

MODEL USAHA BERBASIS GREEN BUSINESS YANG DAPAT MENEMBUS PASAR DUNIA PADA UKM KERAMIK DI KECAMATAN PLERED KABUPATEN PURWAKARTA

BUSINESS MODEL BASED ON GREEN BUSINESS, WHICH CAN INCREASE THE WORLD MARKET IN CERAMIC SMEs IN INTEGRATED DISTRICT, PURWAKARTA DISTRICT

M Sibarani^{1a}, E Sipayung^{1a}, D Supratman^{1a}

¹Program Pasca sarjana Universitas Katholik Parahyangan, Jl. Merdeka No. 30, Bandung, Jawa Barat 40117.

^aKorespondensi: Mentiana Sibarani, E-mail: mentiana@ithb.ac.id
(Diterima: 28-05-2019; Ditelaah: 29-05-2019; Disetujui: 12-07-2019)

ABSTRACT

The Green Business label for a business will have a positive impact on business revenue. Green Business deserves to be given to companies that have carried out Corporate Social Responsibility consistently. This consistency is not only measured by how much profit is generated but also what efforts have been made related to the influence on the economy at large, the environment and the communities in which they operate (Triple Bottom Line). It is called triple because this concept includes three performance measures at once, namely 3P: "Profit-Planet-People". The implementation of the Green Business will be implemented in the ceramics business which is not as rich as the first time, namely Ceramic Craftsmen SMEs in Plered Purwakarta. The Regional Technical Implementation Unit (UPTD) for the Development of Ceramic Centers is the coach of this ceramic UKM that continues to strive to develop their business. The purpose of this study is to determine the extent of the implementation of green business in the ceramic industry SMEs in the District of Plered Purwakarta that can increase sales to foreign countries. This study uses a qualitative method that is a descriptive analysis by analyzing data with sentences, words, schematics, and images by grouping data, giving an overview and using existing theories and conclusions are drawn.

The research result is that this ceramic business is still experiencing problems in its development such as production with optimal costs, digital promotion, safe delivery of products, availability of human resources. The green business model created provides instructions to address existing problems.

Keywords: Green Business, Higher Education, Triple Bottom Line.

ABSTRAK

Label Green Business pada suatu usaha akan berdampak positif pada pendapatan usaha tersebut. Green Business layak diberikan pada perusahaan yang telah melakukan Corporate Social Responsibility secara konsisten. Kekonsistenan ini tidak hanya diukur melalui upaya berapa besar laba yang dihasilkan, namun juga upaya apa saja yang telah dilakukan berhubungan dengan pengaruh terhadap perekonomian secara luas, lingkungan dan masyarakat di mana mereka beroperasi (Triple Bottom Line). Disebut triple sebab konsep ini memasukkan tiga ukuran kinerja sekaligus, yaitu 3P: "Profit-Planet-People". Penerapan Green Business ini akan diimplementasikan pada usaha keramik yang saat ini tidaklah sejaya dahulu yaitu UKM Pengrajin Keramik di Plered Purwakarta. Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pengembangan Sentra Keramik merupakan Pembina UKM keramik ini yang

terus berusaha mengembangkan bisnis mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan green business pada UKM industri keramik di Kecamatan Plered Purwakarta yang dapat meningkatkan penjualan hingga ke luar negeri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu analisis deskriptif dengan cara menganalisis data dengan kalimat, kata, skema, dan gambar dengan cara mengelompokkan data, memberikan gambaran dan menggunakan teori yang ada kemudian ditarik kesimpulannya

Hasil penelitian adalah Usaha keramik ini masih mengalami masalah dalam pengembangannya seperti produksi dengan biaya optimal, promosi secara digital, pengiriman produk secara aman, ketersediaan sumber daya manusia. Model green business yang dibuat memberi petunjuk untuk menjawab permasalahan yang ada.

Kata kunci: Green Business, Perguruan Tinggi, Triple Bottom Line.

Sibarani, M., Sipayung, E., & Supratman, D. (2020). Model Usaha Berbasis Green Business yang Dapat Menembus Pasar Dunia pada Usaha Kecil Menengah Keramik di Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 65-74.

PENDAHULUAN

Usaha UMKM yang juga memperhatikan faktor sosial dan lingkungan dan terlibat dalam isu-isu sosial dan lingkungan mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat, sehingga dapat menjadi promosi bagi UMKM dalam meningkatkan nilai perusahaan (Kaplan dan Norton, 2004). Seperti dikemukakan juga oleh Elkington, 1997, perhatian yang bukan pada profit semata tetapi juga kehidupan sosial perusahaan dan lingkungannya merupakan kunci keberlanjutan usaha.

UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang sebuah perusahaan dan mereka merupakan bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.

Salah satu industri kreatif yaitu industri keramik saat ini tidaklah sejaya dahulu, dimana dahulu industri ini merupakan produk yang menjadi tuan rumah dinegeri sendiri, tetapi saat ini produk keramik impor menyerbu masuk ke Indonesia dan cukup banyak pengusaha keramik yang gulung tikar dikarenakan kurangnya pengetahuan

untuk mengelola dan mengembangkan usaha. Lembaga akademikpun ikut berperanserta memberikan sumbangsinya dalam bentuk workshop pengajaran dan pelatihan-pelatihan agar industri ini dapat berkembang. Sebuah sentra industri keramik yang berlokasi di Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta Bandung Jawa Barat terus berupaya mengembangkan usahanya walau banyak tantangan harus dihadapi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendorong usaha pengrajin keramik di Plered agar dapat mengembangkan usaha dengan menerapkan metode green business sehingga dapat terus mendapatkan konsumen hingga ke mancanegara.

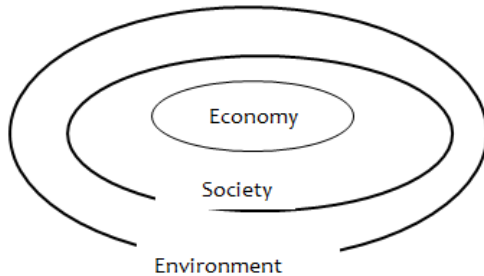
MATERI DAN METODE

Model Green Business untuk Keberlanjutan Usaha

Pengelolaan green business dikenal dengan konsep The Triple Bottom Line yang terdiri dari tiga basis dasar pengelolaan melalui ekonomi (profit), sosial (social) dan lingkungan (planet atau environmental) atau dikenal dengan 3P adalah tiga hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan di dunia (Elkington, 1997). Hubungan antara ekonomi, sosial dan lingkungan merupakan ketiga aspek yang tidak terpisahkan. Hal ini

dapat dilihat dari model keberlanjutan di bawah ini:

Gambar 1. Model Keberlanjutan



Sumber: Gidding, et.al (2001)

Gambar ini menunjukkan bahwa ekonomi bergantung kepada kehidupan sosial dan bahwa baik ekonomi, kehidupan sosial berada di dalam satu lingkungan (Gidding, et al, 2001; Hart, 2006; Willard, 2009). Karena ketiga aspek ini saling berhubungan maka untuk mencapai suatu keberlanjutan perusahaan penerapan green business melalui pertimbangan ketiga aspek ini menjadi sangat penting.

Penelitian MIT, 2011 dalam Mardikanto, 2014, menyimpulkan bahwa bisnis yang bertanggung jawab sosial, telah berhasil menarik lebih banyak investor. Majalah SWA (10/2017) kerap kali mengadakan kompetisi mengenai pengelolaan perusahaan berdasarkan wawasan sosial dan lingkungan dan memberikan award kepada perusahaan yang juara dalam mengelola bisnisnya dengan ramah lingkungan atau mengelola dengan strategi green business.

Lebih lanjut majalah SWA melaporkan sekitar 75% dari generasi milenial bersedia membayar lebih mahal untuk produk dan jasa yang peduli yang dihasilkan oleh perusahaan yang menerapkan green business. Menurut Lako (2014), dasar-dasar penerapan green business yang sudah harus dilakukan oleh perusahaan karena:

Semakin meluasnya eskalasi krisis sosial dan lingkungan yang diduga kuat disebabkan oleh strategi kebijakan pembangunan ekonomi nasional yang tidak ramah lingkungan atau yang tidak fokus kepada pembangunan berkelanjutan.

Kegagalan perusahaan dalam memperlakukan masyarakat dan lingkungan sebagai bagian integral dari stakeholder perusahaan.

Terjadinya paradoks pertumbuhan ekonomi, meskipun di satu sisi pertumbuhan industri dan perusahaan terus meningkat, kinerja perekonomian kian maju, dan jumlah pajak korporasi yang dibayarkan kepada negara terus meningkat, namun pada saat yang sama kerusakan lingkungan kian meluas dan serius. Hal ini mendorong desakan dan tekanan dari berbagai kalangan agar pemerintah menghidupkan pembangunan ekonomi serta pelaku bisnis pun didesak untuk segera menghidupkan bisnis dan perusahaan melalui pendekatan green business.

Menurut Ernst & Young (2013), Tuan (2012) dan sejalan pendapatnya dengan sejumlah hasil survei SWA (SWA, 2015) yang melaporkan bahwa setelah menerapkan strategi green business dan menjadi perusahaan hijau (green company), perusahaan-perusahaan tersebut mendapatkan hasil konkret sebagai berikut:

Terjadi penghematan energi dan material serta efisiensi biaya produksi dan biaya operasional, sehingga profitabilitas serta daya ungkit perusahaan justru kian meningkat.

Aktivitas ekonomi, penghasilan dan kesejahteraan masyarakat sekitar meningkat, sehingga pendapatan perusahaan meningkat. Perkembangan bisnis perusahaan semakin lancar karena reputasi dan citra perusahaan semakin dikenal luas. Perusahaan pun semakin dikenal luas dan diterima oleh para klien nasional serta multinasional sehingga meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

Lingkungan perusahaan semakin hijau dan nyaman serta memberikan manfaat ekonomi dan non ekonomi (manfaat sosial dan ekologi) kepada perusahaan serta masyarakat. Dengan adanya program penghijauan lingkungan terhadap kawasan bekas pabrik, bekas pertambangan, serta

kawasan tandus, muncul kawasan hijau, produktif dan nyaman, serta memberikan banyak manfaat bagi masyarakat sekitar dan juga masyarakat luas.

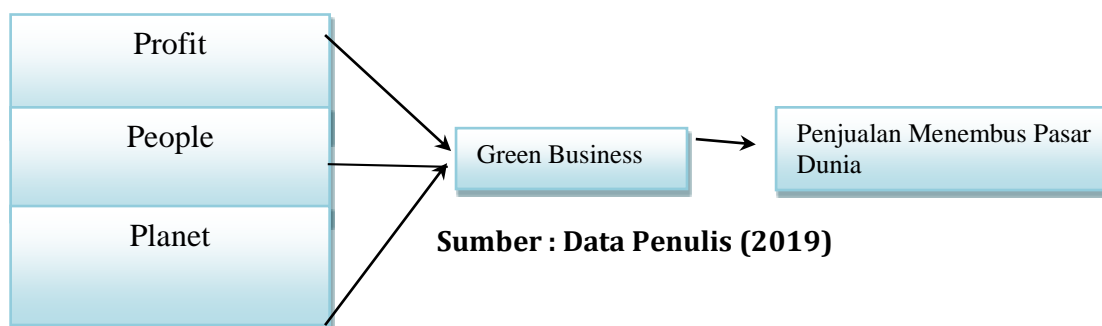
Perusahaan memiliki relasi yang baik dan mendapat pengakuan dari masyarakat sekitar dan pemerintah daerah setempat. Antara masyarakat dan pemerintah daerah setempat dengan perusahaan terbangun kolaborasi serta sinergi yang saling menguatkan dan menguntungkan.

Apresiasi dan pengakuan dari para stakeholder, terutama para pemegang

saham, investor, kreditor, pemasok, pelanggan, mitra bisnis dan masyarakat luas makin meningkat. Sejumlah lembaga memberikan penghargaan kepada perusahaan. Apresiasi dan pengakuan tersebut berdampak positif secara signifikan terhadap peningkatan penjualan dan pangsa pasar perusahaan, kenaikan kinerja laba dan profitabilitas perusahaan, serta kenaikan likuiditas, nilai asset dan ekuitas perusahaan. Nilai pasar sekuritas perusahaan di pasar modal juga kian menguat.

Model Penelitian

Gambar 2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Penulis (2019)

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif normatif, yaitu bersifat deskriptif analitis yang dilakukan dengan menggambarkan sebuah gejala dan kemudian menganalisis dan menjelaskan dalam bentuk uraian-uraian. Penelitian ini berusaha untuk menjawab permasalahan yang ada dengan melakukan pengkajian melalui wawancara, studi literatur dan studi dokumen. Studi dokumen dilakukan dengan mencari literatur pengelolaan usaha pengrajin keramik dari para pengrajin dan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pengembangan Sentra Keramik Plered. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengutamakan kedalaman analisis terhadap data yang didapatkan pada data kepustakaan (dokumen, *textbook*, *e-journal*) dan wawancara mendalam pada pimpinan atau

manajer dari setiap unit penelitian. Metode deskriptif analitik diterapkan terhadap data kualitatif dengan menggambarkan dan menguraikan secara sistematis data yang terkumpul, kemudian memberikan tafsiran dan uraian terhadapnya.

Validasi data dilakukan dengan cara triangulasi data. Menurut Patton dan Moleong (2001), triangulasi data merupakan teknik keabsahan pemeriksaan data, diantaranya dengan cara membandingkan keadaan dan perspektif informan dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain dari berbagai golongan maupun membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Populasi penelitian ini adalah pengrajin keramik di Desa Anjun, Kecamatan Plered. Komunitas pengrajin keramik ini dipilih karena usaha mereka yang sudah cukup lama (sejak 1904) dan memberikan nilai ekspor terbesar di antara pengrajin keramik di provinsi Jawa Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Industri Keramik Plered

Jumlah pelaku usaha keramik di Plered tahun 2018 ada 205 orang (yang jumlah ini terus menurun, tahun 2014 ada 268 orang, 2015 ada 236 orang, 2016 ada 221 orang, 2017 ada 221 orang). Para pengrajin ini terbagi atas tiga jenis produksi yaitu keramik gerabah, keramik bata dan genteng serta keramik hias. Dari hasil survey pada lokasi penelitian disimpulkan bahwa dari sisi pengelolaan keuangan, sekitar 80% belum melakukan pencatatan keuangan dan 20% lagi sudah mencatat walau masih dalam keterbatasan (pencatatan di buku, belum menggunakan komputer, padahal kemampuan membeli komputer ada). Mereka yang belum mencatat data keuangan ini adalah pelaku usaha yang belum melakukan ekspor sementara yang mencatat adalah pelaku usaha yang sudah melakukan ekspor. Pasar ekspor mereka adalah Amerika Serikat, Kanada, Inggris, Itali, Spanyol, Belanda, Amerika Latin, Australia, New Zealand, Prancis, Korea, Taiwan, Jepang, Saudi Arabia, Uni Emirat Arab dan manca negara lainnya. Dari pengamatan ini maka pengelompokan yang dilakukan berdasarkan kriteria keuangan ini adalah kelompok tradisional dan kelompok eksportir.

Sejak mulai adanya kegiatan olah keramik di kawasan Plered yang dilakukan oleh masyarakat setempat pada abad 19 Masehi dengan produk awal berupa alat-alat kebutuhan rumah tangga seperti kendi, tempayan, paso dll. Perkembangan keramik Plered begitu lamban sehingga perlu adanya upaya-upaya pemerintah, diantaranya :

Tahun 1950 diresmikannya Induk Keramik Plered oleh Bapak Proklamator RI Bung Hatta dan pada saat itu dikembangkan produksi keramik berwarna putih porselen;

Tahun 1965 perkembangan keramik porselen dan gerabah Plered mengalami

penurunan baik secara kualitas maupun kuantitas penyebabnya karena membanjirnya produk sejenis yang terbuat dari plastik;

Dengan menurunnya keramik Plered, maka Pemda TK. II Purwakarta pada saat itu bersama-sama dengan Perindustrian, Koperasi dan Balai Penelitian Keramik (sekarang Balai Besar Keramik) pada tahun 1974 membentuk Badan Musyawarah Keramik Plered;

Tahun 1976 BIPIK Departemen Perindustrian mendirikan Unit Percontohan yang berfungsi sebagai tempat atau sarana untuk membina para perajin keramik Plered yang dikelola oleh Balai Besar Keramik Bandung;

Tahun 1978 berdiri Koperasi Perajin Keramik Plered yang diberi nama Koperas BUMI KARYA dengan nomor Badan Hukum 5298/BH/DK-10/78 tanggal 3 Juli 1978;

Tahun 1979/1980 Departemen Perindustrian melalui Proyek BIPIK Jawa Barat mendirikan Pusat Pelayanan Teknis (PPT) dan mulai beroperasi pada tanggal 8 Juli 1981;

Pada tahun 1983 PPT diganti namanya menjadi UPT (Unit Pelayanan Teknis) Keramik Plered Purwakarta dengan tugas pokok UPT melaksanakan sebagian tugas pembangunan Direktorat Jendral Industri Kecil dalam bidang Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dengan memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada di UPT.

Tahun 1985 Industri Kecil Keramik Plered mulai menggeliat lagi sampai sekarang dengan keramik gerabahnya yang meningkat kualitas dan kuantitasnya ke industri kerajinan keramik hias ditandai dengan dianugerahkannya penghargaan dari PBB dan Presiden.

Sejak bergulirnya otonomi daerah, pada tahun 2002 Pemerintah Kabupaten Purwakarta membuat kebijakan di lingkungan Dinas Perindustrian Perdagangan dan Penanaman Modal melalui SK Bupati dengan berdirinya Unit Pelaksana

Teknis Dinas (UPTD) Litbang Keramik. Adapun tugas pokok dan fungsinya melakukan dan melaksanakan Penelitian dan Pengembangan Keramik yang ada di wilayah kerja Kabupaten Purwakarta, meliputi penelitian dan pengembangan Teknologi, Desain dan Pemasaran.

Pada tahun 2003 yang sama pula dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jawa Barat mendirikan Unit Instalasi Pengembangan Perindustrian di bekas Gedung UPT Jl. Lio Anjun, Plered.

Hingga saat ini salah satu hasil yang signifikan yaitu telah dibangun suatu kawasan uji coba energi biogas untuk bahan bakar tungku pembakaran, sehingga biaya dapat ditekan secara signifikan. Bahan baku di Plered sangat melimpah dan tidak akan habis hingga 5 ribu tahun ke depan (karena tanah termasuk sumber daya alam yang dapat diperbaharui). Selain dipayungi oleh Unit Pelayanan Teknis Daerah (UPTD Plered), beberapa Perguruan Tinggi di Jawa Barat juga memberikan sumbangsuhnya, melalui pelatihan-pelatihan atau workshop yang telah dilakukan (ITB, UI, STIE Harapan Bangsa dll). Beberapa pelatihan yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah dan bekerjasama dengan beberapa Perguruan Tinggi antara lain: Pelatihan dan Praktikum tentang Pembakaran Keramik (Dinas Perindustrian Jawa Barat, 2006); Klaster Industri Kerajinan Gerabah dan Keramik Hias (UPTD, 2008); Sinergitas

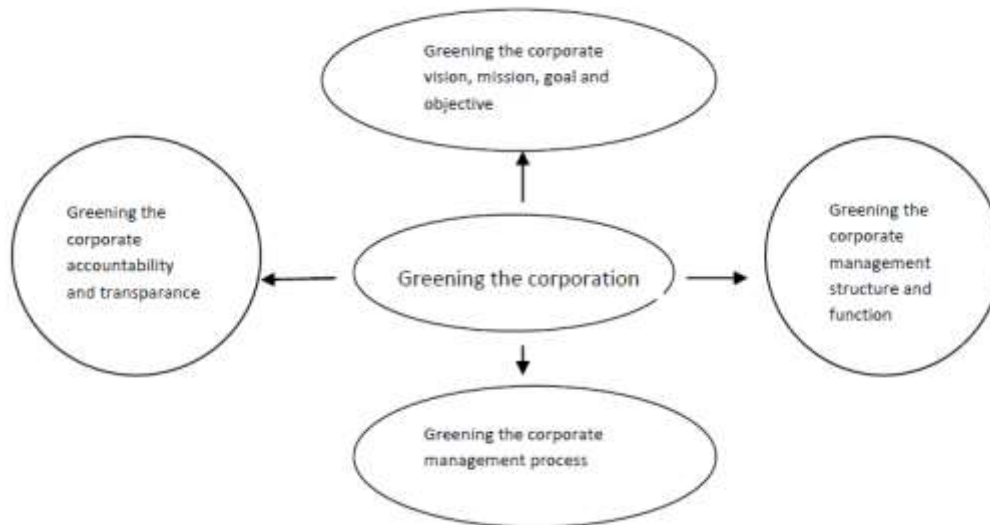
Program/Kegiatan Pengembangan dan Pemasarakan Teknologi Tepat Guna (Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral, 2009); Teknik Produksi dan Disain Pengembangan Klaster IKM Gerabah/Keramik Hias (UPTD Plered)

Peningkatan Teknik Produksi dan Diversifikasi Produk Kerajinan Produk Kerajinan Keramik (UPTD Plered, 2012).Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Kadin Bandung, 2013).

Pengembangan Kinerja Financial dan Non Financial UMKM Keramik di Jawa Barat (Sentra Industri Keramik Kiaracandong Bandung), (STIE Harapan Bangsa, 2013)

Potensi Bahan Baku Keramik (Balai Besar Keramik, 2013). Pengembangan Keramik Fungsional (Balai Besar Keramik 2013); Pengembangan Disain pada Produk (ITB, 2014). Gugus Kendali Mutu (GKM) – Model PALDA Mengurangi Retak Sebelum Dibakar (Industri Kecil Keramik Gerabah Hias, Kelompok II, 2014). Pelatihan dan Wokshop dari Pemerintah tentang pengelolaan keuanganpun sudah banyak dilakukan, tetapi hasil yang diperoleh belum sesuai rencana (pelaku usaha masih banyak yang tidak melakukan tertib administrasi, tidak ada laporan keuangan, belum menggunakan komputer dll) *Model Green Business* untuk Menembus Pasar Dunia Model green business dapat digambarkan seperti di bawah ini (Lako, 2014):

Gambar 1. Strategi penghijauan Perusahaan



Step-step untuk menghijaukan perusahaan: Melakukan penghijauan terhadap visi, misi, tujuan dan sasaran perusahaan. Pemilik atau pemimpin perusahaan harus mengkaji ulang dan merumuskan kembali visi, misi, tujuandan sasaran perusahaan yang sudah ada agar lebih ramah dan sensitif terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. visi, misi, tujuan dan sasaran tersebut akan memberikan arahanstrtegis, taktis dan operasional bagi jajaran manajemen dan karyawan selama proses pembangunan bisnis hijau yang berkelanjutan.

Visi UPTD Pengembangan Sentra Keramik Plered adalah Menjadikan Pengembangan Sentra Keramik Lebih Dikenal Lagi Baik Lokal Maupun Internasional. Misi UPTD Pengembangan Sentra Keramik Plered adalah: Meningkatkan promosi kerajinan keramik dikenal nasional dan internasional; Meningkatkan tingkat SDM yang rajin, regenerasi pengrajin keramik; Meningkatkan pengelolaan bahan baku keramik; Meningkatkan desain dan warna keramik; Meningkatkan pelayanan masyarakat local dan lura negeri peminat keramik; Mengembangkan wisata dan proses produk keramik;Menjadikan sentra keramik sebagai tempat wisata dan produk-produk UKM khas atau unggulan Purwakarta

Melakukan penghijauan terhadap struktur dan fungsi-fungsi manajemen perusahaan.

Dalam hal ini struktur manajemen, mulai dari manajemen puncak hingga operasional perludihijaukan pemahaman dan kompetensinya tentang arti penting penghijauan perusahaansehingga semua level manajemen memiliki persepsi dan gerak tindakan yang sama.

Perusahaan juga perlu mengembangkan struktur manajemen baru yang bertanggung jawabmengembangkan , menginternalisasikan, dan mengimplementasikan nilai-nilai, prinsip-prinsip dan praktik-praktik bisnis yang ramah lingkungan serta melakukan monitoring danpengendaliannya. Fungsi-fungsi manajemen perusahaan, seperti fungsi keuangan dan akuntansi, sumber daya manusia, produksi, operasi, pemasaran, teknologi informasi danlainnya juga perlu dihijaukan. Misalnya sistem, model dan indikator perencanaankeuangan, penilaian dan pengukuran kinerja keuangan serta kinerja manajemen harus sensitif terhadap costs dan benefits sosial dan lingkungan. Demikian pula pelaporaninformasi akuntansi tidak lagi hanya menyajikan informasi dan indikator keuangan saja,tetapi juga harus disertai dengna informasi serta indikator sosial dan lingkungan.

Struktur Organisasi UPTD Pengembangan Sentra Keramik Plered ada di bawah pembinaan Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Purwakarta. Kepala UPTD Pengembangan Sentra Keramik sekarang adalah Ibu Mumun Maemunah SE.

Melakukan penghijauan terhadap proses manajemen perusahaan. Pemimpin perlu selalu menekankan bahwa setiap perencanaan, pengkoordinasian, pengendalian manajemen dan pelaksanaan aktivitas bisnis harus senantiasa mempertimbangkan dan menginternalisasikan isu-isu serta nilai-nilai sosial dan lingkungan secara integrasi. Dengan demikian, tidak hanya kepentingan ekonomi yang menjadi fokus dalam mempertimbangkan proses manajemen perusahaan, tetapi juga kepentingan sosial dan lingkungan. Integrasi dan sinergitas pertimbangan ekonomi, sosial dan lingkungan dalam proses manajemen pada akhirnya akan menciptakan keseimbangan, keselarasan dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Industri keramik Plered telah melakukan operasinya dengan melakukan perhatian terhadap lingkungan dan sosial. Proses operasi bisnis menggunakan teknologi yang ramah lingkungan sehingga UKM perlu berinvestasi dalam teknologi yang ramah lingkungan. UKM juga harus beroperasi pada lokasi dan tempat yang ramah lingkungan sehingga investasi dalam pabrik dan gedung yang ramah lingkungan menjadi sangat penting. UKM juga perlu memanfaatkan sejumlah sumber energi terbarukan untuk menekan konsumsi energi dan mengurangi emisi. Karena itu, investasi dalam R&D dan energi terbarukan menjadi penting. Melakukan penghijauan terhadap akuntabilitas perusahaan dan transparansi informasi.

Penghijauan akuntabilitas perusahaan mensyaratkan perusahaan harus memperhitungkan semua konsekuensi ekonomi, sosial dan lingkungan yang bakal timbul dari aktivitas ekonomi bisnis perusahaan ketika membuat keputusan

manajerial serta pengelolaan bisnis secara berkelanjutan.

Industri keramik Plered dalam membuat keputusan manajerial dalam pengelolaan bisnis telah memperhatikan lingkungan dan sosial. Saat ini, secara internasional banyak perusahaan sudah menggunakan media Sustainability Reporting atau Integrated Reporting sebagai media untuk mengungkapkan posisi dan informasi ekonomi, sosial, lingkungan, serta tata kelola perusahaan kepada para pemangku kepentingan dan khalayak umum. UKM juga seharusnya memberikan informasi ini.

Sejauh mana pelaksanaan green business pada usaha pengrajin keramik di Plered dapat dijelaskan sebagai berikut: Faktor profit: kapasitas produksi yang belum menunjukkan trend peningkatan tetapi masih naik turun. Belum adanya pencatatan transaksi secara keuangan. Membangun pengertian dan memberikan pengetahuan tentang pentingnya pencatatan transaksi keuangan. Topik mengenai pentingnya tertib administrasi ilmu Akuntansi Dasar sangat diperlukan bagi para pelaku usaha agar dapat membuat catatan transaksi, pembelian, penjualan, retur dsb. Belum adanya pengelolaan keuangan secara professional. Hal ini memang sangat berhubungan dengan pasar dari usaha ini. Bila sudah diketahui akan rencana penjualan di periode yang akan datang, dapat dibuat sebuah anggaran untuk mengerjakannya. Selama ini pengelolaan keuangan hanya berdasarkan *purchase order* (PO) yang datang secara tidak terencana (menunggu pembeli datang untuk memesan)

Faktor people: Karakter pelaku usaha. Para pelaku usaha masih perlu diberikan tambahan motivasi atau wawasan mengenai kewirausahaan. Topik pelatihan atau workshop mengenai kepemimpinan dan pentingnya regenerasi sangat diperlukan saat ini bagi para pelaku usaha untuk mengelola usahanya secara professional untuk mencapai kemajuan di masa mendatang.

Kemampuan Bahasa Inggris. Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan adalah dari sisi kemampuan Bahasa Inggris dari para pelaku usaha dan pengrajinnya juga. Hal ini harus dilakukan karena tujuan pasar pelaku usaha ini sudah sampai ke manca negara, tentunya hal ini harus diimbangi dengan kemampuan berbahasa yang sama, agar transaksi dapat terjadi lebih efektif dan efisien.

Kemampuan Prosedur Ekspor. Pasar yang sudah ke manca negara ini juga harus diimbangi dengan pengetahuan tentang prosedur ekspor, agar biaya yang keluar dapat lebih efisien.

Faktor lingkungan: faktor lingkungan usaha pengrajin Plered dijaga agar terus lestari. Pada PKM ini telah dibuat website untuk mewujudkan visi dan misi UPTD Pengembangan Sentra Keramik Plered dan Pembuatan Model Green Business.

KESIMPULAN

Informasi yang diperoleh dari UPTD Plered adalah bahwa sumber bahan baku di daerah Plered begitu melimpah, hingga 5 ribu tahun ke depan tanah liatnya tetap dapat dijadikan sebagai bahan baku usaha keramik. Hal ini seharusnya menjadi motivasi yang kuat bagi seluruh lembaga yang terkait dengan industri keramik bahwa keuntungan absolut kita miliki dimana negara lain tidak memilikinya, sehingga potensi industri keramik ini untuk maju sangatlah besar. Dari sisi keuangan dimana pengelompokan dibagi dua yaitu kelompok tradisional dan kelompok eksportir, dimana kelompok tradisional adalah kelompok yang belum melakukan pencatatan keuangan, hal ini harus menjadi perhatian serius dan diupayakan solusinya. Kelompok yang satu lagi yaitu kelompok eksportirpun masih perlu mendapat perhatian besar, karena mereka ini adalah kelompok yang sudah dapat menembus pasar ekspor yang secara nasional sudah menyumbang pendapatan

negara melalui pajak ekspor yang mereka berikan, dan dapat membuka pasar tenaga kerja yang besar sudah seharusnya pula mendapat dukungan lebih lagi dengan diberikan pelatihan-pelatihan atau workshop yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Balai Besar Keramik, 2013, Potensi Bahan Baku Keramik, Bandung
- Balai Besar Keramik, 2013, Pengembangan Keramik Fungsional, Bandung
- Dinas Perindustrian Jawa Barat, 2006, Pelatihan dan Praktikum tentang Pembakaran Keramik, Bandung
- Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral, 2009, Sinergitas Program/Kegiatan Pengembangan dan Pemasarakatan Teknologi Tepat Guna, Bandung.
- ITB, 2014, Pengembangan Disain pada Produk, Bandung
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenekop dan UKM), www.depkop.go.id, diakses tanggal 2 April 2015
- Kadin, 2013, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan Bandung.
- Lawrence J. Gitman, 2009, "Principle of Managerial Finance" 12th edition New York, Pearson Internasional
- STIE Harapan Bangsa, 2013, Pengembangan Kinerja Financial dan Non Financial UMKM Keramik di Jawa Barat (Sentra Industri Keramik Kiaracandong Bandung).
- SBM, 2013, Dokumen Kurikulum, Program Studi Kewirausahaan, Bandung
- UPTD, 2008, Pokja Klaster, Industri Kerajinan Gerabah/Keramik Hias, Plered Purwakarta.

UPTD, 2008, Klaster Industri Kerajinan Gerabah dan Keramik Hias, Plered Purwakarta

UPTD, 2012, Peningkatan Teknik Produksi dan Diversifikasi Produk Kerajinan Produk Kerajinan Keramik Plered.

UPTD, 2009, Teknik Produksi dan Disain Pengembangan Klaster IKM Gerabah/Keramik Hias, Plered Purwakarta