

## **ANALISIS MOTIVASI ECOPRENEUR DALAM MEWUJUDKAN GREEN ECONOMY PADA PEMILIK USAHA NATURAL DYE FASHION RONSAGA**

Masitha Fahmi Wardhani<sup>1</sup>, Diana Puspitasari<sup>2</sup>, Risanda Alirastra Budiantoro<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro  
[masithafahmi@dsn.dinus.ac.id](mailto:masithafahmi@dsn.dinus.ac.id)<sup>1</sup>

### **ABSTRACT**

*The presence of Natural Dye Fashion Ronsaga with its founders Mr. Wahyu and Ms. Dewi as ecopreneurs is needed to support improving the welfare and social equality of the community while reducing environmental damage. One of the strategic steps taken is to encourage industry and business actors to commit and behave in an environmentally friendly manner. This study aims to determine what factors motivate an ecopreneur in running his business, ecopreneur motivation theory. This research uses a qualitative method by describing and describing the empirical reality behind the phenomenon. The population in this study was carried out by observations and interviews aimed at the owner of Natural Dye Fashion Ronsaga. The results showed that there was a match between the research objectives and the theory used. There are five things that motivate Pak Wahyu in running his business as an ecopreneur, namely in the form of green values, gaps in the market, make a living, be their own boss, and passion.*

*Keywords: Motivation, Ecopreneur, Green Economy*

### **ABSTRAKSI**

Kehadiran Natural Dye Fashion Ronsaga dengan para pendirinya Pak Wahyu dan Bu Dewi sebagai *ecopreneur* diperlukan untuk mendukung meningkatkan kesejahteraan dan kesetaraan sosial masyarakat sekaligus mengurangi kerusakan lingkungan dengan salah satu langkah strategi yang di lakukan adalah mendorong industri dan para pelaku usaha untuk berkomitmen dan berperilaku ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memotivasi seorang *ecopreneur* dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mendiskripsikan dan menggambarkan realita empirik di balik fenomena. Populasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara yang di tujukan kepada pemilik Natural Dye Fashion Ronsaga. Hasil penelitian menunjukkan terdapat kesesuaian antara tujuan penelitian dengan teori yang di gunakan. Terdapat lima hal yang memotivasi Pak wahyu dalam menjalankan usahanya sebagai *ecopreneur*, yaitu berupa *green values, gap in the market, make a living, be their own boss, dan passion*.

Kata kunci: Motivasi, *Ecopreneur, Green Economy*

## LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan industri dan rendahnya kelayakan instalasi pengolahan limbah, berpengaruh terhadap meningkatnya pencemaran lingkungan. Menurut Indeks Kualitas lingkungan Hidup yang di keluarkan kementerian lingkungan hidup pada Tahun 2018, secara nasional indeks lingkungan hidup sebesar 84,74% . Jawa Tengah mendapatkan nilai total IKLH 68,27, Yogyakarta 62,98, Jawa Timur 67.08. Titik ideal disini adalah 100, semakin jauh dengan angka 100 maka terindikasi memiliki tingkat pencemaran lingkungan yang tinggi. Menurut Kementerian lingkungan hidup Jawa Tengah adalah salah satu kota yang menjadi sorotan terhadap pencemaran lingkungan, dimana potensi industri yang dapat mempengaruhi kualitas lingkungan hidup di jawa tengah salah satunya adalah industri tekstil.

Di dalam industri tekstil dan pakaian di temukan bahwa industri pakaian dan tekstil adalah pencemar terbesar di dunia kedua setelah minyak, ( Fashion Industry Waste Statistic Edge Expo, 2019). Setiap tahunnya 40.000-50.000 ton pewarna kain dibuang ke sungai tanpa pengolahan. (eyskoot marieke, 2018). Di indonesia sendiri, sungai citarum yang di cemari limbah pengolahan tekstil yang tidak memiliki kelayakan Instalasi Pengolahan Limbah ( Pikiran Rakyat, 2018) Tidak jauh berbeda yang terjadi di Sungai Loji pekalongan sudah beralih fungsi menjadi saluran besar tempat pembuangan pewarna kimia industri batik dan tekstil (Warna-warni Batik di Sungai Pekalongan CNN Indonesia,2018). Sungai yang merupakan sumber penghidupan masyarakat menjadi aliran limbah tekstil pewarna batik . Di dalam UU PPLH, Undang-undang Dasar Nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup menyampaikan, melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup sebagai upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.

Fenomena diatas untuk beberapa orang dalam usahanya akhirnya melakukan perubahan bertahap dari menggunakan pewarna tekstil beralih ke pewarna alami

dalam proses pewarnaan batik dan kain. Kegiatan tersebut juga yang ditekuni oleh bapak Wahyu di daerah Semarang Barat selama kurang lebih selama 6 tahun. Bapak Wahyu pemilik home industry “Natural Dye Fashion Rounsaga” memilih untuk menjalankan usahanya sebagai *ecopreneur* dan hanya menggunakan pewarna alam sebagai bahan pokok dalam kerajinan batiknya dan pewarna kain untuk produk lainnya seperti Shibori dan Ecoprint. Selain aktif dalam pengembangan teknik pewarnaan alam ke kain dan batik serta mengikuti pameran produk dalam *fashion show*, Pak Wahyu juga mengenalkan kepada masyarakat sekitar tentang teknik pewarnaan alam pada kain sampai pada tahap perawatan dan siap jual dalam kegiatan pelatihan yang secara berkala di selenggarakan.

Melakukan paradigma pembangunan yang didasarkan pada efisiensi pemanfaatan sumberdaya, pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan dan internalisasi lingkungan serta sosial yaitu disebut dengan *Green Economy* (Tjahja Djajadiningrat Surna, 2011). Untuk mencapai *Green Economy* dibutuhkan tokoh pelaksana *ecopreneur*, dimana seseorang harus memiliki motivasi yang tinggi dalam mengangkat nilai pelestarian lingkungan hidup seperti yang dimiliki oleh *Ecopreneur*. Dalam *ecopreneur* kegiatan kewirausahaan menggunakan kaca mata lingkungan yang kurang berorientasi terhadap sistem manajemen dan prosedur teknis, namun lebih fokus kepada inisiatif pribadi dan ketrampilan berwirausaha untuk mewujudkan keberhasilan pasar dengan inovasi lingkungan (Schaltegger, 2002).

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui faktor motivasi *ecopreneur* yang menurut Kirkwood dan Walton (2010) ada 5 faktor yaitu *green values*, *gap in the market*, *making a living*, *be their own boss*, dan *passion*. Rumusan masalah yang ditemukan pada fenomena dibutuhkannya motivasi *ecopreneur* dalam mewujudkan *Green Economy*, serta dapat menjadi sumber inspirasi pengusaha atau wiraswasta lainnya yang masih sedikit ikut dalam menanamkan nilai kelestarian lingkungan atau *Green Economy* dengan memiliki motivasi *ecopreneur* dalam mewujudkannya.

## LANDASAN TEORI

### **Green Economy**

Definisi *Green Economy* menurut Andreas Lako (2018) merupakan gagasan ekonomi untuk tujuan meningkatkan kesejahteraan dan kesetaraan sosial masyarakat sekaligus mengurangi kerusakan lingkungan dengan salah satu langkah strategi yang dilakukan adalah mendorong industri dan para pelaku usaha untuk berkomitmen dan berperilaku ramah lingkungan.

Surna Tjahja Djajadiningrat (2011) merupakan paradigma pembangunan di dasari dengan efisiensi pemanfaatan sumber daya (*resources efficiency*), pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan (*sustainable consumption and production pattern*) dan internalisasi biaya-biaya lingkungan serta sosial (*internalization the externalities*).

I Gusti Putu Diva Awantara (2015) mengartikan pendekatan *green economy* sebagai model pendekatan pembangunan ekonomi tanpa mengeksploitasi sumber daya alam dan lingkungan secara berlebihan, meninggalkan praktik-praktik ekonomi yang mewariskan permasalahan lingkungan sehingga di perlukan kegiatan industri dan kreativitas serta pengetahuan berwawasan lingkungan dari masyarakat.

### **Ecoprenuer**

Ecopreneur merupakan wirausaha yang kegiatannya memperhatikan daya dukung lingkungan dan berusaha meminimalisasikan dampak kegiatannya terhadap lingkungan. *Ecopreneur* memiliki 3 dimensi penting yaitu masyarakat dan sosial, ekonomi, dan lingkungan/ekologi. Individu wirausaha ekologi atau *Eco-entrepreneur* yang di singkat *ecopreneur* adalah seseorang yang memiliki semangat kewirausahaan dalam membantu melindungi lingkungan alam dan ekosistem. Dimana *ecopreneur* di kelompokkan menjadi 2, yaitu yang bertujuan mempromosikan ide/produk/teknologi ramah lingkungan di sebut dengan social

*ecopreneur* dan yang bertujuan mendapatkan keuntungan dengan mengidentifikasi peluang dari produk dan proses yang ramah lingkungan di sebut *commercial ecopreneur* (Murdiningtyas, 2014).

Dalam penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa kegiatan *ecopreneur* tidak hanya bertujuan mendapatkan profit saja namun juga peduli akan masyarakat dan sosial, serta melindungi lingkungan alam dan ekosistem dunia.

### **Faktor Motivasi *Ecopreneur***

5 faktor motivasi *ecopreneur* menurut Kirkwood & Walton dalam menjalankan usahanya :

#### ***Their Green Values***

Motivasi utama dari seorang *ecopreneur* adalah nilai-nilai hijau yang mendasarinya. Dasar nilai hijau yang ada seringkali bekerja beriringan dengan adanya peluang pasar yang dilihat oleh seorang *ecopreneur*, dimana tidak akan terlibat dalam eksploitasi peluang pasar dengan mengorbankan nilai hijau produk dan layanan mereka. *Ecopreneur* memutuskan sesuatu yang berbeda dalam bisnis dibandingkan dengan apa yang saat ini di tawarkan di pasar dan berbeda dengan apa yang telah dilakukan di masa lalu.

*Ecopreneur* menyebarkan nilai hijau dan apa yang sedang mereka lakukan ke orang lain melalui strategi pendidikan pelatihan di situs website, pameran, dan informasi dari mulut ke mulut atau dari murid menjual produk dan layanan ke orang lain.

Jadi, indikator *green values* menurut Kirkwood & Walton yaitu:

1. Produk dari bahan dan proses produksi yang ramah lingkungan
2. Meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat akan lingkungan dengan mengajarkan nilai-nilai hijau (*green values*) ke masyarakat atau komunitas lain.

### ***Identifying A Gap In The Market***

Ecopreneur melihat ada celah pasar untuk ketersediaan produk dan layanan yang ramah lingkungan, dimana hal ini didasari keahlian dan minat mereka akan masalah lingkungan bukan tentang profit semata. Ecopreneur mengidentifikasi adanya kebutuhan pasar akan produk dan layanan ramah lingkungan belum terpenuhi, dan mengambil keuntungan dari ketidaksempurnaan dan peluang pasar tersebut.

Jadi, indikator *Gap In The Market* menurut Kirkwood & Walton yaitu:

1. Mengidentifikasi tren dan peluang pasar produk dan layanan ramah lingkungan
2. Mengamati adanya kebutuhan produk dan layanan ramah lingkungan yang belum terpenuhi untuk tujuan kelestarian lingkungan, bukan tentang tujuan keuntungan semata

### ***Making A Living***

Tidak di dorong oleh motivasi mendapatkan keuntungan besar atas apa yang di kerjakan, seorang ecopreneur menjalankan bisnis hanya memastikan usahanya cukup bisa untuk mencari nafkah dan perlindungan biaya hidup keluarga mereka.

Jadi, indikator *Making A Living* menurut Kirkwood & Walton yaitu:

1. Bisnis yang di kerjakan menghasilkan keuntungan
2. Bisnis yang di jalankan cukup untuk mencari nafkah dan perlindungan biaya hidup keluarga.

### ***Being Their Own Boss***

Seorang ecopreneur mempunyai keinginan untuk memiliki bisnis sendiri dan menjadi pemimpin atau bos di usaha yang mereka jalankan sendiri atau bersama dengan pasangan mereka, dengan melihat kebutuhan pasar akan produk dan

layanan ramah lingkungan lebih di prioritaskan daripada keinginan untuk memulai bisnis.

Jadi, indikator *Being Their Own Boss* menurut Kirkwood & Walton yaitu:

1. Memiliki keinginan untuk memiliki bisnis sendiri, karena melihat kebutuhan pasar akan produk dan layanan ramah lingkungan.
2. Menjadi pemimpin atau bos di bisnis yang mereka jalankan sendiri atau bersama pasangan.

### ***Passion***

*Green values* dengan *passion* yang di miliki di dalam diri seorang ecopreneur tidak bisa terpisahkan, mereka tertarik menyediakan produk dan layanan ramah lingkungan atau memiliki nilai-nilai *green values*. Para ecopreneur semangat berperan dalam mengurangi kerusakan lingkungan.

Jadi, indikator *Passion* menurut Kirkwood & Walton yaitu:

1. Memiliki semangat keinginan untuk menyediakan produk dan layanan yang memiliki nilai- nilai hijau (*green values*)
2. Memiliki semangat keinginan untuk mengurangi permasalahan kerusakan lingkungan

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian Deskriptif Kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap tujuan atau fakta, keadaan, fenomena, variable dan keadaan terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat,

pertentangan antara variabel yang timbul perbedaan antara fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi dan sebagainya (Moleong, 2004)

Subjek penelitian merupakan informan atau seseorang yang bisa memberikan gambaran atau informasi terkait tema penelitian yang sedang dilakukan. Seseorang yang dimaksud sebagai subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha sebagai pelaku usaha Natural Dye Fashion Ronsaga, beralamat Jl. Borobudur Raya Rt.5/11 Kelurahan Kembangarum Kecamatan Semarang Barat yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang motivasi seorang ecoprenuer terkait dengan usahanya.

Jenis data yang digunakan di penelitian ini menggunakan data primer yang di dapatkan harus dengan wawancara dahulu secara tertulis maupun lisan langsung kepada subjek dan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dari berbagai sumber salah satunya dengan melihat penelitian terdahulu, dokumen-dokumen lain yang relevan dengan tema penelitian. Sumber data untuk penelitian ini didapat dari informan yang memberikan data berupa informasi melalui wawancara lisan dan tertulis. Sumber data berasal dari pemilik sekaligus pelaku usaha Natural Dye Fashion Ronsaga. Sumber data lain yang digunakan berupa gambar, pola atau simbol-simbol yang ada dalam dokumentasi selama kegiatan wawancara berlangsung.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara. Observasi dan wawancara dalam bentuk uraian terperinci dari informan secara lisan maupun tertulis, catatan teori yang berupa relevansi antara rumusan hubungan teori dengan topik yang diteliti, serta catatan metodologis yang berupa pengalaman peneliti ketika berupaya menerapkan metode kualitatif selama proses wawancara berlangsung (Rijali, 2018)

## PEMBAHASAN

### ***Green Values***

*Green Values* pada ecopreneur dalam mewujudkan *Green Economy*. Menurut Kirkwood & Walton *green values* adalah pertama, seorang ecopreneur yang menghasilkan produk dari bahan dan proses produksi yang ramah lingkungan. Dari apa yang di dapatkan peneliti di lapangan dan wawancara dengan Pak wahyu dan Bu dewi sebagai seorang ecopreneur menjalankan usahanya dengan menghasilkan produk dari bahan dan proses produksi yang ramah lingkungan. Produk yang dihasilkan adalah batik, shibori, ecoprint, dan aksesoris dari limbah kain. Bahan yaitu kain dari serat alam seperti sutra, linen, wol, kapas. Proses produksi yang sederhana dan juga ramah lingkungan dengan cara pewarnaan kain alami menggunakan daun ketapang, secang, sabut kelapa, indigo, teh, kopi, dimana limbah dari bahan tersebut tidak mencemari lingkungan jika di buang. Bahan produk dari daun yang di tanam sendiri di sekitar rumah seperti ketapang,insulin, dan jarakgung untuk pewarna alam dan ecoprint , nilai green values telah di lestarikan di dalam rumah sebelum di tularkan ke orang lain.

Kedua, seorang ecoprenuer meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat akan lingkungan dengan mengajarkan nilai-nilai hijau (*green values*) ke masyarakat atau komunitas lain. Di tempat pak wahyu telah menjadi tempat belajar bagi para ibu-ibu sekitar,komunitas, dan UKM yang tertarik dengan produk ramah lingkungan. Mengajarkan pemanfaatan bahan dari alam sekitar untuk gaya hidup dan membuat produk fashion yang ramah lingkungan dari awal hingga produk layak jual. Ada juga UKM dan komunitas yang belajar di tempat pak wahyu yang menularkan green values ini ke banyak orang dengan mengadakan pelatihan sendiri seperti pelatihan membuat shibori dan ecoprint. Selain itu dalam langkah meningkatkan kesadaran dan kepedulian akan lingkungan melalui produk yang memiliki nilai green values pak wahyu mengikuti pameran, fashion show, dan menggunakan media sosial seperti instagram agar semakin banyak masyarakat

yang tau akan produk ramah lingkungan dan nilai green values. Dari transfer ilmu pak wahyu menyampaikan bahwa dalam pelatihan kepada UKM, komunitas, dan masyarakat yang dapat melihat langsung saya bekerja disitu akan timbul trust terhadap produk dan layanan yang saya hasilkan, trust belajar di tempat saya dan trust membeli produk yang saya jual.

### ***Gap In The Market***

*Gap In The Market* pada ecopreneur dalam mewujudkan *Green Economy*. Menurut Kirkwood & Walton, *Gap In The Market* adalah pertama mengidentifikasi tren dan peluang pasar akan produk dan layanan ramah lingkungan. Menurut pemaparan pak wahyu bahwa untuk bersaing dengan kain pewarna kimia sintesis pabrikan kita masih kalah, tapi saya menyampaikan ini sebagai warna alternatif, ramah lingkungan, sama dengan program pemerintah itu tentang sustainable produk, juga jadi nilai tambah income. Orang tertarik dengan pewarna alam itu memang pertama karena lingkungan, trus secara ekonomi juga lebih terjaga walau pelan.

Selanjutnya di sampaikan bahwa batik dengan pewarna alam segmen nya masih kecil yaitu oleh para kolektor batik atau pecinta batik saja, dan disini ingin lebih dulu berkontribusi ke pasar UKM, komunitas, masyarakat yang memang tertarik untuk membeli dan membuat produk ramah lingkungan seperti shibori, ecoprint, dan teknik pengolahan kain lainnya melalui pelatihan praktek langsung di tempat. Dan di tambahkan oleh apa yang di sampaikan oleh bu dewi bahwa sekarang teknik shibori lagi tren lagi sekarang, atau oleh masyarakat sering di sebut dengan tie dye sekarang banyak peminatnya. Satu hal lagi yang di sampaikan pak wahyu bahwa peluang di masa pandemi seperti ini adalah kita melihat ke arah lingkungan, menghasilkan produk yang memanfaatkan apa yang kita punya, apa yang ada di sekitar kita untuk bisa kita olah menjadi sesuatu yang bernilai, salah satunya dengan pengolahan kain dengan pewarna alam yang memiliki nilai jual dan siapa saja bisa membuat karena cara membuatnya bisa belajar disini, bahan

dari alam sekitar, mudah pengerjaan dan alat ada di setiap rumah, murah untuk pemula.

Kedua, seorang ecopreneur mengamati adanya kebutuhan produk dan layanan ramah lingkungan yang belum terpenuhi untuk tujuan kelestarian lingkungan, bukan tentang tujuan keuntungan semata. Pak wahyu menyampaikan bahwa dahulu saat memulai belajar pewarna alam ini dan teknik mengolah kain sangat susah mendapat informasi, sudah ke banyak daerah dan kota jarang yang ada memberikan resep informasinya secara utuh apa adanya dan secara cuma-cuma karena rata-rata mahal harganya. Hal tersebut menjadi salah satu keinginan pak wahyu untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi di kalangan UKM, komunitas, dan masyarakat yang ingin belajar berbagi ilmu tentang pewarna alam dan teknik pengolahan kain ramah lingkungan dengan akses informasi lengkap, mudah dan tidak mengeluarkan biaya yang mahal. Mungkin dari segi ekonomi lamban daripada yang lainnya tapi dari maju kita dengan yang belajar disini bersama-sama. Tidak mungkin kebutuhan pasar di penuhi oleh satu orang saja, maka dari itu kita berbagi ilmu bersama untuk memenuhi kebutuhan produk ramah lingkungan bersama-sama.

### ***Making A Living***

*Making A Living* pada ecopreneur dalam mewujudkan *Green Economy*. Menurut Kirkwood & Walton, *Making A Living* adalah pertama bisnis yang di kerjakan menghasilkan keuntungan. Kedua, bisnis yang di jalankan cukup untuk mencari nafkah dan perlindungan biaya hidup keluarga. Di sampaikan oleh pak wahyu bahwa tujuan pak wahyu ingin berbagi ilmu yang bisa di jangkau dengan UKM, komunitas, dan masyarakat dengan memberikan pelatihan yang tidak setengah-setengah dan di lama-lamakan. Dengan teknik yang berbeda dengan yang lebih mahal lainnya, agar peserta lebih cepat menghasilkan produk yang siap jual. walau tidak banyak income ada dan dari pelatihan dan penjualan produk juga. Tetap *income* profit itu di cari dalam menjalankan usaha ini dengan menjual produk juga

untuk menyempurnakan ilmu yang telah diajarkan, jadi tidak hanya untuk orientasi keuntungan tapi karena dasar ilmu yang dibagikan ke orang lain akan produk ramah lingkungan yang bisa di buat.

### ***Be Their own Boss***

*Be Their own Boss* pada ecopreneur dalam mewujudkan *Green Economy*. Menurut Kirkwood & Walton, *Be Their own Boss* adalah pertama memiliki keinginan untuk memiliki bisnis sendiri, karena melihat kebutuhan pasar akan produk dan layanan ramah lingkungan. Kedua, menjadi pemimpin atau bos di bisnis yang mereka jalankan sendiri atau bersama pasangan. Bagi pak wahyu pertama orang yang ingin belajar mengenai pewarna alam itu karena lingkungan. Hingga sekarang memiliki usaha yang di jalankan sendiri sebagai pemilik dan juga mentor. Di dalam berkomunitas pak wahyu lebih suka di posisikan sebagai tempat belajarnya para komunitas. Jika komunitas sudah bisa maju mandiri bearti sudah waktunya sebagai mentor untuk keluar, agar komunitas bisa berjalan semakin maju. Dan memiliki keinginan komunitas tersebut anggota sekampung karena lebih efektif komunikasinya. Membuat sebuah team yang kokoh di satu tempat yang sama, produksi bersama dalam memenuhi kebutuhan pasar. Membuat sebuah komunitas berbasisan ekosistem, ada yang observasi tanaman jadi menanam pohon sendiri, ada yang tim riset produksi, sampai kepada tim yang memasarkan, semua di satu lingkungan.

### ***Passion***

*Passion* pada ecopreneur dalam mewujudkan *Green Economy*. Menurut Kirkwood & Walton, *Passion* adalah pertama seorang ecopreneur memiliki semangat keinginan untuk menyediakan produk dan layanan yang memiliki nilai- nilai hijau (*green values*). Kedua, memiliki semangat keinginan untuk mengurangi permasalahan kerusakan lingkungan. pak wahyu mengungkapkan berangkat dari hal-hal sederhana di lingkungan alam sekitar untuk pewarnaan alam dari kopi, teh, daun, sabut kelapa, kita kreasikan dengan di canting, cap tembaga, ecoprint,

shibori, Itajime, Arumi, Alsi itu kain di lilit di bambu panjang dan masih banyak lagi cara untuk menjadikan produk yang memiliki nilai *green values*.

## **KESIMPULAN**

### *Green Values*

Pemilik Natural Dye Fashion Ronsaga telah menyampaikan nilai *green values* dari Kirkwood & Walton (2010) ke UKM, komunitas, dan masyarakat sekitar. Dilihat dari adanya UKM yang belajar dari awal sampai produk siap jual, berpartisipasi di dalam komunitas sebagai mentor, dan ke ibu-ibu masyarakat sekitar yang datang berkelompok untuk belajar membuat produk dengan bahan dan proses produksi yang menerapkan nilai *green values*.

### *Gap In The Market*

Sesuai dengan pengertian *gap in the market* dalam penelitian Kirkwood & Walton (2010) pemilik natural dye fashion ronsaga melihat peluang pasar untuk produk pewarnaan alam batik, ecoprint, shibori, dan pengolahan kain lainnya di dunia fashion, baik itu berupa menjual produk maupun membuka pelatihan. Dengan mengedepankan perubahan yang terjadi jika usaha natural dye fashion di dirikan atau di bagikan ilmu ketrampilannya ke seluruh elemen masyarakat , untuk tujuan bisnis maupun pribadi.

### *Make A Living*

Peluang untuk mendapatkan keuntungan bukan menjadi pendorong utama pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya. Pemilik tidak mengambil keuntungan besar dan lebih memilih mendapatkan keuntungan cukup dan bisa di jangkau seluruh elemen masyarakat yang ingin membuat produk ramah lingkungan dalam langkah menangani permasalahan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Hal

tersebut sesuai dengan pemahaman *make a living* dalam penelitian Kirkwood & Walton (2010)

### *Be Their Own Boss*

Seorang ecoprenuer memiliki kepedulian sosial dan lingkungan sekitar dalam mendirikan bisnisnya. Dengan memiliki bisnis sendiri, seorang ecoprenuer dapat bekerjasama dengan berbagai pihak seperti UKM dan komunitas dimana selain menjadi seorang pemilik juga menjadi seorang mentor yang berbagi ilmu ke para UKM, komunitas, dan masyarakat. Dimana hal tersebut sesuai dengan pemahaman *be their own boss* dalam penelitian Kirkwood & Walton (2010).

### *Passion*

Memiliki kecintaan pada lingkungan melalui batik, pewarna alam, dan teknik olah kain yang mendasari ingin melakukan sesuatu untuk lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Mendirikan dan menjalankan usaha dengan *passion*, membuat Natural dye fashion ronsaga menjadi tempat belajar dan sumber informasi produk pewarna alam di kota Semarang, serta beberapa kali pameran dan mengikuti ajang *fashion show* untuk memperkenalkan ke masyarakat mengenai produk *fashion* ramah lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

Andreas Iako. 2018. Green Economy: Menghijaukan ekonomi, bisnis, dan Akuntansi. Penerbit Erlangga.

Deputi II Menteri Lingkungan Hidup Bidang Pengendalian Pencemaran Lingkungan. (2013). Laporan Pelaksanaan Pengendalian Pencemaran Lingkungan. Jakarta: Menteri Lingkungan Hidup

Eyskoot, Marieke. 2018. This Is A Good Guide, for sustainable lifestyle. Amsterdam. BIS Publisher Edisi Pertama.

I Gusti Putu Diva Awatara. 2015. Disertasi. Tingkat Kinerja Perusahaan Agroindustri Ditinjau Dari Kepatuhan Terhadap Pelaksanaan Sistem Manajemen Lingkungan Menuju Sistem Ekonomi Hijau Di Indonesia. Program Doktorat Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Kirkwood, Jodyanne dan Walton, Sara. (2010). International journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research, What Motivates Ecopreneurs To Start Businesses?, Vol. 16, Iss 3 pp. 204 – 228

Lexy J. Moleong, Metode Pendekatan Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), 131.

Rijali, A. (2018). Analisis data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).

Schaltegger, Stefan. (2002). A Framework For Ecopreneurship: Leading Bioneers And Environmental Managers To Ecopreneurship. Germany: Greenleaf Publishing.

Tjahja Djajadiningrat, Surna. Yeni Hendriani dan Melia Famiola. (2011), Ekonomi Hijau. Jakarta: Rekayasa Sains.

Suara merdeka Pemprov Jateng go green

<http://www.unika.ac.id/lppm/2016/02/02/menuju-provinsi-hijau/>

<https://edgexpo.com/fashion-industry-waste-statistics/>

Warna-warni Batik di Sungai Pekalongan CNN Indonesia

<https://youtu.be/VRpiViJcTRk>

<https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-01295544/terungkap-banyak-industri-di-sekitar-citarum-tak-miliki-ipal-422268>