

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Entrepreneur merupakan seseorang individu yang menggunakan semua sumber daya yang dimilikinya untuk meraih peluang dan kesempatan menciptakan keuntungan bagi dirinya sendiri. Dalam arti sempit, hal ini berarti bahwa seorang *entrepreneur* merupakan seseorang terus berusaha menghasilkan keuntungan dari bisnisnya dengan segala macam cara tanpa mempedulikan apapun termasuk lingkungannya. Tindakan ini dapat membuat tidak adanya perhatian pada lingkungan sekitar usaha sehingga terkena dampak buruk dan terlantar. Kondisi ini disikapi oleh beberapa pengusaha yang memilih untuk menjadi seorang *ecopreneur* yang selain menjalankan usaha dalam memperoleh keuntungan, juga berusaha untuk membangun dan menjaga keutuhan lingkungannya sehingga lingkungan yang sudah ada dapat terjaga. Adanya perhatian kepada lingkungan oleh pengusaha yang dengan sukarela mau mengurangi porsi keuntungannya dan menjaga caranya berbisnis agar dapat berjalan seiring terjaganya kondisi lingkungan sekitar disebut sebagai seorang *ecopreneur* (Tjitalaksana, 2018).

Ecopreneur saat ini merupakan *trend* yang sedang berjalan dan memiliki dampak yang baik bagi lingkungan maupun masyarakat. Perhatian kepada lingkungan menyebabkan lingkungan terjaga dan dalam hal ini akan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Ecopreneur* memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan berusaha sedemikian rupa agar model bisnis yang dilakukannya memiliki andil dalam hal melestarikan lingkungan serta membuat bumi menjadi planet yang lebih baik bagi makhluk hidup. Seorang *ecopreneur* memasuki pasar yang saat ini ramah lingkungan bukan hanya untuk menghasilkan keuntungan namun juga memiliki nilai kepedulian terhadap lingkungan yaitu penciptaan nilai *green business* dimana profit dalam bisnis dapat berjalan beriringan dengan pelestarian lingkungan (Fong dkk, 2014).

Komponen yang ada dalam suatu usaha *ecopreneurship* selain pembentukan adalah inovasi. Seorang *ecoprenur* dapat berasal dari seorang pengusaha yang sudah *existing* namun dengan adanya kepedulian yang mendalam terhadap lingkungannya, maka pengusaha tersebut memutuskan untuk melakukan inovasi produknya menjadi produk-produk yang ramah lingkungan. Komponen *ecopreneurship* lainnya adalah bahwa suatu bisnis harus berkelanjutan dan berkesinambungan. Seorang *ecopreneur* dalam menjalankan bisnisnya akan mengedepankan nilai sosial dan ekologi yang berkelanjutan sehingga dapat menjamin bahwa lingkungan akan terus ada dalam waktu yang lama (Kirkwood dan Walton, 2010).

Di Indonesia saat ini semakin banyak bisnis yang berjalan dengan mulai mengadopsi konsep *ecopreneurship* seperti dengan penggunaan kemasan yang dapat terurai, menghindari bahan plastik, memaksimalkan penggunaan barang-barang yang tidak terpakai, dan mengurangi bahan bakar dengan nilai polutan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengusaha yang mulai tanggap akan pentingnya melestarikan lingkungan selain menghasilkan profit usaha. Pengusaha mulai menyadari bahwa profit usaha tidaklah penting jika pada akhirnya generasi mendatang tidak memiliki lingkungan yang sehat dan *sustainable* untuk ditinggali di masa depan (Tjitalaksana, 2018).

Dalam kenyataannya, motivasi seorang *ecopreneur* untuk memulai usahanya ataupun melakukan inovasi atas produknya yang sudah ada saat ini berbeda-beda. Hal ini membuat perlunya diteliti faktor-faktor yang memotivasi seorang *ecopreneur* dalam berbisnis dengan berbasis lingkungan. Berdasarkan teori Cohen dan Winn (Kirkwood dan Walton, 2010), motivasi dari seorang *ecopreneur* dapat terbagi menjadi dua motivasi yaitu menjadi agen perubahan (*agent of change*) dan menangkap peluang memenuhi kebutuhan pasar (*eco-opportunist*).

Dari Kirkwood dan Walton (2010), ditemukan bahwa *ecopreneur* termotivasi dari lima faktor yaitu *green values, making a living, passion, being their own boss* dan *gap in the market*. *Ecopreneur* terlihat mirip dengan *entrepreneur* atau wirausahawan pada umumnya, namun kepemilikan nilai hijau

yang membedakannya. Mereka juga tidak begitu mengutamakan motivasi keuangan dalam berbisnis.

Penggunaan pewarna alami pada batik merupakan suatu fenomena yang telah berkembang pada masyarakat dari beberapa tahun terakhir. Alasan pengrajin batik menggunakan pewarna alami antara lain untuk mengurangi pencemaran lingkungan yang terjadi dari efek samping pemakaian pewarna kimia untuk proses produksi. Bahan baku pewarna alami berasal dari alam yang terbarukan (*renewable resources*) sehingga tidak akan pernah habis (<https://infobatik.id/alasan-menggunakan-pewarna-alami-pada-batik/>). Adapun penggunaan pewarna alami merupakan solusi bagi mereka yang alergi terhadap pewarna sintetis. Selain itu dengan memanfaatkan bahan dari alam akan membantu lingkungan tetap lestari dan mempunyai nilai ekonomis tinggi (<https://www.antaranews.com/berita/362726/limbah-mangrove-diolah-jadi-pewarna-batik>).

Salah satu pengusaha yang memulai bisnis sebagai *ecopreneur* adalah Cahyadi Adhe Kurniawan dengan bisnis Batik Bakau sejak 2011. Cahyadi yang saat ini masih berkuliah S2 di Jurusan Kelautan Universitas Diponegoro, mendirikan bisnis Batik Bakau yaitu batik dengan bahan pewarna menggunakan pewarna alami yang berasal dari limbah buah bakau yang dikeringkan. Adapun Cahyadi mempunyai kampung binaan di Mangkang, Boja, Brebes, dan Cilacap. Variasi warna pada saat awal hanya satu warna yaitu coklat, namun seiring perkembangannya terdapat permintaan warna lain dari konsumen dan akhirnya meluncurkan warna baru yaitu indigo (biru) dan jelawe atau joho (kuning). Produk yang ditawarkan oleh Batik Bakau adalah kain batik dan kemeja (laki-laki). Sebenarnya Cahyadi ada keinginan untuk membuat pakaian wanita namun belum memiliki pembuat desain dan penjahit yang sesuai. Harga dari produk Batik Bakau adalah batik tulis dengan ukuran 2,5 m seharga Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000, batik cap dengan ukuran 2 m seharga Rp 250.000, dan terdapat edisi spesial dengan ukuran 3 m seharga mulai Rp 10.000.000. Cahyadi membuat Batik Bakau dengan menggunakan *full* bahan alami yaitu dari limbah buah bakau yang dikeringkan, tidak menggunakan bahan kimia, kemasan berupa

paper bag dan *box* dari debok pisang (kulit batang pisang) dengan label “batik ini terbuat dari limbah *mangrove*”.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena *ecopreneur* di Indonesia saat ini, penulis tertarik untuk meneliti mengenai motivasi seorang *ecopreneur*. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Motivasi Ecopreneur Pada Batik Bakau di Kota Semarang**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang ada, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana motivasi *ecopreneur* Batik Bakau di kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan motivasi *ecopreneur* Batik Bakau di kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi beberapa manfaat seperti :

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku bisnis untuk mengetahui pentingnya *ecopreneurship* dan faktor yang memotivasi untuk menjadi *ecopreneur*.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian dengan topik serupa dimasa mendatang.