Semarang Dalam Angka 2025*. <https://semarangkota.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/e4acda942390244ca5c1d08b/kota-semarang-dalam-angka-2025.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). *Profil Industri Mikro dan Kecil Kota Semarang 2023*. <https://semarangkota.bps.go.id/id/publication/2025/02/13/7b0b0c02187fa408df3516cd/profil-industri-mikro-dan-kecil-kota-semarang-2023.html>
- Cahyono, A. S. (2018). *Dampak Media Sosial Terhadap Permasalahan Sosial Anak*. *Publiciana*, 11(1), 89–99.
- Capah, B. M., Rachim, H. A., & Raharjo, S. T. (2023). *Implementasi SDG's-12 melalui Pengembangan Komunitas dalam Program CSR*. *Share: Social Work Journal*, 13(1), 150–161.
- Damayanti, D., & Oktariani, M. (2023). *Edukasi Green Economy dalam Pembentukan Green Entrepreneurial Behavior pada Mahasiswa*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 790–799.
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. PT RajaGrafindo Persada.
- Eni, P., Puji Astuti, A., Furqon Alfaridzhi, M., & Panorama, M. (2022). *Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Pada Kawasan Urban di Kota Palembang*. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 265–276. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.258>
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). *Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen generasi Z*. *Iqtishoduna: Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis Islam, 15(1), 57–70.

- Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). *Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions*. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065>
- 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.
- Genoveva, G., & Tanardi, J. (2022). *Green Entrepreneurship: A New Paradigm for Millennials in Indonesia*. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 17(4).
- Kemenko Perekonomian RI. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. *Ekon.Go.Id*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kemenparekraf. (2024). *Indikator Makro Parekraf 2022/2023*. <https://tasransel.kemenparekraf.go.id/indikator-makro-parekraf-20222023/show>
- Krisnawati, D. M., Prajanti, S. D. W., & Setyadharma, A. (2024). *Willingness To Pay Produk Ekonomi Kreatif Berlabel Ramah Lingkungan di Kalangan Generasi Milenial Kota Semarang*. *Business and Economic Analysis Journal*, 4(1), 50–61.
- Mahfudzoh, S. (2021). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pada industri kriya souvenir khas Lampung”(Studi Kasus pada Istana Seni Magelangan Kota Metro)*. IAIN Metro.
- Masitah. (2025). *Penerapan Green Economy oleh Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Banjarmasin*. UIN Antasari Banjarmasin
- Maswan, P., N, M. D., Budiman, L. E., Hidayati, F., Ridho, M. A. N., Inzaghi, Y. H. D., & Arimbi, D. (2025). *Buku Putih: Mewujudkan Masa Depan Bisnis Berkelanjutan melalui Pemberdayaan UMKM Hijau*. 1–72. [https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/dokumenbappenas/konten/Dokumen2025/Konten/INA - Green SMEs and Net Zero- Strategic Framework for Indonesia's Climate-Aligned Economic Transformation EBOOK FINAL \(1\).pdf](https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/dokumenbappenas/konten/Dokumen2025/Konten/INA - Green SMEs and Net Zero- Strategic Framework for Indonesia's Climate-Aligned Economic Transformation EBOOK FINAL (1).pdf)
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Munadhir, & Rusnita. (2025). *Kewirausahaan Berkelanjutan (Konsep, Pengembangan, dan Akselerasi Bisnis)*. Yayasan Mitra Husada.
- Notalin, E., Afrianty, N., & Asnaini, A. (2021). *Dampak Covid-19 terhadap tingkat efisiensi kinerja keuangan bank umum syariah di Indonesia menggunakan pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA)*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1), 169–178.
- Nugroho, A. (2025). *87 Persen UMKM Belum Adopsi Bisnis Hijau*. *Ugm.Ac.Id*. <https://ugm.ac.id/id/berita/87-persen-umkm-belum-adopsi-bisnis-hijau/>
- Nursamsi. (2025). *Implementasi Konsep Green Economy Pada Home Industry Makanan*

dan Minuman di Kota Palopo. UIN Palopo.

- Prapti, M. S., Trimeiningrum, E., Irmawati, B., & Soegijapranata, U. K. (2019). *Faktor penghambat dan pemicu menjadi ecopreneur studi pada ikm di kota semarang.*
- Rosydi, M., & Putra, A. D. (2025). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Seni Kriya Berbasis Bahan Daur Ulang.* SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(11), 1083–1088.
- Saari, U. A., & Joensuu-Salo, S. (2022). *Green entrepreneurship.* In *Responsible consumption and production* (pp. 302–312). Springer.
- Silalahi, I. V. (2021). *Visi, Misi dan Nilai Perusahaan.* *Manajemen Strategik*, 37.
- Simajuntak, D. F., Wijaya, R. T., Erik, E., Widyastuti, L. Y., Anugerah, M. D., & Putri, C. N. K. (2025). *Kewirausahaan Ramah Lingkungan: Upaya Menciptakan Keseimbangan Bisnis Berkelanjutan pada Kewirausahaan Mahasiswa.* *Jendela Akademika*, 3(02).
- Suarna, I. F., Patmawati, P., & Rumbayan, N. D. N. (2025). *Penerapan Green Entrepreneurship Pada UMKM Organik di Bandung.* 3(4), 202–208.
- Suyedi, S. S., & Idrus, Y. (2019). *Hambatan-hambatan belajar yang mempengaruhi hasil belajar mahasiswa dalam pembelajaran mata kuliah dasar desain jurusan IKK FPP UNP.* *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 8(1), 120.
- Tarigan, N. L. L., Endika, Y., Yusriana, C. S., Sulistyowati, E., Wulandari, H. P., Parmini, Octivaningsih, A. R., Yuliasuti, R., Garwanti, N. D., & Wijaya, P. S. M. (2025). *Green Strategic Management Integrasi Nilai Lingkungan Dalam Keputusan Bisnis.* CV. PUSTAKA INSPIRASI MINANG.
- Uno, H. B. (2023). *Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan.* Bumi Aksara.
- Yuliah, E. (2020). *Implementasi kebijakan pendidikan.* *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(2), 129–153.