

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri fashion global, termasuk di Indonesia, merupakan sektor yang dinamis dengan nilai ekonomi yang sangat besar, serta menjadi salah satu kontributor utama PDB dan penyerapan tenaga kerja, khususnya melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Hardimanto et al., 2025). Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Pemanfaatan *e-commerce* dan platform media sosial (seperti Instagram, dan Facebook) telah menjadi instrumen tak terpisahkan bagi UMKM untuk mengatasi batasan geografis, meningkatkan visibilitas, dan membangun hubungan langsung dengan konsumen (Trulline, 2021). Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran penjualan, tetapi juga sebagai alat pemasaran dan narasi yang kuat untuk mengkomunikasikan nilai-nilai merek, termasuk komitmen terhadap keberlanjutan. Adopsi e-commerce berkelanjutan merupakan salah satu pilar penting dalam transisi menuju ekonomi hijau dan sirkular.

Namun, di Indonesia, laju adopsi, khususnya melalui platform website mandiri, dan media sosial masih tergolong rendah. Meskipun urgensi dan potensi fashion semakin jelas, UMKM di bidang fashion menghadapi tantangan signifikan dalam mengadopsi model bisnis berkelanjutan. Sebagai perusahaan yang memiliki visi untuk menjadi pemimpin dalam industri fashion yang berkelanjutan, kami menyadari bahwa adopsi e-commerce berkelanjutan adalah langkah krusial. Namun, rendahnya implementasi website dengan prinsip ini

menjadi hambatan utama dalam mewujudkan aspirasi jangka panjang. Dengan visi untuk menciptakan masyarakat yang lebih sehat dan berdaya melalui teknologi digital, INMAS TAILOR sangat menyoroti rendahnya literasi digital dikalangan UMKM. Hal ini secara langsung menghambat pencapaian tujuan besar kami untuk inklusi digital.

Dalam rangka mewujudkan visi kami untuk menjadi katalis perubahan menuju praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan memenuhi misi kami untuk menyediakan platform yang memberdayakan inovasi berkelanjutan, INMAS TAILOR mengamati adanya fenomena rendahnya adopsi e-commerce berkelanjutan. Fenomena ini menjadi fokus utama karena secara langsung memengaruhi kemampuan untuk mencapai tujuan-tujuan strategis tersebut. Di sisi lain, e-commerce berkelanjutan berbasis website dan media sosial menawarkan potensi transformatif yang masif bagi UMKM. Ini bukan hanya tentang memperluas jangkauan pasar, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai lingkungan dan sosial ke dalam model bisnis ini, mulai dari pengadaan bahan baku yang bertanggung jawab, proses produksi yang efisien, hingga distribusi dan pengelolaan limbah.

Platform e-commerce berkelanjutan memfasilitasi transparansi rantai pasok, penggunaan kemasan ramah lingkungan, dan komunikasi nilai-nilai keberlanjutan langsung kepada konsumen yang semakin sadar (Ruslang et al., 2020)

INMAS TAILOR, sebagai UMKM di industri fashion, berada pada posisi strategis untuk mengadopsi dan memimpin dalam model bisnis berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ekonomi, sosial, dan

lingkungan melalui praktik seperti penggunaan bahan baku ramah lingkungan, optimalisasi proses produksi untuk mengurangi limbah, jaminan kondisi kerja yang etis, serta keterlibatan komunitas lokal INMAS TAILOR dapat tidak hanya mengurangi dampak negatifnya tetapi juga menciptakan diferensiasi kompetitif dan nilai tambah yang signifikan di pasar yang semakin sadar. Implementasi model bisnis berkelanjutan ini harus diperkuat oleh strategi digital yang komprehensif. Website dapat menjadi sentral untuk transaksi dan informasi transparan, sementara media sosial dapat berperan sebagai channel dinamis untuk digital marketing, edukasi konsumen, dan pembangunan komunitas, yang semuanya mendukung narasi keberlanjutan INMAS TAILOR.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana INMAS TAILOR dapat mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis intinya. Lebih lanjut, penelitian ini akan menganalisis dampak implementasi model bisnis berkelanjutan melalui pemanfaatan website dari perspektif keuangan, sosial, dan lingkungan. Penting juga untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan adopsi model bisnis berkelanjutan ini pada konteks UMKM seperti INMAS TAILOR.

Terakhir, penelitian ini akan menganalisis bagaimana penerapan strategi e-commerce dan pemasaran digital secara spesifik dapat mendukung dan mempercepat pencapaian tujuan keberlanjutan UMKM INMAS TAILOR. Melalui temuan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM fashion lainnya di Indonesia untuk bertransisi menuju praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan relevan di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka ada beberapa rumusan masalah, seperti :

1. Bagaimana INMAS TAILOR dapat menggabungkan prinsip-prinsip keberlangsungan (ekonomi, sosial, lingkungan) ke dalam model bisnis intinya
2. Bagaimana dampak implementasi model bisnis berkelanjutan melalui pemanfaatan website INMAS TAILOR dari perspektif keuangan sosial dan lingkungan
3. faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan adopsi model bisnis berkelanjutan melalui pemanfaatan website pada UMKM INMAS TAILOR
4. Bagaimana penerapan e-commerce, digital marketing, sosial media, (instagram, facebook, tiktok) pada UMKM INMAS TAILOR

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan diatas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Menganalisis cara INMAS TAILOR dapat menggabungkan prinsip-prinsip keberlanjutan (ekonomi, sosial, lingkungan) ke dalam model bisnis intinya.
2. Mengkaji dampak implementasi model bisnis berkelanjutan melalui pemanfaatan website INMAS TAILOR dari perspektif keuangan, sosial, dan lingkungan.

3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan adopsi model bisnis berkelanjutan melalui pemanfaatan website pada UMKM INMAS TAILOR
4. Menganalisis penerapan e-commerce (Digital marketing, sosial media, instagram, facebook, tiktok) pada UMKM INMAS TAILOR

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari Laporan Kewirausahaan yang penulis ambil adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM INMAS TAILOR: Memberikan panduan praktis dan model bisnis yang terstruktur untuk mencapai keberlanjutan melalui pemanfaatan website, membantu dalam peningkatan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing.
2. Bagi Akademisi: Menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen strategis, kewirausahaan, dan e-business, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pengembangan UMKM di era digital.
3. Bagi Masyarakat/Praktisi Bisnis: Memberikan contoh kasus dan kerangka pemikiran tentang bagaimana UMKM dapat mengadopsi teknologi untuk mencapai keberlanjutan bisnis.