

Profit Hijau: Inovasi Bisnis *Ecoprint* Sebagai Model Fashion Berkelanjutan

Diki Ardiansyah¹, Nur Azizah Wandinia Ghozali²
Jurusan Bisnis Program Studi Akuntansi Sektor Publik Politeknik Negeri Jember

alamat_email : ardiansyahdiki@gmail.com¹, nurwandinia27@gmail.com²

Abstrak

Artikel ini membahas inovasi bisnis *ecoprint* sebagai model fashion berkelanjutan yang menggabungkan keindahan seni dan keberlanjutan lingkungan. Melalui teknik *pounding* yang menggunakan bahan alami, *ecoprint* tidak hanya menghasilkan produk fashion yang unik tetapi juga mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Penelitian ini menggunakan Metode penelitian pendekatan kualitatif dengan eksperimen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk *ecoprint* mendorong masyarakat untuk lebih menghargai lingkungan sekitar melalui kreativitas dalam seni. Selain itu, studi ini menggarisbawahi pentingnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan dan memberikan rekomendasi bagi pelaku industri untuk mengadopsi praktik berkelanjutan demi mendukung perekonomian lokal dan menjaga lingkungan.

Kata Kunci: inovasi bisnis, *ecoprint*, fashion berkelanjutan

Abstract

This article discusses ecoprint business innovation as a sustainable fashion model that combines the beauty of art and environmental sustainability. Through pounding techniques that use natural materials, ecoprint not only produces unique fashion products but also reduces negative impacts on the environment. The results showed that ecoprint products encourage people to appreciate the environment more through creativity in art. In addition, this study underscores the importance of consumer awareness of sustainability and provides recommendations for industry players to adopt sustainable practices to support the local economy and protect the environment.

Keywords : business innovation, *ecoprint*, sustainable fashion

PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan keanekaragaman hayati yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk industri kreatif. Salah satu potensi yang besar dalam dunia fashion adalah pemanfaatan tanaman lokal sebagai bahan pewarna alami yang digabungkan dengan seni untuk menciptakan sebuah produk yang menarik dalam teknik *ecoprint*. Teknik *ecoprint* diperkenalkan oleh seniman tekstil dari India yaitu Flint pada tahun 2000. *Ecoprint* merupakan teknik cetak tekstil ramah lingkungan yang menggunakan bahan-bahan alami seperti daun, bunga, dan kulit kayu untuk menciptakan pola dan warna pada kain (Susanto et al., 2021); (Adisurya et al., 2023).

Menurut Fazruza & Novita, (2018) penggunaan teknik *ecoprint* menghasilkan warna alami yang lebih aman dan ramah lingkungan karena tidak menggunakan zat sintesis beracun kimia yang berbahaya dan menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan. Menurut Irianingsih, (2018) *ecoprint* adalah membentuk pola daun dan bunga di atas kain dengan menggunakan teknik tertentu. Menurut Waluyo et al., (2019) *ecoprint* adalah membentuk atau memindahkan

pola daun dan bunga di atas permukaan kain yang menghilangkan lapisan lilin pada kain agar warna daun dan bunga membentuk sebuah pola yang dapat menyerap pada kain.

Menurut Naini & HASMAH, (2021); Wahyuni & Mutmainah, (2020) *Ecoprint* menghasilkan warna yang berbeda-beda yang menjadikannya unik. Bahan alam yang digunakan seperti daun, batang, bunga apabila diambil dari tempat yang berbeda akan menghasilkan warna yang berbeda (Andriyanti, 2022). Dalam prosesnya, *ecoprint* memiliki beberapa teknik yang menggunakan peralatan sederhana yaitu dengan teknik pukul, merebus, dan mengukus (Nurcahyanti & Septiana, 2018); (Mardiana et al., 2020). Dengan teknik yang tepat dan peralatan sederhana yang digunakan dalam proses pembuatannya, *ecoprint* dapat dilakukan oleh individu yang berkeinginan untuk memanfaatkan peluang bisnis kreatif yang ramah lingkungan.

Bisnis *ecoprint* tidak hanya menawarkan produk fashion yang unik dan bernilai tambah, tetapi juga dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. Setiap daerah dapat memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah untuk mengembangkan bisnis *ecoprint*, dan memperkenalkan budaya atau ciri khas dari suatu daerah dengan membuat pola yang indah dalam produk *ecoprint*. Pengembangan bisnis *ecoprint* juga dapat berkontribusi pada peningkatan nilai ekonomi dari sumber daya alam yang memiliki dampak positif terhadap lingkungan karena penggunaan bahan-bahan bersifat alami dan ramah lingkungan.

Pembuatan produk *ecoprint* berdasarkan pada konsep desain berkelanjutan yang memanfaatkan sumber daya alam yang ramah lingkungan dan mengurangi pencemaran lingkungan. Bisnis *ecoprint* memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang, *ecoprint* menciptakan produk yang berbeda dari produk fashion konvensional dengan fokus pada kualitas, desain yang unik, dan cerita di balik produk. Dalam proses pembuatan produk yang menggunakan bahan dari alam seperti daun, bunga, dan kulit kayu yang dapat menghasilkan karya yang unik dan bernilai jual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi bisnis *ecoprint* dalam mengembangkan ekonomi kreatif lokal, dengan fokus pada aspek produksi, pemasaran, dan dampak sosial ekonomi.

KAJIAN PUSTAKA

Green Marketing menurut Haryadi et al., (2009) adalah sebuah alat pemasaran yang memberikan kepuasan individu dan organisasi dalam melakukan pemeliharaan, perlindungan, dan konservasi pada lingkungan. *Green marketing* diperkenalkan oleh AMA (*The American Marketing Associate*) pada tahun 1975 melalui seminar yang menghasilkan buku *green marketing* pertama yang berjudul "*Ecological Marketing*". *American Marketing Association* dalam (Hawkins & Mothersbaugh, n.d.) menyatakan bahwa *green marketing* adalah suatu aktivitas penjualan produk dengan konsep yang ramah terhadap lingkungan, yang terdiri dari mengubah aktivitas produksi, modifikasi produk, mengganti kemasan serta mengubah strategi promosi terhadap produk.

Green marketing terdiri dari seluruh kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan suatu barang agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga kepuasan, kebutuhan dan keinginan terpenuhi, dengan meminimalisir dampak kerugian pada lingkungan alam (Polonsky, 1994). *Green marketing* membentuk proses penjualan produk atau jasa yang bersumber pada kegunaan lingkungan, meliputi produk atau jasa dan proses produksi dengan cara ramah lingkungan (Bukhari, 2011). *Green marketing* tidak hanya berfokus mencari laba sebagai tujuan dari perusahaan, tapi harus ada tanggung jawab kepada lingkungan. Menurut

Mintu and Lozada dalam Haryadi et al., (2009) *green marketing* merupakan pemakaian dari instrumen pemasaran untuk menyediakan suatu perubahan yang memberikan kepuasan bagi organisasi dan tujuan individual dalam melakukan pemeliharaan, perlindungan, dan konservasi terhadap lingkungan fisik.

Dalam proses pembuatan produk menggunakan teknik *ecoprint* menggunakan bahan alami dari alam dan tidak menggunakan bahan kimia yang dapat merusak lingkungan. *Ecoprint* merupakan manifestasi dari prinsip-prinsip *green marketing* yang dirancang untuk mempromosikan produk yang ramah lingkungan kepada konsumen. Dengan strategi yang tepat dapat menciptakan bisnis berkelanjutan yang memberikan dampak positif terhadap lingkungan.

METODE PENELITIAN

Pada Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan eksperimen. Dalam konteks ini, kami melakukan serangkaian eksperimen untuk mengembangkan dan menguji produk fashion berbasis *ecoprint*, dengan fokus pada strategi pemasaran terhadap inovasi yang diterapkan. Proses eksperimen dimulai dengan pembuatan prototipe pakaian dan aksesoris yang menggunakan teknik *ecoprint*, yang memanfaatkan bahan alami dan ramah lingkungan. Dengan pendekatan ini, kami berharap dapat menghasilkan wawasan mendalam mengenai potensi inovasi *ecoprint* dalam industri fashion serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi dalam bisnis *ecoprint* terletak pada penerapan teknik pewarnaan berbasis bahan alami yang tidak hanya menciptakan desain unik dan menarik, tetapi juga meminimalkan dampak lingkungan dengan mengurangi penggunaan bahan kimia berbahaya, serta pemanfaatan proses produksi yang efisien dan berkelanjutan, yang memungkinkan pengrajin untuk menghasilkan produk fashion berkualitas tinggi sambil memberdayakan komunitas lokal. Inovasi bisnis *ecoprint* menawarkan keunggulan produk ramah lingkungan yang menggunakan bahan alami dalam proses pembuatannya dan strategi *green marketing* dalam memasarkan produk untuk memperoleh profit hijau.

Keunggulan *Ecoprint* sebagai Model Fashion Berkelanjutan

Ecoprint sebagai model fashion berkelanjutan menawarkan keunggulan yang luar biasa dalam menciptakan karya seni tekstil yang ramah lingkungan. Dengan memanfaatkan bahan alami dan teknik cetak yang inovatif, *ecoprint* tidak hanya menghasilkan produk yang unik tetapi juga mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Proses pembuatan yang menggunakan daun, bunga, dan bahan organik lainnya memastikan bahwa setiap produk memiliki karakter yang berbeda dan tidak ada yang serupa, memberikan nilai seni yang tinggi.

Selain itu, penggunaan pewarna alami menghindarkan kita dari zat kimia berbahaya yang sering ditemukan pada industri fashion konvensional. *Ecoprint* juga mendukung ekonomi lokal dengan memberdayakan pengrajin dan komunitas untuk terlibat dalam proses produksi. Hal ini menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, *ecoprint* bukan hanya sekedar tren mode, tetapi juga sebuah gerakan untuk melestarikan budaya dan lingkungan. Fashion yang berkelanjutan seperti ini mengajak konsumen untuk lebih sadar akan pilihan mereka, mendorong mereka untuk memilih produk yang tidak hanya indah tetapi juga etis.

Dalam dunia yang semakin peduli akan keberlanjutan, *ecoprint* menjadi solusi tepat bagi mereka yang ingin tampil fashionable tanpa mengorbankan bumi. Melalui desain yang kreatif dan inovatif, *ecoprint* mampu menjembatani antara estetika dan tanggung jawab sosial, menciptakan kesadaran akan pentingnya memilih produk yang berkelanjutan. Dengan demikian, *ecoprint* adalah langkah maju menuju fashion yang lebih baik dan lebih bertanggung jawab.

Bahan-Bahan Alami yang Digunakan dalam *Ecoprint*

Ecoprint adalah teknik mencetak yang memanfaatkan bahan-bahan alami untuk menghasilkan pola dan warna yang unik. Daun, bunga, dan kulit kayu sering digunakan sebagai sumber pewarna alami yang ramah lingkungan. Misalnya, daun jati memberikan nuansa coklat yang hangat, sementara bunga kunyit menghasilkan warna kuning cerah. Prosesnya menggunakan teknik pukul (*pounding*) bahan-bahan diatas kain, sehingga menghasilkan cetakan yang indah dan berkelanjutan. Dengan menggunakan bahan alami, *ecoprint* tidak hanya estetis tetapi juga menjaga kelestarian alam.

Proses Pembuatan *Ecoprint* yang Ramah Lingkungan



Gambar 1.1 Proses Pembuatan *Ecoprint*

Proses pembuatan *ecoprint* yang ramah lingkungan dimulai dengan pemilihan bahan alami, seperti daun, batang, bunga, atau buah yang kaya pigmen. Bahan-bahan tersebut kemudian dicuci bersih untuk menghilangkan kotoran dan getah. Selanjutnya, siapkan kain berbahan dasar katun atau sutra yang telah direndam dalam larutan mordant, seperti tawas, untuk meningkatkan daya serap warna. Setelah itu, letakkan bahan alam di atas kain sesuai desain yang diinginkan, lalu tutup dengan kain penutup. Proses penekanan dilakukan dengan menggunakan palu atau alat berat agar pigmen dapat terserap dengan baik. Setelah beberapa jam, kain dibersihkan dan dikeringkan. Hasilnya adalah kain yang indah dengan pola unik dan warna alami, menciptakan karya seni yang tidak hanya menarik, tetapi juga berkelanjutan.

Strategi Pemasaran untuk Produk Fashion *Ecoprint*

Strategi *green marketing* dalam memasarkan produk ramah lingkungan yang semata-mata tidak hanya mengambil profit saja, melainkan ada tanggung jawab terhadap lingkungan. *Green marketing* dalam produk *ecoprint* sebagai fashion berkelanjutan menekankan pada penggunaan bahan alami dan proses pembuatan produk ramah lingkungan, yang tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap alam, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan dan etika produksi. Dengan mempromosikan keunikan desain dan cerita di balik setiap produk yang dihasilkan, *ecoprint* dapat menarik minat pasar yang semakin sadar akan pentingnya memilih produk yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Dalam dunia fashion *ecoprint*, strategi pemasaran yang efektif melibatkan pemanfaatan media sosial untuk menjangkau konsumen. Kreativitas dalam konten visual dan kolaborasi dengan influencer dapat meningkatkan daya tarik produk. Dalam dunia fashion yang semakin sadar lingkungan, strategi pemasaran untuk produk *ecoprint* perlu mengedepankan keunikan dan keberlanjutan. Menggunakan media sosial sebagai platform utama, *brand* dapat berbagi cerita di balik setiap desain, menyoroti proses pembuatan yang ramah lingkungan.

Kolaborasi dengan influencer yang peduli lingkungan juga dapat menarik perhatian lebih luas. Selain itu, mengadakan workshop atau event yang memperkenalkan teknik *ecoprint* kepada konsumen dapat menciptakan pengalaman interaktif, menjadikan produk fashion *ecoprint* tidak hanya sekedar pakaian, tetapi juga sebuah pernyataan gaya hidup. Dalam dunia fashion yang semakin berkembang, strategi pemasaran produk *ecoprint* harus memanfaatkan kekuatan media sosial dengan konten visual yang menarik. Menggandeng influencer yang peduli lingkungan dapat meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian konsumen. Mengadakan workshop dan event lokal untuk memperkenalkan teknik *ecoprint* juga dapat menciptakan pengalaman langsung yang mendalam. Selain itu, kolaborasi dengan desainer lokal untuk menciptakan koleksi terbatas memberikan nilai tambah dan eksklusivitas, menjadikan produk *ecoprint* bukan hanya pakaian, tetapi juga karya seni yang memiliki cerita.

Dampak Positif *Ecoprint* terhadap Lingkungan dan Sosial

Ecoprint membawa dampak positif yang signifikan bagi lingkungan dan sosial. Dengan menggunakan bahan-bahan alami, *ecoprint* mengurangi penggunaan zat kimia berbahaya yang dapat mencemari tanah dan air. Proses pembuatan yang ramah lingkungan ini juga mendukung keberlanjutan sumber daya alam. Selain itu, *ecoprint* mendorong masyarakat untuk lebih menghargai lingkungan sekitar melalui kreativitas dalam seni. Kegiatan ini sering kali melibatkan komunitas, menciptakan ikatan sosial yang kuat di antara anggotanya.

Pelatihan *ecoprint* juga membuka peluang kerja baru, terutama bagi perempuan dan pemuda. Dengan meningkatkan keterampilan, mereka dapat menghasilkan produk bernilai tinggi yang dapat dipasarkan. Selain aspek ekonomi, *ecoprint* juga mendorong kesadaran akan pentingnya pelestarian alam. Dengan mengedukasi masyarakat tentang cara membuat produk ramah lingkungan, *ecoprint* membantu menciptakan generasi yang lebih sadar lingkungan. Kegiatan ini juga menumbuhkan rasa cinta terhadap budaya lokal dengan menggunakan motif dan bahan tradisional.

Secara keseluruhan, *ecoprint* tidak hanya memberikan manfaat bagi individu, tetapi juga bagi komunitas dan lingkungan secara luas, menjadikannya sebagai langkah positif menuju masa depan yang lebih berkelanjutan. Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, inovasi bisnis *ecoprint* menjadi salah satu solusi cerdas dalam dunia fashion. Melalui pendekatan yang ramah lingkungan dan kreatif, *ecoprint* tidak hanya

menawarkan produk yang unik, tetapi juga menyampaikan pesan penting tentang perlunya menjaga bumi kita. Dengan memanfaatkan bahan-bahan alami dan teknik yang berkelanjutan, setiap karya *ecoprint* adalah langkah kecil menuju perubahan besar.

SIMPULAN

Ecoprint sebagai teknik pencetakan kain yang memanfaatkan bahan alami seperti daun, bunga, dan kulit kayu, menunjukkan potensi besar dalam menciptakan produk fashion yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Teknik ini mengurangi penggunaan bahan kimia berbahaya dan mendukung kelestarian alam, sehingga membawa dampak positif bagi lingkungan. Selain itu, *ecoprint* tidak hanya menghasilkan produk unik yang bernilai seni tinggi tetapi juga berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi lokal dengan melibatkan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan, untuk berpartisipasi dalam produksi.

Ecoprint mempromosikan prinsip *green marketing* dalam pemasaran produk-produk ramah lingkungan, yang memungkinkan konsumen untuk berkontribusi pada keberlanjutan melalui pilihan mereka. Dengan strategi pemasaran yang tepat, seperti penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan influencer, *ecoprint* dapat semakin menarik minat pasar yang peduli lingkungan dan menciptakan kesadaran akan pentingnya fashion yang bertanggung jawab. *Ecoprint* adalah langkah inovatif dalam menggabungkan seni, budaya lokal, dan tanggung jawab lingkungan dalam bisnis fashion, yang memberikan peluang bagi pengembangan ekonomi kreatif yang lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisurya, S. I., Rachman, A., Wilastrina, A., Riyanti, M. T., & Damayanti, R. A. (2023). Penerapan Ecoprint Dengan Metode Pounding Pada Produk Bernilai Jual Bagi Remaja Karang Taruna. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(2), 1057–1066.
- Andriyanti, E. M. Y. (2022). EKSPLOKASI BAHAN DALAM PEWARNAAN ECOPRINT DENGAN MENGGUNAKAN LIMBAH DAUN BEKAS UNTUK PROSES PRODUKSI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 2(1), 399–405.
- Bukhari, S. S. (2011). Green Marketing and its impact on consumer behavior. *European Journal of Business and Management*, 3(4), 375–383.
- Fazruza, M., & Novita, M. (2018). Eksplorasi Daun Jati sebagai Zat Pewarna Alami pada Kain Katun sebagai Produk Phasmida dengan Teknik Ecoprint. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 3(3).
- Haryadi, R., SUFIAN, S., & SUSILOWATI, I. (2009). *Pengaruh strategi green marketing terhadap pilihan konsumen melalui pendekatan marketing mix (Studi kasus pada The Body Shop Jakarta)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (n.d.). *Building Marketing Strategy ELEVENTH EDITION*.
- Irianingsih, N. (2018). *Yuk Membuat ECO PRINT motif kain dari daun dan bunga*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mardiana, T., Warsiki, A. Y. N., & Heriningsih, S. (2020). Menciptakan Peluang Usaha Ecoprint Berbasis Potensi Desa dengan Metode RRA dan PRA. *KoPeN: Konferensi Pendidikan Nasional*, 2(1), 282–288.

- Naini, U., & HASMAH, H. (2021). Penciptaan tekstil teknik ecoprint dengan memanfaatkan tumbuhan lokal Gorontalo. *Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni*, 23(1), 266–276.
- Nurcahyanti, D., & Septiana, U. (2018). Handmade Eco Print as a Strategy to Preserve the Originality of Ria Mirandaâ€™s Designs in the Digital Age. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(3), 395–400.
- Polonsky, M. J. (1994). Green Marketing Regulation in USA and Australia: The Australian Checklist. *Greener Management International*, 44–52.
- Susanto, N. C. A., Latief, M., Puspitasari, R. D., Bemis, R., & Heriyanti, H. (2021). Pengenalan ecoprint guna meningkatkan keterampilan siswa dalam pemanfaatan bahan alam. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(1), 111–117.
- Wahyuni, T. S., & Mutmainah, S. (2020). Karakteristik karya ecoprint natural dye pada kulit di rumah batik hardini papar-kediri. *Jurnal Seni Rupa*, 8(2), 194–207.
- Waluyo, L. A. S., Srimulyani, V. A., & Rustiyaningsih, S. (2019). PKM Kerajinan Batik Ecoprint dan Tie Dye di Kota Madiun dan Ponorogo. *ASAWIKA: Media Sosialisasi Abdimas Widya Karya*, 4(2).