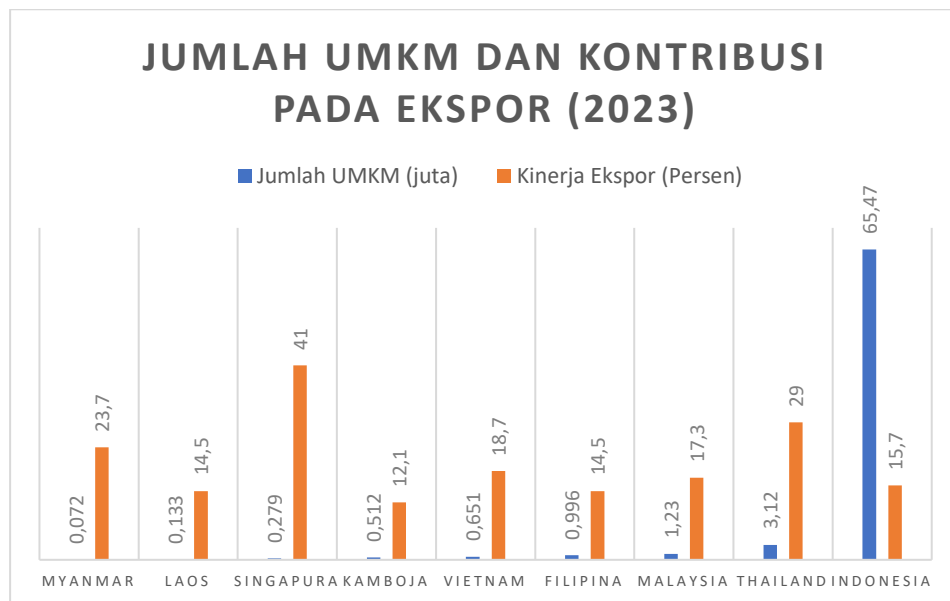


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi tetapi juga sebagai penopang stabilitas sosial dan penyedia lapangan kerja bagi masyarakat. Pada tahun 2023, tercatat ada sekitar 65,47 juta UMKM di Indonesia, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah UMKM terbesar di ASEAN (ASEAN Investment Report, 2023). Sektor ini berkontribusi signifikan, dengan menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional. Dengan skala ekonomi yang luas dan kemampuan untuk menyerap tenaga kerja yang tinggi, UMKM memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung tujuan pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.



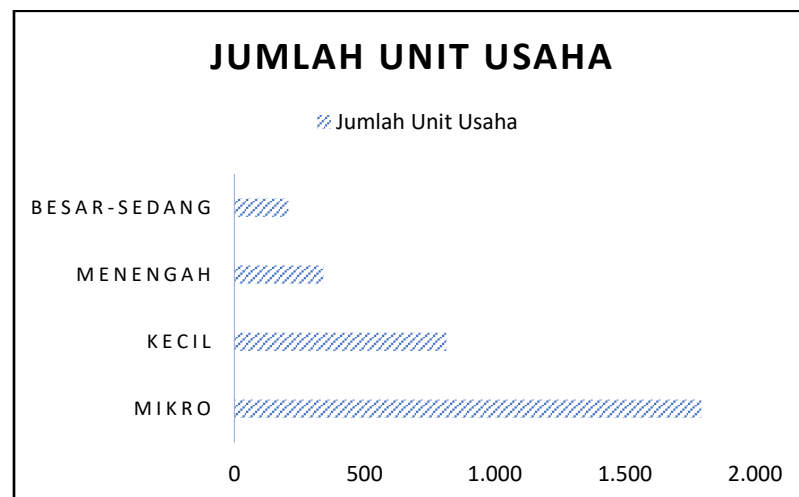
Sumber: Katadata (2023)

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM dan Kontribusi pada Ekspor di Negara ASEAN

Gambar 1.1 menunjukkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada 2024 mengenai kontribusi UMKM Indonesia terhadap ekspor nasional, yang hanya mencapai 15,7%. Angka ini masih relatif rendah dibandingkan dengan negara-negara tetangga di ASEAN. Thailand,

misalnya, dengan 3,13 juta UMKM, berkontribusi sebesar 29% terhadap ekspor nasional. Malaysia, dengan 1,23 juta UMKM menyumbang 17,3% terhadap ekspornya, dan Singapura (279 ribu UMKM) mencapai kontribusi ekspor sebesar 41%. Hal ini menunjukkan adanya tantangan kinerja yang perlu diatasi dalam sektor UMKM Indonesia agar mampu bersaing secara efektif di pasar global dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian nasional.

Sebagai bagian dari UMKM, industri batik memiliki peran khusus karena nilainya sebagai warisan budaya yang ikonik dan sebagai kontributor ekonomi yang signifikan. UMKM batik menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya di tengah berbagai dinamika yang terjadi di lingkungan bisnis. Menurut data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian, terdapat sekitar 3.159 unit usaha batik yang tercatat di seluruh Indonesia pada tahun 2021, dan didominasi dengan usaha yang ada di skala mikro sebanyak 1.794 unit usaha, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.2. Meski begitu, batik, yang termasuk dalam industri tekstil dan pakaian jadi, berkontribusi sebesar 13,74% terhadap PDB industri pengolahan non-migas di Indonesia pada 2022. Dari sisi ekspor, sektor UMKM batik juga mencapai sekitar US\$683,19 juta pada 2022 (Kemenperin, 2022).



Sumber: Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian (2023)

Gambar 1.2 Skala dan Jumlah Unit Usaha Batik (2023)

Faktanya, kinerja ekspor batik Indonesia menunjukkan tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Pada 2023, realisasi ekspor batik Indonesia tercatat sebesar US\$590,91, mengalami penurunan sekitar 13.51% year-on-year (yoy). Di tahun ini, nilai ekspor batik dan produk batik mencapai USD 17,53 juta, dengan negara tujuan

utama seperti Amerika Serikat (74,75%), Jerman (3,61%), Singapura (3,23%), Malaysia (2,82%), dan Kanada (1,92%). Volume ekspor pun turut menyusut, dari 26,23 ribu ton pada Januari-November 2022 menjadi 21,66 ribu ton di periode yang sama pada tahun 2023. Penurunan ekspor ini berlanjut pada kuartal kedua tahun 2024, di mana ekspor batik anjlok sebesar 8,39% secara tahunan dibandingkan tahun sebelumnya (Kemenperin, 2024). Penurunan angka ekspor ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam sektor UMKM batik di Indonesia.

Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk persaingan ketat dari negara lain seperti China, Vietnam, dan Malaysia yang secara serius menjadikan batik sebagai komoditas ekspor (Adjani, 2024). Sejumlah negara ini mulai memproduksi kain bermotif batik dengan harga yang lebih murah dan kapasitas produksi massal yang lebih besar. Produk-produk ini sering kali membanjiri pasar internasional dan bahkan beberapa pasar lokal di Indonesia sendiri, menciptakan persaingan yang semakin ketat (Adjani, 2024; Kemenperin, 2024). Sementara itu, minat terhadap batik Indonesia di luar negeri sebenarnya cukup tinggi. Menurut data Kementerian Perdagangan (2023), permintaan batik di negara-negara seperti Jepang, Korea Selatan, Belanda, dan Amerika Serikat terus tumbuh, terutama untuk produk yang dibuat dengan teknik tradisional dan menggunakan bahan ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa peluang ekspor tetap terbuka lebar, namun memerlukan strategi produksi yang lebih berkelanjutan dan berorientasi pada keunikan budaya agar UMKM batik Indonesia mampu bersaing secara global.

UMKM batik berperan penting dalam melestarikan budaya dan menopang ekonomi lokal, tetapi pencapaian kinerja bisnis berkelanjutan masih menjadi tantangan besar di sektor ini. Berdasarkan laporan dari Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) di tahun 2024, 69 persen pelaku UMKM di Indonesia belum memahami atau tidak mengerti tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) yang menjadi dasar bagi praktik ekonomi berkelanjutan (Liman, 2024). Minimnya pemahaman ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM, termasuk di industri batik, belum memiliki kesadaran atau kapasitas yang memadai untuk menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam proses produksi mereka. Tantangan lainnya yang dihadapi

UMKM batik adalah pemenuhan persyaratan kepatuhan lingkungan dan pengelolaan emisi gas rumah kaca, yang sering kali tidak sejalan dengan sumber daya atau kapasitas yang dimiliki oleh UMKM tersebut.

Berbagai tantangan tersebut tidak dapat dilepaskan dari kondisi ekosistem UMKM *green* batik yang masih lemah dan kurang terintegrasi. Ekosistem ini mencakup jaringan pelaku usaha, pemasok bahan baku berkelanjutan, organisasi masyarakat, lembaga pemerintah, LSM, institusi pendidikan, serta konsumen, yang secara kolektif seharusnya mendukung transisi menuju praktik produksi ramah lingkungan. Namun dalam praktiknya, banyak UMKM batik—terutama yang berada di wilayah pedesaan—masih beroperasi secara terpisah dan belum memiliki akses yang memadai terhadap teknologi hijau, pelatihan berkelanjutan, maupun sumber daya yang relevan. Keterbatasan dalam ekosistem ini juga memperparah minimnya insentif pasar dan pembiayaan hijau bagi pelaku usaha. Di sisi lain, beberapa inisiatif dari pemerintah, akademisi, dan komunitas lokal mulai muncul untuk mengisi celah tersebut. Meski demikian, keberadaan inisiatif ini masih bersifat sporadis dan belum mampu membentuk ekosistem yang kuat dan berkelanjutan secara nasional. Oleh karena itu, memperkuat ekosistem UMKM *green* batik UMKM menjadi strategi penting untuk mempercepat adopsi praktik usaha yang lebih berkelanjutan.

Praktik produksi batik yang tidak berwawasan lingkungan dapat menyebabkan dampak negatif terhadap lingkungan, yang juga berkontribusi pada turunnya kinerja bisnis berkelanjutan. Menurut penelitian Lily (2024), sekitar 70% limbah cair di Kota Pekalongan berasal dari industri batik yang mencemari sungai dan memicu bencana lingkungan, seperti banjir air merah yang terjadi pada tahun 2021 akibat tercampurnya limbah batik dengan air sungai. Selain itu, limbah dari proses membatik, seperti sisa lilin atau malam, berpotensi mencemari air tanah dan sungai karena tingginya kandungan bahan kimia yang dihasilkan dalam setiap tahapan pencelupan (Putra, 2023). Jika limbah ini tidak dikelola dengan baik, risiko kerusakan lingkungan semakin meningkat, yang pada akhirnya menghambat keberlanjutan bisnis UMKM batik secara jangka panjang. Kendala dalam memahami dan menerapkan prinsip keberlanjutan serta dampak lingkungan dari limbah produksi menegaskan bahwa kinerja bisnis berkelanjutan masih menjadi

masalah krusial bagi UMKM batik. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan tuntutan keberlanjutan dapat mengancam daya saing dan kelangsungan bisnis mereka, baik di pasar lokal maupun internasional.

Peningkatan kesadaran konsumen global terhadap produk ramah lingkungan dapat membuat UMKM batik yang gagal memenuhi standar kinerja berkelanjutan berisiko kehilangan pangsa pasar, baik di dalam negeri maupun internasional. Survei dari PwC (2024) rata-rata 9,7% lebih tinggi untuk produk yang diproduksi atau bersumber secara berkelanjutan, dengan hampir sembilan dari sepuluh (85%) konsumen melaporkan telah merasakan sendiri dampak perubahan iklim dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ini menunjukkan tekanan pasar yang signifikan bagi UMKM untuk beradaptasi dengan preferensi konsumen akan produk ramah lingkungan. Tanpa respons terhadap tren ini, UMKM batik terancam kehilangan relevansi dan daya saing. Studi National Retail Federation (2023) juga menemukan bahwa 90% konsumen milenial cenderung beralih ke produk ramah lingkungan, yang menunjukkan tekanan pasar bagi UMKM untuk menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen ini. Tanpa adaptasi terhadap tren ini, UMKM batik terancam kehilangan relevansi dan daya saing.

Adopsi praktik produksi hijau (*green production*) juga penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Vives (2022) menyebutkan bahwa ketika aktivitas bisnis diarahkan untuk memberikan solusi atas tantangan lingkungan dan sosial, hal ini akan mendorong keberlanjutan bisnis yang lebih kuat. Dalam konteks ini, UMKM yang gagal beralih ke produksi hijau dapat mengalami penurunan efisiensi operasional, tingginya biaya pengelolaan limbah, dan bahkan reputasi yang buruk di mata pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada profitabilitas dan kelangsungan usaha mereka (Lin et al., 2021).

Di tingkat nasional, pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai peraturan untuk mengatasi pencemaran lingkungan akibat aktivitas industri, termasuk industri batik. Salah satu regulasi penting adalah Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 10 Tahun 2023 tentang Standar Industri Hijau untuk Industri Batik. Peraturan ini menetapkan standar industri hijau yang harus dipatuhi oleh pelaku industri batik dalam proses produksi mereka, dengan fokus pada penggunaan sumber daya air yang efisien dan bahan baku yang ramah lingkungan.

Selain itu, Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2014 tentang Baku Mutu Air Limbah mengatur batasan baku mutu untuk air limbah yang dapat dibuang ke lingkungan. Meskipun tidak secara khusus mengatur industri batik, peraturan ini dapat dijadikan acuan bagi industri batik dalam pengelolaan limbah cair mereka.

Salah satu inisiatif yang diambil pemerintah adalah penerapan Program Kewirausahaan Hijau (Program Usaha Hijau). Program ini memberikan pelatihan, konsultasi, dan bantuan keuangan kepada UMKM untuk membantu mereka mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan. Pelatihan tersebut mencakup berbagai aspek kewirausahaan hijau seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi, konservasi air, dan penggunaan bahan ramah lingkungan. Inisiatif lainnya adalah pemberian insentif bagi UMKM yang menerapkan praktik bisnis berkelanjutan. Misalnya, mereka berhak mendapatkan keringanan pajak dan subsidi untuk peralatan hemat energi. Terkait hal ini, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia telah menetapkan Skema Sertifikasi Produk Ramah Lingkungan (Sertifikasi Produk Hijau). Skema ini bertujuan untuk mendorong produksi dan konsumsi produk ramah lingkungan dengan memberikan sertifikasi pada produk yang memenuhi standar lingkungan tertentu. Kegagalan UMKM dalam mematuhi peraturan-peraturan ini dapat mengakibatkan sanksi administratif, denda, atau bahkan penutupan usaha. Oleh karena itu, penting bagi pelaku industri batik, khususnya UMKM, untuk memahami dan menerapkan standar-standar tersebut guna memastikan keberlanjutan operasional dan menghindari konsekuensi hukum.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang terintegrasi dengan kerangka manajemen strategi dari Wheelen & Hunger (2024), yang mencakup tahapan *environmental scanning*, *strategy formulation*, *strategy implementation*, dan *evaluation/control*. Pendekatan ini masih belum diterapkan secara komprehensif dalam penelitian terkait UMKM, khususnya pada sektor batik di Indonesia, sehingga menawarkan kontribusi baru dalam menyeluruhnya cakupan studi ini. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung hanya fokus pada aspek tertentu, seperti strategi bisnis hijau atau produksi ramah lingkungan, tanpa mencakup keseluruhan proses strategis (Al Qeshi et al., 2022; Singh et al., 2021).

Menurut Meng & Fenn (2019), masih terdapat kesenjangan dalam pengetahuan dan praktik di lapangan mengenai pengukuran kinerja dalam konteks UMKM. Minimnya model komprehensif yang mampu mengevaluasi bagaimana UMKM membangun kinerja keberlanjutan bisnis mengindikasikan kebutuhan akan pendekatan strategis yang lebih integratif, yang menjadi fokus utama penelitian ini. Selain itu, kebanyakan penelitian terkait kinerja bisnis berkelanjutan pada UMKM masih berfokus pada aspek keperilakuan dan sisi individu, seperti kreativitas dan inovasi (Al Qershi et al., 2022), kapabilitas jaringan (Baranova, 2022), kepemimpinan biaya (Fario & Cardo, 2022), dan pembelajaran organisasi (Singh et al., 2021), tanpa mempertimbangkan sisi strategis yang lebih luas.

Penelitian mengenai kinerja bisnis berkelanjutan pada UMKM juga masih didominasi oleh negara-negara maju (Zhang et al., 2021). Padahal, dampak degradasi lingkungan akibat praktik bisnis yang tidak ramah lingkungan juga terjadi secara signifikan di negara-negara berkembang. Dangelico (2017) dan Zhang et al. (2019) menunjukkan bahwa penelitian tentang kinerja bisnis berkelanjutan dalam konteks UMKM di pasar negara berkembang masih terbatas, sehingga disarankan untuk memperluas studi terkait hal ini pada pasar yang bertumbuh pesat, termasuk di Indonesia. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi sektor UMKM di Indonesia, salah satu negara berkembang dengan potensi besar di industri batik, yang menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan.

Terdapat dua lensa teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) (Freeman, 1984), *natural resource-based view* (Hart, 1995), dan *sustainability* (Elkington, 1997) untuk melihat bagaimana suatu organisasi dapat meningkatkan kinerja bisnis berkelanjutannya. Menurut Freeman (1986; 2005), teori pemangku kepentingan menekankan pentingnya pemenuhan ekspektasi pemangku kepentingan di organisasi. Dalam konteks ini, adopsi praktik bisnis berkelanjutan bukan hanya pilihan strategis tetapi juga kebutuhan yang sesuai dengan tuntutan konsumen, pemerintah, dan komunitas sekitar yang semakin peduli terhadap keberlanjutan. Tekanan dari pemangku kepentingan eksternal seperti konsumen, pesaing, dan regulator mendorong organisasi untuk memformulasikan strategi yang berorientasi pada praktik ramah

lingkungan (Freeman, 1984; Guerci et al., 2016; Garriga & Mele, 2004). Jabbour (2020) menekankan bahwa kelestarian lingkungan bukan lagi sekedar pilihan melainkan suatu keharusan, dan Baah et al. (2021) menambahkan bahwa praktik ramah lingkungan dapat menjadi alat penting dalam menciptakan posisi kompetitif dan kinerja yang unggul dalam lingkungan bisnis saat ini.

Penelitian ini menggunakan *natural resource-based view* (Hart, 1995) yang menyinggung bahwa sumber daya lingkungan merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Teori ini relevan bagi UMKM batik yang membutuhkan integrasi sumber daya alam dalam proses produksi, mengingat pentingnya pengelolaan bahan baku dan limbah dalam industri ini. Konsep NRBV mendukung prinsip bahwa perusahaan yang mampu mengelola sumber daya alamnya dengan efektif akan lebih unggul dalam mencapai kinerja berkelanjutan. NRBV juga menggarisbawahi pentingnya pencegahan polusi dan pengembangan produk ramah lingkungan, yang sesuai dengan pendekatan keberlanjutan pada organisasi (Hart, 1995; Hart & Dowell, 2011).

Teori lain yang penting dan relevan dalam konteks ini adalah teori *sustainability* yang menekankan keseimbangan antara kinerja ekonomi, tanggung jawab sosial, dan dampak lingkungan dalam operasional bisnis. Teori ini berakar pada laporan *Brundtland Commission* tahun 1987 yang memperkenalkan konsep pembangunan berkelanjutan sebagai “pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri” (*World Commission on Environment and Development*, 1987). Dalam pengembangan lebih lanjut, Elkington (1997) melalui kerangka *Triple Bottom Line* (TBL) mengusulkan bahwa bisnis seharusnya mempertimbangkan tiga aspek utama, yaitu *people*, *planet*, dan *profit* dalam mencapai keberlanjutan. Pendekatan ini sangat relevan bagi UMKM batik, mendorong mereka untuk tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi juga memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka tidak merugikan lingkungan atau komunitas sekitar. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan ini, UMKM batik dapat mencapai kinerja yang lebih stabil dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Rodríguez-Espíndola et al., 2022; Songling et al., 2018). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti pentingnya prinsip-

prinsip keberlanjutan, tetapi juga mengembangkan kerangka implementasi strategis untuk membantu UMKM batik menjadi lebih kompetitif secara berkelanjutan.

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan pendekatan yang komprehensif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM batik di Indonesia, yang berbeda dari studi-studi sebelumnya yang umumnya hanya fokus pada aspek tertentu dari keberlanjutan. Studi-studi terdahulu cenderung menyoroti sejumlah aspek secara terpisah, seperti inovasi hijau atau strategi produksi ramah lingkungan, tanpa mencakup keseluruhan proses strategis (Lin et al., 2021). Misalnya, penelitian Lin et al. (2021) menunjukkan bahwa praktik strategi bisnis hijau dapat meningkatkan efisiensi dan kinerja bisnis, namun sebagian besar penelitian belum mencakup proses strategi secara menyeluruh atau mengeksplorasi penerapan kerangka strategis dari awal hingga evaluasi.

Kerangka manajemen strategis dari Wheelen & Hunger (2024), bersama dengan teori pemangku kepentingan (Freeman, 1984), *natural resource-based view* (NRBV) (Hart, 1995), dan teori *sustainability* (Elkington, 1997) digunakan untuk mengisi kesenjangan teoretis ini. Pendekatan ini memungkinkan untuk menganalisis bagaimana seluruh tahapan strategis, mulai dari *environmental scanning* hingga *evaluation/control*, yang memungkinkan analisis lebih menyeluruh tentang keberlanjutan dalam UMKM batik. Dengan demikian, penelitian ini memperkenalkan pandangan yang lebih holistik dalam memahami keberlanjutan melalui integrasi kerangka kerja strategis yang jarang diterapkan secara bersamaan dalam konteks UMKM batik.

Penelitian ini juga memperkenalkan dua mediator utama, yaitu strategi bisnis hijau sebagai mediator pada tahap formulasi strategi, dan produksi ramah lingkungan sebagai mediator pada tahap implementasi strategi. Pendekatan ini memperkaya pemahaman mengenai bagaimana strategi hijau dan produksi ramah lingkungan secara spesifik mempengaruhi kinerja berkelanjutan UMKM batik, yang belum banyak dibahas dalam literatur. Sebagai tambahan, penelitian ini sejalan dengan saran dari Utami (2022) yang menyatakan bahwa penelitian lebih lanjut mengenai produksi ramah lingkungan di UMKM sangat diperlukan, mengingat pentingnya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia.

Dukungan pemerintah terbukti sangat berpengaruh dalam adopsi praktik bisnis ramah lingkungan, akan tetapi penelitian mengenai strategi hijau di Indonesia sering kali belum mempertimbangkan dukungan pemerintah sebagai variabel yang dapat mempengaruhi keberlangsungan UMKM, terutama pada konteks industri manufaktur seperti batik (Purwanto et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan pandangan baru tentang bagaimana tekanan pasar dan dukungan pemerintah memengaruhi strategi hijau pada UMKM, tetapi juga menyumbang wawasan praktis untuk kebijakan yang dapat mendukung kelestarian bisnis di sektor ini.

Isu lingkungan terus menjadi perhatian utama dalam diskusi keberlanjutan, namun variabel terkait lingkungan tidak dijadikan sebagai variabel independen utama dalam model ini karena diposisikan sebagai bagian dari proses strategis internal UMKM, yaitu dalam bentuk strategi bisnis hijau dan produksi ramah lingkungan. Pendekatan ini dipilih karena faktor eksternal seperti tekanan pasar dan dukungan pemerintah sering kali menjadi pemicu awal yang mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi strategi hijau secara lebih sistematis. Dalam konteks UMKM batik di Indonesia, adopsi praktik berkelanjutan tidak hanya ditentukan oleh kesadaran lingkungan internal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh tekanan dari konsumen dan mitra bisnis, serta dukungan regulatif dan insentif dari pemerintah. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan tekanan pasar dan dukungan pemerintah sebagai faktor eksternal yang secara langsung membentuk keputusan strategis pelaku UMKM dalam merespons tantangan keberlanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas literatur terkait keberlanjutan pada UMKM di negara berkembang, tetapi juga menunjukkan bagaimana UMKM dapat mengadopsi strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan melalui integrasi praktik bisnis hijau.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diberikan di atas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi mengenai kinerja bisnis berkelanjutan, produksi hijau, strategi bisnis hijau, tekanan pasar, dan dukungan pemerintah pada UMKM batik;

2. Bagaimana pengaruh tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM;
3. Bagaimana pengaruh tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM dimediasi oleh strategi bisnis hijau dan produksi hijau secara paralel;
4. Bagaimana pengaruh tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM dimediasi oleh strategi bisnis hijau dan produksi hijau secara serial.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengembangkan model teoretis dan empiris yang menjelaskan peran tekanan pasar dan dukungan pemerintah dalam mendorong strategi bisnis hijau dan praktik produksi hijau untuk meningkatkan kinerja bisnis berkelanjutan UMKM, khususnya pada sektor batik di Jawa Tengah. Dengan memanfaatkan kerangka *Strategic Management* dari Wheelen dan Hunger sebagai dasar penyusunan strategi, serta mengintegrasikan *Stakeholder Theory*, *Natural Resource-Based View* (NRBV), dan *Sustainability Theory*, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan literatur terkait mekanisme transformatif yang menghubungkan tekanan eksternal, respons strategis, dan hasil kinerja berkelanjutan dalam konteks UMKM berbasis tradisi dan budaya lokal.

2. Tujuan khusus

Secara khusus, penelitian ini mengelaborasi model teoritikal dasar yang diajukan untuk menjawab isu-isu konseptual, yaitu:

- a. Menganalisis keterkaitan antara tekanan pasar, dukungan pemerintah, strategi bisnis hijau, praktik produksi hijau, dan kinerja bisnis berkelanjutan pada UMKM batik di Jawa Tengah, dengan mempertimbangkan tuntutan dari pemangku kepentingan (*Stakeholder Theory*) dan tujuan keberlanjutan jangka panjang (*Sustainability Theory*).
- b. Mengkaji pengaruh langsung tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM, dengan menempatkan tekanan pasar sebagai pendorong perubahan strategi (*enabler*) dan

dukungan pemerintah sebagai sumber legitimasi serta sumber daya pendukung (berdasarkan kerangka NRBV dan *Stakeholder Theory*).

- c. Menjelaskan peran mediasi paralel dari strategi bisnis hijau dalam hubungan antara tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis berkelanjutan, merujuk pada kerangka kerja manajemen strategi dari Wheelen dan Hunger (2024) yang menekankan pentingnya formulasi strategi adaptif berbasis dinamika eksternal.
- d. Menganalisis peran mediasi *serial* dari strategi bisnis hijau dan praktik produksi hijau dalam menjembatani pengaruh tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis berkelanjutan UMKM. Pendekatan ini mencerminkan proses implementasi strategi dan kapabilitas internal (NRBV) yang memediasi tekanan eksternal untuk menghasilkan kinerja yang selaras dengan prinsip keberlanjutan (*Sustainability Theory*).

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu manajemen strategis dan keberlanjutan, melalui beberapa aspek berikut:

- a. Mengembangkan pemahaman teoretis secara komprehensif terkait dengan interaksi antara tekanan pasar, dukungan pemerintah, strategi bisnis hijau, praktik produksi hijau, dan kinerja bisnis berkelanjutan UMKM, dalam kerangka konseptual yang memadukan *Strategic Management Framework* (Wheelen & Hunger), *Stakeholder Theory*, *Natural Resource-Based View* (NRBV), dan *Sustainability Theory*.
- b. Mengkonstruksi hubungan kausalitas antarkonsep utama, termasuk pengaruh tekanan pasar dan dukungan pemerintah terhadap formulasi strategi bisnis hijau, pengaruh strategi terhadap praktik produksi hijau, serta implikasinya terhadap kinerja bisnis berkelanjutan—dengan menguji jalur mediasi secara paralel maupun serial.

- c. Memberikan landasan konseptual baru yang merepresentasikan sinergi antara faktor eksternal (tekanan pasar dan dukungan pemerintah) dan respons internal organisasi (strategi dan produksi hijau), sebagai model teoretis berbasis manajemen strategis berkelanjutan.
- d. Menawarkan sudut pandang inovatif dalam kajian strategi hijau, yang memperluas cakupan disiplin manajemen strategis ke dalam konteks keberlanjutan dan keberpihakan terhadap lingkungan.
- e. Menambah khazanah literatur dan referensi ilmiah yang relevan bagi kalangan akademisi, peneliti, dan mahasiswa pada bidang manajemen strategis, keberlanjutan, dan pengembangan UMKM.
- f. Memberikan kontribusi terhadap penguatan teori dan validasi empiris terhadap studi sebelumnya, serta memperluas ruang lingkup diskursus ilmiah terkait strategi bisnis hijau dalam konteks ekonomi kreatif dan industri berbasis budaya seperti batik.

2. Kegunaan Praktis

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi nyata dalam pengambilan keputusan strategis dan penyusunan kebijakan, khususnya dalam konteks pengembangan UMKM yang berorientasi pada keberlanjutan. Manfaat praktis yang dihasilkan antara lain:

- a. Memberikan rekomendasi berbasis bukti (*evidence-based recommendation*) kepada pelaku industri batik dan UMKM lainnya terkait integrasi prinsip-prinsip ramah lingkungan dalam strategi bisnis mereka.
- b. Menjadi referensi strategis bagi pemerintah dan lembaga pendukung UMKM dalam merancang kebijakan yang mendorong sinergi antara tekanan pasar, intervensi kebijakan, dan transformasi hijau dalam praktik produksi.
- c. Menyediakan panduan konseptual dan praktikal yang dapat dijadikan alternatif solusi dalam menyikapi tantangan lingkungan dan pasar yang dinamis, melalui penerapan manajemen strategis berkelanjutan.
- d. Mendorong peningkatan kesadaran dan kapabilitas manajerial UMKM dalam merespons tekanan eksternal secara proaktif melalui strategi yang inovatif dan berkelanjutan.

- e. Memberikan kontribusi terhadap perumusan kebijakan penguatan ekosistem bisnis hijau, melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya.
- f. Menyediakan dasar awal yang kuat bagi peneliti selanjutnya untuk menggali isu-isu lingkungan dan keberlanjutan dalam konteks strategi bisnis, serta memperluas pengujian variabel-variabel terkait dalam sektor lain yang relevan.

1.5 Struktur Organisasi Disertasi

Disertasi ini tersusun dalam lima bab dengan rincian sebagai berikut. Bab I merupakan bagian pendahuluan yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan struktur organisasi disertasi. Bab II menyajikan tinjauan pustaka, pendekatan teoretis, dan konsep-konsep yang relevan dengan penelitian ini, serta memaparkan kerangka pemikiran dan hipotesis. Bab III menguraikan metodologi penelitian yang menjelaskan metode penelitian, data dan sumber data, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, rancangan analisis, dan uji hipotesis. Bab IV menyajikan hasil penelitian yang telah dianalisis. Bab V memberikan pembahasan komprehensif dari hasil penelitian. Terakhir, Bab VI berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi dari penelitian ini.