

IDENTIFIKASI MODEL *ECOPRENEURSHIP* BERBASIS *WASTE MANAGEMENT* STUDI KASUS PADA CV BANK SAMPAH BERSINAR

Grace Kelly Hutabarat¹, Hendrati Dwi. M²
Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Universitas Telkom
grace4259@gmail.com, hendrati.dwi@gmail.com

Abstrak

Saat ini banyak kegiatan bisnis konvensional yang tidak mementingkan lingkungan sekitar. Oleh sebab itu, konsep *ecopreneurship* dinilai menjadi salah satu solusi yang dapat menjembatani kesenjangan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan. Konsep *ecopreneurship* ini digunakan oleh CV Bank Sampah Bersinar sebagai bisnis yang mementingkan kelestarian lingkungannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan sub konsep *ecopreneurship* yang terdiri dari *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment* pada CV Bank Sampah Bersinar dengan menggunakan model Kainrath. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian adalah deskriptif dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi teknik dengan analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan klarifikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV Bank Sampah Bersinar menerapkan sub konsep *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment* pada model Kainrath sebagai *ecopreneur*. Pada sub konsep *eco-innovation*, CV Bank Sampah Bersinar menerapkannya pada konsep penjualan produk yang berbahan dari sampah bekas yang didaur ulang kembali dengan cara membeli sampah dari masyarakat sekitar, menggunakan kantong singkong dan memanfaatkan media sosial untuk promosi dan kampanye. Pada sub konsep *eco-opportunity*, CV Bank Sampah Bersinar mengambil peluang berdasarkan permasalahan masyarakat tentang pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh pembuangan sampah secara sembarangan, serta kurangnya informasi masyarakat tentang bahwa pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Sedangkan pada sub konsep *eco-commitment*, yaitu semangat yang tinggi pada karyawan CV Bank Sampah Bersinar dalam mengembangkan produk mereka dan dalam menangani permasalahan pencemaran lingkungan dalam hal sampah, memberikan apresiasi kepada masyarakat berupa membeli sampah yang mereka kumpulkan dengan harga yang lebih tinggi serta menjalani bisnis yang sesuai dengan aturan.

Kata kunci: *ecopreneurship*, *eco-innovation*, *eco-opportunity*, *eco-commitment*, daur ulang, ramah lingkungan

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Saat ini kerusakan lingkungan di Indonesia sejak dari tahun ke tahun menunjukkan angka yang sangat memprihatinkan. Hal ini semua disebabkan oleh gaya hidup masyarakat Indonesia yang tidak peduli dengan lingkungan sekitar, terutama tentang sampah. Sampah merupakan material yang bagi sebagian orang dianggap tidak berguna dan tidak dapat dipakai kembali, karena itu kebanyakan dari mereka membuang sampah secara sembarangan tanpa memikirkan kembali masalah yang akan ditimbulkan.

Setiap tahun limbah sampah yang dihasilkan dari pabrik ataupun sampah dari rumah tangga semakin menumpuk hal tersebut membuat sampah semakin bertambah banyak. Jika tidak dibarengi dengan kesadaran masyarakat akan kelestarian lingkungan maka produksi sampah di Indonesia akan semakin meningkat. Hitungan rata – rata sampah yang dibuang oleh setiap orang diperkirakan sebanyak 1500-1650 ton perhari. Dengan semakin meningkatnya populasi penduduk dan ditambah lagi jumlah industri perusahaan yang semakin bertambah dimana sistem pengolahan sampah yang masih dengan cara konvensional yang saat ini sudah tidak sesuai lagi untuk dilakukan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume sampah di kota-kota besar maupun di daerah kawasan industri. Dengan biaya operasional dan lokasi tempat pembuangan sampah yang membutuhkan lahan yang luas adalah salah satu kendala dalam penanganan sebuah sampah.

Dampak bagi kota-kota besar seperti Indonesia hanya mampu mengumpulkan dan membuang sampah kurang lebih 50 persen dari seluruh produksi sampah dan sisanya ditangani dan dibuang secara sembarangan seperti di sungai, saluran air, dan tempat-tempat yang bukan semestinya dijadikan tempat pembuangan sampah. Jika pengolahan sampah dikelola dengan cara semaksimal secara menyeluruh, maka ini adalah kunci keberhasilan secara menyeluruh, dan lingkungan sekitarnya seperti sungai, dan laut akan merasakan dampak dari keberhasilan tersebut.

Masalah yang telah ditimbulkan oleh timbunan sampah tidak bisa dianggap hal sepele. Hal tersebut dapat mengakibatkan pencemaran udara, dapat menyebabkan banjir, hingga ledakan sampah yang telah terjadi

seperti tahun 2004 yang terjadi di TPA Leuwigajah yang bisa terjadi dikarenakan oleh buangan sampah dan kebiasaan masyarakat yang tidak melakukan pengolahan kembali terhadap sampah tersebut. Bencana yang telah ditimbulkan dari tumpukan sampah bisa saja terjadi kembali apabila masyarakat sendiri tidak peduli dengan lingkungan sekitar.

(Sumber : Hasil Analisa Dispertasih Kab. Bandung, 2013)

No	Wilayah Pelayanan UPTD Kecamatan	Data Kependudukan Tahun 2013				Analisa Timbulan Sampah dan Cakupan Pelayanan Kab. Bandung 2013		
		Luas Wilayah (Ha)	Jumlah Penduduk 2013			Total Timbulan Sampah m ³ /hari	Pengurangan Sampah di Sumber (3R) (m ³)	Persen Sampah Terangkut
			Jumlah Penduduk	Yang sudah terlayani	Kepadatan Jiwa/Ha			
1	UPTD Baleendah	5.235,85	1.048.701	167.792	1.581	2.097	105	16,08%
2	UPTD Ciparay	2.808,78	691.343	110.615	271	1.383	69	15,76%
3	UPTD Rancaekek	3.622,04	775.032	124.005	218	1.550	78	15,29%
4	UPTD Soreang	809,73	866.314	138.610	241	1.733	87	16,87%
		12.476,4	3.381.390	416.273	577,75	1.690,75	84,75	16%

Tabel 1
Tingkat Pelayanan Sampah Eksisting di 4 Wilayah Pelayanan Kab. Bandung

Seperti dapat kita lihat pada tabel 1.1 saat ini rata-rata tingkat produksi sampah di Kabupaten Bandung per hari mencapai 1.690,75 meter kubik. Dari jumlah tersebut sampah yang bisa diangkut petugas kebersihan hanya 16% atau sekitar 270,52 meter kubik, sehingga masih tersisa 1.420,23 meter kubik sampah. Dan itu hanya sebagian kecil dari permasalahan akan tumpukan sampah dari salah satu kabupaten yang ada di Indonesia. Apabila secara merata terjadi di 416 kabupaten dan kota lain yang ada di Indonesia, maka jumlah sampah yang menumpuk akan semakin banyak dan tidak sebanding dengan daya angkut oleh dinas kebersihan terkait di masing – masing sampah di tiap daerah.

Berdasarkan UU no. 18 tahun 2008, pengolahan terhadap sampah sebenarnya bisa dilakukan melalui cara paling sederhana dan dimulai dari rumah sendiri, yaitu dengan penerapan pola 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*). Akan tetapi masyarakat Indonesia tidak melakukan penerapan 3R dan memilih membuang seluruh sampah rumah tangga baik itu ke tempat pembuangan sampah yang dikelola pemerintah ataupun dibuang secara sembarangan ke sungai. Seperti tercantum pada tabel 1.1, saat ini kontribusi masyarakat dalam pengolahan sampah secara mandiri baru mencapai 84,75 meter kubik atau hanya 5% sampah terolah per harinya dengan pola 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) dari total sampah yang diproduksi oleh seluruh masyarakat di kabupaten Bandung.

Bicara soal Jawa Barat wilayah yang menjadi sorotan terhadap pencemaran lingkungan salah satunya yaitu Kabupaten Bandung. Terutama pada daerah Bandung Selatan, seperti Dayeuhkolot, Baleendah, Bojongsoang, dan sekitarnya dimana sering kita temui atau sering kita dengar melalui media sosial bahwa sering terjadi banjir yang hampir setiap tahunnya. Hal itu terjadi karena masyarakat setempat yang kurang memperhatikan sampah yang menjadikan sampah hanya sebagai limbah yang dibuang secara sembarangan dan menimbulkan permasalahan seperti banjir yang sangat merugikan masyarakat.

Bencana banjir yang sering terjadi di daerah Dayeuhkolot disebabkan oleh banyaknya sampah yang dibuang di sungai Citarum. Tercemarnya sungai Citarum merupakan hal yang harus sangat di perhatikan oleh masyarakat sekitar. Bencana banjir yang sering terjadi di Dayeuhkolot sebenarnya terjadi tidak lepas dari kebiasaan buruk masyarakat sekitar yang sering membuang sampah ke sungai. Banyaknya sampah di sekitar sungai Citarum di daerah Dayeuhkolot adalah salah satu bukti bahwa buruknya pengelolaan sampah. Setiap tahun masyarakat yang tinggal di Dayeuhkolot sering terendam banjir, namun tidak meningkatkan kesadaran dalam menjaga lingkungan.

Pada saat ini Pemerintah sedang mengupayakan agar sebuah bisnis harus menggunakan konsep bisnis yang berbasis ramah lingkungan (*eco-friendly*) supaya menjaga ekosistem sungai yang jauh dari sampah dan limbah agar sungai tersebut jauh dari pencemaran lingkungan. Saat ini sedang marak istilah *ecopreneurship*, dan banyak kegiatan bisnis konvensional yang telah terbukti berbahaya bagi lingkungan dan bahkan dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan besar-besaran, seperti perubahan iklim, polusi udara, maupun pencemaran air. Oleh sebab itu, konsep *ecopreneurship* dinilai menjadi salah satu solusi yang dapat menjembatani kesenjangan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan.

Setelah ditelusuri via *website*, Peneliti mendapatkan usaha Bank Sampah yang berbasis *ecopreneurship* yaitu dengan nama Bank Sampah Bersinar. Bedanya Bank Sampah dengan CV Bank Sampah Bersinar adalah dimana nasabah menukar sampah mereka, lalu sampah tersebut ditukar untuk mendapatkan uang. Sampah yang telah didapatkan dari nasabah kemudian akan di daur ulang ataupun dijual kepada pengepul oleh pengelola bank

sampah untuk kemudian diolah menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat dan mempunyai nilai ekonomis. CV Bank Sampah Bersinar merupakan bisnis yang berbasis *Waste Management* yang terdiri dari 3R yaitu reuse, reduce, recycle. Reuse adalah menggunakan kembali sampah yang masih dapat digunakan untuk fungsi yang sama ataupun fungsi lainnya. Sedangkan reduce adalah mengurangi segala sesuatu yang mengakibatkan sampah. Dan Recycle adalah berarti mengolah kembali (daur ulang) sampah menjadi barang atau produk baru yang bermanfaat. Penerapan bisnis yang berbasis *Waste Management* dilakukan agar jumlah sampah di daerah tersebut semakin berkurang karena sampah tersebut bisa mereka jual kembali untuk mendapat uang. Melihat keadaan di Kabupaten Bandung yang selalu dibanjiri oleh sampah setiap hari, peluang inilah yang diambil oleh Bapak John dan Ibu Fifi untuk menjadi *ecopreneurship* di bidang usaha Bank Sampah.

Konsep *ecopreneurship* sangat penting untuk dibahas mengingat bahwa saat ini permasalahan di lingkungan semakin meningkat. Apalagi *ecopreneurship* adalah “bentuk eksistensial perilaku bisnis yang berkomitmen untuk keberlanjutan lingkungan” menurut (Isaak dalam McEwen: 2013). *Ecopreneur* adalah wirausaha/ pengusaha yang menciptakan dan menjual produk ramah lingkungan atau jasa termasuk makanan organik, upaya daur ulang ataupun konstruksi hijau.

Ecopreneurs berusaha untuk berkontribusi dalam mendukung industri untuk menciptakan lingkungan yang lebih bersahabat untuk perkembangan berkelanjutan di jangka panjang (*sustainable development*) (Kainrath, 2011:4). Konsep inti *ecopreneurship* yaitu merubah paradigma dari berbisnis ekonomi yang berorientasi pada keuntungan menjadi orientasi pada tujuan yang ramah lingkungan. Jadi, konsep *ecopreneur* berusaha merubah tatanan industri, pasar, dan social menjadi lebih ramah lingkungan sehingga bisa beroperasi untuk jangka waktu yang panjang.

Untuk mendukung penjelasan dan analisis pelaksanaan prinsip-prinsip *ecopreneurship* yang ada pada CV Bank Sampah Bersinar, maka pendekatan yang ditetapkan oleh Peneliti adalah pendekatan *ecopreneurship* yang telah dikembangkan oleh Kainrath, terdiri dari sub-konsep: *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment*. Pendekatan ini mampu menjelaskan dan menganalisis secara komprehensif semua aspek pelaksanaan *ecopreneurship* pada CV Bank Sampah Bersinar sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Berkaitan mengenai pendekatan *ecopreneurship*, ada beberapa penelitian terdahulu yang sudah melakukan dengan menggunakan sub-konsep *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment* pada *ecopreneurship*, salah satunya adalah skripsi yang berjudul “Penerapan *Ecopreneurship* pada Fish ‘n Blues Enterprise dalam Bisnis Pengolahan Ikan”, penelitian ini dilakukan pada tahun 2016 oleh Zidnie Ilma. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sub-konsep *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment* pada *ecopreneurship* telah diterapkan pada objek yang diteliti.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada CV Bank Sampah Bersinar. Peneliti menjadikan CV Bank Sampah Bersinar sebagai objek penelitian yang merupakan bisnis yang berbasis *Waste Management* yang terdiri dari 3R yaitu reuse, reduce, recycle. Kemudian dianalisis dengan menggunakan model Kainrath yang mengandung unsur *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment*. *Eco-innovation* yang berarti inovasi yang dilakukan oleh CV Bank Sampah Bersinar, *eco-opportunity* yaitu peluang yang dimanfaatkan oleh Bank Sampah Bersinar untuk menjadi *ecopreneurship* dan *eco-commitment* adalah usaha yang dilakukan sebagai visi dan komitmen Bank Sampah Bersinar dalam mencapai tujuan menjadi *ecopreneurship*. Berdasarkan model Kainrath tersebut, peneliti memberi judul penelitian ini **IDENTIFIKASI MODEL *ECOPRENEURSHIP* BERBASIS *WASTE MANAGEMENT* STUDI KASUS PADA “ CV BANK SAMPAH BERSINAR”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, berikut ini adalah uraian permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini :

1. Bagaimana penerapan sub konsep *eco-innovation* pada CV Bank Sampah Bersinar?
2. Bagaimana penerapan sub konsep *eco-opportunity* pada CV Bank Sampah Bersinar?
3. Bagaimana penerapan sub konsep *eco-commitment* pada CV Bank Sampah Bersinar?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui penerapan sub konsep *eco-innovation* pada CV Bank Sampah Bersinar.
2. Mengetahui penerapan sub konsep *eco-opportunity* pada CV Bank Sampah Bersinar.
3. Mengetahui penerapan sub konsep *eco-commitment* pada CV Bank Sampah Bersinar.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Entrepreneurship

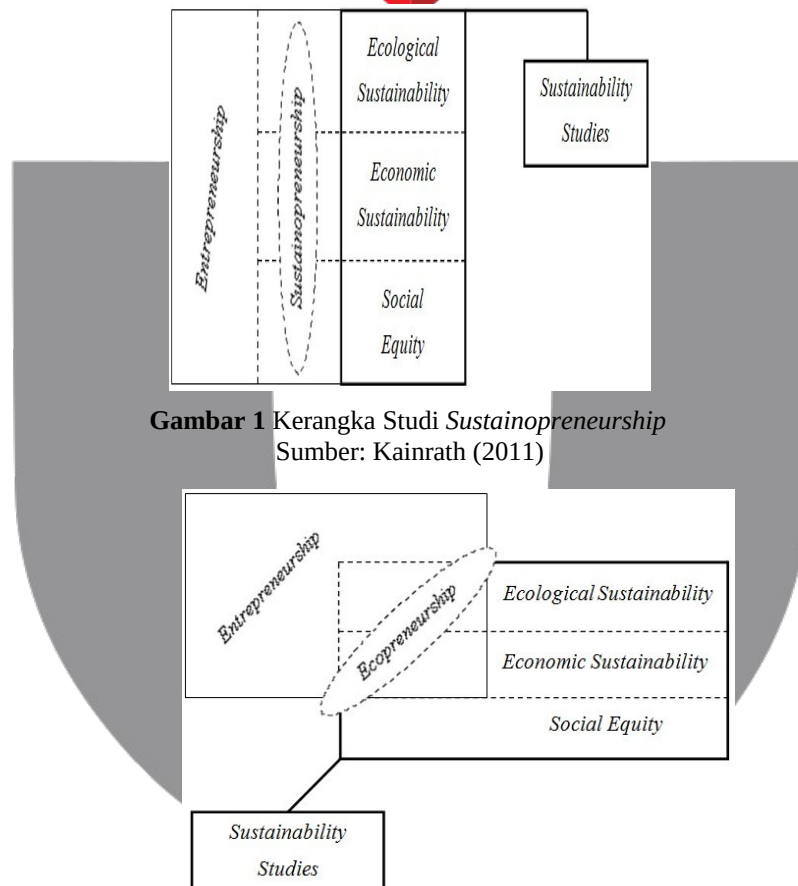
Kata *entrepreneurship* berasal dari bahasa Prancis yang berarti *to undertake*. Ahli ekonomi bernama Joseph Schumpeter mengidentifikasi *entrepreneur* sebagai *creative destruction* dalam menjadi pelopor

pertumbuhan ekonomi (Isaak, 1998: 27). Howard Stevenson dari Universitas Harvard mengidentifikasi *entrepreneur* sebagai sebuah tingkah laku atau proses dimana seorang individu terdorong oleh peluang tanpa memedulikan sumber daya yang mereka kontrol. Seorang *entrepreneur* atau yang disebut juga promotor didorong oleh keinginan yang besar untuk meraih peluang, berorientasi tim dan berada dalam organisasi dengan struktur yang datar serta informal.

Menurut Echdar (2013: 20) kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha dan kemampuan menciptakan itu membutuhkan adanya kreativitas dan inovasi yang terus-menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, dimana kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak. Adaptasi dan inovasi dapat meningkat dengan adanya persaingan (Sigala dalam Setiawati dan Sitorus, 2014: 49).

Menurut Rostandt dalam Alifuddin (2015:24) menyatakan kewirausahaan merupakan proses yang dinamis untuk menciptakan kesejahteraan. Kesejahteraan tersebut di bentuk oleh individu yang memandang risiko keadilan, waktu, atau komitmen dengan memberukan nilai pada produk atau jasa. Produk atau jasa itu sendiri bias saja baru atau bukan atau unik, namun nilainya diresapi oleh wirausaha dengan mengalokasikan keterampilan serta sumber daya.

Entrepreneurship dalam pengembangan keberlanjutan tidak terlalu fokus pada sistem manajemen atau prosedur teknis, tetapi lebih fokus pada inisiatif personal dan keahlian dari tiap-tiap orang (Wagner & Schaltegger dalam Dewi, 2013). Kainrath (2011) mengimplikasikan bahwa studi berkelanjutan pada *sustainopreneurship* memiliki irisan yang ada pada *ecopreneurship*. Irisan-irisan tersebut terdiri dari *ecological sustainability*, *economic sustainability* dan *social equity*.



Gambar 1 Kerangka Studi Sustainopreneurship
Sumber: Kainrath (2011)

Gambar 2 Kerangka Studi pada Ecopreneurship
Sumber: Kainrath (2011)

Pada gambar 2 di atas menunjukkan bahwa *sustainopreneurship* memiliki tiga studi dalam menjalani usahanya, yaitu:

1. *Ecological sustainability*, yaitu sebuah kapasitas ekosistem untuk mempertahankan fungsi dan proses keberlangsungan keanekaragaman hayati dalam jangka panjang.

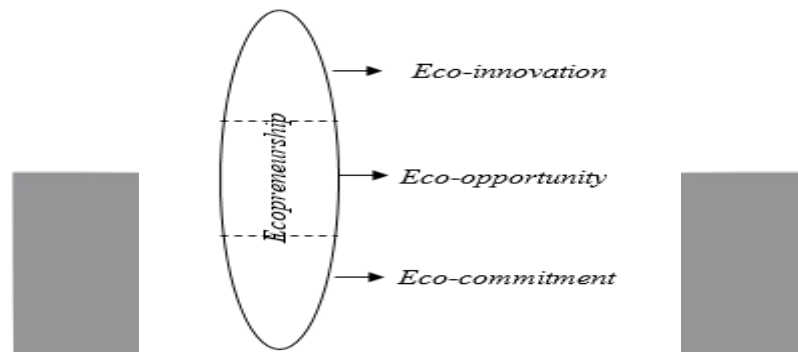
2. *Economic sustainability* adalah strategi yang digunakan untuk mempekerjakan sumber daya secara optimal dengan keseimbangan yang bertanggung jawab dan bermanfaat sehingga dapat dicapai dalam jangka panjang.
3. *Social equity* merupakan keadaan suatu masyarakat tertentu yang memiliki status yang sama dalam hal tertentu.

Ketiga studi tersebut, *ecopreneurship* memiliki dua irisan yang terdapat pada studi keberlanjutan, yaitu *ecological sustainability* dan *economic sustainability* (Kainrath, 2011), sesuai yang ditunjukkan pada Gambar 3 di atas. Graci dan Doods (2012) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan isu lingkungan dalam setiap keputusan bisnis dan mengurangi dampak lingkungannya dapat meningkatkan “posisi” menjadi lebih baik, sehingga menggambarkan investasinya dan reputasi perusahaan (Setiawati & Sitorus, 2014).

2.2 Ecopreneurship

Penelitian *ecopreneurship* dimulai dari awal 1990-an, dengan istilah *the green entrepreneur*, *the environmental entrepreneur* dan *eco-entrepreneur* yang akhirnya disebut menjadi *ecopreneur* (Schaper, 2002: 38). Menurut Wagner dan Schaltegger *ecopreneurship* adalah “*environmentally oriented entrepreneurship*”. Abrahamsson menyatakan meskipun terdapat unsur keberlanjutan, *eco-entrepreneurship* sejauh ini telah didominasi oleh narasi manajemen dari pada narasi *entrepreneurship*.

Huang, Ding dan Kao berpendapat bahwa *ecopreneur* dapat meningkatkan kesejahteraan lingkungan secara alami dan keunggulan bersaing di suatu organisasi. Didukung oleh Badan Administrasi Ekonomi dan Statistik di Amerika Serikat yang menemukan bahwa produk dan jasa yang ramah lingkungan memiliki peran utama untuk menghemat energi dan sumber daya alam serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan .



Gambar 3 *Eco-innovation, Eco-opportunity, Eco-commitment*
Sumber : Kainrath (2011: 15)

Pada gambar 3 di atas Kainrath (2011: 15) menyatakan konsep *ecopreneurship* memiliki tiga sub-konsep, yaitu *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment* (Kainrath, 2011: 15).

1 *Eco-innovation*

Eco Innovation adalah segala pengukuran mengenai pelaku-pelaku yang relevan (perusahaan, politisi, serikat, asosiasi, rumah tangga), yang mengembangkan ide-ide baru, perilaku, produk dan proses baru, dan menerapkannya sehingga dapat berkontribusi dalam pengurangan beban lingkungan atau pada sasaran-sasaran keberlangsungan ekologis yang spesifik (Rennings, 2000, p.322, dalam Kainrath 2011:28). Eko-inovasi merupakan kata kunci dalam mengatasi keterbatasan sumber daya dan yang lebih spesifik eko-inovasi merupakan konsep inovasi yang berlandaskan pembangunan berkelanjutan. Eko-inovasi saat ini telah berbasis pembangunan industri yang selama ini diterapkan mengandalkan sumber daya alam. Kerusakan lingkungan yang bersumber di hulu misalnya penebangan liar untuk berbagai kepentingan dan di hilir misalnya limbah produksi dari industri merupakan permasalahan laten yang dapat diselesaikan melalui eko-inovasi.

Rennings (2000: 322) menyatakan bahwa bentuk khusus dari *eco-innovation* dibandingkan dengan inovasi secara umum adalah hal yang menjadi fokus utama. Dalam *eco-innovation* difokuskan pada inovasi untuk mengurangi masalah lingkungan. Berdasarkan *Innovation Impact of Environmental Policy Instrument* menyatakan di dalam *eco-innovation* terdapat pihak-pihak yang berkepentingan (perusahaan, politisi, kesatuan, asosiasi dan rumah tangga) mengembangkan ide baru, membuat produk, mempergunakan produk atau memperkenalkan produk ramah lingkungan tersebut. Dalam penelitian ini pengklasifikasian sistem berdasarkan Halila dan Horte (2006: 375-380) yang membandingkan sistem klasifikasi inovasi dan menggunakan adaptasi karakteristik paling signifikan untuk tujuan dari pengukuran *eco-innovation*. Agar tes dapat dilakukan, maka dilakukan taksonomi dari ratusan kontribusi ke laporan tahunan di Nutek, Swedia di kontes inovasi lingkungan yang telah dilaksanakan pada 1998-2004.

Menurut Halila dan Horte dalam Kairath (2011: 29) terdapat enam kategori *eco-innovation* yang terdiri dari:

a. *Product care* (kategori 1)

Dalam kategori satu, *product care* merupakan kelanjutan dari produk yang sudah ada atau ide baru yang terealisasi menjadi produk ramah lingkungan sehingga pengetahuan yang dibutuhkan hanya pengetahuan standar atau dasar saja.

b. *Minor product improvement* (kategori 2)

Minor product improvement yaitu perbaikan kecil pada produk atau hanya sebagian kecil komponen yang mengalami perubahan. Pengetahuan yang diperlukan adalah pengetahuan tentang bisnis atau produk tertentu.

c. *Major product improvement* (kategori 3)

Major product improvement membutuhkan dasar pengetahuan yang spesifik dan berhubungan dengan produk tersebut. Produk baru atau perubahan mendasar dalam produk yang ada tidak hanya berdasarkan model sebelumnya.

d. *Functional innovation* (kategori 4)

Functional innovation adalah cara baru untuk memenuhi fungsi, dengan solusi baru, cara ini merujuk pada pengetahuan yang dikumpulkan dari bidang teknologi yang lain.

e. *System innovation* (kategori 5)

System innovation merupakan penggantian sistem yang ada dengan yang baru dengan kontribusi kreatif mungkin yang dapat mengubah bidang pengetahuan perubahan sistem teknologi yang baru secara holistik.

f. *Scientific breakthrough* (kategori 6)

Penemuan yang ramah lingkungan akan berpengaruh pada skala yang luas atau terhadap beberapa industri.

2 *Eco- opportunity*

Ketika aktivitas ekonomi membuat kerugian lingkungan atau sosial, pakar ekonomi telah mencoba mengaitkan fakta ini dengan kegagalan pasar. Teori entrepreneurship sering kali mengidentifikasi kesempatan yang terkait yang terdapat pada pasar. Dean dan McMullen (Kairath 2011:32) mengidentifikasi beberapa hal yang memiliki relevansi dengan lingkungan hidup serta kegagalan pasar, yaitu mengenai bagaimana hal tersebut mengarah pada kerusakan lingkungan, lalu menawarkan gagasan tentang bagaimana ecopreneur dapat memulihkan kerusakan lingkungan tersebut melalui pemanfaatan ramah lingkungan (*eco-opportunities*). Berdasarkan perbedaan terhadap cara pemanfaatan *eco opportunities* mengembangkan suatu teori kewiraswastaan lingkungan (*environmental entrepreneurship*).

Terdapat lima kategori *eco-opportunity* yang terdiri dari:

a. Fasilitas umum (*public goods*)

Fasilitas umum adalah fasilitas yang dimiliki oleh umum dengan tanpa terkecuali, dengan kata lain seseorang dapat mengonsumsinya tanpa batas. Jika fasilitas tersebut jumlahnya terbatas, maka akan terdapat aktor-aktor ekonom yang akan memanfaatkan sehingga yang lain harus membelinya.

b. Eksternalitas (*externalities*)

Eksternalitas merupakan kerugian atau keuntungan yang terjadi saat transaksi. Eksternalitas tidak tergambar dengan harga, namun mempengaruhi pihak ketiga saat bertransaksi. Selain distribusi kerugian dan keuntungan yang tidak merata ditambah dengan tidak bisa digambarkan dari harga, produk dan jasa, oleh karena itu eksternalitas meningkatkan biaya transaksi.

c. Kekuatan monopoli (*monopoly power*)

Kekuatan monopoli termasuk dalam kegagalan pasar jika hanya untuk memaksimalkan profit. Produk atau jasa yang dikelola secara monopoli akan memiliki biaya yang lebih dari pada yang dikelola secara bersaing. Selain itu, adanya monopoli (khususnya monopoli sumber daya alam) sering beroperasi secara tidak efisien, dengan kata lain akan menghasilkan lebih banyak terjadinya limbah.

d. Intervensi pemerintah yang tidak tepat (*inappropriate government intervention*)

Intervensi pemerintah yang tidak tepat pada para pebisnis akan tidak efisien jika intervensi pemerintah tersebut justru mengakibatkan terjadinya degradasi lingkungan. Contohnya seperti intervensi pemerintah yang merusak lingkungan adalah subsidi untuk ekstraksi bahan bakar fosil yang menyebabkan emisi gas rumah kaca. *Ecopreneurs* yang dapat memengaruhi pemerintah untuk berintervensi kepada pebisnis agar dapat melindungi lingkungan dari kerusakan. Misalnya mengganti pemanfaatan energi tambang dengan menggunakan tenaga angin yang lebih ramah lingkungan.

e. Informasi yang tidak sempurna (*imperfect information*)

Informasi yang tidak sempurna disebut sebagai kegagalan pasar jika informasi yang tidak diketahui oleh para pebisnis berkaitan dengan pengurangan dampak lingkungan. Dengan kata lain, kegagalan pasar karena

informasi yang tidak sempurna menyebabkan degradasi lingkungan. Informasi yang tidak sempurna dapat dibagi menjadi:

- 1) Kurangnya pengetahuan tentang kondisi pasokan
- 2) Kurangnya pengetahuan tentang kondisi permintaan

3. *Eco-commitment*

Komitmen terhadap sesuatu hal adalah kesediaan untuk bekerja keras dan memberikan energi serta waktu pada sebuah pekerjaan atau aktivitas. Visi dari entrepreneur bisa dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, seperti halnya dengan seorang ecopreneur. Seorang ecopreneur mengikuti visi dari entrepreneur, yang didahului oleh salah satu atau gabungan dari ketiga bentuk komitmen pada lingkungan: affective commitment, continuance commitment dan normative commitment. Keogh & Polonsky (1998, p.40 dalam Kainrath 2011:30) memodifikasi model “organizational commitment” yang dinyatakan oleh Meyer & Allen (1991) dan ketiga dimensi komitmen yang dijelaskan di atas, sehingga menjadi komitmen terhadap lingkungan yang lalu diterapkan pada entrepreneurship. Jika tidak dikemukakan secara spesifik, komitmen terhadap lingkungan dapat terlihat hanya seperti komitmen terhadap gagasan atau suatu isu saja. Keog & Polonsky (1998, p.4 dalam Kainrath 2011:31) mengemukakan gagasan mengenai komitmen yang memiliki problematika. Mereka menyatakan bahwa lingkungan dipandang sebagai sebuah entitas, tidak hanya berupa entitas fisik namun juga sebuah entitas yang terdiri dari berbagai kekuatan yang bertujuan untuk mewujudkan agenda perusahaan, seperti peraturan hukum, kekuatan pasar, dan kekuatan internal pada perusahaan.

Visi seorang *entrepreneur* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berbeda (Gunawan, 2013). Hal ini juga terjadi pada visi *ecopreneur* yang dipengaruhi oleh komitmen untuk melestarikan lingkungan yang terdiri dari (Kainrath, 2011: 31):

a. *Affective commitment*

Affective Commitment dapat dipahami sebagai komitmen sikap atau minat untuk peduli terhadap lingkungan. Seseorang yang memiliki komitmen afektif akan selalu berusaha untuk mencari berbagai kemungkinan agar tercipta produk atau jasa ramah lingkungan.

b. *Continuance commitment*

Continuance commitment berkaitan dengan biaya ekonomi dan sosial yang diberikan untuk kepedulian terhadap lingkungan.

c. *Normative commitment*

Normative commitment berarti komitmen yang dilakukan karena berpegang teguh pada norma atau hukum perlindungan terhadap lingkungan. Komitmen norma akan membentuk *eco-opportunity* dan *eco-innovation*, karena semua pihak merasa wajib untuk menjaga lingkungan.

3. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2013).

Berikut ini adalah pokok-pokok telaah yang disusun dalam penelitian ini, sesuai dengan teori mengenai eco-innovation yang dikemukakan oleh Kainrath (2011). Keterbatasan ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sub variable ecopreneurship yang diteliti berfokus pada eco-innovation karena indicator awal dalam menilai upaya ecopreneurship dilihat dari inovasi produk atau inovasi jasa apa yang ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 1 Pokok –Pokok Telaah

Konsep	Sub-Konsep	Dimensi	Definisi
Entrepreneurship	Eco-innovation	<i>Product care</i>	Kelanjutan dari produk yang sudah ada atau ide baru yang terealisasi menjadi produk ramah lingkungan.
		<i>Minor Product improvement</i>	Perbaikan kecil pada produk atau hanya sebagian kecil komponen yang mengalami perubahan.
		<i>Major product improvement</i>	Perbaikan produk secara menadasar atau membuat produk baru.
		<i>Functional innovation</i>	Inovasi pada tiap bagian dari dari produk yang dapat diperbaharui.
		<i>System innovation</i>	Inovasi pada system yang ramah lingkungan.
		<i>Scientific breakthrough</i>	Terobosan ilmiah yang ramah lingkungan.
	Eco-opportunity	<i>Public goods</i>	Mengurangi kerusakan lingkungan dikarenakan adanya eksploitasi ilegal pada sumber daya publik.
		<i>Externalities</i>	Efek samping yang ditimbulkan dari proses produksi.

Peneliti mewawancarai beberapa tipe informan. Peneliti harus dapat membedakan tipe informan dalam memberikan pendapat yang berguna baik dari informan yang pemula maupun yang sudah lama; orang yang menjadi pusat atau yang berada di sisi lain dalam kegiatan tersebut. Selain memenuhi kriteria, informan yang dipilih dianggap paling tahu tentang apa yang Peneliti harapkan dan memudahkan Peneliti mendapatkan informasi mengenai CV Bank Sampah Bersinar. Oleh sebab itu, Tabel 2 menjelaskan informan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini.

Dalam pengumpulan data, Peneliti menggunakan triangulasi teknik. Menurut Sugiyono (2015) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Tabel 2 Karakteristik Informan

No.	Nama	Jabatan	Deskripsi pekerjaan	Lama bekerja
1.	John Sumual	Direktur Utama	Bertanggung jawab mengawasi bagian yang ada di CV Bank Sampah Bersinar, membangun relasi dan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait.	4 tahun
2.	Henryanto	Divisi Operasional	Bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan dan memenuhi harapan para nasabah dengan cara yang efektif dan efisien.	4 tahun
3.	Maya	Admin dan Keuangan	Bertanggung jawab mengurus dokumen dan laporan keuangan CV Bank Sampah Bersinar.	2 tahun
4	Sinta	Quality Controller	Bertanggung jawab untuk memastikan produk yang diterima dan dijual dalam kondisi baik.	3 tahun

Dalam teknik analisis data, Peneliti akan berpedoman terhadap analisis data di lapangan model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman (Neuman, 2011) analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang disusun dalam teks yang diperluas atau yang dideskripsikan. Untuk memproses analisis data model Miles and Huberman melalui proses *data collection*, *data reduction*, *data display*, *conclusion drawing* dan *verification*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Rennings, dalam *eco-innovation* difokuskan pada inovasi untuk mengurangi masalah lingkungan (Kainrath, 2011). Halila dan Horte dalam Kainrath (2011) mengembangkan kategori *eco-innovation* terdapat enam kategori yang terdiri dari *product care*, *minor product improvement*, *major product improvement*, *functional innovation*, *system innovation* dan *scientific breakthrough*. Pendekatan kategori ini digunakan oleh Peneliti karena pendekatan ini mampu menjelaskan dan menganalisis secara komprehensif semua aspek pelaksanaan *ecopreneurship* pada CV Bank Sampah Bersinar sesuai dengan tujuan penelitian ini.

CV Bank Sampah Bersinar merupakan sebuah bisnis yang berbasis Bank Sampah, dimana CV Bank Sampah Bersinar merupakan bisnis yang terbentuk karena peduli tentang kelestarian lingkungan sekitar termasuk dibidang sampah yang dimana sekarang menjadi permasalahan di masyarakat. Adapun kegiatan yang dilakukan CV Bank Sampah Bersinar dalam menangani sampah dengan cara membeli sampah dari masyarakat sekitar dengan harga yang tinggi. Dimana masyarakat tersebut bisa menjual sampah mereka sesuai dengan golongan sampah yang diterima CV Bank Sampah Bersinar.

Sampah-sampah bekas yang telah dibeli dari masyarakat kemudian diolah lagi menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Misalnya sampah tersebut adalah sampah plastik yang kemudian diolah kembali menjadi tas yang bisa digunakan untuk ke pasar. Lalu produk tersebut dijual ke masyarakat. Lalu produk tersebut diantar secara langsung oleh petugas dari CV Bank Sampah Bersinar. Dan adapun produk yang akan dijalankan oleh CV Bank Sampah Bersinar adalah makanan olahan untuk pakan ternak atau pakan ikan. Jenis-jenis produk yang dijual oleh CV Bank Sampah Bersinar serta inovasi lain pada CV Bank Sampah Bersinar ini, peneliti

deskripsikan dalam dimensi-dimensi *eco-innovation*, yaitu *product care*, *minor product improvement*, *major product improvement*, *functional innovation*, *system innovation* dan *scientific breakthrough*.

Product care merupakan kelanjutan dari produk yang sudah ada atau ide baru yang terealisasi menjadi produk ramah lingkungan sehingga pengetahuan yang dibutuhkan hanya pengetahuan standar atau dasar saja. Menurut peneliti, dimensi *Product care* sesuai dengan inovasi dari CV Bank Sampah Bersinar yang melakukan suatu inovasi yang masih memperdulikan lingkungan sekitar termasuk mengenai sampah. CV Bank Sampah Bersinar merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang kelestarian lingkungan yang didirikan oleh Bapak John Sumual dan Ibu Fifi Raharja dan didukung oleh Yayasan Matahari Tama. Berdirinya CV Bank Sampah Bersinar didasari oleh konsep kelestarian lingkungan dibidang sampah yang didasari oleh kepedulian Bapak John Sumual terhadap daerah di Kab. Bandung terkhusus di 4 daerah yaitu Dayeuhkolot, Bojongsong, Baleendah dan Ciparay yang sering dilanda banjir setiap tahunnya. Konsep ramah lingkungan ini diterapkan dengan cara membeli sampah dari masyarakat sekitar, lalu sampah tersebut diolah lagi menjadi suatu barang yang lebih berguna. Konsep membeli sampah dari masyarakat ini perlu dipertahankan karena dengan masyarakat menjual sampah mereka, mereka akan semakin tau bahwa sampah yang mereka buang secara sembarangan itu memiliki nilai yang tinggi. Jadi dengan itu maka semakin banyak masyarakat mengetahui bahwa berharganya sampah mereka. Inovasi ramah lingkungan ini lah yang menjadi nilai paling utama di CV Bank Sampah Bersinar dalam memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat.

Minor product improvement yaitu perbaikan kecil pada produk atau hanya sebagian kecil komponen yang mengalami perubahan. Pengetahuan yang diperlukan adalah pengetahuan tentang bisnis atau produk tertentu. Salah satu contoh dari penerapan *minor product improvement* yaitu adanya inovasi dengan membuat lini produk. Saat ini CV Bank Sampah Bersinar menjual beberapa jenis produk yang dihasilkan dari sampah yang dikumpulkan oleh nasabah tersebut, diantaranya adalah tas, payung, keranjang sampah, celengan, kotak pensil. Menurut Peneliti, CV Bank Sampah Bersinar sudah menerapkan *minor product improvement*, yaitu membuat lini produk diantaranya, lini produk tas, lini produk payung, lini produk celengan, lini produk tempat sampah, dan lini produk kotak pensil. Namun dalam lini produk tersebut, belum memiliki nilai inovasi. Saat ini produk yang mengalami peningkatan penjualan adalah tas, dan payung. Menurut peneliti, saat ini CV Bank Sampah tidak hanya berfokus dalam penjualan produk tas, dan payung, tetapi saat ini CV Bank Sampah Bersinar merencanakan membuat inovasi lain dalam membuat produk yang ramah lingkungan yaitu membuat pakan ikan/ ternak.

Major product improvement membutuhkan dasar pengetahuan yang spesifik dan berhubungan dengan produk tersebut. Produk baru atau perubahan mendasar dalam produk yang ada tidak hanya berdasarkan model sebelumnya. Perubahan mendasar yang dimaksud pada *major product improvement* ini adalah perubahan fungsi pada suatu produk. Menurut Peneliti, dimensi ini belum sesuai dengan produk di CV Bank Sampah Bersinar, karena produk yang dijual di CV Bank Sampah Bersinar belum mengalami perubahan fungsi dari produk utama menjadi produk tambahan.

Functional innovation adalah cara baru untuk memenuhi fungsi, dengan solusi baru, cara ini merujuk pada pengetahuan yang dikumpulkan dari bidang teknologi yang lain. Penerapan dimensi ini sudah dilakukan oleh CV Bank Sampah Bersinar melalui penggunaan kantong plastik yang terbuat dari singkong sebagai wadah untuk membawa barang belanjaan. Kantong plastik yang berbahan dari singkong yang digunakan oleh CV Bank Sampah Bersinar sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan sekitar selain produk yang diolah dari bahan bekas. Penggunaan kantong plastik berbahan singkong yang ramah lingkungan dapat mengurangi pencemaran sampah plastik karena kantong singkong mudah terurai, terutama bila terkena air. Meskipun plastik tersebut lebih mudah rusak dan harganya yang mahal, CV Bank Sampah Bersinar tetap mempertahankan konsep yang ramah lingkungan. Inovasi dalam menggunakan kantong plastik berbahan dari singkong ini harus dipertahankan untuk menyampaikan nilai ramah lingkungan kepada konsumen dari sisi lain selain produk utama yang dijual di CV Bank Sampah Bersinar.

System innovation merupakan penggantian sistem yang ada dengan yang baru dengan kontribusi kreatif yang dapat mengubah bidang pengetahuan perubahan sistem teknologi yang baru secara holistik, misalnya komunikasi dengan menggunakan televisi lebih baik dari pada menggunakan radio. Menurut peneliti, CV Bank Sampah Bersinar telah melakukan *System innovation* pada penggunaan media sosial yaitu Facebook, Whatsapp dalam memberikan informasi dan penjualan produk, karena dengan penggunaan media sosial, biaya produksi produk akan lebih murah dibandingkan dengan media massa lainnya misalnya membuat iklan di televisi, koran, maupun radio. Sistem inovasi dengan menggunakan media sosial saat ini sedang banyak digunakan masyarakat dalam memasarkan produk mereka, namun dengan seiring berjalannya waktu, CV Bank Sampah Bersinar harus tetap dinamis mengikuti tren komunikasi yang sedang berkembang dan memanfaatkan media lain untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Scientific breakthrough merupakan penemuan yang ramah lingkungan akan berpengaruh pada skala yang luas atau terhadap beberapa industri atau biasa disebut terobosan ilmiah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para informan, sampai saat ini CV Bank Sampah Bersinar belum memiliki

terobosan ilmiah. CV Bank Sampah Bersinar belum melakukan *Scientific breakthrough* karena CV Bank Sampah Bersinar masih hanya berfokus kepada usaha untuk mengatasi permasalahan lingkungan dengan cara membeli sampah dari masyarakat, dan masih hanya berfokus dengan menjual beberapa produk yang di daur ulang dari sampah bekas.

Unsur-unsur dalam *eco-opportunity* terdiri dari *public goods*, *externalities*, *monopoly power*, *inappropriate government intervention* dan *imperfect information*. Dengan memanfaatkan *eco-opportunity*, *ecopreneur* juga mengurangi beban lingkungan (Dean dan McMullen, 2005: 58; Pastakia, 1998: 157). Pendekatan sub konsep *eco-opportunity* ini digunakan oleh Peneliti karena pendekatan ini mampu menjelaskan dan menganalisis secara komprehensif aspek peluang pada CV Bank Sampah Bersinar sebagai *ecopreneurship* sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Imperfect information (informasi yang tidak sempurna) disebut sebagai kegagalan pasar jika informasi yang tidak diketahui oleh para pebisnis berkaitan dengan pengurangan dampak lingkungan. Dengan kata lain, kegagalan pasar karena informasi yang tidak sempurna menyebabkan degradasi lingkungan (Kainrath, 2011: 20). Informasi yang tidak sempurna dapat dibagi menjadi:

1. Kurangnya pengetahuan tentang kondisi pasokan
2. Kurangnya pengetahuan tentang kondisi permintaan

Ecopreneur yang mengetahui kondisi ini memiliki keunggulan kompetitif dibanding pesaing yang tidak tahu, ataupun dapat mengakses konsumen yang mau membayar untuk produk ramah lingkungan. Informasi yang tidak sempurna pada konsumen juga menyebabkan keputusan pembelian yang merusak lingkungan. Peluang ini dapat digunakan oleh *ecopreneur* dengan memberikan informasi kepada masyarakat bahwa tentang komposisi dari produk ramah lingkungan (Dean dan McMullen, 2005: 66-69). Menurut peneliti, CV Bank Sampah Bersinar menggunakan peluang pada dimensi *Imperfect information* dengan memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk ramah lingkungan. Cara yang dilakukan oleh CV Bank Sampah Bersinar dalam memberikan informasi tentang produk yang ramah lingkungan adalah melalui *bazaar*, kampanye bersama mitra seperti pemerintah sekitar. Dan CV Bank Sampah Bersinar memberitahukan kepada masyarakat, tentang produk yang dijual mereka adalah produk yang berasal dari daur ulang sampah yang telah dikumpulkan dari masyarakat. Cara ini digunakan oleh CV Bank Sampah Bersinar untuk menciptakan kepercayaan dan apresiasi pada masyarakat karena dengan membeli produk CV Bank Sampah Bersinar, masyarakat ikut serta menjaga kelestarian lingkungan dan membantu perekonomian skala kecil.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada informan, CV Bank Sampah Bersinar sendiri menyadari bahwa masih banyak sekali masyarakat yang kurang memperdulikan lingkungan mereka termasuk tentang sampah yang sering dibuang secara sembarangan sehingga. CV Bank Sampah Bersinar menciptakan pasar tersebut dari permasalahan yang dialami masyarakat (*Public goods*) dan kurangnya informasi masyarakat bahwa pentingnya menjaga kelestarian lingkungan (*imperfect information*).

Visi seorang *entrepreneur* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berbeda (Gunawan, 2013). Hal ini juga terjadi pada visi *ecopreneur* yang dipengaruhi oleh komitmen untuk melestarikan lingkungan yang terdiri dari *affective commitment*, *continuance commitment* dan *normative commitment* (Kainrath, 2011: 31). Pendekatan sub konsep *eco-commitment* ini digunakan oleh Peneliti karena pendekatan ini mampu menjelaskan dan menganalisis secara komprehensif aspek komitmen pada CV Bank Sampah Bersinar sebagai *ecopreneurship* sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Affective commitment dapat dipahami sebagai komitmen sikap atau minat untuk peduli terhadap lingkungan. Seseorang yang memiliki komitmen, akan selalu berusaha mencari kemungkinan supaya tercipta suatu produk atau jasa yang ramah lingkungan. Menurut analisis peneliti berdasarkan hasil wawancara dengan informan bahwa orang-orang yang bekerja CV Bank Sampah Bersinar merupakan bentuk kepedulian terhadap kelestarian lingkungan. Meskipun jumlah sumber daya yang dimiliki CV Bank Sampah bersinar masih terbatas, namun menurut peneliti, karyawan CV Bank Sampah Bersinar memiliki semangat yang tinggi untuk bekerja sama dalam menangani permasalahan pencemaran lingkungan sekitar dan juga saling bekerjasama dalam menciptakan produk yang berasal dari daur ulang sampah. Kondisi ini sesuai dengan dimensi *affective commitment* karena karyawan yang bekerja di CV Bank Sampah Bersinar memiliki komitmen yang sangat tinggi dalam mengembangkan produk mereka dan dalam menangani permasalahan pencemaran lingkungan.

Continuance commitment berkaitan dengan biaya ekonomi dan sosial yang diberikan untuk kepedulian terhadap lingkungan. CV Bank Sampah Bersinar melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam membeli sampah yang mereka kumpulkan. Agar kerjasama tersebut bisa berjalan dalam jangka panjang, CV Bank Sampah Bersinar membeli sampah dari masyarakat tersebut dengan harga yang lebih tinggi dibanding dengan harga yang dari pengepul. Selisih harga yang diberikan CV Bank Sampah Bersinar sebagai wujud apresiasi kepada masyarakat bahwa mereka telah mau mengumpulkan sampah mereka sendiri bukan lagi dibuang secara sembarangan. Dengan membeli sampah dari masyarakat dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengepul, CV Bank Sampah Bersinar turut meningkatkan perekonomian masyarakat

tersebut. Menurut peneliti CV Bank Sampah Bersinar telah menerapkan *continuance commitment* harga beli sampah yang diberikan kepada masyarakat yang menjual sampah mereka.

Normative commitment berarti komitmen yang dilakukan karena berpegang teguh pada norma atau hukum perlindungan terhadap lingkungan. Komitmen norma tersebut akan membentuk *eco-opportunity* dan *eco-innovation*, karena semua pihak merasa wajib untuk menjaga lingkungan. Komitmen ini telah dimiliki oleh CV Bank Sampah Bersinar. Karena CV Bank Sampah Bersinar berbasis ramah lingkungan, jadi sudah pasti cara yang dilakukan CV Bank Sampah Bersinar sudah sesuai dengan peraturan yang sudah ada. Peraturan tersebut seperti pembayaran upah gaji karyawan sesuai dengan UMR sesuai dengan Undang-Undang No 13 Tahun 2013. Jadi menurut peneliti, CV Bank Sampah Bersinar telah menerapkan *normative commitment*, yaitu melaksanakan peraturan pemerintah yang ada mengenai tentang gaji karyawan sesuai dengan UMR.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Identifikasi Model *Ecopreneurship* Berbasis Waste Management Studi Kasus Pada CV Bank Sampah Bersinar, yang telah dijabarkan pada BAB IV, Peneliti menarik kesimpulan yang mengacu pada rumusan masalah, yaitu penerapan *eco-innovation*, *eco-opportunity* dan *eco-commitment* sebagai berikut:

1. Penerapan sub konsep *eco-innovation* yang telah dilakukan oleh CV Bank Sampah Bersinar sebagai *ecopreneur*. CV Bank Sampah Bersinar menerapkan empat dimensi dalam *eco-innovation*, yaitu *product care*, *minor product improvement*, *functional innovation* dan *system innovation*. Sebagai bisnis yang berfokus kepada peduli terhadap lingkungan CV Bank Sampah Bersinar telah melakukan inovasi baik dari segi produknya maupun sistemnya. Sebagai contoh adalah penjualan produk yang berasal dari sampah bekas yang dikumpulkan dari masyarakat sekitar. Dan juga CV Bank Sampah Bersinar menggunakan kantong plastik yang berbahan dasar dari singkong pengganti kantong plastik untuk mengurangi pencemaran lingkungan serta memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dan kampanye.
2. Sebagai pelopor bisnis perikanan ramah lingkungan, CV Bank Sampah Bersinar telah menerapkan dua dimensi pada *eco-opportunity*, yaitu dimensi *public goods* dan *imperfect information*. Peluang ini digunakan CV Bank Sampah Bersinar sebagai *ecopreneurship* karena CV Bank Sampah Bersinar melihat adanya permasalahan tentang pembuangan sampah secara sembarangan serta kurangnya informasi yang dialami oleh masyarakat Indonesia mengenai pentingnya menjaga lingkungan. Hal tersebut dilakukan dengan cara melakukan bazaar, kampanye bersama mitra seperti pemerintah sekitar, serta menjual produk yang berasal dari daur ulang sampah.
3. Dalam menjalankan bisnisnya sebagai *ecopreneur*, CV Bank Sampah Bersinar telah menerapkan dimensi pada sub konsep *eco-commitment*, yaitu *affective commitment*, *continuance commitment* dan *normative commitment*. Karyawan yang bekerja di CV Bank Sampah Bersinar memiliki semangat yang tinggi untuk mengembangkan produk mereka dan dalam menangani permasalahan pencemaran lingkungan dalam hal sampah. Memberikan apresiasi kepada masyarakat dalam hal membeli sampah yang mereka kumpulkan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka menjual sampah mereka ke pengepul. Dengan konsep yang menjaga kelestarian lingkungan ini, CV Bank Sampah Bersinar telah menjalani bisnis yang sesuai dengan aturan, terutama peraturan dari pemerintah yaitu dengan memberikan gaji kepada karyawan sesuai dengan UMR yang sesuai dengan Undang-Undang No 13 Tahun 2013 tentang Undang-Undang Ketenagakerjaan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah Peneliti jabarkan pada sub bab 5.1, Peneliti memberikan saran kepada CV Bank Sampah Bersinar sebagai *ecopreneur* terkait penelitian ini, yaitu:

- a. CV Bank Sampah Bersinar sebaiknya meningkatkan dimensi *system innovation* pada sub konsep *eco-innovation*, terkait cara penyampaian komunikasi untuk promosi dan kampanye. CV Bank Sampah Bersinar harus membuat aplikasi yang lain seperti Instagram, Line Official yang bertujuan supaya masyarakat lebih banyak yang mengetahui dan juga media sosial tersebut adalah media sosial yang saat ini banyak masyarakat yang sudah menggunakannya. CV Bank Sampah Bersinar harus lebih interaktif dengan masyarakat melalui media sosial, misalnya seperti menyelenggarakan kuis hadiah melalui akun facebook yang pemenangnya akan mendapatkan hadiah produk CV Bank Sampah Bersinar.
- b. CV Bank Sampah Bersinar dapat memanfaatkan peluang dengan cara memperbanyak jenis-jenis produknya misalnya bisa menjual tas ransel atau tas selempang. Hal tersebut akan meningkatkan rasa ketertarikan masyarakat karena sangat banyak jenis produk yang ditawarkan CV Bank Sampah Bersinar.

Referensi

Almanshur Fauzan , Ghony Djunaidi (2012). Metodologi Penelitian kualitatif, Jogjakarta: Ar Ruzz Media

- Arien A. Gunawan dan Wawan Dhewanto (2012) *Why Eco-friendly Family Business is Less Popular in Indonesia?* (Skripsi Sarjana). Institut Manajemen Telkom Bandung.
- Echdar, Saban. (2013). *Manajemen Entrepreneurship – Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gunawan, A. A. (2013). *Ecopreneurship Practice in Indonesia Batik Industry: Coparative Case Study of Batik Small, Medium Enterprises in Banten, Jakarta and West Java Povince*. (Tesis Magister). Institut Teknologi Bandung.
- Halila, F. dan Horte, S. A. (2006). Innovation that Combine Environmental and Business Aspects. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*. 1(4), 371-387. Tersedia: https://www.researchgate.net/publication/247834968_Innovations_that_combine_environmental_and_business_aspects
- Isaak dalam McEwen (2013). *Ecopreneurship as a Solution to Environmental Problems: Implications for College Level Entrepreneurship Education*, Volume 3, No. 5.
- Kainrath, D. (2011). *Ecopreneurship in Theory and Practice: A Proposed Emerging Framework for Ecopreneurship*. Germany: Lambert Academic Publishing.
- Rennings, Klaus. (2000). Refending Innovation – Eco-innovation Research and the Contribution from Ecological Economics. *Ecological Economics*, 32 (319-332). Tersedia: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.3801&rep=rep1&type=pdf>
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, D., dan Walley, L. (2003). The Green Entrepreneur: Visionary, Maverick or Opportunist? *Manchester Metropolitan University Business School Working Papper Series Online*, WP 03/04, Manchester Metropolitan University Business School, Manchester, UK. Tersedia: <https://www.ribm.mmu.ac.uk/>
- Thaddeus McEwen (2013) *Ecopreneurship as a Solution to Environmental Problems: Implications for Collage Level Entrepreneurship Education*. *Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- UNEP (United Nations Environment Program). (2007). GEO4 Global Environment Outlook-Summary for Decision Makers, Nairobi, Kenya. Tersedia: http://www.unep.org/geo/GEO4/media/GEO4%20SDM_launch.pdf
- Wagner, M and Schaltegger, S. (2010). Classifying Entrepreneurship for Public Good: Empirical Analysis for a Conceptual Framework. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23(3), 431-443. Tersedia: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08276331.2010.10593494>