

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *tenant* yang ikut serta dalam acara Pasar Sehat Bandung 2019 yang diselenggarakan oleh Komunitas Organik Indonesia (KOI) *Chapter* Bandung pada tanggal 30-31 Maret 2019. Pasar Sehat Bandung 2019 diselenggarakan di Lobby Langit 23 Paskal Shopping Center dengan slogan “Menuju *Zero Waste*”. Dalam acara ini terdapat berbagai kegiatan seperti *talkshow*, demo masak, *workshop*, *strory telling for kids*, *entertainment*, *performance*, bazar produk sehat lokal, dan juga lelang dekor. *Tenant* yang mengikuti acara ini adalah pelaku *ecopreneurship* yang usahanya berlokasi di Bandung dan tergabung dalam Komunitas Organik Indonesia (KOI). Secara lebih detail, berikut gambaran umum yang dipilih sebagai objek penelitian.

1.1.1 Warung 1000 Kebun

a. Tentang Warung 1000 Kebun

Warung 1000 Kebun adalah sebuah komunitas yang beranggotakan para peminat dan praktisi berkemun di Indonesia dengan pendekatan organik. Dengan moto “Organik itu Tradisi Kita”, dan misi Warung 1000 Kebun memiliki pandangan bahwa pangan organik dapat menyelamatkan manusia dan planet bumi dari kehancuran dan kepunahan.



Gambar 1.1 Logo Warung 1000 Kebun

Sumber: www.google.com

Warung 1000 Kebun berdiri atas kesadaran warga Arcamanik untuk membangun akses terhadap pangan organik. Berdiri sejak 25 Desember 2017 yang didasari dari beberapa warga perumahan Arcamanik yang senang untuk berkebun dan mengkonsumsi pangan organik. Warung 1000 Kebun juga berfungsi sebagai ruang interaksi antara petani lokal, UMKM, dan masyarakat pangan organik. Umumnya, para anggota komunitas Warung 1000 Kebun aktif untuk berbagi wawasan dan pengalaman berkebunnya melalui forum-forum 1000 kebun, baik *online* maupun *offline*. Di tempat ini, anggota Komunitas 1000 Kebun dimanjakan oleh berbagai panganan sehat yang berasal dari berbagai kebun di sekitar Arcamanik. Warung 1000 Kebun kerap menyelenggarakan pelatihan, *workshop*, atau hanya sekedar berbagi wawasan. Temanya pun bukan hanya berkebun. Dalam misinya untuk meningkatkan kapasitas pemangku kepentingan dalam rantai nilai pangan sehat, sehingga bisa memperluas jangkauan terhadap pangan sehat. Warung 1000 Kebun membuat ajang mengolah panganan organik, sehingga bisa memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan bahan mentah.

b. Produk Warung 1000 Kebun

Warung 1000 Kebun menjual produk yang berasal dari kebun yang tergabung dalam komunitas. Berikut adalah produk yang tersedia pada Warung 1000 Kebun:

Tabel 1.1 Produk Warung 1000 Kebun

No.	Kategori Produk	Keterangan
1		Produk didapat oleh artisan lokal dibuat dengan bahan-bahan alami tanpa pewarna, penyedap, pegenyal, pemanis, pengental, perasa, dan pengawet sintetis.

(Bersambung)

(Sambungan)

No.	Kategori Produk	Keterangan
2		<p>Produk didapat oleh artisan lokal dibuat dengan bahan-bahan alami tanpa pewarna, penyedap, pegenyal, pemanis, pengental, perasa, dan pengawet sintetis.</p>
3		<p>Buah yang ditanam oleh petani lokal dengan perlakuan organik, tanpa pestisida sintetis.</p>
4		<p>Sayuran segar yang ditanam oleh petani lokal dengan perlakuan organik, tanpa pestisida, dan pupuk sintetis.</p>
5		<p>Produk yang ditanam oleh petani lokal dengan perlakuan organik, tepungnya berbahan dasar alami tanpa ada tambahan bahan sintetis (seperti pengawet dan pemutih).</p>


(Bersambung)

(Sambungan)

No.	Kategori Produk	Keterangan
6		Produk yang sehat, berbahan dasar alami, dan lokal. Bahan dasarnya bervariasi ada yang dari tepung terigu, tepung singkong, tepung mocaf, dan tepung beras yang tentunya dari bahan-bahan alami.
7		Produk yang sehat, lokal dan diolah dengan cara yang alami
8		Produk hewani diantaranya susu, daging ayam, telur ayam kampung dsb. Hewan dibesarkan oleh peternak lokal dengan perlakuan alami, hewan diberi pakan yang alami dan tidak disuntik hormon.
9		Produk yang berbahan alami, sehat, ramah lingkungan dan berkelanjutan.

(Bersambung)

(Sambungan)

No.	Kategori Produk	Keterangan
10		<p>Perlengkapan rumah tangga yang diantaranya <i>zero waste kit</i>, alat mandi dan alat makan yang ramah lingkungan.</p>
11		<p>Buku-buku tentang alam, <i>healthy life style</i>, <i>healthy food</i> dan sebagainya, alat berkebun, benih & bibit lokal.</p>

Sumber: www.instagram.com/warung1000kebun

1.1.2 Sekolah Rempah Nusantara

Sekolah Rempah Nusantara merupakan sebuah komunitas dan menjalankan kegiatan dalam menyebarkan pengetahuan tentang rempah-rempah kepada masyarakat luas. Sekolah Rempah memiliki Panca Dasar Pendidikan yaitu; mengenali kebutuhan hidup, berpikir panjang, berbagi, menerima, dan tahu diri. Panca Dasar Pendidikan ini memiliki tujuan yaitu untuk kelestarian lingkungan terutama rempah-rempah yang dimiliki oleh Indonesia sehingga dapat tetap dinikmati oleh generasi masa depan. Sekolah Rempah Nusantara selain memberikan pengetahuan tentang rempah-rempah juga menjual rempah-rempah yang alami tanpa pestisida sintesis, catering sehat tanpa MSG, juga menawarkan pembelajaran keterampilan dalam mengolah rempah-rempah tersebut.



Gambar 1.2 Logo Sekolah Rempah Nusantara

Sumber: www.google.com

Hingga saat ini produk dari Sekolah Rempah Nusantara hanya di jual tempat yang berlokasi di Jl. Karang Sari No.20, Pasteur, Sukajadi, Kota Bandung. Jawa Barat. Begitu juga dengan program edukasi tentang rempah-rempah terbuka untuk umum.

1.1.3 Botanina

a. Tentang Botanina

Botanina adalah produk rumah tangga dan perawatan tubuh yang diciptakan oleh Agustina Ciptarahayu. Dengan misi menciptakan rumah serta keluarga Indonesia bebas dari toksik dan memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga, botanina hadir dengan inovasi berkelanjutan dengan prinsip keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan kesetaraan sosial. Produk botanina diproduksi dengan bahan alami untuk orang-orang yang menginginkan alternatif alami dengan menggunakan bahan berbasis alami yang disertai dukungan terhadap produsen/komunitas organik lokal. Dengan menggunakan campuran minyak esensial yang murni sebagai bahan aktif untuk memberikan aroma yang indah dan manfaat terapi.



Gambar 1.3 Logo Botanina

Sumber: www.botanina.com




Botanina sendiri memberikan *value* pada produk yang ditawarkan. *Value* Botanina yaitu:

1. *Honest Ingredients* yaitu dengan membagikan semua bahan yang digunakan sehingga pelanggan dapat memutuskan apakah produk Botanina aman atau tidak untuk mereka.
2. *Safety First* yaitu memakai formula yang berbeda untuk berbagai kelompok umur.
3. *Proven Benefits* yaitu peningkatan produk berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas produk.
4. *Organis Priority and Affordable Price* yaitu menggunakan 100% bahan organic dan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.

b. Produk Botanina

Botanina menawarkan produk berbagai kegunaan sesuai dengan kebutuhan seperti kesehatan, gaya hidup, parfum, perawatan rumah, dan aksesorisnya. Produk yang ditawarkan Botanina yaitu:

Tabel 1.2 Produk Botanina

No	Produk	Keterangan
1	<p>Kesehatan</p> 	<p>Kandungan <i>essential oil</i> yang dapat membersihkan virus/bakteri dan melegakan saluran pernafasan. Harga mulai dari Rp. 65.000</p>
2	<p><i>lifestlye</i></p> 	<p>Produk untuk menutrisi dan melembabkan kulit, serta mencegah <i>stretchmark</i>. Serta dapat merawat dan mengkilapkan kayu. Harga mulai dari Rp. 65.000</p>
3	<p><i>Homecare</i></p> 	<p>Kandungan <i>essential oil</i> yang membantu melindungi rumah dari serangan hama seperti semut, kecoak, ngengat, kutu, lipan. Harga mulai dari Rp 75.000</p>
4	<p><i>Parfume</i></p> 	<p><i>Parfume</i> dengan bahan natural didalamnya dan bernuansa natural. Tidak menggunakan alcohol dan bahan sintetis. Harga Rp. 175.000</p>

(Bersambung)

(Sambungan)

No	Produk	Keterangan
5	<i>Kit/ paket</i> 	Paket spesial yang berisi empat jenis produk perawatan harian. Harga untuk paket produk dewasa Rp 300.000
6	<i>Aksesoris</i> 	<i>Ultrasonic Diffuser</i> untuk menggunakan produk botanina. Harga mulai dari Rp. 300.000

Sumber: www.botanina.com

1.1.4 Rahsa Nusantara

a. Tentang Rahsa Nusantara

Rahsa Nusantara merupakan produsen minuman khas Nusantara yang berbahan alami dan beretika pada lingkungan. Rahsa Nusantara juga menjunjung tinggi nilai kearifan lokal Indonesia, yang mengangkat keaslian dan kealamian minuman khas Nusantara. Rahsa Nusantara didirikan pada tanggal 14 Januari 2016 oleh Hatta Kresna. Berawal dari kegemaran meracik jamu untuk keluarga Hatta Kresna mengolah minuman yang mengangkat keaslian dan kealamian minuman khas Nusantara.



Gambar 1.4 Logo Rahsa Nusantara

Sumber: www.google.com

Rahsa Nusantara dibuat dengan tujuan untuk menyembuhkan kesehatan tubuh dan alam. Rahsa Nusantara memproduksi dengan hati-hati terhadap lingkungan dan mendukung kelestarian warisan kuliner Indonesia untuk generasi masa depan. Hingga saat ini pendistribusian produk Rahsa Nusantara sudah tersebar di Kota Bandung dan Kota Jakarta.

b. Produk Rahsa Nusantara

Rahsa Nusantara menjual produk jamunya dengan berbagai bentuk dari yang siap minum dengan kemasan botol 250ml hingga kemasan botol 1 liter. Selain itu Rahsa Nusantara juga menawarkan produk dengan kemasan siap seduh. Berikut adalah produk yang tersedia pada Rahsa Nusantara:

Tabel 1.3 Produk Rahsa Nusantara

No.	Kategori Produk	Keterangan
1		<p>Diracik khusus dengan bahan rempah-rempah alami dan premium yang mengangkat keaslian dan kealamian minuman khas Nusantara. Rempah-rempah diperoleh dari petani khusus. Harga 250ml Rp. 25.000 Harga 1 liter Rp 60.000</p>
2		<p>Bahan-bahan keringan yang bisa diseduh dengan air panas sehingga bisa menikmati minuman khas nusantara kapanpun dan di manapun. Harga Rp. 33.000</p>

Sumber: www.instagram.com/rahsa.nusantara

1.1.5 Warung Imah Babaturan

a. Tentang Warung Imah Babaturan

Warung Imah Babaturan adalah warung kopi kampung di kota yang berlokasi di jl. Kebon Bibit No.3, Bandung. Imah Babaturan yang berasal dari Bahasa Sunda yang artinya rumah teman terinspirasi dari kisah nyata sehari-hari dimana teman-teman kerap kali makan masakan Mbak di rumah walaupun yang punya rumahnya tidak ada.



Gambar 1.5 Logo Warung Imah Babaturan

Sumber: www.google.com

Warung Imah Babaturan memiliki konsep yang ramah lingkungan dengan menyuguhkan makanan kepada pelanggan dengan alas daun pisang, dan juga menggunakan sedotan yang berbahan dasar dari jagung. Selain itu Warung Imah Babaturan saat ini juga bekerja sama dengan Botanina dengan meluncurkan tumbler yang beruliskan BotaninaXWIB, hal ini bertujuan untuk mengurangi sampah plastik di Indonesia.

b. Produk Warung Imah Babaturan

Warung Imah Babaturan menyediakan kopi dan makanan rumahan dengan resep keluarga. Berikut adalah menu yang ditawarkan di Warung Imah Babaturan:



Gambar 1.6 Menu Makanan Warung Imah Babaturan

Sumber: www.warungimahbabaturan.com



Gambar 1.7 Menu Minuman Warung Imah Babaturan

Sumber: www.warungimahbabaturan.com

1.2 Latar Belakang Penelitian






Saat ini pemerintah Indonesia bahkan pemerintah seluruh dunia sedang memperhatikan keberlangsungan lingkungan dan mengusung konsep pembangunan yang berkelanjutan. Hal ini dibuktikan dengan disahkannya agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang diikuti oleh kurang lebih 193 kepala negara termasuk Indonesia yang dihadiri langsung oleh Wakil Presiden Jusuf Kalla di Markas Besar Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tanggal 25-27 September 2015. Disahkannya SDGs adalah sebagai kesepakatan pembangunan global. SDGs 2030 mengusung tema "*Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development*" dengan berisi 17 tujuan yang merupakan rencana aksi global untuk 15 tahun kedepan yang berlaku sejak tahun 2016 hingga tahun 2030 untuk mengakhiri kemiskinan dari segi ekonomi, mengurangi kesenjangan dari segi sosial, dan melindungi kelestarian alam dari segi lingkungan. Agenda ini dirancang dan berlaku untuk seluruh negara tanpa kecuali dan memiliki kewajiban moral untuk mencapai tujuan serta target SDGs. Adapun berikut adalah Tabel 1.4 yang menampilkan 17 tujuan SDGs:

Tabel 1.4 Tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) 2030

Logo	Penjelasan	Logo	Penjelasan
	Mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk dimanapun.		Memastikan akses terhadap energi yang terjangkau, dapat diandalkan, berkelanjutan dan modern bagi semua.
	Mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan nutrisi yang lebih baik dan mendukung pertanian berkelanjutan.		Mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, tenaga kerja penuh dan produktif dan pekerjaan yang layak bagi semua.
	Memastikan kehidupan yang sehat dan mendukung kesejahteraan bagi semua untuk semua usia.		Membangun infrastruktur yang tangguh, mendukung industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan dan membantu perkembangan inovasi.
	Memastikan pendidikan yang inklusif dan berkualitas setara, juga mendukung kesempatan belajar seumur hidup bagi semua.		Mengurangi ketimpangan didalam dan antar negara.
	Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan.		Membangun kota dan pemukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.
	Memastikan ketersediaan dan manajemen air bersih yang berkelanjutan dan sanitasi bagi semua.		Memastikan pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan.

(Bersambung)

(Sambungan)

Logo	Penjelasan	Logo	Penjelasan
	Mengambil aksi segera untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya.		Mendukung masyarakat yang damai dan inklusif untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses terhadap keadilan bagi semua dan membangun institusi-institusi yang efektif, akuntabel dan inklusif di semua level.
	Mengkonservasi dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya laut, samudra dan maritime untuk pembangunan yang berkelanjutan.		Menguatkan ukuran implementasi dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan yang berkelanjutan.
	Melindungi, memulihkan dan mendukung penggunaan yang berkelanjutan terhadap ekosistem daratan, mengelola hutan secara berkelanjutan, memerangi desertifikasi (penggunaan), dan menghambat dan membalikkan degradasi tanah dan menghambat hilangnya keanekaragaman hayati.		

Sumber: www.sdg2030indonesia.org

SDGs 2030 memiliki prinsip utama yaitu “*Leave No One Behind*” atau tidak meninggalkan satu orangpun. Dengan prinsip tersebut SDGs harus bisa menjawab dua hal yaitu, Keadilan Prosedural yakni sejauh mana seluruh pihak terutama yang selama ini tertinggal dapat terlibat dalam keseluruhan proses pembangunan, dan Keadilan Substansial yakni sejauh mana kebijakan dan program pembangunan dapat atau mampu menjawab persoalan-persoalan warga terutama kelompok tertinggal. Keikutsertaan Indonesia dalam mendukung agenda SDGs ini dapat dilihat dengan ditanda tangannya Peraturan Presiden (Perpres) SDGs No. 59 Tahun

2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan oleh Presiden Jokowi.

Salah satu upaya dalam mencapai tujuan SDGs yang meliputi pembangunan manusia, ekonomi, dan lingkungan, Menteri PPN/ Kepala Bappenas Bambang Brodjonegoro dalam kuliah umum bertajuk “Perguruan Tinggi dan Percepatan Pencapaian SDGs” di Universitas Hasanuddin menyatakan bahwa “perguruan tinggi sangat berperan dalam pencapaian SDGs dan harus bisa menjadi pusat unggulan (*center of excellence*) di bidang keilmuan sesuai dengan kompetensi intinya (*core competence*), mengarusutamakan SDGs dalam proses pendidikan/ pengajaran, menjadi mitra pemerintah pusat dan daerah serta pemangku kepentingan lainnya dalam melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan SDGs, serta memberi rekomendasi dalam penyusunan Rencana Aksi Daerah (RAD) SDGs”. Peran perguruan tinggi dalam mencapai SDGs di antaranya memberikan pengetahuan, inovasi dan solusi untuk SDGs, menciptakan pelaksana SDGs saat ini dan yang akan datang, mendemonstrasikan bagaimana mendukung, mengadopsi dan mengimplementasikan SDGs dalam tata kelola, operasionalisasi dan budaya, serta mengembangkan kerja sama kepemimpinan antar sektor untuk memandu dalam merespons SDGs. Menteri Bambang juga menyatakan pentingnya didirikannya SDGs Center di perguruan tinggi yaitu untuk memetakan seluruh aktivitas kampus yang sudah sejalan dengan SDGs termasuk pengarusutamakan SDGs dalam mata kuliah dan Kuliah Kerja Nyata (KKN), mengembangkan kapasitas internal kampus dan membangun rasa kepemilikan terhadap SDGs, identifikasi prioritas, peluang, dan *gaps* dalam pelaksanaan SDGs, serta memastikan internalisasi SDGs ke dalam strategi, kebijakan dan rencana kerja universitas dapat terus berjalan. Dari data Kementerian PPN/Bappenas hingga Februari 2019 SDGs Center sudah berdiri di tujuh kampus, yaitu Universitas Padjajaran, Universitas Hasanuddin, Universitas Mataram, Universitas Jember, Universitas Bengkulu, Institut Pertanian Bogor, dan Institut Teknologi Bandung. (<https://www.bappenas.go.id>)

Peran perguruan tinggi sesuai dengan tujuan SDGs nomor 4 *Quality Education* yaitu *ensure inclusive and equitable quality education and promote life long learning opportunities for all* yang menjadi fokus pada poin indikator 4.4 yaitu *by 2030, ensure substantially increase the number of youth and adult who have relevant skills, including technical and vocational skill, for employment, decent jobs and entrepreneurship*. Yang berarti bahwa perguruan tinggi memiliki peran dalam meningkatkan jumlah remaja dan orang dewasa yang memiliki keahlian yang relevan termasuk keahlian teknis dan kejuruan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan berwirausaha. Salah satu konsep wirausaha yang sedang berkembang dan dikaji saat ini adalah konsep *ecopreneurship*. *Ecopreneurship* merupakan salah satu pengembangan dari ilmu *entrepreneurship* yang berkembang dan muncul akibat isu-isu penting yang sedang dihadapi oleh setiap negara di dunia yaitu permasalahan lingkungan, limbah, permintaan yang meningkat akan produk-produk ramah lingkungan serta kesadaran masyarakat dan pemerintah yang meningkat akan keberlanjutan dalam ekosistem. Kirkwood dan Walton (2010) menyatakan *ecopreneurship* memiliki perbedaan dalam menjalankan bisnisnya yaitu menjalankan usahanya berupaya memberikan nilai positif bagi lingkungan dan memberikan kesadaran untuk perubahan sosial. Dan menurut Lubis (2015:33-34) *ecopreneurship* mempresentasikan tiga pendorong dari tindakan para *ecopreneur (Three Drivers of Ecopreneurial Action)* yang berkontribusi dalam mengidentifikasi peluang bisnis komersial, serta menghasilkan keuntungan untuk lingkungan, sosial dan ekonomi. Tindakan atau kegiatan *ecopreneurial* mewakili sikap, keterampilan perilaku yang berfokus pada nilai lingkungan, nilai sosial, dan nilai ekonomi.

Maka dalam menjaga keberlangsungan bisnis sesuai dengan strategi dalam mencapai tujuan dibutuhkan model bisnis. Chesbrough (2006) mengemukakan bahwa strategi usaha yang dijalankan oleh perusahaan tidak akan dapat berjalan maksimal jika tidak didasari oleh pengkajian dan perumusan model bisnis. Sedangkan Levy (2001) mengemukakan bahwa bertindak pada model bisnis yang salah dapat menimbulkan kerugian finansial atau kehilangan peluang yang sangat besar, sehingga meningkatkan potensi untuk keluar dari bisnis. Hal ini

menunjukkan bahwa evaluasi model bisnis merupakan hal penting dalam dunia bisnis, tanpa adanya model bisnis yang sesuai maka perusahaan tidak akan bertahan lama. Identifikasi dan evaluasi model bisnis menggunakan pendekatan *business model canvas* (BMC) dari Osterwalder dan Pigneur (2010) yang memiliki sembilan elemen yaitu *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*. Model bisnis yang dijelaskan melalui *business model canvas* menunjukkan gambaran besar melalui sembilan elemen, sehingga perusahaan jadi lebih mudah untuk menganalisis apa saja yang kurang tepat dan apa saja yang perlu dikembangkan dan selanjutnya dapat mengambil langkah yang tepat untuk mencapai tujuan bisnisnya.

1.3 Perumusan Masalah

Agenda SDGs 2030 merupakan tujuan yang dicita-citakan oleh PBB sebagai upaya untuk mengakhiri kemiskinan dari segi ekonomi, mengurangi kesenjangan dari segi sosial, dan melindungi kelestarian alam dari segi lingkungan yang berlaku untuk seluruh negara tanpa kecuali dan memiliki kewajiban moral untuk mencapai tujuan serta target SDGs. Dalam mencapai salah satu tujuan SDGs yaitu tujuan nomor 4 *Quality Education*, peran perguruan tinggi sangatlah penting dalam meningkatkan jumlah remaja dan orang dewasa yang memiliki keahlian yang relevan termasuk keahlian teknis dan kejuruan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan berwirausaha. Maka perlu adanya SDGs Center pada setiap perguruan tinggi termasuk Telkom University yang pada 2019 menjadi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) nomor 1 di Indonesia dan menempati posisi 14 dari 100 Perguruan Tinggi (PT) di Indonesia termasuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN) versi Kemenristekdikti. (<https://telkomuniversity.ac.id/telkom-university-menjadi-pts-no-1-di-indonesia/?lang=en>)

SDGs Center adalah untuk memetakan seluruh aktivitas kampus yang sudah sejalan dengan SDGs termasuk pengarusutamaan SDGs dalam mata kuliah dan Kuliah Kerja Nyata (KKN), mengembangkan kapasitas internal kampus dan membangun rasa kepemilikan terhadap SDGs, identifikasi prioritas, peluang, dan

gaps dalam pelaksanaan SDGs, serta memastikan internalisasi SDGs ke dalam strategi, kebijakan dan rencana kerja universitas dapat terus berjalan. Dalam mengidentifikasi peluang dan strategi berwirasusaha dan mendapatkan pekerjaan yang layak dalam pembangunan berkelanjutan dan tercapainya agenda SDGs maka diperlukan peninjauan model bisnis berkonsep *ecopreneurship*. Peninjauan model bisnis dilakukan dengan analisis pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) dari Osterwalder dan Pigneur (2010) pada tenant-tenant yang mengikuti kegiatan pasar sehat Bandung 2019. Pasar Sehat Bandung adalah kegiatan yang rutin dilakukan oleh Komunitas Organik Indonesia yang diselenggarakan tiga kali dalam setahun. Dari hasil wawancara dengan bapak Ali dari Warung 1000 Kebun dan salah satu pencetus kegiatan Pasar Sehat Bandung menyatakan bahwa alasan di bentuknya kegiatan Pasar Sehat Bandung adalah untuk memenuhi kebutuhan makanan sehat dan edukasi mengenai makanan sehat serta isu-isu lingkungan yang sedang terjadi terutama di Bandung kepada masyarakat.

Dengan melihat fenomena di atas, untuk mencapai agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030, maka harus didukung oleh kegiatan yang ramah lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan. Maka demikian judul dalam penelitian ini adalah:

“KONSEP *ECOPRENEURSHIP* SEBAGAI MODEL BISNIS MASA DEPAN UNTUK MENCAPAI *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* (SDGs) 2030. (EVALUASI PADA KEGIATAN PASAR SEHAT BANDUNG 2019)”

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran model bisnis *ecopreneurship* dari unit usaha yang mengikuti kegiatan Pasar Sehat Bandung 2019 dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?
2. Bagaimana fokus orientasi bisnis pada model bisnis *ecopreneurship* dari unit usaha yang mengikuti Pasar Sehat Bandung 2019?

3. Bagaimana rancangan model bisnis usulan sebagai bentuk pengembangan bisnis yang sesuai dengan tujuan bisnis dan tercapainya agenda SDGs 2030 dengan pendekatan BMC?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk

1. Mengetahui gambaran model bisnis dari unit usaha yang mengikuti kegiatan Pasar Sehat Bandung 2019
2. Mengetahui fokus orientasi bisnis pada model bisnis *ecopreneurship* dari unit usaha yang mengikuti Pasar Sehat Bandung 2019
3. Memberikan usulan/rekomendasi model bisnis yang baru pada unit usaha yang mengikuti kegiatan Pasar Sehat Bandung 2019 dengan konsep *ecopreneurship* untuk mendukung tercapainya agenda SDGs 2030

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak yang terlibat dan berkepentingan yang dapat dilihat dari dua aspek, yaitu:

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi penulis maupun pembaca mengenai bagaimana konsep model bisnis *ecopreneurship* untuk mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030 dengan pemetaan model bisnis menggunakan metode *business model canvas* (BMC). Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi dan referensi pada penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran konsep model bisnis *ecopreneurship* sehingga dapat dijadikan acuan dan masukan untuk pelaku

wirausahawan lain untuk mengevaluasi kegiatan bisnisnya berdasarkan aspek nilai lingkungan, nilai sosial, dan nilai ekonomi. Dan selanjutnya dapat menjadi acuan bagi Telkom University dalam pendirian SDGs Center.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan maka penulis membatasi penelitian mengenai bagaimana konsep *ecopreneurship* dapat menjadi model bisnis untuk masa depan dalam mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030. Responden yang dipilih adalah *tenant* atau unit usaha yang mengikuti kegiatan Pasar Sehat Bandung 2019 dan telah diselenggarakan pada 30-31 Maret 2019 di Lobby Langit, 23 Paskal *Shopping Center*. Oleh karena itu, penelitian ini membahas tentang analisis konsep model bisnis *ecopreneurship* untuk mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu proses pelaksanaan penelitian hingga pembuatan analisis hasil penelitian yang dimulai dari bulan April 2019 hingga Juli 2019.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan disusun dalam lima bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang objek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini penelitian mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel untuk dijadikan dasar penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian pustaka

mencakup teori-teori yang sudah ada dalam buku teks maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal, skripsi, dan disertai yang dapat dipercaya. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang data menjawab atau menjelaskan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini hasil dari penelitian dan pembahasan diuraikan secara rinci dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sestematika pembahasan ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap cakupan, batasan, dan isi topik apabila disajikan dalam sub-sub judul. Setiap aspek pembahasan dimulai dari analisis data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penarikan kesimpulan sebaiknya dilakukan dengan membandingkan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. terdapat alternatif cara penulisan kesimpulan, yaitu dengan cara butir demi butir dan dengan cara uraian padat. Saran merupakan implikasi kesimpulan yang berhubungan dengan masalah. Selain menyentuh aspek praktis, perumusan rekomendasi juga harus ditunjukkan kepada para pembuat kebijakan, para pengguna hasil penelitian, dan dapat pula ditujukan kepada para peneliti berikutnya yang berminat untuk melanjutkan penelitian sebelumnya.