

ABSTRAK

Ecopreneurship adalah konsep kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi terhadap profit saja melainkan juga peduli terhadap aspek-aspek lainnya terutama aspek lingkungan. *Ecopreneurship* merupakan perilaku *entrepreneurship* yang memperhatikan atau mementingkan keberlangsungan berlanjutan dari lingkungan pada masa yang akan datang. Sedangkan *fashion* merupakan salah satu dari 14 sub-sektor industri kreatif yang ada di Indonesia. Sub-sektor *fashion* merupakan sub-sektor ekonomi kreatif yang memberikan donasi ekspor terbesar, sub-sektor *fashion* merupakan sub-sektor yang menyumbangkan produk domestik bruto (PDB) terbesar dibandingkan sub-sektor lainnya, penyerapan tenaga kerja sub-sektor *fashion* juga menjadi yang terbesar diantara sub-sektor lainnya, sub-sektor *fashion* mendominasi dalam rata-rata kontribusi sub-sektor kreatif terhadap ekonomi kreatif di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Kajian Implementasi Aspek-aspek *Ecopreneurship* Pada Bisnis Bidang *Fashion*”

David Kainhart mengungkapkan bahwa terdapat tiga konsep *ecopreneurship*, yaitu : *Eco-Innovation*, *Eco-Opportunities*, dan *Eco-Commitment*. Pengertian dari ketiga aspek *ecopreneurship* tersebut adalah sebagai berikut, *eco-innovation* adalah tindakan yang berkontribusi terhadap reduksi beban lingkungan, *eco-opportunities* adalah kemampuan untuk memanfaatkan atau mengeksplorasi kegagalan pasar yang dikarenakan aspek lingkungan, dan *eco-commitment* adalah kesediaan untuk berkerja keras dan memberikan tenaga serta waktu untuk pekerjaan atau aktivitas yang ramah terhadap lingkungan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana data dalam penelitian didapat secara langsung melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap objek penelitian. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang dilakukan terhadap tiga *brand* yang bergerak di bidang *fashion* yang menjalankan proses bisnisnya di Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga objek penelitian sudah menerapkan aspek *Eco-Innovation* pada proses bisnis yang dijalankan. Untuk aspek *Eco-Opportunities*, kesempatan yang dikarenakan kegagalan pasar akibat faktor lingkungan dirasa belum terdapat di Indonesia. Sedangkan pada aspek *Eco-Commitment* ketiga obyek penelitian sudah memiliki komitmen untuk turut menjaga lingkungan, hal ini terlihat dari kesadaran dan keinginan mereka untuk lebih ramah terhadap lingkungan pada masa yang akan datang.

Implementasi aspek-aspek *ecopreneurship* pada ketiga *brand* yang menjadi objek penelitian dirasa belum dilakukan secara maksimal. Hal ini terjadi karena masih mahalnya harga bahan baku produk yang ramah lingkungan dan dengan kenyataan bahwa masih minimnya kesadaran masyarakat selaku konsumen tentang pentingnya menjaga lingkungan mengakibatkan konsep *ecopreneurship* masih sangat sulit untuk diimplementasikan secara penuh.

Kata Kunci : *ecopreneurship*, *eco-innovation*, *eco-opportunities*, *eco-commitment*, *fashion*