

Persepsi UKM Terhadap Indikator *People, Profit* dan *Planet* dalam Konsep *Sustainable Entrepreneurship*

Syamsuri¹, Mashudi²

Universitas Tanjungpura, Pontianak

Email : Syamsuri@untan.ac.id

Abstract

Sustainable Entrepreneurship emphasizes the importance of paying attention to the environment and social in running a business without looking at profit only, so that the sustainability of the business and its natural surroundings are maintained properly. This study aims to determine the perception of SMEs on the indicators of People, Profit, and Planet in the concept of Sustainable Entrepreneurship. The approach chosen in this research is quantitative using descriptive method and is included in the type of cross-sectional study. The population is an infinite population, namely SMEs in 3 districts/cities in West Kalimantan with special considerations, with a total sample of 75 SMEs taken by incidental sampling and determined by certain criteria. Collecting data through questionnaires and analyzed quantitatively descriptively. The research findings show that SME actors consider the concept of Sustainable Entrepreneurship important to be applied in their business based on people, profit and planet indicators, where planetary indicators are seen from the workforce, community and partners; profit indicators are seen from benefits and networks; as well as planetary indicators in terms of environmental resources and technology. The implication of this research is that it can be considered by local governments in implementing sustainable entrepreneurship policies.

Keywords : *Sustainable Entrepreneurship, Perception, SMEs*

Abstrak

Sustainable Entrepreneurship menekankan pentingnya perhatian terhadap lingkungan dan sosial dalam menjalankan bisnis tanpa melihat keuntungan saja, sehingga keberlangsungan bisnis dan alam sekitarnya terus terpelihara dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi UKM terhadap indikator *People, Profit*, dan *Planet* dalam konsep *Sustainable Entrepreneurship*. Pendekatan yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan termasuk dalam jenis *cross-sectional Study*. Populasi termasuk *infinite Population* yaitu para pelaku UKM yang berada pada 3 Kabupaten/Kota di Kalimantan Barat dengan pertimbangan khusus, dengan jumlah sampel 75 pelaku UKM yang diambil secara insidental sampling dan ditetapkan dengan kriteria tertentu. Pengumpulan data melalui kuesioner dan dianalisis secara kuantitatif deskriptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UKM menganggap konsep *Sustainable Entrepreneurship* penting untuk diterapkan dalam usahanya berdasarkan indikator *people, profit* dan *planet*, dimana indikator *planet* dilihat dari tenaga kerja, komunitas dan mitra; indikator *profit* dilihat dari manfaat dan jaringan; serta indikator *planet* dilihat dari lingkungan sumberdaya dan teknologi. Implikasi dari penelitian ini yaitu dapat menjadi pertimbangan pemerintah daerah dalam menerapkan kebijakan kewirausahaan berkelanjutan.

Kata Kunci : Kewirausahaan berkelanjutan, Persepsi, UKM

PENDAHULUAN

Peran penting Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bagi negara dengan meningkatkan perekonomian negara. UKM merupakan penyumbang penyediaan tenaga kerja terbesar bagi Indonesia dan saat ini 65 juta UKM tersebar di Indonesia dan terus meningkat dari tahun ke tahun (Tempo, 2021).

Tantangan ke depan bagi UKM adalah penerapan teknologi dan persaingan yang semakin ketat dalam kesinambungan usaha dan mengejar keuntungan. Para pelaku UKM diharapkan melakukan pendekatan usaha berkelanjutan dan tidak lagi mengejar keuntungan semata dengan mengindahkan kelestarian alam. Sebagai Wirausahawan oleh para pelaku UKM dalam menjalankan perusahaannya/bisnisnya sudah saatnya berorientasi pada keberlanjutan alam dan kehidupan sosial.

Meskipun kegiatan kewirausahaan penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara (Thurik & Wennkers, 2004), kegiatan tersebut juga dapat berdampak negatif pada dunia kita, yang memerlukan kompensasi dan koreksi yang cepat (Koe & Majid, 2013). Dengan demikian, untuk mengurangi dampak dari masalah ini, para pengusaha mencoba menghadirkan inisiatif untuk memproduksi produk dan layanan yang lebih berkelanjutan (Maxwell & Van der Vorst, 2003; Young et al., 2010).

Konsep kewirausahaan yang melihat sisi kelestarian alam dan sosial dikenal dengan istilah *Sustainable Entrepreneurship* (Kewirausahaan berkelanjutan). *Sustainable entrepreneurship* perlu dibangun oleh para praktisi kewirausahaan dalam menciptakan kewirausahaan yang berkesinambungan, berkelanjutan dan berdaya saing tangguh, sinergisitas dengan kalangan masyarakat agar tercipta kesinambungan kewirausahaan yang berdaya saing ditingkat nasional dan global (Nababan, 2015).

Kewirausahaan dapat memainkan peran penting dalam perubahan menuju masa depan yang lebih berkelanjutan (Belz, 2013). *Sustainable Entrepreneurship* tidak hanya lebih memperhatikan perubahan dalam produk dan proses yang berkelanjutan tetapi juga mencapai tujuan lingkungan dan sosial tertentu (Choi dan Gray, 2008). Hasil penelitian oleh Soleymani, et.al (2021) menunjukkan kewirausahaan berkelanjutan dengan membangun usaha berorientasi ekologi akan melestarikan alam terutama di pedesaan.

Pilar utama dari *Sustainable Entrepreneurship* adalah 3P yakni *People*, *Planet* dan *Profit* (Crals & Vereeck 2004). Variabel *People* terdiri dari indikator *people*-tenaga kerja, variabel *planet*

terdiri dari *planet*-lingkungan, *planet*-sumberdaya dan *planet*-teknologi sedangkan variabel *profit* terdiri dari indikator *profit*-manfaat dan *profit*-jaringan (Soto-Acosta et.al 2016).

Penelitian ini mencoba mengimplementasikan indikator *people*, *profit* dan *planet* dalam konsep *Sustainable Entrepreneurship* dengan melihat persepsi para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kalimantan Barat khususnya di Kota Pontianak, Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya dan merupakan penelitian baru di Kalimantan yang merupakan pulau yang sebagian besar wilayahnya masih berupa hutan dan perlu dilestarikan. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi UKM terhadap indikator *People*, *Profit*, dan *Planet* dalam konsep *Sustainable Entrepreneurship*.

KAJIAN LITERATUR

Konsep *Sustainable entrepreneurship*

Sustainable Entrepreneurship harus memperhatikan pada apa yang harus dipertahankan dan apa yang harus diciptakan (keuntungan ekonomi, kesehatan, dan sosial budaya) (Gray et al., 2014). Elkington (2004) percaya bahwa ada tiga aspek utama penciptaan nilai dalam perilaku berkelanjutan, yaitu: a) ledakan ekonomi, b) kualitas lingkungan, dan c) keadilan sosial.

Dilihat dari arti sempit *Sustainable Entrepreneurship* adalah perilaku inovatif seorang wirausaha atau organisasi dalam menjalankan bisnisnya (swasta) dengan memperhatikan tujuan utama isu sosial dan lingkungan serta keunggulan kompetitifnya. Sedangkan arti luas *Sustainable Entrepreneurship* merupakan perilaku inovatif yang dijalankan dengan melihat segi keberlanjutannya baik itu organisasi swasta maupun pemerintah, baik instansi *profit* maupun non-*profit* (Gerlach, 2003). *Sustainable Entrepreneurship* dikenal juga dalam istilah secara umum lainnya yaitu "*Environmental Entrepreneurship*", "*Green Entrepreneurship*", "*Ecopreneurship*" dan "*Social entrepreneurship*" (Majid & Koe, 2006).

Dimensi *Sustainable Entrepreneurship*

Pilar utama dari *Sustainable Entrepreneurship* adalah 3P yakni *People*, *Planet* dan *Profit* (Crals & Vereeck 2004).

Dimensi pertama (*People*) menunjuk pada nilai-nilai utama yang terkait dengan tenaga kerja seperti pekerjaan, seleksi, penempatan kerja, dan pelatihan karyawan yang kompeten untuk bekerja untuk mematuhi hak asasi manusia dan menyediakan kebutuhan semua orang dan

masyarakat (Crals & Vereeck, 2004; Richomme-Huet & De Freyman, 2014). Ini juga mencakup aspek-aspek tertentu, seperti menjaga iklim kerja yang baik bagi pekerja dan rasa kebersamaan sosial saat mendiskusikan tujuan bersama dan perilaku organisasi yang bertanggung jawab (Hapenciuc et al., 2015). Wawasan terpadu yang bertanggung jawab bagi masyarakat dianggap sebagai titik balik dan tahap perencanaan strategis yang luar biasa (Bell dan Stellingwerf, 2012).

Dimensi kedua (*planet*) menekankan pada masalah lingkungan yang harus diperhatikan secara serius (Schick et al., 2002). Peran organisasi dalam konsumsi berkelanjutan layanan dan produk mereka berasal dari siklus hidup dan rantai nilai mereka serta fitur informasi yang mereka berikan untuk konsumen mereka. Sebuah perusahaan TBL mencoba untuk bertindak demi ketertiban alam sebanyak mungkin. Setidaknya, ia mencoba untuk tidak membahayakan dan meminimalkan dampak lingkungan. Interaksi antara sumber daya manusia, sosial, dan kewirausahaan ini menciptakan lingkungan kreatif yang memfasilitasi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan di masyarakat pedesaan (Deller et al., 2019). *Sustainable Entrepreneurship* juga menawarkan hubungan konseptual antara pembangunan berkelanjutan dan pengembangan bisnis.

Dimensi ketiga (*Profit*) merupakan salah satu indikator penerapan *Sustainable Entrepreneurship* dimana dimensi bisa dilihat dari lingkungan, sumber daya dan teknologi yang digunakan (Soto-Acosta et.al 2016). Berbisnis bukan hanya semata-mata mengejar keuntungan saja tapi perlunya memperhatikan keberlangsungan lingkungan dan manusia untuk masa depan sehingga manusia tidak lagi mengeruk kekayaan alam dunia secara membabi buta dan menuruti nafsu keserakahannya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bentuk penelitian deskriptif. Penelitian ini juga termasuk ke dalam penelitian *cross-sectional study* yang merupakan jenis penelitian yang mengobservasi data sampel di lapangan saat itu dan hasil pada waktu dan tempat berbeda bisa mendapatkan hasil yang berbeda.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Mei sampai dengan September 2021 dan dilaksanakan di Provinsi Kalimantan Barat, tepatnya di Kota Pontianak, Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya.

Subjek dan Sampel Penelitian

Target atau subjek penelitian ini (Populasi) adalah para Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kalimantan Barat dengan kriteria khusus (*infinite population*) ditetapkan 3 Kabupaten/Kota yaitu Kota Pontianak, Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya di mana penarikan sampel melalui teknik Insidental Sampel dengan menemui langsung responden yang mempunyai kriteria pelaku UKM yang usahanya berhubungan pemanfaatan alam. Maka itu ditemukanlah di lapangan sebanyak 75 sampel.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Pengambilan data dengan menggunakan angket dan dianalisis melalui analisis deskriptif dengan memberikan gambaran secara detail mengenai objek dan variabel penelitian. Adapun kisi-kisi angket yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Indikator	Sub Indikator	Item/Pernyataan	Source
People	People-tenaga kerja	Penting bagi Usaha kami untuk berkontribusi pada kesejahteraan tenaga kerja.	Perrini (2005); Gerlach (2003)
	People-komunitas	Penting bagi Usaha kami untuk secara aktif terlibat dalam pengembangan masyarakat sekitar.	Schaltegger & Wagner (2011); Martínez-Ferrero & García-Sánchez (2015)
	People-mitra	Penting bagi Usaha kami untuk membangun hubungan kerjasama jangka panjang dengan mitra di pasar.	Hapenciuc, et.al (2015); Pearce & Doh (2005); Fink, Harms & Kraus (2008)

Indikator	Sub Indikator	Item/Pernyataan	Source
<i>Profit</i>	<i>Profit-manfaat</i>	Produk dan/atau layanan kami menghasilkan manfaat ekonomi bagi komunitas yang lebih luas	Cohen & Winn (2007); Gerlach, (2003)
	<i>Profit-jaringan</i>	Penting bagi Usaha kami untuk beroperasi dalam jaringan bisnis untuk mencapai tujuan ekonomi yang dapat dipertahankan.	Klein (2010).
<i>Planet</i>	<i>Planet-lingkungan</i>	Produk dan/atau layanan kami dimaksudkan untuk tidak berbahaya terhadap masalah lingkungan	Bell & Stellingwerf (2012)
	<i>Planet-sumber daya</i>	Penting bagi Usaha kita untuk mengadopsi kebijakan yang bertanggung jawab dalam hal penggunaan sumber daya material dan energi.	Crowther (2008)
	<i>Planet-teknologi</i>	Dalam kegiatan saat ini, kami mencoba untuk mengandalkan teknologi hijau sebanyak mungkin.	Bell & Stellingwerf (2012); Kirkwood & Walton (2010)

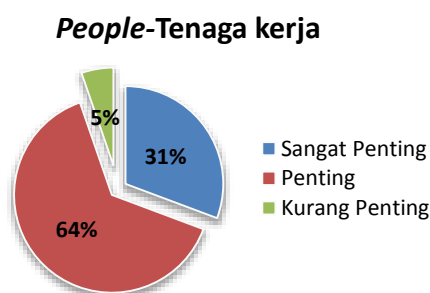
Sumber: Adaptasi dari Soto-Acosta et.al (2016)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Persepsi UKM Terhadap Indikator *People* dalam Konsep *Sustainable Entrepreneurship*

Mengetahui persepsi UKM terhadap indikator *people* dalam konsep *Sustainable Entrepreneurship* dengan mengajukan tiga item pernyataan dari tiga indikatornya itu tenaga kerja, komunitas dan mitra. Setiap indikator terdiri dari 1 item pernyataan yang diajukan kepada responden. Indikator tenaga kerja dengan pernyataan “Penting bagi Usaha kami untuk berkontribusi pada kesejahteraan tenaga kerja” hasil temuan dari jawaban responden ditemukan dan digambarkan pada gambar 1 berikut ini:

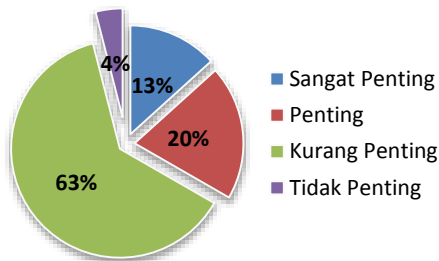


Gambar 1. Persepsi UKM mengenai Pentingnya bagi Usaha mereka untuk berkontribusi pada kesejahteraan tenaga kerja.

Hasil penelitian dilihat dari gambar 1 di atas dapat digambarkan bahwa Tanggapan responden mengenai Pentingnya bagi Usaha mereka untuk berkontribusi pada kesejahteraan tenaga kerja ditemukan dari 75 Usaha Kecil dan Menengah yang memberikan tanggapannya terdapat 64% responden menyatakan hal itu penting, dan 31 % menyatakan itu sangat penting sedangkan sisanya 5 % yang menyatakan kurang penting. Hal ini menunjukkan bahwa para wirausaha UKM di Kalimantan Barat khususnya di Kota Pontianak, Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya menganggap penting akan usaha mereka berkontribusi terhadap kesejahteraan tenaga kerja.

Kesejahteraan tenaga kerja penting untuk diperhatikan karena menyangkut dengan kinerja karyawan dan secara langsung berimbas pada keberlangsungan bisnis. Perhatian terhadap tenaga kerja merupakan perhatian wirausaha terhadap unsur sosial dimana berbisnis perlu memperhatikan keadilan sosial sehingga tidak tercipta keserakahan dan eksploitasi manusia. Para pelaku UKM pada penelitian ini sudah menganggap penting dalam memperhatikan tenaga kerjanya.

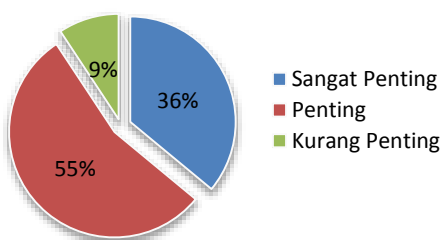
People-Komunitas



Gambar 2. Persepsi UKM mengenai pentingnya bagi Usaha mereka untuk secara aktif terlibat dalam pengembangan masyarakat sekitar.

Mayoritas responden beranggapan bahwa kurang pentingnya bagi Usaha mereka untuk secara aktif terlibat dalam pengembangan masyarakat sekitar hal ini terlihat pada gambar 2 di atas. Sebesar 63 % menyatakan kurang penting, sedangkan hanya 20 % menyatakan penting dan sisanya 13 % menyatakan sangat penting serta 4% menyatakan tidak penting. Hal ini menggambarkan bahwa responden merasa belum terlalu penting bagi mereka untuk aktif dan terlibat dalam pengembangan masyarakat sekitarnya. Hal tersebut diakibatkan karena para Usaha Kecil dan Menengah (UKM) lebih fokus pada pengembangan usaha dan menganggap hal tersebut adalah tugas pemerintah daerah.

People-Mitra



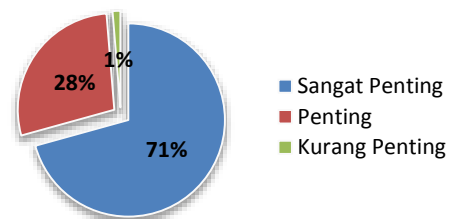
Gambar 3. Persepsi UKM mengenai pentingnya bagi Usaha mereka untuk membangun hubungan kerja sama jangka panjang dengan mitra di pasar

Berdasarkan gambar diagram 3 tersebut menunjukkan bahwa para pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kalimantan Barat khususnya di 3 daerah yaitu Pontianak, Mempawah dan Kubu Raya menganggap Mitra adalah hal yang penting untuk membangun hubungan kerja sama dalam

jangka panjang. Hal ini ditunjukkan dari 75 responden 55 % diantaranya menganggap hal itu penting dan 36 % menganggap sangat penting serta hanya 9 % yang menganggap kurang penting.

2. Persepsi UKM Terhadap Indikator *Profit* dalam Konsep *Sustainable Entrepreneurship*

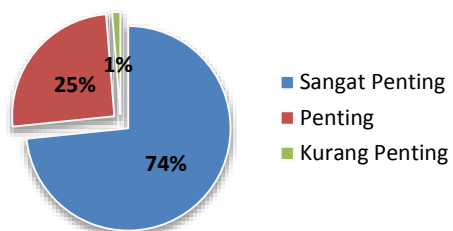
Profit-Manfaat



Gambar 4. Persepsi UKM mengenai Pentingnya produk dan/atau layanan mereka dalam menghasilkan manfaat ekonomi bagi komunitas yang lebih luas

Hasil penelitian Persepsi UKM Terhadap Indikator *Profit* dalam Konsep *Sustainable Entrepreneurship* dilihat dari manfaatnya menunjukkan gambaran persepsi UKM yang menganggap penting dengan hal itu. Terlihat dari 71 % para UKM memilih sangat penting, 28% memilih penting dan hanya 1% memilih kurang penting. UKM merasa *profit* yang dihasilkan sangat penting dalam meningkatkan ekonomi bagi mitra-mitra mereka.

Profit-Jaringan



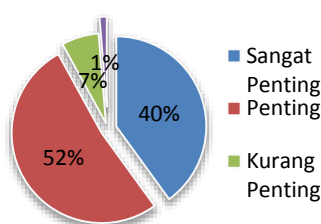
Gambar 5. Persepsi UKM mengenai pentingnya bagi usaha mereka untuk beroperasi dalam jaringan bisnis agar mencapai tujuan ekonomi yang dapat dipertahankan.

Bagi para UKM yang menjadi responden dalam penelitian ini menganggap sangat penting bagi usaha mereka untuk beroperasi dalam jaringan bisnis agar mencapai tujuan ekonomi yang dapat

dipertahankan. Hal ini dilihat dari 74 % menganggap sangat penting dan 25 % menganggap penting dan hanya 1 % yang menganggap kurang penting. Para pelaku UKM menganggap penting karena jaringan sangat berperan dalam keberlangsungan bisnis.

3. Persepsi UKM Terhadap Indikator *Planet* dalam Konsep *Sustainable Entrepreneurship*

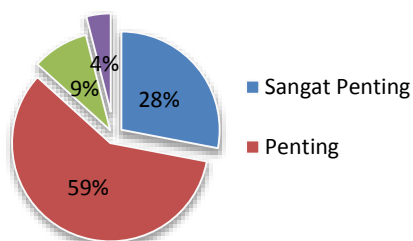
Planet-Lingkungan



Gambar 6. Persepsi UKM mengenai pentingnya produk dan/atau layanan mereka dimaksudkan untuk tidak berbahaya terhadap masalah lingkungan

Dari sisi lingkungan oleh para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menganggap hal itu penting. Lingkungan tetap harus dijaga kelestariannya sehingga produk yang dihasilkan tidak melalui bahan-bahan atau alat yang mengganggu kelestarian lingkung. Hal ini terlihat dari jawaban para UKM memilih penting sebanyak 52 % dan sangat penting 40 % dan hanya 7 % memilih kurang penting.

Planet-Sumberdaya

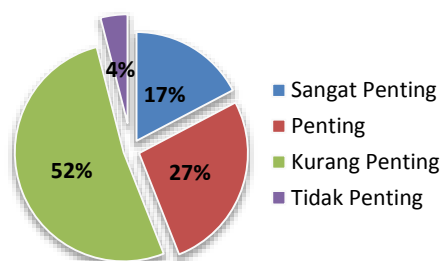


Gambar 7. Persepsi UKM mengenai pentingnya bagi Usaha mereka untuk mengadopsi kebijakan yang bertanggung jawab dalam hal penggunaan sumber daya material dan energi.

Dari sisi sumber daya, oleh para UKM juga menganggap hal itu penting. Dimana pentingnya bagi usaha mereka untuk mengadopsi kebijakan

yang bertanggung jawab dalam hal penggunaan sumber daya material dan energi. Hal ini ditunjukkan oleh hasil tanggapan para pelaku UKM sebanyak 59 % menganggap penting, 28 % menganggap sangat penting serta sisanya 9 % dan 4 % menganggap kurang penting dan tidak penting.

Planet-Teknologi



Gambar 8. Persepsi UKM mengenai pentingnya dalam kegiatan saat ini, mereka mencoba untuk mengadopsi teknologi hijau sebanyak mungkin.

Hasil tanggapan para pelaku UKM sebagai responden mengenai pentingnya dalam kegiatan saat ini, mereka mencoba untuk mengadopsi teknologi hijau sebanyak mungkin menghasilkan sebanyak 52 % menganggap kurang penting, sedangkan sebanyak 27 % menganggap penting dan sisanya 17 % menganggap sangat penting serta kurang penting sebanyak 4 %. Hal ini berarti bahwa para pelaku UKM menganggap kurang penting dalam hal pemanfaatan teknologi hijau dalam usahanya. Persepsi dikarenakan para UKM belum terlalu memahami pentingnya penggunaan teknologi berbasis lingkungan dalam kelangsungan kesinambungan alam.

Pembahasan

Kalimantan disebut sebagai paru-paru dunia karena mempunyai hutan yang sangat luas dan masih terjaga sampai saat ini. Namun karena kencangnya pembukaan lahan sawit sebutan tersebut terancam, oleh karenanya perlu masyarakat dan dunia bisnis menjaga kelestarian alam tersebut. Para pelaku bisnis UKM di Kalimantan Barat khususnya di Kota Pontianak, Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya memperhatikan keberlangsungan kelestarian alam dengan menyandingkan wirausaha dan kelestarian alam serta kehidupan sosial.

Temuan hasil penelitian dilihat dari indikator *People* dalam konsep *Sustainable Entrepreneurship* dihasilkan bahwa persepsi para

pelaku UKM terhadap indikator sebut adalah merupakan hal penting dan harus dilakukan dalam menjalankan bisnisnya. Dari dua sub indikator yaitu penggunaan tenaga kerja dan mitra sesuai prinsip *Sustainable Entrepreneurship* sama-sama ditanggapi oleh para pelaku UKM bahwa hal itu penting untuk dilakukan sedangkan sub indikator komunitas ditanggapi para pelaku UKM bahwa itu kurang penting untuk diterapkan. Hal itu disebabkan karena pelaku UKM menganggap bahwa pengusaha perlu memperhatikan kesejahteraan karyawannya serta kerjasama yang saling menguntungkan akan berimbas balik terhadap keberlangsungan usahanya sehingga mereka cenderung memperhatikan kebutuhan karyawannya namun kurang aktif terlibat dalam pengembangan kesejahteraan masyarakat sekitarnya karena mayoritas menganggap bahwa hal itu adalah kewajiban dari pemerintah.

Hasil penelitian dilihat dari indikator *Profit* ditemukan bahwa sub indikator manfaat dan jaringan dianggap penting diterapkan oleh para pelaku UKM karena mereka menganggap pentingnya produk dan/atau layanan yang mereka menghasilkan bermanfaat ekonomi secara luas, baik bagi keluarganya maupun untuk masyarakat dan negara. Pelaku UKM juga menganggap penting bagi usaha mereka untuk beroperasi dalam jaringan bisnis untuk mencapai tujuan ekonomi yang berkelanjutan dan dapat dipertahankan sehingga bisa diwariskan pada anak cucu mereka.

Persepsi para pelaku UKM terhadap indikator *planet* ditemukan bahwa sub indikator lingkungan dan sumberdaya yang digunakan itu penting diterapkan karena masalah dan kelestarian lingkungan perlu terus dijaga untuk kelangsungan hidup selanjutnya serta penggunaan sumber daya seperti material dan bahan-bahan dalam produksi bisnisnya harus di menggunakan bahan atau alat yang ramah lingkungan. Namun persepsi mereka terhadap sub indikator penggunaan teknologi mayoritas masih menganggap hal itu kurang penting karena kurangnya pemahaman mereka terhadap dampak teknologi terhadap lingkungan terutama pada teknologi baru bagi mereka, sehingga hal itu diserahkan kepada pemerintah daerah untuk mengatur atau memberikan kebijakan mengenai teknologi yang boleh dan tidak boleh digunakan dalam produksi maupun proses produk-produk usahanya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik

kesimpulan dimana para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kalimantan Barat khususnya di Kota Pontianak, Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya mempunyai persepsi bahwa konsep *Sustainable Entrepreneurship* penting untuk diterapkan dalam usahanya berdasarkan indikator *people*, *profit* dan *planet*.

Dimana indikator *planet* dilihat dari tenaga kerja, komunitas dan mitra yang oleh para pelaku usaha dianggap penting untuk diterapkan sedangkan Indikator *profit* dilihat dari manfaat dan jaringan dianggap sangat penting untuk diterapkan, serta indikator *planet* dilihat dari lingkungan sumberdaya dan teknologi juga dianggap penting untuk diterapkan dalam usaha mereka agar tercipta keberlangsungan bisnis lebih baik dengan memperhatikan unsur alam dan sosialnya.

Saran

Saran yang penting untuk direalisasikan terkait hasil penelitian ini adalah bagi pemerintah daerah supaya memberikan pelatihan-pelatihan bagi para UKM mengenai prosedur dan pemahaman cara berbisnis dengan tetap memperhatikan kelestarian alam dan memperhatikan unsur sosialnya.

Bagi peneliti selanjutnya agar menganalisis model yang tepat mengenai konsep *Sustainable Entrepreneurship* bagi masyarakat Kalimantan Barat berdasarkan kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bell, J., & Stellingwerf, J. (2012). Sustainable entrepreneurship: The motivations and challenges of sustainable entrepreneurs in the renewable energy industry.
- Bell, J., & Stellingwerf, J. (2012). Sustainable entrepreneurship: The motivations and challenges of sustainable entrepreneurs in the renewable energy industry.
- Belz, F. M. (2013). Shaping the future: Sustainable innovation and entrepreneurship. *Social Business*, 3(4), 311-324.
- Choi, D. Y., & Gray, E. R. (2008). The venture development processes of "sustainable" entrepreneurs. *Management Research News*.
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 22(1), 29-49.
- Crals, E., & Vereeck, L. (2004, February). Sustainable entrepreneurship in SMEs: Theory and practice. In *3rd Global Conference in Environmental Justice and Global Citizenship, Copenhagen, Denmark*.

- Crowther, D. (2008). Corporate Social Responsibility; Ventus Publishing: Copenhagen, Denmark, 2008; pp. 10–26
- Deller, S., Kures, M., & Conroy, T. (2019). Rural entrepreneurship and migration. *Journal of Rural Studies*, 66, 30-42.
- Elkington, J. (2004). The Triple Bottom Line, Does It All Add Up?: Assessing the Sustainability of Business and CSR/John Elkington.
- Fink, M., Harms, R., & Kraus, S. (2008). Cooperative internationalization of SMEs: Self-commitment as a success factor for international entrepreneurship. *European Management Journal*, 26(6), 429-440.
- Gerlach, A. (2003). Sustainable Entrepreneurship and Innovation; University of Leeds: Leeds, UK, 2003; pp. 101–110
- Gerlach, A., 2003, “Sustainable Entrepreneurship and Innovation”, paper presented at the 2003 Corporate Social Responsibility and Environmental Management Conference, June 30—July 1, University of Leeds, UK.
- Gray, B. J., Duncan, S., Kirkwood, J., & Walton, S. (2014). Encouraging sustainable entrepreneurship in climate-threatened communities: a Samoan case study. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(5-6), 401-430.
- Hapenciuc, C. V., Pinzaru, F., Vătămănescu, E. M., & Stanciu, P. (2015). Converging sustainable entrepreneurship and the contemporary marketing practices. An insight into romanian start-ups. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(40), 938-954.
- Hapenciuc, C. V., Pinzaru, F., Vătămănescu, E. M., & Stanciu, P. (2015). Converging sustainable entrepreneurship and the contemporary marketing practices. An insight into romanian start-ups. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(40), 938-954.
- Klein Woolthuis, R. J. (2010). Sustainable entrepreneurship in the Dutch construction industry. *Sustainability*, 2(2), 505-523.
- Koe, W. L., & Majid, I. A. (2013). Sustainable entrepreneurship among small and medium enterprises (SMEs) in Malaysia. *International Journal*, 2(4), 286-290.
- Majid, I. A., & Koe, W. L. (2012). Sustainable entrepreneurship (SE): A revised model based on triple bottom line (TBL). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6), 293.
- Martínez-Ferrero, J., & García-Sánchez, I. M. (2015). Is corporate social responsibility an entrenchment strategy? Evidence in stakeholder protection environments. *Review of Managerial Science*, 9(1), 89-114.
- Maxwell, D., & Van der Vorst, R. (2003). Developing sustainable products and services. *Journal of Cleaner production*, 11(8), 883-895.
- Nababan, T. S. (2015, May). Membangun Sustainable Entrepreneurship Untuk Meningkatkan Daya Saing Global (Building a Sustainable Entrepreneurship in Increasing Global Competitiveness). In *Proceeding of National Seminar & Call for Paper" The Impact of ASEAN Economic Community*.
- Pearce II, J. A., & Doh, J. P. (2005). The high impact of collaborative social initiatives. *MIT Sloan Management Review*, 46(3), 30.
- Perrini, F. (2005). Building a European portrait of corporate social responsibility reporting. *European management journal*, 23(6), 611-627.
- Richomme-Huet, K., & De Freyman, J. (2014). What sustainable entrepreneurship looks like: An exploratory study from a student perspective. In *Social Entrepreneurship* (pp. 155-177). Springer, Cham.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business strategy and the environment*, 20(4), 222-237.
- Schick, H., Marxen, S., & Freimann, J. (2002). Sustainability issues for start-up entrepreneurs. *Greener management international*, (38), 59-70.
- Soleymani, A., Farani, A. Y., Karimi, S., Azadi, H., Nadiri, H., & Scheffran, J. (2021). Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125186.
- Soto-Acosta, P., Cismaru, D. M., Vătămănescu, E. M., & Ciochină, R. S. (2016). Sustainable entrepreneurship in SMEs: A business performance perspective. *Sustainability*, 8(4), 342.
- Tempo, (2021) Jumlah UMKM di Indonesia. Diakses Bulan Oktober 2021. <https://data.tempo.co/read/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>
- Thurik, R., & Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of small business and enterprise development*.

Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C.
J. (2010). Sustainable consumption: green
consumer behaviour when purchasing
products. *Sustainable development*, 18(1),
20-31.

Profil Penulis

1. **Dr. Syamsuri, S.Pd., M.Si**, Universitas
Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi,
Pontianak, Kal-Bar.
Email: syamsuri@untan.ac.id
2. **Prof. Dr. Mashudi, M.Pd.** Universitas
Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi,
Pontianak, Kal-Bar.
Email: mashudi@fkip.untan.ac.id