

ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS DALAM PENGEMBANGAN *GREEN ENTREPRENEURSHIP* MELALUI BATIK ECOPRINT UMKM BATIK DURENAN INDAH SEMARANG

Citra Safira¹, Hilda Rahmah², Yofiendi Indah Indainanto³

^{1,2,3}Universitas Semarang, Indonesia

e-mail: citrasafira@usm.ac.id

Abstrak

Terjadinya *global warming* membuat masyarakat kini mulai fokus pada lingkungan. Salah satunya adalah meningkatnya konsumsi produk-produk ramah lingkungan. Konsumen saat ini mulai lebih peduli pada lingkungan dan beralih pada pasar yang lebih hijau (*green marketing*). Oleh sebab itu, pengusaha juga kini lebih bertanggung jawab secara sosial dan telah memahami peran mereka dalam bisnis yang berkelanjutan di masa depan yang lebih baik dengan menerapkan kewirausahaan hijau (*green entrepreneurship*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi bisnis yang dilakukan oleh penginisiasi batik di UMKM Batik Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang oleh anggota-anggota umkm batik lainnya dalam mengembangkan *green entrepreneurship*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung dengan mengamati proses komunikasi yang berlangsung. Pengembangan *green entrepreneurship* menjadi penting untuk meningkatkan kualitas pengusaha itu sendiri serta turut menjaga kelestarian lingkungan.

Kata kunci: *Batik Ecoprint, Green Entrepreneurship, Komunikasi Bisnis, Komunikasi Pembangunan.*

ANALYSIS OF BUSINESS COMMUNICATION IN DEVELOPING GREEN ENTREPRENEURSHIP THROUGH BATIK ECOPRINT IN BATIK DURENAN INDAH SEMARANG

Abstract

The occurrence of *global warming* has made people start to focus on the environment. One of them is the increasing consumption of environmentally friendly products. Consumers are now more concerned about the environment and are turning to *green marketing*. Therefore, entrepreneurs are now more socially responsible and have understood their role in sustainable business in a better future by implementing *green entrepreneurship*. This research aims to discover the business communication process by batik initiators in the UMKM Batik Thematic Village Batik Durenan Indah Semarang to other members in developing *green entrepreneurship*. The method used is descriptive qualitative with a case study approach and data collection through interviews and direct observation by observing the ongoing communication process. The development of *green entrepreneurship* is essential to improve the quality of the entrepreneurs themselves and help preserve the environment.

Keywords: *Business Communication, Development Communication, Ecoprints, Green Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Global warming atau pemanasan global menjadi isu yang sering diperbincangkan pada beberapa dekade terakhir. Sejak awal abad ke-21, salah satu subjek yang paling kontroversial di antar para

pemangku kebijakan adalah pemanasan global dan perubahan iklim (Ahmad, Kuldashaeva, Nasriddinov, Balbaa, & Fahlevi, 2023; Gu et al., 2023; He, Zhang, & Yuan, 2022; Xu et al., 2022; You et al., 2022). *Global warming* atau pemanasan global muncul karena meningkatnya gas rumah

kaca (GRK) yang berada di atmosfer bumi, kemudian menyerap dan memancarkan radiasi inframerah sehingga menyebabkan efek gas rumah kaca. (Patrianti, Shabana, & Tuti, 2020). Pembakaran batu bara dalam industri dan aktivitas manusia lainnya dapat menyebabkan pemanasan bumi (Wang, Wang, Li, & Wang, 2023). Akibatnya, perubahan iklim semakin cepat dirasakan.

Perubahan iklim merupakan permasalahan yang kompleks dengan banyak penyebab dan dampaknya. Hal ini akan meningkatkan risiko pada manusia, asset, ekonomi, dan ekosistem, termasuk risiko tekanan panas, badai, dan curah hujan ekstrem (Ling, Lin, Lin, & Lin, 2022). Di Indonesia, berdasarkan laporan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), perubahan iklim berkontribusi dalam meningkatnya kejadian bencana hidrometeorologi (Patrianti et al., 2020). Data hingga November 2022, sebanyak 95 persen bencana alam yang mendominasi adalah bencana hidrometeorologi seperti banjir dan tanah longsor, yang terjadi di daerah Sumatra, Jawa, Kalimantan Barat, dan Kalimantan Tengah (Dwiatmodjo, 2022). Jika, perubahan iklim tidak segera ditangani, maka besar kemungkinan bencana hidrometeorologi bisa semakin meluas di wilayah-wilayah di Indonesia.

Jika sebelumnya Indonesia pernah masuk dalam 10 negara di dunia sebagai penyumbang emisi gas rumah kaca, kini Indonesia sudah tidak termasuk dalam kategori tersebut, karena menurut Kepala Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), Prof. Dwikorita Karnawati, emisi gas rumah kaca Indonesia sudah di bawah rata-rata global (Grehenson, 2023). Untuk menurunkan peringkat kembali, pemerintah mencanangkan program pembangunan rendah karbon (*low carbon development*) melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) untuk periode 2020 sampai 2024. Dalam Laporan Anggaran Mitigasi dan Adaptasi Perubahan Iklim dari Badan Kebijakan Fiskal, pemerintah berkomitmen untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 29 persen hingga tahun 2030 melalui program dan kebijakan dalam negeri, serta 41

persen dengan dukungan proyek dan lembaga internasional (Fatkhullah, Mulyani, Dewi, Habib, & Reihan, 2022). Isu perubahan iklim juga telah diatur dalam UU No. 6 tahun 1994 tentang Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai Perubahan Iklim, UU No. 41 tahun 1999 tentang Kehutanan, UU No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, UU No. 16 tahun 2016 tentang Persetujuan Paris atas Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa Mengenai Perubahan Iklim; serta UU No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Dirjen PPI, 2022).

Program pembangunan rendah karbon yang dicanangkan pemerintah ini merupakan salah satu strategi transisi menuju ekonomi hijau dan pembangunan berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan sosial dengan tetap menjaga kualitas lingkungan (Limanseto, 2022). *Green entrepreneurship* atau kewirausahaan hijau hadir guna mendukung langkah pemerintah. *Green entrepreneurship* juga menjadi gerakan untuk menentang industrialisasi yang menjadi penyebab kerusakan lingkungan. Gerakan ini tidak hanya dilakukan di Indonesia, tetapi di seluruh dunia bersamaan dengan kesadaran masyarakat akan global warming dan perubahan iklim yang semakin cepat. *Green entrepreneurship* merupakan kategori baru dalam kewirausahaan yang fokus pada lingkungan. Ini menggabungkan semangat kewirausahaan yang kuat dengan apresiasi terhadap keberlanjutan dan gerakan lingkungan lainnya (Arabiun, Abdi, & Kashefi, 2015; Gupta & Dharwal, 2020). *Green entrepreneurship* menunjukkan adanya kemauan individu untuk menghasilkan keuntungan, sedangkan perusahaan dapat bekerja untuk pembangunan ekologi atau lingkungan (Hasan, Nekmahmud, Yajuan, & Patwary, 2019; Mondal, Singh, & Gupta, 2023).

Dalam kondisi krisis lingkungan seperti sekarang ini, tekanan persaingan, dan tekanan dari pemerintah dan *stakeholders*, para wirausahawan dipaksa untuk mengadopsi praktik ekonomi hijau guna menekan krisis tersebut. Para pengusaha dan wirausahawan mencoba mengembangkan strategi

bekerlanjutan untuk mengelolanya. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *green entrepreneurship* dapat mendorong kemajuan industri kreatif yang menghasilkan keunggulan ekonomi dan kompetitif, selain pembangunan berkelanjutan (Mondal et al., 2023). Kegiatan ini menjadi pendorong bagi pembangunan ekonomi modern yang berkelanjutan dan bisnis baru yang juga menjadi pendorong utama pertumbuhan lapangan kerja dan perbaikan lingkungan (Chen, Shen, Qiu, Liu, & Mardani, 2023; Doan & Nguyen, 2021; Skordoulis et al., 2022). Para pengusaha hijau ini memainkan peran penting dalam menciptakan pekerjaan ramah lingkungan melalui pengembangan usaha yang berkelanjutan, dengan menyediakan produk dan jasa ramah lingkungan dan memperkenalkan metode produksi yang lebih ramah lingkungan (Klemmer, 2019). Salah satunya adalah produk yang dikembangkan oleh para pengrajin batik di Kampung Tematik Batik Durenan Indah, yakni batik ecoprint

Batik ecoprint adalah salah satu jenis batik yang memanfaatkan pewarna alami yang berasal dari zat warna alami seperti tanin atau batang tumbuhan, daun, akar, atau kulit kayu (Ronggolawe, 2022). Prosesnya melibatkan penempatan pewarna alami ke selembar kain yang direbus untuk menciptakan desain dan pola yang unik. Kain yang digunakan untuk batik ecoprint harus menggunakan serat alami agar warna yang dihasilkan tanin mampu meresap dengan sempurna dan tahan lama. Penggunaan kain alami dan bahan alami ini dapat mengurangi pencemaran lingkungan akibat proses produksi.

Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang sebagai salah satu sentra pengrajin batik, mulai menerapkan *green entrepreneur* melalui pembuatan batik ecoprint. Amin Restuningsih, sebagai ketua UMKM Batik di kampung ini, sekaligus penginisiasi pembuatan batik ecoprint, mengatakan bahwa butuh waktu untuk menjelaskan konsep *green entrepreneur* kepada para pengrajin. Hal itu menjadi tantangan tersendiri bagi Amin, sebelum selanjutnya memberikan pelatihan dalam produksi *green entrepreneur*. Oleh sebab itu, peneliti tertarik

untuk mengetahui komunikasi bisnis yang dilakukan untuk mengembangkan batik ecoprint ini sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan di tengah krisis lingkungan seperti sekarang ini. Beberapa peneliti di ranah ilmu komunikasi juga mulai menunjukkan perhatiannya dalam melihat isu lingkungan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wikan Putra Pamungkas dan Putri Aisyiyah Rachma Dewi (2024) yang mengatakan pentingnya melakukan kampanye komunikasi bisnis seperti *public relations, advertising, sales promotion*, dan *personal selling* untuk meningkatkan kesadaran konsumen dalam upaya menurunkan gas buang (Pamungkas & Dewi, 2024). Kemudian pada penelitian Surya Yudha Regif, dkk (2023) menyatakan bahwa UMKM punya peran penting dalam pelaksanaan kewirausahaan hijau melalui literasi digital ekonomi hijau. Hasil penelitian menunjukkan adanya dampak signifikan terhadap pemberdayaan UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan akses pasar, dan mengembangkan strategi pemasaran yang berkelanjutan dengan mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan (Regif, Seran, Naif, Pattipeilohy, & Saputri, 2023). Artinya, isu lingkungan mulai diperhatikan sesuai dengan salah satu prinsip SGDs, yakni *common but differentiated responsibilities* (CBDR).

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, bahwa penelitian bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistik, aktual, atau nyata. Pendekatan ini mencakup deskripsi, gambaran, atau lukisan yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta, sifat-sifat, dan hubungan antara fenomena tersebut (Rukajat, 2018). Studi kasus dengan kasus tunggal adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk mempertahankan aspek yang luas dan bermakna dari kejadian dunia nyata. Dengan demikian, peneliti dapat menemukan hubungan sosial, proses,

dan kategori secara bersamaan. Ini akan menjadi mudah untuk dikenali, unik, dan unik (Prihatsanti, Suryanto, & Hendriani, 2018). Dengan menggunakan batik ecoprint yang dibuat oleh para umkm batik di kampung batik tematik, studi kasus ini bertujuan untuk mengungkap komunikasi bisnis yang terlibat dalam pengembangan usaha hijau.

Sampel penelitian adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Hamzah, 2020). Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan sampling bertujuan (*purposive sampling*) karena teknik ini menentukan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu atau sesuai dengan tujuan penelitian. Informan pada penelitian ini adalah tiga anggota dari UMKM Batik, yakni Pembina Kampung Tematik Batik, Ketua UMKM Batik, dan Pengrajin Batik Ecoprint.

Fokus penelitian ini adalah proses komunikasi bisnis Kampung Tematik Batik Durenan Indah saat memperkenalkan dan mengembangkan batik ecoprint sebagai bentuk usaha hijau. Ini adalah data yang diperlukan peneliti untuk menjawab masalah penelitian mereka. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pembuatan dan penjualan barang dan jasa yang mengatasi masalah lingkungan dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan disebut sebagai kewirausahaan hijau (OECD, 2022). Salah satu jenis jaringan hijau adalah komunikasi hijau, yang merupakan teknik komunikasi bisnis yang mempromosikan keberlanjutan dan memiliki efek ekonomi dan sosial (Grochowskwa, 2023). Karena itu, peningkatan kewirausahaan hijau sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang lingkungan dan pentingnya lingkungan hidup (OECD, 2022).

Komunikasi Bisnis UMKM Batik Komunikasi bisnis sangat penting untuk mengembangkan kewirausahaan hijau. Di Kampung Tematik

Durenan Indah, UMKM Batik menggunakan komunikasi bisnis di dalam komunitasnya untuk meningkatkan kualitas produk melalui print batik ecoprint dan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Bapak Pram, pendiri UMKM Batik dan ketua UMKM Batik Bu Ning, serta pelatih batik ecoprint Bu Bejo, menggunakan berbagai strategi, seperti:

1. Pendidikan Hijau

Pembina menggunakan pendidikan hijau sebagai salah satu strategi untuk memperkenalkan kewirausahaan hijau. Ini adalah pembelajaran nonformal, peningkatan pengetahuan, dan pengembangan strategi komunikasi tentang topik seperti perubahan iklim, perlindungan lingkungan, dan pelestarian keanekaragaman hayati (OECD, 2022). Tujuannya adalah untuk mengajarkan mereka tentang kewirausahaan hijau dan manfaatnya saat ini. Di rapat bersama seluruh UMKM Batik di Kampung Durenan Indah, pengakuan ini dilakukan setidaknya tiga kali sebulan.

“Paling tidak sebulan sekali itu kan kita mengadakan rapat pertemuan membahas project-project yang akan datang atau yaaah minimal untuk silaturahmi saja. Nah ini karena ada himbauan dari pemerintah juga mengenai pelestarian lingkungan, dan kebetulan Ketua UMKM kita, Bu Ning ini pernah mengikuti pelatihan ecoprint, maka atas saran beliau, kita juga ikut membuat batik ecoprint. Yaaa ini juga bisa dijadikan sebagai produk baru dari UMKM sini lah” – Pak Pram

Sebagai pembina UMKM, Pram juga terbuka terhadap kerja sama dengan pemerintah, akademisi, dan praktisi. Selain memberikan dukungan keuangan, kolaborasi bertujuan untuk meningkatkan budaya, keyakinan, dan standar kewirausahaan. Teknologi juga dapat membantu para pelaku usaha berkembang lebih baik dan mendorong kewirausahaan hijau (Cai, Hussain, &

Zhang, 2022). Diharapkan bahwa kerja sama ini akan membantu komunikasi yang berkelanjutan.

“Karena ini memang baru ya, jadi saya pun juga baru tahu tentang batik ecoprint ini. Jadi saya juga terbuka terhadap kolaborasi atau kerjasama dari pihak luar yang mau memberikan sumbangan pikiran ataupun dana untuk pengembangan kewirausahaan hijau. Sejauh ini, banyak dosen-dosen yang melakukan pengabdian di sini dan kegiatannya macam-macam, ada yang pelatihan pemasaran digital, ada yang pelatihan pengelolaan limbah, yaa macam-macam lah.” – Pram.

Dalam komunikasi bisnis, transparansi sangat penting untuk memberi tahu anggota tentang prosedur dan informasi tentang pembuatan batik ecoprint. Ini juga membantu mereka membuat keputusan.

2. Kebijakan dan Dukungan

Dukungan dan kebijakan dapat membantu pertumbuhan industri berkelanjutan dan praktik bisnis berkelanjutan. Ini sangat penting untuk mendorong kewirausahaan hijau (Gonnect, 2023). Pram mengatakan bahwa inisiatif kewirausahaan hijau ini didasarkan pada inisiatif pemerintah untuk mengurangi emisi karbon, tetapi pada akhirnya ini juga dianggap sebagai inovasi untuk mengembangkan batik jenis lain, batik ecoprint.

“Ya memang pada awalnya karena adanya program pemerintah untuk mengurangi karbon. Kemudian mulai banyak juga gerakan-gerakan peduli lingkungan. Lalu, Bu Ning ini yang mengusulkan untuk kita buat batik ecoprint saja. Jadi ya sudah berjalan saja, sambil kita terus mengedukasi ibu-ibu pengrajin batik ini untuk turut membuat batik ecoprint” – Pram

Pelatihan batik ecoprint dari teori hingga praktik akan membantu UMKM Batik dalam mengembangkan batik ecoprint ini. Bu Ning, ketua UMKM Batik di kampung tematik ini, mengatakan bahwa pengrajin awalnya menolak karena mereka harus belajar dari awal. Menurutnya, Ning harus

terus mengajar anggota-anggotanya karena ini bermanfaat bagi ekonomi dan lingkungan.

“Jadi saya matur dulu ke Pak Pram kalau saya pernah ikut pelatihan batik ecoprint dan Pak Pram setuju untuk kita juga bisa bikin batik ecoprint. Nah pada saat rapat pertama kali tentang ecoprint itu awalnya ada beberapa yang kurang setuju karena kebanyakan dari mereka sudah ketakutan dulu bakal susah bikinnya, tapi yaa pelan-pelan saya terangkan mengenai batik ecoprint. Saya juga terus belajar dari internet juga tentang batik ecoprint ini. Dan saya juga tidak segan bila ibu-ibu datang ke rumah saya hanya untuk sekedar bertanya-tanya mengenai batik ecoprint.” – Ning

3. Inovasi dan Solusi

Batik ecoprint dianggap sebagai inovasi batik karena bahan baku dan metode pembuatan yang berbeda dari batik biasa. Permintaan akan barang dan jasa yang ramah lingkungan meningkat sebagai akibat dari tekanan lingkungan yang meningkat dan upaya masyarakat untuk mengadopsi cara hidup yang lebih berkelanjutan. Ini menciptakan peluang untuk bisnis hijau (OECD, 2022).

“Dulu di lingkungan kami pernah ada pengabdian dari Undip Teknik Lingkungan tentang pengelolaan limbah batik. Dari situ kami juga jadi tahu bahwa meskipun kami sudah berupaya untuk mengelola limbah agar ketika dibuang tidak menimbulkan kerusakan lingkungan, tapi tetap saja kami memikirkan untuk jangka panjangnya. Dengan adanya batik ecoprint ini, kami jadi bisa mengasah kemampuan kami dalam membuat batik. Selain itu, kami jadi punya produk baru yang bisa dijual. Jadi nilai ekonominya dapat dan menjaga lingkungannya juga dapat.” – Ning

Ketika mereka khawatir tentang dampak limbah jangka panjang yang dapat membahayakan lingkungan, batik ecoprint juga dianggap sebagai

solusi. Oleh karena itu, diharapkan bahwa setiap anggota dapat mengembangkan batik ecoprint ini sebagai bentuk usaha ramah lingkungan. UMKM Batik di Kampung Tematik Durenan Indah dapat mendorong dan mendukung kewirausahaan hijau, membantu pembangunan berkelanjutan, dan mengurangi dampak lingkungan. Mereka dapat melakukannya dengan menggunakan strategi-strategi yang telah dijelaskan.

Kewirausahaan hijau dapat memberikan stabilitas dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Soleimani, Mollaei, Beinabaj, & Salamzadeh, 2023). Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengetahui bagaimana mereka menggunakan inovasi hijau dalam pengelolaan bisnis mereka (Rodrigues & Franco, 2023). Faktor pendukung kewirausahaan hijau dalam ekonomi sirkular termasuk faktor pendukung organisasi, usia perusahaan, dan pengembangan iklim hijau yang digerakkan oleh pendiri.

Untuk mendorong pengrajin untuk membuat batik ecoprint juga sulit, kata Ning. Pertama, batik ecoprint lebih mudah dibeli daripada batik tradisional karena bahannya lebih sederhana dan biayanya lebih rendah. Namun, untuk membuat batik ecoprint memerlukan kain katun mori yang berkualitas tinggi, yang sulit ditemukan di Semarang. Berbicara tentang jenis kain yang dapat digunakan untuk membuat batik ecoprint, Ning menghadapi tantangan tersendiri.

“Kain untuk ecoprint itu kan macam-macam mbak, ada kain rayon, katun mori, katun sutera, dan sutera. Karena batik ecoprint ini kan kita mengandalkan warna dari warna alam tumbuhan itu sendiri, jadi kita harus menggunakan kain dengan kualitas tinggi. Sayangnya, di Semarang kain-kain yang saya sebutkan tadi, apalagi katun moris, itu banyak sintetisnya, jadi jelek kalau dipakai untuk ecoprint. Jadi, mau ga mau kita harus beli dari Solo, Pekalongan, atau di Jogja. Ada pun di Semarang pasti harganya mahal, lebih mahal klo kita beli dari tiga kota itu

bahkan sudah sama ongkirnya. Nah tantangannya di situ mbak. Kadang nih ibu-ibu juga agak kesusahan untuk beli dan bahkan ada yang masih salah memilih kainnya. Jadi ya mau tidak mau harus belajar lagi dari dasar-dasarnya” – Ning.

Berdasarkan wawancara di atas, artinya untuk memulai bisnis yang ramah lingkungan membutuhkan investasi awal seperti bahan dan peralatan yang mungkin tidak mudah untuk didapatkan, sehingga membuat pelaku usaha susah untuk memulai.

Selain tantangan bahan dan peralatan, yang cukup memakan waktu adalah meyakinkan para pelaku usaha bahwa batik ecoprint juga diminati oleh masyarakat. Pada awalnya, ibu-ibu pembatik agak merasa terbebani karena mereka harus belajar hal baru lagi untuk pembuatan batik ecoprint. Setelah diadakan *workshop* pertama kali, ada kekhawatiran dari salah satu ibu pembatik bahwa hasil akhir batik kurang menarik.

“Bahkan dulu pas workshop pertama, saya dan Bu Ning ngasih contoh membuat batik ecoprint. Awalnya ibu-ibu sih pada seneng ya karna pada bilang klo lucu cara bikinnya, ada di gulung-gulung segala, ada di pukul-pukul juga. Tapi pas batik nya udah jadi, mereka kecewa karna kok batiknya warnanya jadi beda, kok jadi burem gini, ga cerah. Bahkan sampai ada yang bilang apa ada yang mau sama batik yang kayak gini” – Bejo

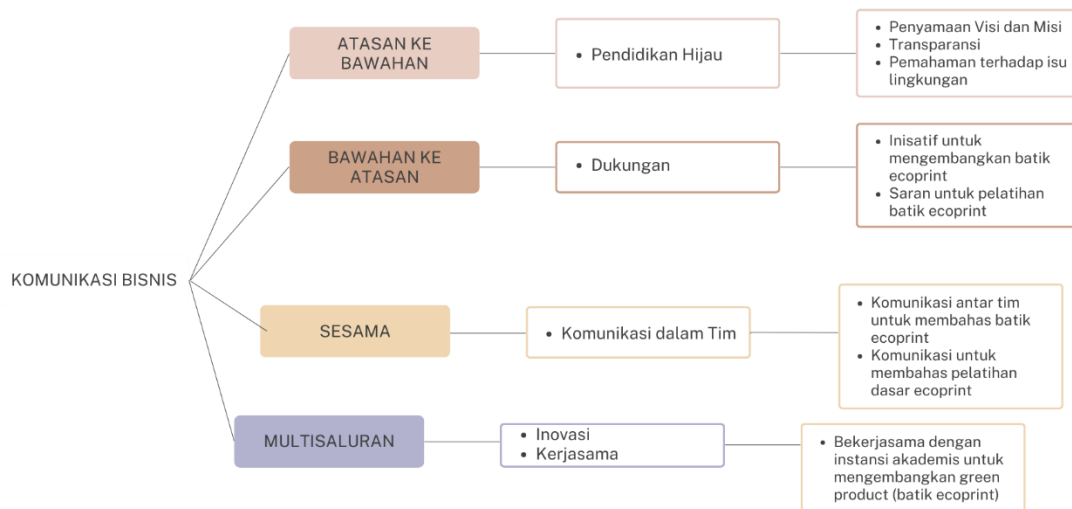
Bu Bejo, selaku anggota UMKM Batik yang ikut membantu Ning dalam melatih batik ecoprint pada ibu-ibu lain juga mengatakan bahwa pemikiran ibu-ibu tentang batik selama ini adalah batik tulis dan batik cap atau batik kontemporer yang selama ini mereka buat. Meskipun batik tradisional mengarah pada batik berwarna kecoklatan dan gelap, namun tidak terlihat kusam. Sedangkan ecoprint terlihat kusam dan kurang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa para pengrajin batik takut bahwa batik ecoprint ini akan tidak laku di pasaran. Ketidakpastian pasar

terhadap produk ramah lingkungan memang masih relatif baru dan tidak pasti, sehingga sulit bagi para pengusaha hijau untuk memprediksi permintaan dan membangun basis pelanggan. Hal ini disebabkan juga karena tingkat kesadaran konsumen yang rendah terhadap pentingnya menjaga lingkungan melalui penggunaan produk-produk ramah lingkungan, sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi para pengusaha hijau (FasterCapital, 2023).

DISKUSI

Dua faktor yang memengaruhi perilaku konsumen saat ini adalah kesadaran mereka dan lingkungan. Konsumen saat ini lebih cenderung membeli barang yang ramah lingkungan karena mereka peduli dengan lingkungan. Dengan menerapkan

kebijakan rendah emisi karbon, pemerintah juga mendukung inisiatif membeli produk yang lebih ramah lingkungan. Untuk mendorong dan mendorong wirausaha hijau, berbagai peluang kewirausahaan telah dibuat. Kelangsungan hidup suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh komunikasi bisnis. Ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa anggota memiliki visi dan misi yang sama. Kampung Durenan Indah, yang dikenal sebagai "kampung batik", terus berinovasi dengan membuat batik ecoprint. Mereka juga mendukung inisiatif pemerintah untuk menjaga lingkungan dan meningkatkan jumlah pengusaha hijau. Komunikasi bisnis ini dibuat dalam upaya mewujudkan kewirausahaan yang ramah lingkungan melalui produksi batik ecoprint.



Sumber:

Gambar 1. Hasil Analisis

Implikasi praktis penelitian ini meliputi kebutuhan partisipasi yang lebih luas dari para pengrajin batik serta perusahaan kain khususnya di Semarang agar dapat mengakomodasi kebutuhan para pengrajin batik ecoprint untuk dapat memproduksi batik ecoprint tanpa harus membeli

kain dari luar Semarang. Sehingga produksi dapat lebih efisien waktu dan biaya.

Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru untuk memahami para pelaku dan perannya bahwa ada peluang pasar untuk usaha

baru, asosiasi tekstil untuk bersama-sama membangun dan memperkuat pasar hijau.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi-strategi komunikasi bisnis yang dilakukan oleh pengurus UMKM Batik di Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang adalah dengan menggunakan pendidikan hijau, kebijakan dan dukungan, serta inovasi dan solusi. Pendidikan hijau di sini artinya para pengurus memberikan pemahaman terlebih dahulu mengenai kewirausahaan hijau dan produk yang akan diproduksi, yakni batik ecoprint. Di sini para pengurus juga memberikan pemahaman pentingnya mulai menerapkan gerakan kewirausahaan hijau sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Kedua, melalui kebijakan dan dukungan. Strategi kedua ini dinilai efektif bagi para pengurus untuk mengajak anggotanya menerapkan kewirausahaan hijau melalui pengembangan batik ecoprint karena dengan adanya kebijakan dari pemerintah, artinya sebagai warga negara yang baik wajib untuk mentaati kebijakan tersebut demi keberlangsungan lingkungan yang sehat. Namun, kebijakan ini juga diiringi dengan dukungan sehingga anggota semangat untuk tertarik mengembangkan batik ecoprint. Terakhir adalah melalui inovasi dan solusi, bahwa para pengurus mengajak para anggota untuk melakukan inovasi terhadap batik yang diproduksi agar meningkatkan pelanggan dengan mengembangkan batik ecoprint.

Beberapa tantangan juga dirasakan oleh para pengurus ketika akan memperkenalkan kewirausahaan hijau ini melalui pengembangan batik ecoprint, yakni material yang sulit didapat di Semarang, kesadaran para anggota tentang lingkungan yang masih kurang, dan kekhawatiran para anggota jika batik ecoprint tidak diminati oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, M., Kuldashaeva, Z., Nasriddinov, F., Balbaa, M. E., & Fahlevi, M. (2023). Is achieving environmental sustainability

dependent on information communication technology and globalization? Evidence from selected OECD countries. *Environmental Technology & Innovation*, 31, 103178. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eti.2023.103178>

Arabiun, A., Abdi, J. A., & Kashefi, A. (2015). Entrepreneurship in the context of modern technologies: An Approach to Green Entrepreneurship and Sustainable Development, *Nanotechnology. Proceedings of the First International Conference on the Environment and Natural Resources, Kharazmi Higher Education Institute of Science and Technology, Shiraz, Iran*, 21.

Chen, S., Shen, W., Qiu, Z., Liu, R., & Mardani, A. (2023). Who are the green entrepreneurs in China? The relationship between entrepreneurs' characteristics, green entrepreneurship orientation, and corporate financial performance. *Journal of Business Research*, 165(December 2022), 113960. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113960>

Dirjen PPI. (2022). Peraturan dan Kebijakan Terkait Perubahan Iklim. Retrieved August 1, 2023, from <http://ditjenppi.menlhk.go.id/peraturan-perundangan.html>

Doan, A. T., & Nguyen, T. T. (2021). Green innovation, green entrepreneurship, and Vietnamese SME development: The role of market turbulence. In *Recent Developments in Vietnamese Business and Finance* (pp. 337–381). World Scientific.

Dwiatmodjo, M. A. (2022). Antisipasi Dampak Bencana Hidrometeorologi, BNPB Gandeng Unsur Pentaheliks Lakukan Simulasi Penanganan Bencana. Retrieved August 1, 2023, from <https://www.bnpb.go.id/berita/antisipasi-dampak-bencana-hidrometeorologi-bnpb-gandeng-unsur-pentaheliks-lakukan-simulasi-penanganan-bencana>

FasterCapital. (2023). Overcome Obstacles and Succeed as a Green Entrepreneur. Retrieved December 13, 2023, from <https://fastercapital.com/content/Overcome-Obstacles-and-Succeed-as-a-Green-Entrepreneur.html>

- Fatkhullah, M., Mulyani, I., Dewi, A. S., Habib, M. A. F., & Reihan, A. (2022). Strategi Komunikasi dalam Mengatasi Perubahan Iklim melalui Pelibatan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(01), 17–33.
<https://doi.org/10.46937/21202341909>
- Grehenson, G. (2023). Kepala BMKG: Indonesia Keluar dari 10 Besar Penyumbang Emisi Gas Rumah Kaca. Retrieved August 1, 2023, from <https://ugm.ac.id/id/berita/kepala-bmkg-indonesia-keluar-dari-10-besar-penyumbang-emisi-gas-rumah-kaca/>
- Gu, X., Alamri, A. M., Ahmad, M., Alsagr, N., Zhong, X., & Wu, T. (2023). Natural resources extraction and green finance: Dutch disease and COP27 targets for OECD countries. *Resources Policy*, 81, 103404.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103404>
- Gupta, M., & Dharwal, M. (2020). Green entrepreneurship and sustainable development: A conceptual framework. *Materials Today: Proceedings*, 49, 3603–3606.
<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.08.148>
- Hamzah, A. (2020). *METODE PENELITIAN STUDI KASUS: Single Case, Instrumental Case, Multicase & Multisite Dilengkapi Contoh Tahapan Proses dan Hasil Penelitian*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Hasan, M. M., Nekomahmud, M., Yajuan, L., & Patwary, M. A. (2019). Green business value chain: a systematic review. *Sustainable Production and Consumption*, 20, 326–339.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.08.003>
- He, W., Zhang, L., & Yuan, C. (2022). Future air temperature projection in high-density tropical cities based on global climate change and urbanization – a study in Singapore. *Urban Climate*, 42, 101115.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.uclm.2022.101115>
- Klemmer, A. (2019). Green entrepreneurship: Creating green jobs through sustainable enterprise development. *International Labour Organization*.
- Limanseto, H. (2022). Ekonomi Hijau dan Pembangunan Rendah Karbon Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Meningkatkan Kesejahteraan Sosial. Retrieved August 2, 2023, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3917/ekonomi-hijau-dan-pembangunan-rendah-karbon-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-meningkatkan-kesejahteraan-sosial>
- Ling, T.-Y., Lin, J.-S., Lin, C.-T., & Lin, C.-H. (2022). Citizen engagement under climate change-local communication practice toward resilience. *Current Research in Environmental Sustainability*, 4, 100184.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.crsust.2022.100184>
- Mondal, S., Singh, S., & Gupta, H. (2023). Assessing enablers of green entrepreneurship in circular economy: An integrated approach. *Journal of Cleaner Production*, 388(September 2022), 135999.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135999>
- Pamungkas, W. P., & Dewi, P. A. R. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Hijau pada Halo Ijo dalam Upaya Mendukung Kampanye Ramah Lingkungan kepada Konsumen. *The Commercio*, 8(2), 12–15. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/59921>
- Patrianti, T., Shabana, A., & Tuti, R. W. (2020). Government Risk Communication on Greenhouse Gas Emission Reduction to Tackle Climate Change. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2), 156–170.
<https://doi.org/10.33299/jpkop.24.2.3416>
- Regif, S. Y., Seran, M. S., Naif, I. Y., Pattipeilohy, A., & Saputri, L. (2023). Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa di Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 9(1), 49–69.
<https://doi.org/10.37058/jipp.v9i1.6922>
- Ronggolawe, K. P. (2022). Mengenal Batik Eco Print. Retrieved August 2, 2023, from <https://jurnalpost.com/mengenal-batik-eco-print/40076/>
- Skordoulis, M., Kyriakopoulos, G., Ntanos, S., Galatsidas, S., Arabatzis, G., Chalikias,

- M., & Kalantonis, P. (2022). The mediating role of firm strategy in the relationship between green entrepreneurship, green innovation, and competitive advantage: the case of medium and large-sized firms in Greece. *Sustainability*, *14*(6), 3286.
- Wang, L., Wang, L., Li, Y., & Wang, J. (2023). A century-long analysis of global warming and earth temperature using a random walk with drift approach. *Decision Analytics Journal*, *7*, 100237. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dajour.2023.100237>
- Xu, B., Wang, T., Ma, D., Song, R., Zhang, M., Gao, L., ... Xie, M. (2022). Impacts of regional emission reduction and global climate change on air quality and temperature to attain carbon neutrality in China. *Atmospheric Research*, *279*, 106384. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.atmosres.2022.106384>
- You, Q., Jiang, Z., Yue, X., Guo, W., Liu, Y., Cao, J., ... Zhu, H. (2022). Recent frontiers of climate changes in East Asia at global warming of 1.5° C and 2° C. *Npj Climate and Atmospheric Science*, *5*(1), 80.