

**ANALISIS KEBERLANJUTAN USAHA PADA UMKM LIBERTY  
ECOPRINT MELALUI PERSPEKTIF TRIPLE BOTTOM LINE**

**SRI REDJEKI\*<sup>1</sup>  
RINI WAHYUNINGROEM<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas PGRI Argopuro Jember

<sup>2</sup>Universitas Gunadarma Jakarta

\*<sup>1</sup>Email : sriredj08@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengangkat permasalahan bagaimana UMKM Liberty *Ecoprint* menjaga keberlanjutan usahanya dengan tetap fokus pada kelestarian lingkungan. Tujuan penelitian adalah menganalisis keberlanjutan usaha pada UMKM Liberty *Ecoprint* melalui perspektif *Triple Bottom Line*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan, dalam upaya memperoleh kestabilan pendapatan dan keuntungan dari hasil usaha (*profit*) UMKM Liberty menggunakan strategi produksi *made by order*, membuat relasi dengan berbagai komunitas dan instansi untuk menerima pesanan massal serta menjadi pemasok bahan kain *ecoprint* untuk pelatihan komersial. Dalam ruang lingkup kemanfaatan sosial (*people*), UMKM Liberty membuka kesempatan kerja sistem lepas kepada masyarakat di sekitarnya dan memberikan pelatihan kepada kelompok remaja dan ibu rumah tangga. Dalam upaya menjaga lingkungan (*Planet*), UMKM Liberty mengambil bahan bahan alam yang tersedia di alam secukupnya, menanam sendiri beberapa jenis tanaman yang sering dibutuhkan dalam menciptakan motif, tidak menerima permintaan motif daun dan warna secara khusus, memperlakukan cairan limbah sisa proses kain sesuai dengan aturan, serta bekerjasama dengan beberapa pihak untuk menanam berbagai jenis tanaman bahan *ecoprint*. Implikasi dari temuan ini bagi UMKM yang bergerak di sektor *green product* bahwa selain fokus pada lingkungan, perusahaan perlu memperhatikan pula manajemen keuangan, membina hubungan baik dengan konsumen, memanfaatkan celah pasar potensial, serta peduli terhadap masyarakat sekitar agar keberlangsungan usaha tetap terjaga. Selain itu perlu adanya peran pemerintah melalui berbagai kebijakan untuk terus mendorong keberlanjutan usaha bagi UMKM yang membuat produk berbasis ramah lingkungan.

**Kata kunci :** keberlanjutan usaha, *ecoprint*, UMKM Liberty, *Triple Bottom Line*.

## I. PENDAHULUAN

Industri kreatif fashion mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Data BPS tahun 2024 menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi 7,28% terhadap PDB Indonesia dan menyerap tenaga kerja sebanyak 27,4 juta. Dari sumbangan ekonomi kreatif tersebut, kontribusi sub sektor fashion sebesar 18,15% yang menempati urutan kedua setelah kuliner (41,69%). Pertumbuhan industri kreatif fashion sangat erat kaitannya dengan industri tekstil, dimana tekstil ini merupakan bahan utama dalam industri kreatif fashion. Di sisi lain, industri tekstil yang menjadi pendukung utama dalam perkembangan fashion juga menjadi salah satu penyumbang limbah terbesar di Indonesia. Data Bappenas tahun 2024 mencatat, limbah yang dihasilkan oleh industri tekstil di Indonesia mencapai sekitar 2,3 juta ton per tahun dan hanya 13% yang dapat didaur ulang (okezone.com). Penggunaan bahan pewarna dan bahan kimia berbahaya pada industri tekstil

menyebabkan krisis lingkungan berupa pencemaran pada air dan tanah (Albab, 2024). Hal ini tidak hanya dihadapi oleh Indonesia. Masalah pencemaran lingkungan telah menjadi isu global. Kelompok masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi terhadap lingkungan mulai beralih ke produk-produk hijau (*green products*) yang ramah lingkungan (*eco friendly*). Proses keputusan pembelian mereka tidak hanya mempertimbangkan harga dan estetika, namun juga dampak lingkungan dari proses produksinya (Masruchiyah et al., 2024).

Dalam upaya memenuhi permintaan pasar terhadap produk ramah lingkungan, tekstil *ecoprint* menjadi pilihan yang solutif dalam industri kreatif fashion. Kain dengan motif *ecoprint* dihasilkan melalui metode transfer pigmen warna langsung ke serat kain. Pigmen warna diperoleh dari bahan alami seperti daun, bunga, ataupun batang (Faridatun, 2022 ; Watiningsih, 2022). Kain *ecoprint* memiliki keunggulan kompetitif yang sangat tinggi. Proses

pembuatan motif yang dilakukan manual dan tidak bisa direplikasi secara massal dengan mesin menjadikan produk ini sangat eksklusif dan bernilai tinggi. Selain itu limbah dari penggunaan bahan-bahan alami juga ramah lingkungan karena bisa langsung didaur ulang menjadi kompos. Hal tersebut menjadikan produk *ecoprint* memiliki daya tawar yang kuat di pasar yang makin berorientasi terhadap keberlanjutan (Masruchiyah et al, 2024).

Liberty Ecoprint adalah satu UMKM di Jember yang membuat kain dengan teknik *ecoprint*. Kegiatan usahanya dilakukan di rumah dengan jumlah tenaga kerja tetap dua orang. Usaha ini didirikan pada pertengahan tahun 2020 untuk mengisi waktu di rumah pada masa pandemi.. Kegiatan yang semula hanya untuk mengisi waktu kemudian berkembang hingga saat ini. Dalam kurun waktu enam tahun, usaha ini telah menjadi sebuah usaha yang menghasilkan. Berdirinya usaha ini juga merupakan wujud komitmen dari pemilik usaha yang

berorientasi pada produk yang berwawasan lingkungan. Sebagai usaha yang bergerak di bidang tekstil dengan konsep ramah lingkungan, UMKM Liberty menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnisnya. Walaupun dewasa ini sudah banyak konsumen yang berorientasi pada produk yang *eco-friendly*, namun demikian dalam menjalankan usaha, suatu perusahaan tidak cukup hanya dengan memperhatikan lingkungan saja. Keberlanjutan usaha pada era sekarang menuntut adanya keseimbangan pada pencapaian profit, kemanfaatan sosial, dan ramah lingkungan (Elkington, 1998). Konsep yang dikemukakan oleh Elkington ini disebut dengan konsep *Triple Bottom Line* (TBL). Sebuah konsep yang digunakan untuk menilai keberlanjutan usaha melalui tiga aspek, yaitu : *profit* (ekonomi), *people* (sosial), *planet* (lingkungan). Bagi perusahaan sangat penting untuk menjalankan manajemen usaha yang baik serta peduli terhadap lingkungan sosial. Manajemen usaha yang baik berdampak kepada

pencapaian tujuan dan profit yang diharapkan. Sedangkan kepedulian terhadap lingkungan menjadikan keberadaan usaha tersebut dapat diterima oleh lingkungan serta memberikan manfaat nyata. Konsep ini sangat relevan digunakan dalam menganalisis keberlanjutan usaha bagi perusahaan yang memproduksi produk.

*eco-friendly* seperti UMKM Liberty. Oleh karena itu, peneliti

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha merupakan sebuah pendekatan yang menggabungkan tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam aktivitas perusahaan untuk menciptakan nilai keberlanjutan (Diantoro, 2024). Menurut Prabawani (dalam Dari, 2024) keberlanjutan usaha merupakan suatu kondisi di mana perusahaan mampu menciptakan keuntungan dan meningkatkan taraf hidup para pemangku kepentingan serta tetap menjaga kelestarian lingkungan. Keberlanjutan usaha didefinisikan sebagai kestabilan kondisi suatu

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Analisis Keberlanjutan Usaha Ecoprint Melalui Perspektif Triple Bottom Line : Studi Kasus Pada UMKM Liberty". Tujuan penelitian adalah menganalisis penerapan aspek profit, people, dan planet dalam upaya keberlanjutan usaha pada UMKM Liberty.

perusahaan yang proses kelangsungan bisnisnya meliputi penambahan nilai. Konsistensi, serta upaya untuk melindungi dan memperluas kapasitas produksi (Widayanti et al, 2017). Berbagai definisi tersebut mengacu pada satu kesamaan yaitu bahwa keberlanjutan usaha mengintegrasikan proses pencapaian profit selaras dengan pencapaian kesejahteraan pelaku usaha dan masyarakat dengan memperhatikan aspek lingkungan. Perusahaan yang mampu mempraktekkan prinsip keberlanjutan akan menciptakan keunggulan kompetitif melalui berbagai inovasi yang berorientasi pada lingkungan (Porter & Kramer, 2011).

## 2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Istilah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) muncul sejak diterbitkannya Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pengelompokan jenis usaha tersebut berdasarkan pada jumlah kekayaan bersih yang dimiliki dan hasil penjualan tahunan. Dalam perkembangannya terjadi perubahan pengertian terhadap UMKM. Pada tahun 2021 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 tahun 2021 yang mengelompokkan UMKM berdasarkan modal usaha dan atau penjualan. Menurut PP Nomor 7 tahun 2021 suatu usaha ternasuk dalam kelompok usaha mikro apabila memiliki modal usaha maksimal satu miliar atau hasil penjualan tahunan maksimal dua miliar. Kriteria usaha kecil adalah apabila perusahaan memiliki modal usaha lebih dari satu miliar hingga maksimal lima miliar. Perusahaan yang memiliki modal usaha lebih dari lima miliar sampai 10 miliar dikategorikan usaha menengah.

Dengan demikian terdapat perbedaan definisi yang sangat mencolok dibanding sebelumnya. Perubahan kriteria tersebut membawa implikasi terhadap keberlanjutan perusahaan terutama berkaitan dengan berbagai insentif dan subsidi yang diberikan oleh pemerintah terhadap dunia usaha.

## 2.3 Teori *Triple Bottom Line* (TBL)

Teori *Triple Bottom Line* pertama kali dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1998 dalam artikelnya yang berjudul *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Menurut Elkington, agar sebuah usaha bisa terus bertahan dan berkelanjutan dalam perekonomian global maka perlu mempertimbangkan tiga aspek keberlanjutan, yaitu : *Profit* (Ekonomi), *People* (Sosial), dan *Planet* (Lingkungan). Aspek *profit* (ekonomi) mengukur keberlanjutan usaha dengan melihat kemampuan perusahaan dalam mengelola arus kas, biaya produksi, serta mempertahankan harga jual di pasar. Aspek *people* (sosial) menilai keberlanjutan usaha melalui dampak keberadaan perusahaan terhadap

kesejahteraan masyarakat sekitar. Aspek *Planet* (lingkungan) menilai keberlanjutan usaha melalui cara perusahaan dalam meminimumkan dampak buruk terhadap lingkungan. Miller (2020) menyatakan bahwa penerapan tiga aspek tersebut sangat penting bagi perusahaan yang

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Dalam hal ini peneliti melakukan eksplorasi mendalam terhadap obyek yang diteliti ( Sugiyono, 2023). Subyek penelitian adalah UMKM Liberty Ecoprint yang berlokasi di kabupaten Jember, Jawa Timur. Sumber informasi adalah pemilik usaha yang sekaligus sebagai pelaku usaha dan perajin. Pemilik dipilih menjadi informan utama karena merupakan pihak yang paling mengetahui seluruh aspek usaha, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengelolaan limbah, hingga strategi pemasaran. Sumber data berupa data primer, yaitu data diperoleh

berorientasi pada keberlanjutan. Penelitian Lubis (2024) tentang penerapan Triple Bottom Line (TBL) pada kinerja keuangan UMKM di Langsa menunjukkan bahwa TBL berpengaruh positif dan signifikan terhadap performa keuangan UMKM.

langsung dari pemilik usaha melalui proses wawancara mendalam dan observasi langsung di lokasi produksi untuk melihat proses produksi kain *ecoprint*. Data sekunder yang merupakan data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung berupa sumber dari literatur, data BPS, serta jurnal ilmiah. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga cara yaitu : wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara dan dilaksanakan secara semi terstruktur. Observasi dilakukan dengan cara peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk melihat proses pembuatan kain *ecoprint*. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto proses

produksi, ruang produksi, dan ruang display produk. Proses pengujian validitas dan kredibilitas data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Analisis data menggunakan konsep *Triple Bottom Line* yang terdiri dari tiga aspek, yaitu : *profit*, *people*, dan *planet*. Berdasarkan aspek tersebut disusun indikator sebagai alat ukur untuk menilai kondisi perusahaan.

Tabel 1. Indikator *Profit*, *People*, dan *Planet*

| Triple Bottom Line                                                                                                                                                                              |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Indikator <i>Profit</i> (Bank Indonesia, 2026):                                                                                                                                                 |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan usaha</li> <li>2. laba usaha</li> <li>3. Efisiensi Biaya</li> <li>4. Keberlangsungan operasional</li> <li>5. Strategi pemasaran</li> </ol> |  |
| Indikator <i>People</i> (Dari, 2024) :                                                                                                                                                          |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenaga kerja</li> <li>2. Pemberdayaan</li> <li>3. Kepuasan konsumen</li> </ol>                                                                        |  |
| Indikator <i>Planet</i> (Masruchiyah, 2024) :                                                                                                                                                   |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan alami</li> <li>2. Bahan kimia</li> <li>3. limbah produksi</li> </ol>                                                                            |  |

Sumber : Bank Indonesia (2026), Dari (2024), Masruchiyah (2024)

Tabel 1 menunjukkan aspek *Profit* terdiri dari lima indikator yaitu : pendapatan usaha, laba usaha, efisiensi

biaya, dan keberlangsungan operasional, serta strategi pemasaran (Bank Indonesia, 2026). Pengamatan terhadap pendapatan usaha berfokus pada ada atau tidaknya peningkatan pendapatan dalam periode tertentu. Pada indikator laba usaha, pengamatan fokus pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Pada indikator efisiensi biaya, fokus pengamatan pada penggunaan bahan, tenaga kerja, dan waktu produksi secara efisien. Selanjutnya pada indikator keempat yaitu keberlangsungan operasional. Indikator ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi secara rutin. Pada indikator strategi pemasaran, pengamatan berfokus pada kemampuan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan (lihat tabel 2)

Aspek *People* terdiri dari tiga indikator yaitu : tenaga kerja, pemberdayaan, dan kepuasan konsumen (Dari, 2024). Pada indikator tenaga kerja, aspek yang diamati adalah

ketersediaan tenaga kerja dan pembagian peran pekerja. Indikator pemberdayaan fokus pada bagaimana upaya perusahaan dalam pemberdayaan dan meningkatkan ketrampilan pekerja. Indikator kepuasan konsumen mengamati bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk dan layanan perusahaan (tabel 2).

Aspek *Planet* terdiri dari tiga indikator yaitu : penggunaan bahan alami, pengurangan penggunaan bahan kimia, dan penanganan limbah produksi (Masruchiyah, 2024). Indikator penggunaan bahan alami berfokus pada bagaimana perusahaan menggunakan bahan-bahan alami dalam proses produksinya. Indikator kedua yaitu penggunaan bahan kimia, aspek yang diamati adalah bagaimana upaya perusahaan dalam menekan penggunaan bahan kimia dalam proses produksinya. Pada indikator ketiga yaitu penanganan limbah produksi. Aspek yang diamati adalah bagaimana perusahaan memperlakukan limbah dari kegiatan produksinya (tabel 2).

Tabel 2 Indikator dan aspek yang diamati

| Indikator                   | Aspek yang diamati                                                       |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Pendapatan usaha            | Ada atau tidak peningkatan pendapatan dalam periode tertentu.            |
| Laba usaha                  | Kemampuan usaha menghasilkan keuntungan setelah biaya produksi.          |
| Efisiensi biaya             | Penggunaan bahan, tenaga, dan waktu produksi secara hemat.               |
| Keberlangsungan operasional | Kemampuan usaha tetap berjalan secara rutin.                             |
| Strategi pemasaran          | Kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan |
| Tenaga kerja                | Ketersediaan dan pembagian peran pekerja.                                |
| Pemberdayaan                | Pelatihan, keterlibatan, dan peningkatan keterampilan                    |
| Kepuasan konsumen           | Tanggapan pelanggan terhadap produk dan layanan.                         |
| Bahan alami                 | Penggunaan daun, bunga, dan bahan alam lainnya.                          |
| Bahan kimia                 | Minim atau tidaknya penggunaan bahan kimia berbahaya.                    |
| Limbah produksi             | Cara usaha menangani sisa bahan produksi                                 |

Sumber : Bank Indonesia (2026), Dari (2024),

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Liberty Ecoprint merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 2020 di kota Jember. Kapasitas usaha masih dalam skala industri rumahan dan termasuk dalam kelompok Usaha Mikro. Jumlah karyawan tetap sebanyak dua orang, selebihnya adalah tenaga kerja lepas. Aktivitas perusahaan meliputi : pembuatan kain motif dengan teknik ecoprint, menyediakan bahan baku berupa kain siap pakai untuk ecoprint dan berbagai jenis daun serta batang pohon untuk pewarnaan, memberikan pelatihan, dan menerima pesanan baju dari kelompok atau komunitas, serta mengikuti pameran di tingkat lokal maupun nasional. Pembuatan kain ecoprint tidak dilakukan secara massal, tetapi menggunakan sistem *made by order*. Pembuatan kain yang bukan berdasarkan pesanan hanya digunakan untuk displai di etalase atau untuk pameran dengan jumlah terbatas. Selain

Masruchiyah (2024)

menerima pesanan kain dengan motif ecoprint, perusahaan juga menerima pesanan berbagai produk berbahan dasar kain ecoprint, seperti tas, topi, rompi, baju, piring, mug, dan botol minum.

##### 4.1. Aspek *Profit*

Aspek *profit* terdiri dari lima indikator yaitu: pendapatan usaha, laba usaha, efisiensi biaya, keberlangsungan operasional, dan strategi pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh temuan sebagai berikut. **Pendapatan usaha** berfluktuasi setiap tahunnya. Pada awal berdiri tahun 2020, pendapatan dalam satu tahun kurang dari lima juta rupiah. Pada tahun berikutnya hingga tahun 2025, pendapatan mengalami fluktuasi pada kisaran empat juta sampai sebelas juta rupiah. Sumber pendapatan berasal dari : penjualan kain ecoprint, penjualan bahan baku ecoprint untuk kebutuhan pelatihan, pemberian pelatihan, pesanan baju dari komunitas atau instansi. **Perolehan laba usaha** tidak

dihitung secara pasti oleh pemilik usaha karena belum melakukan pencatatan terinci sesuai dengan kaidah dalam manajemen keuangan. Namun menurut pemilik usaha, selama ini perusahaan mampu membiayai operasional perusahaan dari hasil usaha serta mampu membeli peralatan dan mengikuti workshop serta event berbayar.

Dalam upaya mengelola **biaya produksi** secara efisien, pemilik usaha menyatakan bahwa hingga saat ini kegiatan perusahaan dilakukan sendiri, kecuali bila ada pesanan cukup banyak, maka ada penambahan tenaga kerja lepas (*freelance*). Pengeluaran biaya produksi terbesar adalah untuk pembelian bahan baku ecoprint berupa : kain serat alam, pewarna alami, daun, dan bunga. Pemilik usaha juga menyatakan bahwa perusahaan membuat kain ecoprint atau produk lain berbahan dasar ecoprint dengan sistem pesanan (*made by order*). Hal ini dilakukan karena keterbatasan tempat untuk menyimpan bahan serta menghindari kerugian akibat kerusakan

bahan yang terlalu lama disimpan. Sejak berdiri pada tahun 2020, perusahaan mengalami pasang surut dalam pendapatan usahanya. Kemampuan perusahaan bertahan hingga saat ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjaga **keberlangsungan kegiatan usahanya** dan tetap eksis.

**Strategi pemasaran** yang dilakukan oleh perusahaan meliputi strategi : penetapan harga, diversifikasi produk, promosi, dan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Dalam hal penetapan harga, perusahaan menetapkan harga yang hampir sama dengan pengusaha ecoprint di Jember. Tujuannya adalah untuk mengurangi persaingan ditingkat harga, sehingga konsumen akan lebih mempertimbangkan keunggulan lain dari produk. Selain membuat kain ecoprint, perusahaan juga membuat produk lain yang berbasis ecoprint, seperti : baju, pasmina, topi, tas, sepatu, mug, dan tumbler. Kegiatan promosi yang dilakukan masih terbatas pada informasi dari konsumen ke konsumen

lain (*word-of-mouth*) dan pemanfaatan Instagram. Pemilik usaha mengakui bahwa pasar mereka masih terbatas. Kebanyakan konsumen yang datang atau melakukan pemesanan adalah hasil rekomendasi dari konsumen sebelumnya yang pernah membeli. Dalam hal ini pemilik menyadari bahwa menjaga hubungan baik dengan konsumen sangat penting. Melalui testimoni yang baik maka akan mendatangkan pelanggan baru. Promosi secara online hanya menggunakan Instagram yang dikelola sendiri. Namun diakui bahwa pemanfaatannya belum optimal karena keterbatasan waktu, tenaga, dan pengetahuan.

Berdasarkan temuan yang diperoleh pada aspek *Profit* terdapat beberapa hal yang perlu dianalisis, yaitu pendapatan usaha yang berfluktuasi setiap tahunnya dan laba usaha yang tidak diketahui dengan pasti. Ini merupakan salah satu ciri dari perusahaan skala rumahan, dimana mereka tidak melakukan pencatatan terhadap aktivitas keuangan usaha.

Selain itu UMKM ini pada umumnya belum memiliki rencana usaha terukur. Aktivitas dilakukan sebatas pada kemampuan perusahaan dan tidak memiliki target tertentu setiap tahunnya. Penelitian Fatoki dalam Widayanti (2017) menyatakan sebagian besar pelaku UMKM tidak melaksanakan pembukuan dan perencanaan keuangan. Penelitian Masitoh et. al ( 2015) di UMKM batik Surakarta menemukan bahwa hanya sebagian kecil saja UMKM yang melaksanakan pencatatan keuangan secara tertib yaitu UMKM yang telah melakukan penjualan ke luar daerah maupun impor. Selebihnya hanya mencatat penjualan pada nota penjualan saja. Ketiadaan bukti aktivitas keuangan berimplikasi pada tertutupnya akses permodalan melalui lembaga keuangan formal (Bank Indonesia, 2010). Pemilik usaha juga sulit untuk mengetahui dengan pasti keuntungan yang diperoleh dalam satu tahun.

Hal ini menjadi salah satu kelemahan dari perusahaan skala

rumahan yang membuat perusahaan sulit untuk berkembang. Dalam upaya keberlanjutan usaha, perencanaan usaha dan penentuan target merupakan langkah pertama yang seharusnya dilakukan oleh suatu perusahaan. Berdasarkan perencanaan tersebut perusahaan dapat menyusun strategi yang jelas untuk mengarahkan perusahaan mencapai tujuan, yaitu memperoleh keuntungan. Temuan di lapangan yang menunjukkan bahwa pemilik usaha tidak melakukan pencatatan keuangan yang terstruktur menyebabkan pemilik tidak bisa mengetahui dengan pasti keuntungan yang diterima dalam satu tahun. Hal ini juga berakibat pada ketidakmampuan perusahaan untuk menghitung tingkat pengembalian modal. Literasi keuangan menjadi sangat krusial bagi UMKM.

Pada aspek efisiensi biaya produksi, penggunaan sistem *made by order* sangat membantu perusahaan dalam menekan biaya produksi. Penghematan yang dilakukan mencakup : tidak adanya biaya

penyimpanan bahan dan tidak ada biaya tetap tenaga kerja. Penelitian Lubis (2024) menemukan bahwa penerapan konsep Triple Bottom Line memberikan pengaruh signifikan terhadap efisiensi biaya dan dapat mendorong keberlanjutan usaha UMKM dalam jangka panjang. Pada aspek pemasaran, strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Liberty sudah cukup baik. Penentuan harga yang relatif sama dengan produk ecoprint lainnya di Jember, menjadikan produk Liberty memiliki daya saing kuat terhadap produk sejenis. Selain itu produk Liberty yang berbasis ramah lingkungan menjadikan produknya memiliki keunggulan kompetitif di mata konsumen (Jannah, 2026). Strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UMKM Liberty adalah strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Salah satu faktor pendukung keberlanjutan usaha UMKM adalah strategi penganekaragaman produk yang linier dengan produk inti. Strategi ini mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Namun demikian

masih terdapat kelemahan dalam aktivitas promosi digital. Penggunaan media sosial masih terbatas pada Instagram dengan pengelolaan yang belum optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan waktu dari pemilik usaha untuk mengelola akun media sosialnya. Penelitian Jannah (2026) menunjukkan hasil yang sama, yaitu masalah yang dihadapi oleh UMKM adalah pengetahuan digital yang terbatas. Kenyataan ini yang mengakibatkan perusahaan tidak mampu untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

#### 4.2 Aspek *People*

Aspek *people* meliputi tiga indikator yaitu : tenaga kerja, pemberdayaan, dan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, jumlah **tenaga kerja** tetap ada dua orang yaitu pemilik usaha dan suaminya. Usaha ini masih berskala rumahan di mana outlet dan ruang produksi berada di rumah pemilik usaha. Penggunaan tenaga kerja lepas berasal dari lingkungan sekitar

sehingga usaha ecoprint ini juga dapat memberikan penghasilan tambahan untuk masyarakat sekitar. Dalam kapasitasnya sebagai individu yang memiliki keahlian, pemilik usaha juga memberikan pelatihan kepada masyarakat yang membutuhkan. Kegiatan pelatihan ini menjadi kontribusi perusahaan terhadap **peningkatan ketrampilan** masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, penerapan aspek *people* oleh UMKM Liberty telah memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Kepedulian terhadap lingkungan menumbuhkan dukungan sosial terhadap keberadaan usaha Liberty. Hal ini sejalan dengan penelitian Safril (2025) yang menyatakan bahwa keberadaan usaha ecoprint memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan perempuan, peningkatan pendapatan, serta penguatan identitas budaya lokal. Namun hasil penelitian Diantoro (2024) pada UMKM di Kabupaten Serang yang menunjukkan bahwa praktik

keberlanjutan usaha UMKM masih berorientasi pada profit dibandingkan pada motivasi lingkungan atau sosial.

#### **4.3 Aspek Planet**

Aspek Planet yang diamati terdiri dari : penggunaan bahan alami, penggunaan bahan kimia, dan pengolahan limbah produksi. Pembuatan kain dengan teknik ecoprint menggunakan **bahan-bahan alami** berupa : daun segar, bunga, dan kulit kayu. Menurut pemilik usaha, pemenuhan kebutuhan bahan-bahan alami dilakukan dengan beberapa cara, yaitu : menanam sendiri beberapa jenis tanaman, bekerjasama dengan pengusaha ecoprint lain untuk memperoleh jenis daun tertentu, serta bekerjasama dengan kelompok ibu-ibu penggiat tanaman hias. Dalam proses produksinya, pemilik usaha menggunakan dedaunan yang tersedia dalam jumlah yang wajar dan tidak memaksakan untuk menggunakan jenis daun tertentu.

Proses produksi kain ecoprint melalui beberapa tahapan agar kain siap untuk diberi motif dengan teknik

ecoprint. Tahap pertama adalah proses pembersihan awal (scouring). Tahap kedua adalah pemberian zat pengikat warna (mordating), dan tahap ketiga adalah penguncian warna (fiksasi). Dalam proses penyiapan kain tersebut digunakan beberapa bahan seperti : soda abu untuk scouring, larutan tawas atau soda kue untuk proses mordating, dan larutan kapur untuk proses fiksasi. Walaupun bahan-bahan tersebut termasuk dalam kategori **bahan kimia** namun penggunaannya hanya sedikit dan masih dalam batas aman untuk lingkungan. Hingga saat ini penanganan terhadap **limbah produksi** dilakukan dengan cara mengendapkan terlebih dahulu air sisa larutan soda abu, tawas, dan kapur. Selanjutnya dialirkan ke saluran pembuangan air rumah tangga. Limbah produksi berupa daun dan bunga yang telah digunakan, oleh pemilik usaha diolah menjadi kompos. Berdasarkan hasil temuan pada UMKM Liberty dalam penggunaan bahan alami, bahan kimia, dan cara pengolahan limbah telah dilaksanakan dengan baik. Komitmen

pemilik usaha untuk tidak bersedia menerima pesanan kain dengan warna dan motif daun tertentu adalah upaya untuk menghindari penggunaan yang berlebihan terhadap bahan-bahan alami secara berlebihan. Hal ini juga strategi untuk mengurangi ketergantungan pada bahan-bahan alami tertentu.

#### **4.4 Implikasi temuan**

Belum adanya pencatatan keuangan yang sesuai dengan kaidah pembukuan membawa implikasi pada terbatasnya akses permodalan dari lembaga formal seperti perbankan atau investor serta sulit untuk mengukur tingkat pengembalian modal (return on investment). Selain itu kelemahan dalam pemasaran digital membuat jangkauan pasar UMKM Liberty terbatas pada tingkat

lokal. Hal ini berisiko pada pertumbuhan usaha walaupun produk bernilai tinggi dalam sudut pandang ekologis. Pada aspek people, kemampuan UMKM Liberty untuk menciptakan lapangan bagi masyarakat sekitar membawa implikasi terciptanya dukungan lingkungan sosial terhadap perusahaan. Hal ini merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan karena dapat menekan risiko konflik dengan lingkungan. Pada aspek planet, prinsip pelaku usaha dalam menggunakan bahan baku secara bijak membawa implikasi pada efisiensi penggunaan bahan dan meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terhadap keberlanjutan usaha UMKM Liberty melalui perspektif Triple

Bottom line maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada aspek profit, pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh UMKM Liberty masih memiliki kelemahan, yaitu belum melakukan pencatatan

keuangan sesuai kaidah pembukuan, belum melakukan perencanaan usaha dan penetapan target secara tertulis, serta masih lemah dalam pemasaran digital.

2. Pada aspek people, UMKM Liberty telah menjalankan perannya dengan baik melalui kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, peningkatan pendapatan bagi masyarakat sekitar, serta konsumen yang puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan.
3. Pada aspek planet, UMKM Liberty telah melaksanakan konsep produksi yang ramah lingkungan secara nyata, yaitu dengan menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari sekitar, tidak melakukan eksploitasi dalam penggunaan daun, bunga, ataupun kayu, serta perlakuan terhadap limbah telah sesuai dengan aturan.

## 5.2 Saran

Bagi pemilik usaha terdapat beberapa saran, yaitu : (1) perlu melaksanakan pencatatan pembukuan yang terstruktur sehingga perusahaan dapat mengetahui jumlah pendapatan, pengeluaran, dan laba yang diperoleh secara pasti, (2) perlu membuat rencana tertulis dan menetapkan target yang harus dicapai dalam satu tahun agar perusahaan bisa bertumbuh dan berkembang, (3) meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan di bidang pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, (4) Penguatan *positioning* produk dengan menonjolkan aspek produk yang bersifat ramah lingkungan.

Bagi pemerintah hendaknya membuka ruang yang lebih luas untuk mendukung perkembangan usaha yang ramah lingkungan khususnya di bidang ecoprint, yaitu : (1) mengadakan *event* tahunan di Jember untuk menampilkan produk-produk ecoprint, (2) memberikan pelatihan untuk peningkatan kemampuan para ecoprinter, (3) memberikan pendampingan manajerial dan literasi

keuangan pada UMKM ecoprint di Jember.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. Ismail, K.Rohmah, M. Tridayanti, D. Ariyani, E. (2026). Kreativitas Green Innovation Berkelanjutan: Mengoptimalkan Local Wisdom Melalui Ecotechnopreneurship di Universitas Nurul Huda. *Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences*. 18 (2).
- Albab, WU. Mardiah, AR. Ranjani, G. Karina, GD. Safitri, MN. (2024). Pengaruh Industri Fast Fashion Terhadap Pencemaran Lingkungan dan Penurunan Keadilan Antar Generasi. *Indonesian Journal of Criminal Law and Criminology (IJCLC)*, 5 (3).
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional / Okezone. (2024, 4 Juli). *Limbah pabrik tekstil di Indonesia capai 2,3 juta ton per tahun*.  
<https://news.okezone.com/read/2024/07/05/337/3030106/limbah-pabrik-tekstil-di-indonesia-capai-2-3-juta-ton-per-tahun>
- Bank Indonesia. (2010). *Kajian Akademik Pemeringkat Kredit Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. BI Jakarta.
- Bank Indonesia. (2026). *Buku pedoman implementasi model bisnis UMKM berkelanjutan: Aksi mitigasi*.
- Dari, W. (2024). Praktik bisnis berkelanjutan UMKM rumah BUMN Yogyakarta berdasarkan Triple Bottom Line. *Jurnal Atma Sosiologika*, 1 (1).
- Diantoro, E. Suheri. Arianto, B. (2024). Studi Fenomenologi Konsep Bisnis Berkelanjutan dalam Konteks Pegiat UMKM. *Jurnal Manajemen Strategis: Jurnal Mantra*. 1( 02).
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Canada: New Society Publishers.
- Faridatun (2022) .Ecoprint ; Cetak Motif Alam Ramah Lingkungan. Faridatun. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 5(1).
- Jannah, IR. Arumsari, DN. (2026). Analisis Sustainable Product Innovation Sebagai Basis Competitive Advantage pada Produk Ecoprint And Craft Surabaya. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(02).
- Kelsey Miller (2020). The Triple Bottom Line: What It Is & Why It's Important.  
<https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>
- Lubis, N. Harahap, AY. Faridy, N. (2024). Implementing Triple Bottom Line Accounting to Transform MSME Sustainability.

- International Journal of Trends in Accounting Research*, 5(2).
- Masitoh, Widayanti. (2015). Pengaruh Sosialisasi, Tingkat Pemahaman, Motivasi, Kepribadian terhadap Penerapan SAK-ETAP di Kampoeng Batik Laweyan Solo. *Jurnal Paradigma UNIBA*.
- Masruchiyah, N., Murti, W., & Marthinu, E. (2024). Ecoprint Di Indonesia: Perpaduan Karya Seni Dan Upaya Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan*. 13(2).
- Sirine, Hani. (2025). *Strategi Keberlanjutan Umkm Implementasi Triple Bottom Line*. CV. Bandung. Widina Media Utama.
- Syafril, Rizky. (2025). Pengembangan Eco Print sebagai Peluang Bisnis Fashion Ramah Lingkungan di Nagari Matua Hilia. Rizki Syafril, Abdi: *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(3).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Wahyuningsih, S. E., Nurmasitah, S., Rachmawati, R., Setyowati, E. ., Fidloiyah, K., Shofi , A., Andriani, T. S. ., & Rizky, I. M. . (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sekaran melalui Produk Ecoprint Berbasis Tumbuhan Lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 4(5).
- Watiningsih, Wika. (2022). Teknik Ecoprint, Pengembangan Motif Kain Yang Ramah Lingkungan. *Garina : Jurnal Pengembangan IPTeks Seni Kuliner, Tata Rias, dan Desain Mode*, 14(2).
- Widayanti, R. Et al (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 18(2).