

Analisis Peran Kapabilitas Inovasi pada Keberlanjutan Bisnis Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus: Oceco, Pure Bubble dan Puri Hana)

Siti Nayla Rahmadani¹, Astri Ghina²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, sitinayla@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, aghina@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan pada usaha mikro, terutama di sektor teknologi dan produk ramah lingkungan. UMKM berperan penting dalam perekonomian, namun menghadapi tantangan dalam mengembangkan inovasi berkelanjutan untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana kapabilitas inovasi mendukung keberlanjutan usaha produk ramah lingkungan. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi kasus pada tiga UMKM: OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa ketiga UMKM memanfaatkan inovasi produk, proses, dan pemasaran secara strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi dampak lingkungan, dan menciptakan nilai sosial. Inovasi pemasaran edukatif juga digunakan untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Meskipun menghadapi kendala seperti keterbatasan sumber daya dan distribusi, ketiganya tetap konsisten menjalankan praktik ramah lingkungan. Penelitian ini memberikan kontribusi akademis sebagai referensi studi inovasi dan keberlanjutan UMKM serta dorongan praktis bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan kapabilitas inovasi dan memanfaatkan teknologi secara efisien guna meningkatkan daya saing jangka panjang.

Kata Kunci- UMKM, Usaha Kecil, Kapabilitas Inovasi, *Eco-friendly*, Keberlanjutan Usaha

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan startup dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, terutama pada sektor berbasis teknologi dan produk ramah lingkungan. Indonesia sebagai negara dengan populasi besar dan penetrasi internet tinggi memberikan peluang besar bagi perkembangan usaha yang inovatif (Wahyuni & Noviaristanti, 2022). Namun, di tengah perkembangan ini, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, seperti ketidakstabilan pendapatan, rendahnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan, dan tingginya biaya produksi. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, termasuk kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Indonesia saat ini merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan UMKM tertinggi di Asia Tenggara. UMKM menyumbang sekitar 60,5% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 96% tenaga kerja nasional (Kementerian Keuangan, 2023). UMKM dapat berkontribusi dengan membangun perusahaan yang inovatif dan berdaya saing tinggi, serta membawa dampak positif dengan memberikan solusi atas permasalahan yang relevan di masyarakat seperti lapangan kerja (Ermawati & Lestari, 2022). Efendi et al. (2023) mengatakan bahwa usaha kecil memiliki keunggulan dalam hal kecepatan dan inovasi, yang memungkinkan mereka untuk mengubah paradigma industri yang berdampak pada sektor usaha kecil di Indonesia. UMKM yang mengadopsi prinsip keberlanjutan kini menjadi bagian penting dalam ekosistem pembangunan ekonomi nasional.

Masih terdapat banyak usaha kecil yang belum optimal dalam mengembangkan inovasi pada aspek produk, proses, maupun pemasaran. Khasanah et al. (2023) mengatakan tingkat pengungkapan prinsip keberlanjutan di sektor bisnis Indonesia masih berada di bawah 25% yang mengindikasikan rendahnya keterlibatan sektor ini dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Di sisi lain, penelitian oleh Singh et al. (2020) menunjukkan bahwa penerapan inovasi berbasis lingkungan dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memberikan dampak sosial yang positif, seperti peningkatan inklusi ekonomi dan pemberdayaan komunitas.

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian, kemampuan individu untuk berinovasi sangat penting, terutama terhadap pertumbuhan UMKM. Menurut Hall & Vredenburg (2003) perusahaan yang mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi keberlanjutan memiliki peluang yang lebih besar untuk menciptakan nilai jangka panjang. Kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang cepat sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan (Freeman, 2015). Inovasi sendiri didefinisikan sebagai

cara-cara baru dalam menciptakan dan mengelola proses, produk, serta hubungan sosial dan organisasi, termasuk penggunaan teknologi, pendekatan kelembagaan, dan praktik bisnis yang mendukung tujuan keberlanjutan (Grin et al., 2010). Dalam konteks UMKM, inovasi tidak hanya berarti penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perubahan cara kerja yang berdampak pada efisiensi, reputasi perusahaan, dan keberlanjutan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan pandangan Dhewanto et al. (2015), bahwa inovasi tidak hanya meningkatkan daya saing bisnis, tetapi juga menjadi sarana penting dalam mewujudkan praktik usaha yang berkelanjutan. Hanaysha et al. (2022) menyatakan bahwa UMKM yang dikenal inovatif dalam praktik berkelanjutan cenderung memiliki citra yang lebih positif dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi.

Lebih lanjut, sektor UMKM yang mengedepankan keberlanjutan menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan sumber daya, fluktuasi penjualan, serta tingginya biaya produksi produk ramah lingkungan. Berdasarkan data internal, OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana mengalami ketidakstabilan pendapatan dari bulan ke bulan, yang diduga disebabkan oleh kesadaran masyarakat yang masih rendah terhadap produk ramah lingkungan, serta keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam situasi seperti ini, inovasi menjadi faktor kritis dalam menjawab tantangan tersebut. Penelitian oleh (Tuasikal & Safitri, 2024) menekankan bahwa kreativitas dan inovasi sangat penting dalam meningkatkan ketahanan bisnis UMKM terhadap tekanan eksternal. Dengan mempertimbangkan kondisi di atas, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana kapabilitas inovasi diterapkan oleh UMKM dalam konteks keberlanjutan. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan pengalaman langsung para pelaku usaha dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi inovasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan kapabilitas inovasi dalam konteks usaha mikro di bidang *eco-friendly*, khususnya pada OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana. Fokus utama penelitian adalah memahami bagaimana strategi inovasi yang diterapkan oleh ketiga UMKM tersebut berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha, dilihat dari perspektif para pelaku usaha sebagai pemangku kepentingan utama.

Secara keseluruhan, studi ini berupaya memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur tentang inovasi dan keberlanjutan di sektor usaha mikro, sekaligus memberikan wawasan praktis bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi inovasi yang efektif untuk menghadapi tantangan sosial, lingkungan, dan ekonomi. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan baik pelaku usaha, akademisi, maupun pembuat kebijakan dalam mendorong transformasi bisnis menuju model yang lebih berkelanjutan.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Tinjauan Pustaka

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kemampuan individu atau kelompok dalam mengenali peluang, memanfaatkan teknologi, serta menciptakan usaha yang berkelanjutan (Nambisan et al., 2019). Selain berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, kewirausahaan juga menuntut kemampuan adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha dan ketidakpastian (Stevenson & Jarillo, 1990). Hal ini mencakup keberanian mengambil risiko serta kemampuan untuk membangun ketahanan bisnis (Harmadji et al., 2022). Secara empiris, kewirausahaan yang berbasis inovasi terbukti mendorong kelangsungan usaha dan meningkatkan daya saing, terutama dalam sektor usaha mikro yang menghadapi tekanan pasar dan keterbatasan sumber daya (Clarissa et al., 2023).

2. Usaha, Kecil, Menengah dan Mikro (UMKM)

UMKM adalah unit usaha skala kecil yang dikelola oleh individu atau kelompok dengan karakteristik mandiri, fleksibel, dan berorientasi pada pasar lokal (Sudartono et al., 2022). UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, baik di negara berkembang maupun negara maju, dengan kontribusi nyata terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan (Tambunan, 2021). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, yang terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah (Kementerian Keuangan, 2023).

Secara teoritis, UMKM memiliki struktur organisasi yang lebih sederhana dan bersifat adaptif terhadap perubahan pasar. UMKM biasanya beroperasi di sektor-sektor produksi, perdagangan, dan jasa, dengan penekanan pada pendekatan personal dan lokalitas (Schaper et al., 2014). UMKM merupakan agen penting dalam mendorong inovasi dan inklusi ekonomi, terutama dalam menciptakan peluang kerja di komunitas lokal dan meningkatkan produktivitas (International Finance Corporation (IFC), 2017). Di Indonesia, UMKM juga dianggap sebagai tulang punggung perekonomian nasional yang berperan dalam pemerataan pendapatan dan penguatan daya saing daerah (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2016).

3. Inovasi

Inovasi merupakan aspek strategis dalam meningkatkan daya saing dan kelangsungan hidup perusahaan. Kemampuan berinovasi memungkinkan pelaku usaha untuk menjawab tantangan pasar serta memperkuat posisi dalam

persaingan bisnis (Heenkenda et al., 2022). kapabilitas inovasi mencakup kemampuan organisasi dalam mengelola pengetahuan, membangun kemampuan inovatif, serta menjalin kolaborasi eksternal (Drejer, 2004). Inovasi juga berkontribusi terhadap adaptasi perusahaan terhadap perubahan, serta mendukung pertumbuhan usaha (Dhewanto et al., 2015). Inovasi mendukung ketahanan UMKM saat krisis, seperti pandemi COVID-19, dan mendorong keberlanjutan usaha (Anggadwita et al., 2021). Inovasi juga dipandang sebagai aset tak berwujud berbasis pengetahuan yang penting bagi kelangsungan dan keunggulan perusahaan (Heenkenda et al., 2022; Zatia Zatia et al., 2023). Inovasi tidak hanya bertujuan menekan biaya, tetapi juga menciptakan nilai pasar dan memenuhi ekspektasi pelanggan (Aldianto et al., 2021). inovasi terdiri dari tiga dimensi utama yaitu, inovasi proses, inovasi produk, dan inovasi pemasaran (Dhewanto et al., 2015).

4. Keberlanjutan Bisnis

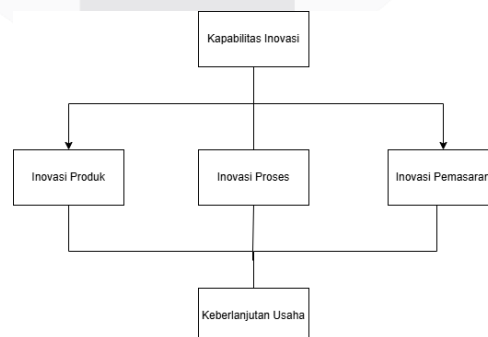
Keberlanjutan bisnis didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan eksistensi jangka panjang melalui pemanfaatan sumber daya, pengetahuan, dan akses yang dimiliki (Hatammimi & Yuliyanti, 2024). Bisnis yang memperhatikan dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi dapat dianggap berkelanjutan (Zulkiffli et al., 2022). melalui konsep *Triple Bottom Line* menegaskan bahwa keberlanjutan tidak hanya diukur dari aspek ekonomi (*profit*), tetapi juga dari dampak sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) (Elkington, 2000). Dalam konteks ini, inovasi memegang peranan penting sebagai pendorong utama tercapainya keberlanjutan (Kafa et al., 2013). Model bisnis yang fleksibel, yang memadukan strategi inovatif dan orientasi keberlanjutan, dinilai lebih tahan terhadap perubahan eksternal. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan menjadi faktor kunci dalam kesuksesan transisi perusahaan menuju arah yang lebih berkelanjutan (Biloslavo et al., 2020). Dalam hal ini, keterlibatan aktif dari pihak internal dan eksternal organisasi sangat diperlukan untuk mendukung inisiatif-inisiatif keberlanjutan.

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan struktur konseptual yang mengintegrasikan variabel-variabel utama untuk menjelaskan hubungan antar konsep dalam suatu fenomena (Whetten, 1989). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM yang berfokus pada produk-produk ramah lingkungan, dengan studi kasus pada OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana. Kapabilitas inovasi mencerminkan kemampuan usaha untuk menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Menurut Dhewanto et al. (2015), kapabilitas ini terbagi ke dalam tiga jenis inovasi utama, yaitu: inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran. Ketiga jenis inovasi tersebut diyakini memiliki kontribusi yang signifikan dalam memperkuat daya saing dan mempertahankan keberlanjutan bisnis, terutama di tengah meningkatnya tuntutan terhadap praktik usaha yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Dalam konteks ini, inovasi produk mencakup penciptaan atau peningkatan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen akan keberlanjutan. Inovasi proses berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi dampak lingkungan. Sementara itu, inovasi pemasaran memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui strategi promosi dan distribusi yang lebih efektif.

Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali secara mendalam pengalaman pelaku usaha dalam menerapkan kapabilitas inovasi guna mempertahankan kelangsungan usaha. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi pelaku UMKM dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan model bisnis berbasis inovasi berkelanjutan. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 1:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Diolah Penulis (2025)

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memberikan landasan penting untuk memahami dan menjelaskan karakteristik dari objek atau situasi secara detail. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk memahami perilaku, persepsi, dan pengalaman dalam bisnis melalui metode seperti wawancara, diskusi kelompok, atau studi kasus (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian kualitatif fokus pada pemahaman pandangan pribadi peserta dan situasi yang mempengaruhi fenomena yang diteliti, dengan menggunakan cara seperti wawancara, pengamatan langsung, dan analisis teks (Neuman, 2014). Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara, yang kemudian hasilnya diolah menjadi verbatim. Pendekatan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan induktif. Penelitian induktif adalah metode yang dimulai dengan mengamati fenomena tertentu untuk membuat generalisasi atau kesimpulan yang lebih luas secara umum (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif karena berawal dari pengumpulan data empiris.

Pada penelitian ini latar penelitian yang digunakan yaitu *noncontrived setting*. *Noncontrived setting* merupakan lingkungan alami di mana aktivitas atau kejadian terjadi secara spontan tanpa adanya manipulasi atau intervensi dari peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini dilakukan dengan cara memahami fenomena dalam kondisi alaminya tanpa mengubah situasi atau konteks yang ada.

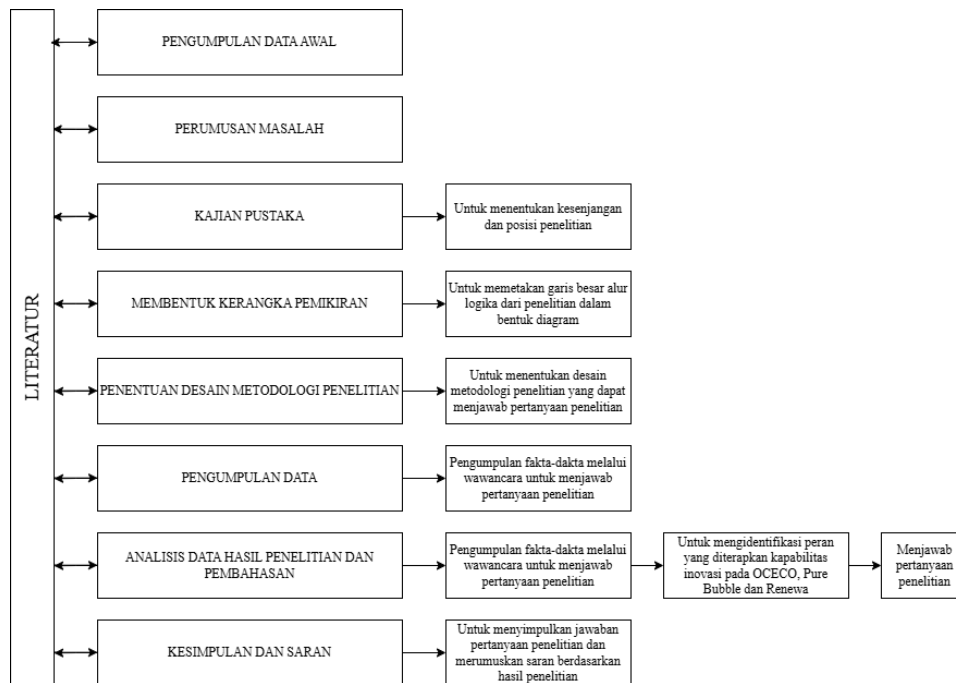
Pendekatan studi kasus dipilih sebagai metode untuk memahami permasalahan secara mendalam dan nyata, dengan memanfaatkan data yang relevan serta mengandalkan berbagai sumber bukti. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, serta analisis dokumen yang berhubungan dengan topik penelitian. Studi kasus merupakan pengamatan peristiwa kontemporer (dikenal sebagai "kasus") dalam situasi kehidupan nyata, terutama ketika hubungannya dengan konteksnya tidak jelas (Yin, 2014). Strategi penelitian studi kasus juga dapat melibatkan beberapa kasus, yaitu lebih dari satu kasus. Alasan utama dari penggunaan beberapa kasus adalah untuk mengetahui apakah temuan tersebut dapat diterapkan atau ditemukan kembali di seluruh kasus (Saunders et al., 2016). Keterlibatan peneliti pada penelitian ini adalah minimal, artinya peneliti hanya mengamati data tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel maupun mengganggu alur normal peristiwa yang sedang berlangsung (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam menentukan waktu pelaksanaan penelitian, studi ini menerapkan metode *Cross Sectional*. *Cross sectional* merupakan penelitian di mana data dikumpulkan sekali saja, dalam beberapa hari, minggu, atau bulan, untuk menjawab suatu pertanyaan (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut merupakan tabel yang melampirkan secara rinci metode penelitian dan karakteristik yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 1 Karakteristik Penelitian

No. Karakteristik Penelitian	Jenis
1. Berdasarkan Tujuan Penelitian	Deskriptif
2. Berdasarkan Metode Penelitian	Kualitatif
3. Berdasarkan Pendekatan Teori	Induktif
4. Berdasarkan Latar Penelitian	<i>Noncontrived Setting</i>
5. Berdasarkan Unit Strategi	Studi Kasus
6. Berdasarkan Keterlibatan Penelitian	Minimal
7. Berdasarkan Unit Analisis	Individu
8. Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	<i>Cross Sectional</i>

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Adapun tahapan penelitian melibatkan beberapa langkah untuk mempermudah pengumpulan data dan memahami masalah atau peluang yang ada. Tahapan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2 Tahapan Penelitian

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Penelitian ini dimulai dengan melakukan pengumpulan data awal untuk memahami konteks penelitian, khususnya terkait dengan kapabilitas inovasi yang diterapkan pada bisnis ramah lingkungan seperti OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana. Tahap ini membantu dalam merumuskan masalah utama yang akan diteliti, yaitu peran kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan bisnis.

Ada empat aspek yang perlu dipertimbangkan dalam diskusi mengenai peserta dan lokasi penelitian, yaitu (Miles et al., 2014):

1. *Setting*: UMKM OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana yang berfokus pada produk ramah lingkungan.
2. *Actors*: Pemilik usaha sebagai subjek utama wawancara dan observasi.
3. *Events*: Aktivitas inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha terkait keberlanjutan bisnis mereka.
4. *Process*: Interaksi, kolaborasi, dan proses penerapan inovasi dalam pengelolaan bisnis.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan data yang dikumpulkan valid dan dapat dipercaya, terutama dalam penelitian studi kasus (Yin, 2014).

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tujuan mengungkap pandangan orang tanpa adanya respons evaluatif dari pihak peneliti (Groenland & Dana, 2019). Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah Wawancara Terstruktur (*Structured Interviews*). Penelitian ini dilakukan pada usaha mikro di bidang *eco-friendly* yang pemiliknya merupakan mahasiswa Telkom University.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian melibatkan pencatatan sistematis data untuk menjaga keakuratan, mempermudah analisis, dan memastikan transparansi, dengan memperhatikan etika dan kerahasiaan (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini dokumentasi penting karena memberikan validitas, keandalan, dan konteks tambahan bagi data, serta menjaga kredibilitas penelitian melalui rantai bukti yang jelas.

c. Observasi

Pengamatan langsung terhadap suatu fenomena yang menjadi objek penelitian dikenal sebagai observasi.

Untuk menjamin kualitas temuan dalam penelitian ini, dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas menggunakan pendekatan dari (Yin, 2014). Validitas konstruk dilakukan melalui triangulasi metode, sumber data, dan perspektif teori. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dibandingkan serta dianalisis dari berbagai sudut pandang teoretis untuk memperkuat interpretasi.

Validitas internal atau *credibility* diperkuat melalui teknik *pattern matching* dan *explanation building*, yaitu dengan

mencocokkan pola temuan lapangan terhadap kerangka konseptual dan menyusun narasi penjelasan yang didukung oleh kutipan langsung dari responden (Yin, 2014). Meskipun penelitian ini bersifat cross-sectional, upaya verifikasi dilakukan untuk menjamin konsistensi logika penarikan kesimpulan.

Untuk validitas eksternal (*transferability*), penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus jamak (*multiple case study*) yang memungkinkan hasil dapat dibandingkan dan diuji keterpindahannya ke konteks serupa (Hardani et al., 2020). Pelaporan hasil dilakukan secara sistematis agar dapat diterapkan secara luas di lingkungan UMKM lainnya.

Sementara itu, reliabilitas (*dependability*) dijaga melalui penggunaan protokol wawancara dan dokumentasi yang lengkap, termasuk catatan verbatim, profil informan, serta pencatatan sistematis dalam database studi kasus (Yin, 2003). Hal ini bertujuan agar penelitian dapat direplikasi dengan hasil yang serupa oleh peneliti lain dengan konteks yang sama.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif dari (Miles et al., 2014), yang mencakup tiga komponen utama, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

- a. *Data Condensation*
Reduksi data dilakukan dengan menyaring, mengode, dan mengelompokkan data dari hasil wawancara dan dokumentasi berdasarkan kategori seperti inovasi produk, proses, dan pemasaran. Proses ini berlangsung terus-menerus sejak awal pengumpulan data hingga tahap analisis akhir.
- b. *Data Display*
Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi dan tabel tematik untuk memberikan gambaran yang ringkas dan bermakna terhadap informasi yang telah dikumpulkan.
- c. *Conclusion Drawing/Verification*
Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan dengan mengidentifikasi pola, menemukan keterkaitan antar konsep, serta melakukan validasi silang dengan berbagai sumber untuk meningkatkan keakuratan hasil

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini penulis melakukan proses pengumpulan data dengan melakukan identifikasi terkait kemampuan inovasi terhadap keberlanjutan bisnis yang dijalankan oleh usaha produk ramah lingkungan. Penulis mengumpulkan data menggunakan metode wawancara dengan tiga pemilik usaha produk ramah lingkungan. Adapun 3 usaha tersebut terdiri dari OCECO (N1), Pure Bubble (N2), dan Puri Hana (N3) yang telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

Tabel 2 Profil Narasumber		
No.	Deskripsi	
1.	N1	
	Nama	: Laura Anastasia
	Kode Narasumber	: N1
	Jabatan	: Owner/CEO OCECO
	Bidang Usaha	: <i>Slow Fashion</i>
	Hari/Tanggal	: 21 April 2025
	Lokasi	: Zoom Meeting
	Durasi	: 1 jam 27 menit
2.	N2	
	Nama	: Ahliva
	Kode Narasumber	: N2
	Jabatan	: Owner/CEO Pure Bubble
	Bidang Usaha	: <i>Personal Care Product</i>
	Hari/Tanggal	: 22 April 2025
	Lokasi	: Zoom Meeting
	Durasi	: 49 menit
3.	N3	
	Nama	: Fitri Rahmalia
	Kode Narasumber	: N3
	Jabatan	: Owner/CEO Puri Hana
	Bidang Usaha	: <i>Personal Care Product</i>
	Hari/Tanggal	: 17 April 2025
	Lokasi	: <i>Student Lounge FEB It. 4</i>
	Durasi	: 1 jam 40 menit

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Penelitian ini menganalisis peran kapabilitas inovasi dalam mendukung keberlanjutan usaha pada UMKM ramah lingkungan, dengan merujuk pada teori inovasi bisnis (Dhewanto et al., 2015)) dan konsep *triple bottom line* dalam keberlanjutan usaha (Elkington, 2000; Khan & Quaddus, 2015). Wawancara dilakukan terhadap tiga pemilik usaha (OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana) untuk menilai penerapan inovasi produk, proses, dan pemasaran serta dampaknya terhadap aspek keberlanjutan.

A. Inovasi Produk

Ketiga pelaku usaha menunjukkan kemampuan dalam mengembangkan produk berdasarkan riset pasar, pengalaman pribadi, dan preferensi konsumen. Inovasi dilakukan secara adaptif, tidak terikat waktu, melainkan berlandaskan evaluasi berkala terhadap kebutuhan dan minat konsumen. Hasil inovasi juga mencerminkan perhatian terhadap nilai keberlanjutan, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan dan produksi berbasis kebutuhan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi produk mencakup pengembangan barang atau jasa yang menunjukkan perubahan signifikan dalam fungsi atau manfaat (Harel, 2021; Wawan Dhewanto et al., 2015).

B. Inovasi Proses

Peningkatan efisiensi produksi dilakukan melalui evaluasi internal maupun masukan pelanggan, serta penerapan metode produksi yang hemat sumber daya. Pelaku usaha menghadapi tantangan seperti pencarian bahan baku berkelanjutan dan segmentasi pasar yang masih minim kesadaran akan lingkungan. Dalam distribusi, strategi disesuaikan dengan kemampuan dan kondisi masing-masing usaha, mulai dari sistem langsung ke konsumen hingga kerja sama dengan pihak ketiga. Tantangan utama mencakup keterbatasan bahan baku dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Inovasi proses dipahami sebagai perubahan metode produksi dan logistik yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan (Heenkenda et al., 2022; Eurostat, 2018).

C. Inovasi Pemasaran

Inovasi dalam pemasaran dilakukan melalui penguatan identitas merek, desain produk, dan pemanfaatan platform digital untuk edukasi konsumen. Strategi yang digunakan mencakup storytelling, konten sosial media, dan kampanye berbasis komunitas. Namun, keterbatasan pemahaman masyarakat dan kendala biaya menjadi tantangan utama. Inovasi pemasaran mencakup penggunaan metode baru dalam promosi, distribusi, maupun desain yang berbeda dari sebelumnya (Purchase & Volery, 2020).

D. Keberlanjutan Bisnis

Implementasi inovasi pada ketiga usaha mendukung keberlanjutan dalam aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi (Elkington, 2000). Praktik ramah lingkungan dijalankan melalui produksi berkelanjutan, pengurangan limbah, dan pemilihan bahan alami. Di sisi sosial, ketiganya membangun hubungan dengan komunitas melalui kolaborasi dan pemberdayaan lokal. Sementara itu, aspek ekonomi tetap menjadi tantangan, namun dapat diatasi secara bertahap melalui strategi inovasi yang konsisten. Hal ini sejalan dengan definisi keberlanjutan usaha sebagai kemampuan untuk tumbuh secara jangka panjang dengan memperhatikan keseimbangan sosial, ekonomi, dan lingkungan (Kaufman & Englander, 2011).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi yang kuat dapat menjadi fondasi penting bagi UMKM untuk mencapai keberlanjutan usaha. Namun, penguatan strategi pemasaran dan stabilitas finansial tetap dibutuhkan agar usaha ini dapat bersaing secara berkelanjutan di pasar yang lebih luas (Anggadwita et al., 2021).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan bisnis UMKM ramah lingkungan, khususnya pada studi kasus OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana. Ketiga UMKM tersebut berhasil menerapkan inovasi yang adaptif dalam tiga aspek utama: produk, proses, dan pemasaran (Dhewanto et al., 2015).

1. Inovasi produk dijalankan melalui diferensiasi produk yang tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga memiliki nilai unik yang sesuai dengan preferensi konsumen.
2. Inovasi proses difokuskan pada efisiensi produksi dan distribusi, dengan mengedepankan prinsip keberlanjutan dan penggunaan teknologi digital secara bertahap.
3. Inovasi pemasaran dilakukan melalui pendekatan edukatif dan pemanfaatan platform digital untuk menyampaikan nilai keberlanjutan kepada konsumen secara luas.

Ketiga UMKM juga menunjukkan komitmen terhadap aspek keberlanjutan lingkungan (seperti penggunaan bahan biodegradable), sosial (seperti keterlibatan dengan komunitas lokal), dan ekonomi (melalui upaya mempertahankan

stabilitas usaha), sesuai dengan prinsip triple bottom line (Elkington, 2000). Namun demikian, keterbatasan sumber daya dan tantangan distribusi masih menjadi hambatan dalam pengembangan bisnis secara lebih luas.

B. Saran

1. Akademis

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan jumlah narasumber terbatas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh inovasi secara lebih objektif terhadap kinerja usaha, khususnya dari sisi finansial dan keunggulan bersaing. Selain itu, fokus dapat diperluas pada pengaruh pemasaran berbasis nilai keberlanjutan terhadap loyalitas konsumen dan reputasi merek UMKM.

2. Praktis

OCECO, Pure Bubble, dan Puri Hana telah menunjukkan penerapan inovasi yang baik. Namun untuk meningkatkan efisiensi distribusi dan perluasan pasar, disarankan untuk mengoptimalkan platform digital seperti Shopee, TikTok, dan marketplace khusus produk hijau. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal, seperti pameran produk ramah lingkungan atau kerja sama dengan toko-toko UMKM, dapat meningkatkan kesadaran konsumen sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan. Upaya ini juga dapat membantu membangun ekosistem bisnis berkelanjutan yang inklusif dan berbasis komunitas.

REFERENSI

- Aldianto, L., Anggadwita, G., Permatasari, A., Mirzanti, I. R., & Williamson, I. O. (2021). Toward a business resilience framework for startups. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/su13063132>
- Anggadwita, G., Martini, E., Hendayani, R., & Kamil, M. R. (2021). The role of technology and innovation capabilities in achieving business resilience of MSMEs during covid-19: empirical study. *2021 9th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 1–6.
- Biloslavo, R., Bagnoli, C., Massaro, M., & Cosentino, A. (2020). Business model transformation toward sustainability: The impact of legitimation. *Management Decision*, 58(8), 1643–1662. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1296>
- Clarissa, S., Selamat, F., & Lim, A. (2023). The Effect of Entrepreneurship Orientation and Innovation on Sustainable Business Growth SME's Rice Box in West Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 512–520. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.11.512-520>
- Efendi, J., Fajar, A., & Amar, S. S. (2023). Inovasi manajemen organisasi: Membangun kepercayaan pada perusahaan startup. *Innovative : Journal of Social Science Research*, 31497–31507. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.12142>
- Elkington, J. (2000). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century Business* (Vol. 23). New Society Publishers.
- Ermawati, S., & Lestari, P. (2022). *Pengaruh startup sebagai digitalisasi bagi ekonomi kreatif di Indonesia*. 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.186>
- Freeman, R. E. (2015). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Grin, J., Rotmans, J., & Schot, J. (2010). *Transitions to sustainable development new directions in the study of long term transformative change* (1st ed.). Routledge.
- Groenland, E., & Dana, L.-P. (2019). *Qualitative methodologies and data collection methods: Toward increased rigour in management research*. World Scientific Publishing Co Pte Ltd. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1142/11449>
- Hall, J., & Vredenburg, H. (2003). The challenges of innovating for sustainable development. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1027–1047. <https://sloanreview.mit.edu/article/the-challenges-of-innovating-for-sustainable-development/>
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi, H. M. (2022). Impact of innovation capabilities on business sustainability in small and medium enterprises. *FIIB Business Review*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.1177/23197145211042232>
- Hardani, Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV. Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Harel, R. (2021). The impact of COVID-19 on small businesses performance and innovation. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/09721509211039145>
- Harmadji, D. E., Esti, E. A. J., Sudirman, A., & Putri, S. E. (2022). *Kewirausahaan (peluang dan tantangan e-commerce)*. Media Sains Indonesia.

- Hatammimi, J., & Yuliyanti, P. A. (2024). Evaluation of the Innovation Capability toward Business Sustainability in the West Java Creative Market. In Nadia Mansour & Lorenzo M. Bujosa Vadell (Eds.), *Finance and Law in the Metaverse World* (pp. 181–193). Springer, Cham. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-67547-8_16
- Heenkenda, H. M. J. C. B., Xu, F., Kulathunga, K. M. M. C. B., & Senevirathne, W. A. R. (2022). The role of innovation capability in enhancing sustainability in smes: An emerging economy perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710832>
- Ina Drejer. (2004). *Identifying innovation in surveys of services: A schumpeterian perspective* (3rd ed., Vol. 33). Research Policy.
- International Finance Corporation (IFC). (2017). *MSME economic indicators*. <https://www.smefinanceforum.org/data-sites/msme-country-indicators>
- Kafa, N., Hani, Y., & El Mhamedi, A. (2013). Sustainability performance measurement for green supply chain management. *IFAC Proceedings Volumes (IFAC-PapersOnline)*, 6(PART 1), 71–78. <https://doi.org/10.3182/20130911-3-BR-3021.00050>
- Kaufman, A., & Englander, E. (2011). Behavioral economics, federalism, and the triumph of stakeholder theory. *Journal of Business Ethics*, 102(3), 421–438. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0822-0>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2016). *Pedoman umum pembinaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*.
- Kementrian Keuangan. (2023). Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia. *DJPB Kemenkeu*.
- Khan, E. A., & Quaddus, M. (2015). Development and validation of a scale for measuring sustainability factors of informal microenterprises: A qualitative and quantitative approach. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(4), 347–372.
- Khasanah, M., Arifin, Z., Mukhtar, A., & Satiadharma, M. (2023). Peran kewirausahaan sosial dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1, 226–235. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.528>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A method sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8). <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social research methods : Qualitative and quantitative approaches*. Pearson.
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities). OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Purchase, S., & Volery, T. (2020). Marketing innovation: a systematic review. *Jurnal Marketing of Management*, 36(5), 763–793.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (Seventh). Pearson Education Limited. www.pearson.com/uk.
- Schaper, M., Volery, T., Weber, P., & Gibson, B. (2014). *Entrepreneurship and small business* (4th ed.). John Wiley and Sons Australia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). West Sussex: John Wiley & Sons, Inc. www.wileypluslearningspace.com
- Singh, S. K., Giudice, M. Del, Chierici, R., & Graziano, D. (2020). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, 150. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119762>
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27. <https://www.jstor.org/stable/2486667>
- Sudartono, T., Nugroho, H., Gusti Ayu Ari Agustini, I., Yudawisastra, H. G., Ul Maknunah, lu, Amaria, H., Lidang Witi, F., Sudirman, A., & Eka Putri Eka Purnama Sari, D. (2022). *Kewirausahaan umkm di era digital*. www.penerbitwidina.com
- Tuasikal, P., & Safitri, A. (2024). Tantangan dan solusi dalam mengelola keberagaman dan inklusi di tempat kerja: Membangun lingkungan kerja yang inklusif dan berkeadilan challenges and solutions in managing diversity and inclusion in the workplace: Building an inclusive and fair work environment. 1(3). <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Tulus T.H. Tambunan. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan* (1st ed.). Prenada Media.
- Wahyuni, A. I., & Noviaristanti, S. (2022). Startup characteristics and the role of business incubators in Indonesia. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.2.251>

- Wawan Dhewanto, Rhian Indradewa, Wardah Naili Ulfah, & Santi Rahmawati. (2015). *Manajemen inovasi untuk usaha kecil dan mikro*. Alfabeta.
- Whetten, D. A. (1989). *What constitutes a theoretical contribution?* 14(4), 490–495.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Zatia Zatia, Fitri Kumalasari, & Almansyah Rundu Wonua. (2023). Pengaruh kapabilitas dinamis dan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan kompetitif. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2168>
- Zulkiffli, S. N. 'Atikah, Zaidi, N. F. Z., Padlee, S. F., & Sukri, N. K. A. (2022). Eco-innovation capabilities and sustainable business performance during the COVID-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/su14137525>

