

Kunci Sukses dalam Membangun Bisnis Berkelanjutan

Rury Sulastry¹.

¹Universitas Djuanda, rurysulastry5@gmail.com

ABSTRAK

Di zaman sekarang, memiliki bisnis yang ramah lingkungan bukan hanya lagi sebuah opsi, tetapi sudah menjadi keharusan yang penting. Artikel ini mengulas berbagai elemen penting yang berperan dalam mewujudkan keberhasilan dalam membangun bisnis berkelanjutan, termasuk bagaimana prinsip keberlanjutan diintegrasikan ke dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan menggunakan studi literatur, penelitian ini menelaah berbagai sumber untuk memahami faktor-faktor yang menentukan keberhasilan dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Hasilnya menunjukkan bahwa bisnis berkelanjutan mampu menciptakan nilai ekonomi yang bertahan lama. Dalam aspek sosial, bisnis berkelanjutan memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dan menciptakan kesejahteraan yang merata, contohnya melalui program C. A. F. E. Practices dari Starbucks yang meningkatkan kemampuan petani kopi. Dari sisi lingkungan, penerapan prinsip-prinsip ekologi di sepanjang rantai pasokan, seperti yang diterapkan oleh IKEA, dapat secara signifikan mengurangi dampak karbon. Selain itu, kepemimpinan dengan visi dan dedikasi yang kuat terbukti sangat penting dalam mengubah bisnis menjadi lebih berkelanjutan, seperti studi kasus Interface yang menggambarkan bagaimana visi seorang pemimpin dapat mengubah strategi perusahaan secara mendalam.

Kata Kunci: Zaman, Ramah lingkungan, Berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, menjalankan bisnis yang berkelanjutan bukan lagi sekadar pilihan, tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan. Dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, kekurangan sumber daya, dan permintaan konsumen yang semakin mendesak, perusahaan perlu menggabungkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek kegiatannya (Harun Puling et al., 2024). Usaha yang berkelanjutan tidak hanya memusatkan perhatian pada keuntungan finansial, namun juga memperhatikan pengaruh sosial dan lingkungan (Yam, 2024). Artikel ini akan menjelaskan faktor-faktor penting untuk mencapai keberhasilan dalam mendirikan

bisnis yang berkelanjutan, mulai dari pengembangan rencana hingga pelaksanaan yang efisien.

Latar belakang pentingnya usaha berkelanjutan dipengaruhi oleh peningkatan kesadaran masyarakat terhadap masalah lingkungan dan sosial. Konsumen saat ini lebih cenderung memilih produk dan layanan yang bersahabat dengan lingkungan serta memberikan manfaat tambahan bagi masyarakat. Selain itu, dorongan dari para investor dan peraturan pemerintah juga memotivasi perusahaan untuk mengimplementasikan praktik bisnis yang bertanggung jawab. Usaha yang dapat menyesuaikan diri dengan tren ini tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga memiliki kesempatan yang signifikan untuk berkembang dan bersaing di pasar internasional(Nurjanah et al., 2025).

Salah satu faktor penting dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan adalah menggabungkan aspek ekonomi, sosial, serta lingkungan sebagai pilar yang mendasar(Kurniawan Ananda, R Mawaddah, Rahmadani Reva, 2025). Perusahaan harus merancang model bisnis yang tidak hanya menciptakan keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat dan mengurangi dampak buruk bagi lingkungan. Contohnya, pemanfaatan energi yang dapat diperbaharui, pengelolaan limbah secara bertanggung jawab, dan inisiatif untuk memberdayakan masyarakat setempat dapat diadopsi sebagai langkah yang strategis. Tanpa adanya keseimbangan antara ketiga aspek tersebut, sebuah bisnis yang berkelanjutan tidak akan dapat mencapai tujuannya dengan optimal.

Selain itu, kepemimpinan yang memiliki visi dan komitmen yang kuat merupakan faktor kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan(Padang et al., 2025). Pemimpin perusahaan perlu memiliki pengetahuan yang sangat baik mengenai isu keberlanjutan serta kemampuan untuk memotivasi semua bagian dari organisasi agar berfungsi menuju tujuan yang sama. Budaya perusahaan yang mendorong inovasi dan tanggung jawab sosial juga harus dikembangkan agar prinsip keberlanjutan dapat diterapkan secara konsisten(Harun

Puling et al., 2024). Oleh karena itu, perusahaan tidak sekadar mengikuti tren, melainkan benar-benar berperan sebagai pelopor dalam pengembangan yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka dengan tujuan mempelajari serta mengkaji berbagai sumber informasi yang berhubungan dengan elemen-elemen penentu kesuksesan dalam mewujudkan bisnis yang berkelanjutan. Alasan pemilihan pendekatan ini adalah untuk menelusuri dan memadukan temuan riset terdahulu, teori-teori yang ada, serta ide-ide yang relevan dengan aspek-aspek krusial dalam mendirikan bisnis yang berkesinambungan.

Melalui metode ini, penelitian berfokus pada pengumpulan serta pengolahan data sekunder yang terdiri atas artikel ilmiah, buku-buku, jurnal, juga sumber-sumber kepustakaan terpercaya lainnya (Yam, 2024). Proses pelaksanaannya mencakup beberapa tahapan sistematis, dimulai dari penentuan topik dan ruang lingkup penelitian, pencarian sumber kepustakaan yang sesuai melalui beragam basis data akademik serta perpustakaan digital, hingga seleksi literatur berdasarkan kriteria spesifik seperti relevansi topik, tahun terbit, serta reputasi penulis (Wekke, 2019). Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang faktor-faktor kunci yang berperan penting dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Temuan dari analisis literatur ini akan disajikan secara deskriptif dan analitis guna menjabarkan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan juga lingkungan, serta dalam ranah kewirausahaan, dibutuhkan pemimpin yang memiliki visi dan dedikasi tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Ekonomi, Sosial, Serta Lingkungan

Menurut analisis ekonomi, riset dalam publikasi ini mengindikasikan bahwa bisnis berkelanjutan mampu menciptakan nilai ekonomi jangka panjang melalui efisiensi biaya serta daya saing yang lebih unggul (Rohmah et al., 2025). Contoh konkret seperti Patagonia dan Unilever membuktikan bahwa investasi pada praktik ramah lingkungan, misalnya penggunaan energi terbarukan dan prinsip ekonomi sirkular, tidak hanya memangkas biaya operasional namun juga melahirkan potensi pasar baru (Saefurrahman & B, 2024). Saat ini, konsumen lebih memilih produk ramah lingkungan, sehingga perusahaan yang menerapkan model ini berhasil meningkatkan profitabilitas sekaligus memperkuat kestabilan finansial di tengah dinamika pasar. Meskipun begitu, kendala utamanya terletak pada besarnya modal awal yang diperlukan untuk transisi menuju operasi berkelanjutan, yang membutuhkan kemitraan dengan investor serta dukungan pemerintah.

Dalam ranah sosial, temuan riset memperlihatkan bahwa bisnis berkelanjutan memainkan peran penting dalam pemberdayaan masyarakat dan mendukung pemerataan kesejahteraan yang lebih baik. Inisiatif semacam C. A. F. E. Praktik Starbucks bukan hanya menjamin pasokan bahan baku berkualitas, tetapi juga meningkatkan keterampilan petani kopi melalui pelatihan dan sistem harga yang adil (Sudirman et al., 2021). Pendekatan kolaboratif ini memperkuat jaringan distribusi sekaligus memperbaiki kualitas hidup masyarakat sekitar. Selain itu, budaya perusahaan yang menekankan keberlanjutan, seperti yang dijalankan oleh Interface, terbukti meningkatkan keterlibatan karyawan dan menurunkan angka turnover. Walaupun demikian, dibutuhkan komitmen berkelanjutan untuk memastikan dampak sosial yang inklusif dan terukur, serta menghindari praktik sosial washing yang hanya bersifat kosmetik.

Dari perspektif lingkungan, penelitian mengungkapkan bahwa implementasi prinsip ekologis di rantai pasok, sebagaimana diterapkan oleh IKEA melalui penggunaan kayu bersertifikasi FSC, secara efektif dapat mengurangi jejak karbon secara signifikan (Listiyani et al., 2025). Inovasi teknologi memungkinkan perusahaan

seperti Unilever untuk meminimalkan limbah kemasan dan penggunaan air dalam proses produksi. Akan tetapi, kajian ini juga menyoroti tantangan dalam menerapkan standar lingkungan yang seragam di seluruh jaringan pasokan global, terutama bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas. Solusinya adalah pendekatan bertahap dengan audit yang transparan, serta pemanfaatan teknologi ramah lingkungan yang semakin terjangkau.

Kesimpulan ini menegaskan bahwa keterkaitan antara ekonomi, sosial, dan lingkungan adalah fondasi yang tak terpisahkan bagi bisnis berkelanjutan, di mana keseimbangan ketiga aspek tersebut akan menentukan daya tahan bisnis dalam era transisi ekologis.

Kepemimpinan Yang Memiliki Visi Dan Komitmen Yang Kuat.

Riset ini memperlihatkan bahwa gaya kepemimpinan dengan visi yang kuat serta dedikasi tinggi sangat krusial dalam meraih sukses transformasi bisnis berkelanjutan (Puspita et al., 2025). Contohnya, studi kasus Interface di bawah Ray Anderson dengan Mission Zero memperlihatkan bagaimana visi seorang pemimpin puncak bisa mengubah total strategi perusahaan, dari sekadar produsen karpet menjadi pionir keberlanjutan. Kepemimpinan seperti ini tak hanya mengarahkan perubahan kebijakan, tetapi juga menumbuhkan gerakan internal yang mengubah budaya organisasi secara mendalam. Tantangan terbesarnya adalah bagaimana menjaga perubahan ini tetap berjalan di tengah tekanan jangka pendek dari pasar dan para pemegang saham.

Pembahasan lebih lanjut mengungkapkan bahwa kepemimpinan berkelanjutan yang efektif memerlukan dua hal penting yaitu pemahaman mendalam tentang keberlanjutan dan kemampuan untuk membangkitkan semangat. Studi kasus Patagonia dan Unilever menggambarkan bagaimana seorang CEO yang paham betul isu lingkungan mampu menyatukan keberlanjutan ke dalam inti model bisnis, bukan sekadar program sampingan. Lebih penting lagi, para pemimpin ini berhasil menciptakan cerita inspiratif, mengubah keberlanjutan dari sekadar beban biaya

menjadi sumber inovasi serta keunggulan daya saing. Namun, riset juga menemukan adanya perbedaan antara komitmen di jajaran direksi dan implementasinya di level operasional.

Pengaruh besar dari kepemimpinan yang fokus pada keberlanjutan terlihat pada tiga tingkatan: strategis (saat pengambilan keputusan), operasional (dalam pelaksanaan), dan kultural (berkaitan nilai-nilai organisasi). Interface, serta perusahaan sukses lainnya, menunjukkan bahwa kepemimpinan yang ajek dapat menghasilkan inovasi yang berorientasi pada keberlanjutan di semua lini. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya program pengembangan kepemimpinan yang terencana dan berkelanjutan, serta sistem penghargaan yang selaras dengan tujuan sosial dan lingkungan. Ke depannya, berbagai sumber literatur merekomendasikan pengukuran dampak kepemimpinan berkelanjutan yang lebih komprehensif, tak hanya dari kinerja keuangan, namun juga pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).

KESIMPULAN

Setelah menelaah lebih dalam, studi ini menegaskan bahwa dalam dunia bisnis modern, keberlanjutan bukan lagi sekadar opsi, melainkan sebuah keharusan strategis yang wajib diresapi ke dalam setiap lini aktivitas perusahaan. Dengan memadukan elemen ekonomi, sosial, dan lingkungan, perusahaan mampu menciptakan nilai jangka panjang yang tak hanya menguntungkan para investor, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas serta alam sekitar. Contoh nyata dari perusahaan seperti Patagonia, Unilever, Starbucks, dan IKEA membuktikan bahwa strategi berkelanjutan mampu meningkatkan daya saing, kesetiaan pelanggan, serta meminimalisir risiko reputasi di pasar yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan.

Peran sentral kepemimpinan dengan visi dan komitmen yang kuat terbukti menjadi faktor krusial dalam mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

Seorang pemimpin yang memiliki pemahaman mendalam tentang isu keberlanjutan dan mampu menginspirasi seluruh anggota organisasi dapat membangun budaya yang mendukung inovasi serta tanggung jawab sosial. Kisah sukses Interface menunjukkan bahwa visi yang jelas dan komitmen yang tinggi dari pemimpin mampu mengubah paradigma bisnis, menjadikan keberlanjutan sebagai jantung dari strategi perusahaan. Namun, tantangan tetap ada dalam memastikan implementasi yang konsisten di seluruh tingkatan organisasi, terutama di tengah tekanan jangka pendek dari pasar.

Riset ini menyoroti betapa pentingnya pengembangan kepemimpinan yang berkelanjutan secara terstruktur serta sistem apresiasi yang selaras dengan tujuan sosial dan lingkungan. Dengan menanamkan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam fondasi perusahaan, bisnis mampu menciptakan inovasi yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat serta lingkungan. Rekomendasi untuk riset selanjutnya meliputi perlunya pengukuran yang lebih komprehensif terhadap dampak kepemimpinan berkelanjutan, tidak hanya dari sisi performa keuangan, tetapi juga dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), agar perusahaan dapat berperan aktif sebagai agen perubahan positif di era transisi ekologis.

REFERENSI

Harun Puling, Marten Bainkabel, Wiranto Wiranto, & Yosia Belo. (2024). Mindset

Wirusaha : Strategi Menavigasi Dunia Bisnis yang Penuh Perubahan. *Student Scientific Creativity Journal*, 3(1), 57–67. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v3i1.4653>

Kurniawan Ananda, R Mawaddah, Rahmadani Reva, N. Y. (2025). PENGUATAN INOVASI, PENDIDIKAN, DAN KINERJA UNTUK PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 5326–5331.

Listiyani, N. E., Fahrana, Y., Purmono, B. B., Afifah, N., & Setiawan, H. (2025).

- Dampak Nilai Altruistik, Biosferik, Kolektivistik, dan Konsumsi Terhadap Perilaku Hijau IKEA Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 105–119. <https://doi.org/10.37476/jbk.v14i1.4945>
- Nurjanah, A. P., Yanti, R., Hotijah, S., & Novita, Y. (2025). PERAN KEWIRAUSAHAAN INOVATIF DALAM TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL DAN PEMBANGUNAN SOSIAL BERKELANJUTAN (Review Literatur). *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 356–360.
- Padang, N., Lubis, Z., Sura, M. A., Hasanah, U., Tama, F. E., & Fikri Tanjung, M. (2025). Pentingnya Kepemimpinan dalam Manajemen: Membangun Tim Bisnis yang Berkelanjutan (Studi Kasus Kopi Kenangan di Kota Medan). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45–53.
- Puspita, N., Maharani, N., & Wildanah, F. (2025). Implementasi Kepemimpinan Transformasional dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. 02(01), 368–372.
- Rohmah, J., Ullly Aryawati, N., & Putri Wahyunintyas, S. (2025). Peran Pembangunan Ekonomi dalam Membentuk Sumber Daya Manusia yang Unggul di Indonesia. *Jinu*, 2(3), 70–87. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i3.4403>
- Saefurrahman, A. H., & B, N. A. (2024). Tren Green Marketing dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan serta Citra Merek: Studi Kasus Patagonia. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 971–979.
- Sudirman, H., Nurmalina, R., & Suprehatin. (2021). Dampak Standar Keberlanjutan terhadap Pendapatan Usaha Tani Kopi : Kasus Program CAFE PRACTICES di Kabupaten Enrekang. *Jurnal Agro Ekonomi*, 39(2), 131–152.
- Wekke, I. S. (2019). Metode Penelitian Ekonomi Syariah. In *Gawwe Buku* (Issue December 2019).
- Yam, J. H. (2024). Kajian Penelitian: Tinjauan Literatur Sebagai Metode Penelitian. *Jurnal Empire*, 4(1), 61–70.