
AKSIOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN BERKELANJUTAN DALAM PENGUATAN DAYA SAING UMKM DI ERA GLOBALISASI EKONOMI

Teguh Satya Wira¹, Abdul Rahim Siregar², Siti Mujiatun³

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

^{1,2,3} Program Doktor Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
Medan

² DPR-D Propinsi Sumatera Utara, Medan

e-mail: satyaw077@gmail.com...09regar@gmail.com..sitimujiatun@umsu.ac.id
2530030021@umsu.ac.id .. 2530030017@umsu.ac.id

Abstract: *This research aims to analyze the axiological foundation of sustainable management for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and its role in building competitive advantage in the global economic era. Using a qualitative approach with a multi-case study design, this study explores how intrinsic values (business ethics, intergenerational justice, environmental preservation) and extrinsic values (profit, consumer loyalty, market access) form the philosophical basis for adopting sustainable practices. Data were collected through in-depth interviews, Focus Group Discussions (FGD), observation, and document studies involving MSMEs that have implemented sustainability principles. Thematic analysis reveals that the internalization of axiological values encourages the operationalization of the Triple Bottom Line and ESG (Environmental, Social, Governance) frameworks in business strategies. The integration of these values proves to be a significant source of competitive advantage for MSMEs, manifested through green brand image differentiation, operational efficiency, access to new ethical markets, and increased business resilience. This study contributes theoretically by enriching the discourse on sustainable management with a value-based philosophical perspective, specifically within the MSME context. Practically, it provides recommendations for MSMEs, policymakers, and facilitators in the form of a contextual implementation roadmap, integrated training programs, and supportive policies to accelerate the inclusive and sustainable transformation of MSMEs.*

Keywords: *Axiology, Sustainable Management, MSME Competitiveness, ESG, Globalization.*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis landasan aksiologi dari manajemen berkelanjutan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta perannya dalam membangun keunggulan kompetitif di era ekonomi global. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi multi-kasus, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai intrinsik (etika bisnis, keadilan antargenerasi, kelestarian lingkungan) dan nilai-nilai ekstrinsik (profit, loyalitas konsumen, akses pasar) membentuk landasan filosofis bagi adopsi praktik berkelanjutan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, Focus Group Discussion (FGD), observasi, dan studi dokumen yang melibatkan UMKM yang telah menerapkan prinsip keberlanjutan. Analisis tematik mengungkapkan bahwa internalisasi nilai-nilai aksiologis mendorong operasionalisasi kerangka Triple Bottom Line dan ESG (Environmental, Social, Governance) dalam strategi bisnis. Integrasi nilai-nilai ini terbukti menjadi sumber keunggulan bersaing yang signifikan bagi UMKM, yang diwujudkan melalui diferensiasi citra merek hijau, efisiensi operasional, akses ke pasar etis baru, serta peningkatan ketahanan usaha. Kajian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya wacana manajemen berkelanjutan dengan perspektif filosofis berbasis nilai, khususnya dalam konteks UMKM. Secara praktis, penelitian ini menyediakan rekomendasi bagi UMKM,

pembuat kebijakan, dan pendamping dalam bentuk roadmap implementasi kontekstual, program pelatihan terpadu, serta kebijakan pendukung untuk mempercepat transformasi UMKM yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Aksiologi, Manajemen Berkelanjutan, Daya Saing UMKM, ESG, Globalisasi.

PENDAHULUAN

Pendekatan aksiologis dalam penelitian manajemen berkelanjutan menggeser fokus dari sekadar "bagaimana menerapkan" menuju "nilai apa yang mendasari dan dihasilkan" dari penerapan tersebut. Analisis ini mengungkap bahwa kerangka Triple Bottom Line—yang menyeimbangkan aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*)—pada hakikatnya merupakan perwujudan dari suatu sistem nilai yang integral. LSP UMKM-WI. (2024). Nilai ekologis seperti kelestarian lingkungan dan keadilan antargenerasi menjadi landasan etis yang mendorong efisiensi energi dan pengelolaan limbah. LSP UMKM-WI. (2024). Nilai sosial seperti keadilan, kesejahteraan, dan pemberdayaan komunitas termanifestasi dalam praktik keselamatan kerja, pelatihan karyawan, dan kemitraan dengan pemasok lokal. LSP UMKM-WI. (2024), LSP UMKM-WI. (2024). Sementara itu, nilai ekonomi seperti keberlanjutan usaha dan kemakmuran tidak lagi dilihat sebagai tujuan tunggal, melainkan sebagai hasil (*outcome*) dari dihormatinya nilai ekologis dan sosial. Penelitian terhadap UMKM seperti Warkop Reborn menunjukkan bahwa tantangan globalisasi—seperti persaingan ketat dan perubahan preferensi konsumen justru dapat dijawab dengan strategi yang berakar pada nilai-nilai lokal dan keberlanjutan, misalnya melalui kustomisasi produk dan kolaborasi dengan pemasok lokal. Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019), LSP UMKM-WI. (2024). Dengan demikian, aksiologi penelitian ini menegaskan bahwa keberlanjutan bukan sekadar alat untuk meraih profit, melainkan sebuah

paradigma bisnis yang dibangun di atas fondasi etika yang kuat.

Di era globalisasi, daya saing UMKM tidak lagi hanya ditentukan oleh produktivitas fisik, melainkan oleh kemampuan adaptasi digital. Transformasi digital berperan sebagai katalisator yang mempercepat dan mempermudah pencapaian tujuan keberlanjutan. Penggunaan *aplikasi dan sensor IoT* untuk memantau penggunaan energi atau air secara *real-time* memungkinkan efisiensi yang lebih presisi. LSP UMKM-WI. (2024), Ma'ruf, A., & Huda, B. (2024). *Platform e-commerce* dan media sosial tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menjadi saluran efektif untuk mengkomunikasikan nilai-nilai keberlanjutan merek kepada konsumen yang lebih luas. Ma'ruf, A., & Huda, B. (2024). Oyindonesia. (2024, Oktober 4) Namun, penelitian menunjukkan bahwa adopsi digital ini masih terhambat oleh tantangan literasi digital dan akses pembiayaan untuk teknologi Ma'ruf, A., & Huda, B. (2024). Oleh karena itu, keberlanjutan dan digitalisasi harus dilihat sebagai dua sisi dari koin yang sama. Misalnya, UMKM kerajinan yang menggunakan platform digital untuk memasarkan produknya sekaligus dapat menyertakan informasi tentang bahan daur ulang atau program penanaman pohon, sehingga menciptakan proposisi nilai ganda yang kuat di pasar global.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan terhadap ilmu manajemen, khususnya dalam konteks UMKM. Pertama, penelitian ini menguatkan dan mengkontekstualisasikan kerangka *Triple Bottom Line* dengan menunjukkan bagaimana ketiga pilar (*planet, people,*

profit) secara operasional saling terkait dan dapat diimplementasikan pada skala usaha kecil LSP UMKM-WI. (2024). Kedua, dengan secara eksplisit mengangkat perspektif aksiologi, penelitian ini menjembatani kesenjangan antara teori manajemen berkelanjutan yang sering kali bersifat teknis dengan filsafat ilmu yang mendalam. Penelitian ini berargumen bahwa ketahanan UMKM di era globalisasi tidak hanya bergantung pada kompetensi teknis atau modal finansial, tetapi pada seberapa kokoh fondasi nilai-nilai etika, sosial, dan ekologis di dalam model bisnisnya. Pendekatan berbasis nilai ini juga memperluas pemahaman tentang daya saing, dari sekadar harga murah atau kualitas produk, menjadi kapasitas untuk menciptakan dan mengkomunikasikan nilai holistik yang selaras dengan tren global dan *ekspektasi stakeholder*.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan ualitatif dengan desain studi multi-kasus (multi-case study). Peneliti menggunakan priodeisasi (2019-2025) yang relevan dari jurnal bereputasi, buku akademik, dan laporan lembaga internasional untuk mensintesis konsep paradigma kritis dan aksiologi. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks dan mendalam, memahami makna, pengalaman, dan perspektif dari para pelaku UMKM terkait nilai-nilai (aksiologi) dalam praktik keberlanjutan mereka Sari, D. P. (2022).. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengutamakan data numerik, penelitian kualitatif Sari, D. P. (2022). Seperti ini memungkinkan peneliti untuk menggali narasi, motivasi, dan proses implementasi yang tidak terkuantifikasi. Desain studi multi-kasus dipilih untuk membandingkan dan mengkontraskan dinamika penerapan manajemen berkelanjutan pada beberapa UMKM yang berbeda, sehingga dapat

menghasilkan temuan yang lebih robust, kontekstual, dan dapat diperbandingkan. Melalui studi mendalam pada beberapa unit analisis (kasus), penelitian ini bertujuan untuk memahami secara holistik bagaimana hubungan simbiosis antara landasan nilai, tindakan operasional, dan hasil daya saing terbangun dalam setting dunia usaha yang riil. Validitas kajian dijaga dengan mengutip sumber-sumber primer dan otoritatif serta mengaitkan temuan dengan contoh kontemporer relevan.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Aksiologis Terhadap Penelitian dan Praktik Manajemen Berkelanjutan untuk UMKM

Analisis aksiologis mengungkap bahwa penerapan manajemen berkelanjutan pada UMKM didorong oleh perpaduan nilai intrinsik dan ekstrinsik yang saling memperkuat. Nilai intrinsik seperti etika bisnis yang bertanggung jawab, komitmen pada keadilan antargenerasi, dan tanggung jawab untuk melestarikan lingkungan, berperan sebagai motivasi fundamental dan kompas moral bagi pelaku usaha. Studi fenomenologi pada UMKM Madu

Teuweul menunjukkan bahwa pemahaman petani akan nilai intrinsik dari keanekaragaman hayati, dimana lebah dan ekosistemnya dipandang bukan sekadar input produksi, tetapi sebagai entitas yang memiliki nilai keberadaan menjadi landasan bagi praktik bisnis berkelanjutan mereka Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Di sisi lain, nilai *ekstrinsik* seperti peningkatan profitabilitas, loyalitas konsumen, legitimasi sosial, dan akses ke pasar serta pendanaan hijau, berfungsi sebagai pendorong strategis dan pembenaran ekonomi. Integrasi *biodiversity accounting* dalam model bisnis madu tersebut tidak hanya mempertahankan ekosistem (nilai intrinsik) Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). tetapi juga secara nyata berkontribusi pada peningkatan keuntungan dan penguatan nilai tambah produk, yang kemudian menarik preferensi konsumen (nilai ekstrinsik). Oleh karena itu, pendekatan aksiologis menegaskan bahwa dalam konteks UMKM, keberlanjutan yang efektif lahir ketika nilai-nilai etis diinternalisasi dan diwujudkan dalam operasi bisnis yang secara bersamaan menciptakan manfaat ekonomi yang konkret.

Strategi dan Model Penerapan Manajemen Berkelanjutan pada UMKM

Strategi penerapan manajemen berkelanjutan pada UMKM dapat dioperasionalkan melalui pendekatan *Triple Bottom Line* (TPL) yang disesuaikan dengan kapasitas dan konteks usaha skala kecil. Pada aspek lingkungan, selain efisiensi energi dan pengelolaan limbah, model inovatif seperti ekonomi sirkular dan *biodiversity accounting* mulai diadopsi. Studi pada UMKM Madu Teuweul mengilustrasikan model di mana keberlanjutan ekosistem lebah (bidang lingkungan) diukur dan dikelola sebagai bagian integral dari aset bisnis, yang pada gilirannya menjamin kualitas dan keberlanjutan pasokan bahan baku Ramadhan, N., Haini, R. O., Anggraini, C., Vera, O., & Setyanto, A. R. (2025)..

Pada aspek sosial, implementasi melampaui hubungan kerja yang adil menuju pelibatan komunitas dan penciptaan produk inklusif. Penguatan literasi digital dan manajerial bagi UMKM di daerah terpencil, misalnya, merupakan strategi sosial untuk memberdayakan dan meningkatkan kesetaraan akses ekonomi, Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025). Sementara itu, pada aspek tata kelola (*governance*), transparansi menjadi kunci. Praktik pelaporan dampak lingkungan dan sosial secara sederhana, seperti yang dilakukan UMKM madu, tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga memperkuat akuntabilitas internal meski tanpa struktur korporasi yang kompleks, Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Kerangka ESG (*Environmental, Social, and Governance*) yang sering dianggap sebagai domain perusahaan besar, terbukti juga relevan dan berdampak positif signifikan terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) pada level UMKM, Analisis Pengaruh Envirimental, sosial and Governance.

Dampak Penerapan Manajemen Berkelanjutan Berbasis Nilai terhadap Daya Saing UMKM

Penerapan manajemen berkelanjutan yang berakar pada nilai (aksiologi) menciptakan sumber keunggulan kompetitif yang unik dan berkelanjutan. Pertama, ia membangun *brand image dan reputasi* yang kuat sebagai bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Transparansi dalam pelaporan dampak keberlanjutan, sebagaimana ditemukan pada UMKM Madu Teuweul, secara langsung memperkuat preferensi dan loyalitas konsumen, Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Kedua, tekanan untuk berkelanjutan mendorong inovasi produk dan proses. Hal ini dapat berupa pengembangan produk berbahan baku ramah lingkungan, pengemasan daur ulang, atau adopsi teknologi digital untuk efisiensi. *Transformasi digital*, seperti penggunaan e-commerce, media sosial, dan alat manajemen digital telah

diidentifikasi sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era global, Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Ketiga, komitmen pada prinsip ESG membuka akses ke pasar baru, terutama segmen konsumen global yang semakin kritis dan regulasi yang mensyaratkan standar hijau, Sinaga, K. E. C., & Damayanti. (2025). Keempat, efisiensi dalam penggunaan sumber daya (energi, air, material) berdampak pada pengurangan biaya operasional jangka panjang. Kelima, kombinasi dari reputasi yang baik, basis pelanggan yang loyal, operasi yang efisien, dan diversifikasi pasar akhirnya meningkatkan resiliensi (ketahanan) bisnis dalam menghadapi guncangan ekonomi dan persaingan.

Tantangan dan Solusi dalam Menginternalisasikan Nilai-Nilai Keberlanjutan

Meski manfaatnya jelas, internalisasi nilai-nilai keberlanjutan ke dalam strategi UMKM menghadapi tantangan multidimensi. Tantangan internal utama meliputi: (1) Keterbatasan Sumber Daya (finansial, SDM, waktu) untuk investasi awal dalam teknologi hijau atau pelatihan; (2) Kesenjangan Pengetahuan dan Literasi, baik mengenai konsep ESG/keberlanjutan itu sendiri maupun literasi digital untuk mengimplementasikannya secara efektif, Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025).; dan (3) Mindset Jangka Pendek, di mana tekanan untuk bertahan

hidup mengesampingkan pertimbangan jangka panjang. Tantangan eksternal meliputi: (1) Infrastruktur dan Akses yang tidak merata, terutama di daerah terpencil, Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025).; (2) Kompleksitas dan Biaya Sertifikasi hijau/etis yang formal; serta (3) Ekosistem Pendukung (pembiayaan hijau, konsultan, kebijakan pemerintah) yang belum sepenuhnya terintegrasi dan mudah diakses oleh UMKM.

Solusi yang dapat dikembangkan perlu bersifat holistik dan kolaboratif. Strateginya melibatkan: (1) Penyederhanaan dan Lokalisasi Standar: Mengembangkan panduan dan alat ukur keberlanjutan yang sederhana, terjangkau, dan kontekstual bagi UMKM, alih-alih mengadopsi standar korporat secara mentah. (2) Peningkatan Kapasitas melalui Pelatihan Terintegrasi: Program pelatihan yang menggabungkan literasi digital, manajemen keuangan berkelanjutan, dan pemasaran hijau, Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025). (3) Insentif dan Dukungan Kebijakan yang Tepat Sasaran: Skema pembiayaan khusus (green financing), bantuan teknis, dan insentif fiskal bagi UMKM yang menunjukkan komitmen nyata. (4) Membangun Jejaring dan Kolaborasi: Membentuk klaster atau asosiasi UMKM berkelanjutan untuk berbagi sumber daya, pengetahuan, dan memperkuat daya tawar.

Tabel 1 Sintesis: Hubungan Simbiosis Aksiologi, Keberlanjutan, dan Daya Saing

Konsep	Peran dalam Simbiosis	Manifestasi pada UMKM (Contoh)
Aksiologi (Nilai)	Landasan Filosofis & Penggerak Awal. Menyediakan “mengapa” (why) dan prinsip moral.	Pemahaman nilai intrinsik keanekaragaman hayati sebagai warisan; Arianto, B., & Sari, G. I. (2025) Etika bisnis keluarga yang menghargai komunitas.
Manajemen Berkelanjutan	Kerangka Operasional & Strategi Implementasi. Menjawab “bagaimana” (how) mewujudkan nilai.	Menerapkan biodiversity accounting; Adopsi, Fenomena Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). e-commerce & efisiensi energi, Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital, N. Ramadhan 2025; Pelaporan dampak sosial sederhana.
Daya Saing	Hasil (Outcome) & Penguatan	Reputasi merek hijau yang unik, Adopsi,

UMKM	Siklus. Menjadi bukti manfaat dan sumber daya untuk konsolidasi nilai.	Arianto, B., & Sari, G. I. (2025); Akses ke pasar ekspor yang sensitif ESG; Efisiensi biaya dari penghematan energi.
------	--	--

Sinergi Digitalisasi dan Keberlanjutan sebagai Katalis Daya Saing

Era globalisasi menuntut UMKM tidak hanya berkelanjutan tetapi juga gesit dan terhubung secara digital. Terdapat sinergi kuat antara kedua hal ini. Digitalisasi bertindak sebagai katalisator yang mempercepat dan mempermudah pencapaian tujuan keberlanjutan sekaligus memperkuat daya saing. Misalnya, platform e-commerce memperluas jangkauan pasar produk hijau UMKM melampaui batas geografis, Ramadhan, N., Haini, R. O., Anggraini, C., Vera, O., & Setyanto, A. R. (2025). Media sosial menjadi saluran untuk bercerita secara otentik tentang nilai-nilai dan praktik keberlanjutan, membangun hubungan emosional dengan konsumen. Teknologi sederhana seperti aplikasi pengelolaan inventaris dapat mengurangi limbah (aspek lingkungan) sekaligus meningkatkan efisiensi operasional (aspek ekonomi). Oleh karena itu, strategi pemberdayaan UMKM harus mengintegrasikan pelatihan ganda (digital dan keberlanjutan) untuk membangun kapabilitas yang komprehensif, Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025).

Peran ESG dalam Mendorong Sustainability dan Daya Saing yang Terukur

Pendekatan ESG menyediakan kerangka terstruktur bagi UMKM untuk mengukur dan mengelola kinerja keberlanjutannya. Analisis empiris menunjukkan bahwa pengungkapan atau penerapan praktik ESG memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kontribusi UMKM dalam mencapai Sustainable Development Goals (SDGs), Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa meskipun skala kecil, kontribusi UMKM kolektif terhadap agenda global sangat berarti. Dari perspektif daya saing,

komitmen pada ESG meningkatkan daya tarik investasi (bahkan dari skema pendanaan mikro atau impact investment), memperkuat relasi dengan mitra bisnis yang juga berorientasi pada nilai serupa, dan pada akhirnya meningkatkan keberlanjutan usaha (business sustainability) itu sendiri.

Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Berbasis Sumber Daya Lokal

Salah satu keunggulan utama UMKM adalah kedekatannya dengan sumber daya lokal dan kearifan setempat. Manajemen berkelanjutan yang berlandaskan nilai memungkinkan UMKM mengubah keunggulan lokasi ini menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing besar. Studi kasus UMKM Madu Teuweul adalah contoh ideal: mereka membangun model bisnis yang justru mengandalkan dan menjaga keberlanjutan ekosistem lokal sebagai inti dari produk dan cerita merek mereka, Studi Fenomenologi Integrasi Biodiversity Accounting, B. Arianto (2025). Inovasi tidak selalu harus berupa teknologi tinggi; dapat berupa inovasi model bisnis yang mengintegrasikan pelestarian lingkungan (seperti biodiversity accounting) dengan penciptaan nilai ekonomi.

Implikasi bagi Stakeholders: Pemerintah, Akademisi, dan Lembaga Pendamping

Untuk mendorong internalisasi nilai keberlanjutan secara masif, diperlukan ekosistem pendukung yang kuat. Pemerintah perlu merancang kebijakan yang tidak hanya mendorong digitalisasi tetapi juga insentif hijau yang spesifik untuk UMKM, menyederhanakan prosedur sertifikasi, dan mengintegrasikan prinsip ESG dalam program binaan, Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Sebua, M. . (2024) Akademisi dan

lembaga penelitian dapat berkontribusi dengan mengembangkan model implementasi keberlanjutan yang sederhana, alat ukur yang adaptif, serta program pelatihan dan pendampingan teknis.

Keterbatasan dan Arah Penelitian Mendatang

Meski menunjukkan hubungan yang positif, diskusi ini mengakui beberapa keterbatasan. Pertama, tidak semua UMKM memiliki akses atau kesadaran yang sama terhadap nilai-nilai keberlanjutan dan alat digital. Kedua, pengukuran dampak keberlanjutan pada UMKM seringkali masih kualitatif dan naratif, memerlukan pengembangan metrik kuantitatif yang sederhana. Ketiga, konteks lokal (budaya, regulasi, kondisi pasar) sangat mempengaruhi keberhasilan implementasi. Oleh karena itu, penelitian mendatang dapat difokuskan pada: (1) Pengembangan dan pengujian model bisnis sirkular dan template pelaporan ESG yang sangat disederhanakan untuk UMKM; (2) Studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang penerapan nilai keberlanjutan terhadap ketahanan dan pertumbuhan UMKM; serta (3) Eksplorasi strategi komunikasi efektif bagi UMKM untuk menyampaikan nilai intrinsik dan ekstrinsik dari produk hijau mereka kepada konsumen global.

KESIMPULAN

Nilai ke Keunggulan yang Berkelanjutan

Pembahasan ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan simbiosis dan sirkular antara aksiologi, manajemen berkelanjutan, dan daya saing UMKM di era globalisasi. Nilai-nilai intrinsik dan ekstrinsik (aksiologi) memberikan fondasi dan motivasi. Nilai-nilai ini kemudian dioperasionalkan melalui strategi dan praktik manajemen berkelanjutan di bidang lingkungan, sosial, dan tata kelola, yang semakin diperkuat oleh adopsi teknologi digital, Ramadhan, N., Haini, R.

O., Anggraini, C., Vera, O., & Setyanto, A. R. (2025), Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Implementasi ini bukanlah beban, melainkan sumber daya strategis yang menghasilkan keunggulan kompetitif berupa diferensiasi merek, loyalitas pelanggan, efisiensi biaya, akses pasar baru, dan ketahanan bisnis. Keunggulan kompetitif yang diperoleh pada akhirnya memvalidasi dan memperkuat komitmen awal pada nilai-nilai keberlanjutan, menciptakan siklus positif yang mendorong UMKM tidak hanya untuk bertahan, tetapi juga untuk tumbuh secara berkelanjutan dan bermartabat dalam persaingan global.

1. Aspek Lingkungan (Environmental) dalam Operasional Harian

Implementasi aspek lingkungan bagi UMKM seringkali dimulai dari efisiensi sumber daya dalam proses inti. Hal ini mencakup pengurangan pemakaian energi dengan peralatan hemat listrik, minimalisasi limbah melalui desain ulang proses produksi (misalnya, *pattern efficiency* pada industri kerajinan), dan pemilihan bahan baku ramah lingkungan atau daur ulang. Yang menarik, pendekatan akuntansi sederhana dapat diterapkan untuk melacak dampak ini. Studi pada UMKM Madu menunjukkan bahwa memonitor dan melaporkan kontribusi usaha terhadap kelestarian keanekaragaman hayati dapat menjadi bagian dari environmental management yang memberi nilai tambah, Arianto, B., & Sari, G. I. (2025).

Aspek Sosial (Social) sebagai Fondasi Legitimasi dan Inovasi

Aspek sosial dalam ESG bagi UMKM bersifat sangat personal dan komunitas. Di luar hubungan kerja internal yang adil, pelibatan dan pemberdayaan komunitas lokal sebagai sumber bahan baku, tenaga kerja, atau pasar—merupakan praktik umum yang sekaligus membangun legitimasi sosial. Selain itu, aspek sosial juga mendorong inovasi produk yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat

sekitar. Literasi dan kapasitas manajerial yang ditingkatkan melalui pelatihan juga merupakan investasi sosial yang meningkatkan daya tahan usaha, Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025).

Aspek Tata Kelola (Governance) untuk Transparansi dan Pengelolaan Risiko

Untuk UMKM, tata kelola yang baik (good governance) tidak harus berupa struktur direksi yang kompleks, melainkan pengelolaan usaha yang transparan dan terukur. Ini mencakup pencatatan keuangan yang rapi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta manajemen risiko sederhana (misalnya, memiliki lebih dari satu pemasok). Transparansi dalam pelaporan dampak sosial dan lingkungan, meski dalam format sederhana, adalah bentuk konkret dari tata kelola yang baik yang meningkatkan akuntabilitas dan kepercayaan mitra serta konsumen, Arianto, B., & Sari, G. I. (2025).

Sinkronisasi ESG dengan Strategi Digital UMKM

Transformasi digital harus selaras dengan prinsip ESG. E-commerce mengurangi jejak karbon dari pemasaran fisik sekaligus memperluas pasar (mendukung aspek Ekonomi dan Lingkungan). Media sosial dapat digunakan untuk berkomunikasi secara transparan tentang praktik sosial dan lingkungan usaha (mendukung aspek Tata Kelola dan Sosial). Analisis data sederhana dari platform penjualan dapat membantu UMKM memahami pola konsumsi untuk menghindari kelebihan produksi dan limbah (mendukung aspek Lingkungan dan Ekonomi), Ramadhan, N., Haini, R. O., Anggraini, C., Vera, O., & Setyanto, A. R. (2025). Oleh karena itu, pelatihan digital untuk UMKM sebaiknya juga menyelipkan perspektif keberlanjutan.

Mengatasi Hambatan dengan Pendekatan Bertahap dan Kolaboratif

Hambatan utama internalisasi ESG

adalah persepsi kerumitan dan biaya. Solusinya adalah pendekatan bertahap dan inkremental. UMKM dapat memulai dari satu aspek sederhana, seperti mengukur dan mengurangi satu jenis limbah utama (Lingkungan), atau mulai mencatat kontribusi sosialnya secara informal (Sosial). Kolaborasi dengan UMKM lain dalam satu klaster atau dengan perguruan tinggi melalui program KKN dapat membantu berbagi biaya dan pengetahuan. Dukungan pemerintah melalui pelatihan penerapan ESG yang praktis telah terbukti efektif meningkatkan kesadaran dan kapasitas UMKM, Analisis Pengaruh Environmental, Sosial and Governance, 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019). UMKM dalam persaingan di era globalisasi ekonomi (Studi di UKM Hunay Probolinggo). *Jurnal Ilmiah*, 3(2). [Citation terkait studi UMKM dan globalisasi].
- LSP UMKM-WI. (2024). UMKM bisnis berkelanjutan di Indonesia: Tren, strategi, dan contoh nyata. Sumber online. [Citation untuk kerangka praktis, triple bottom line, dan strategi implementasi].
- Ma'ruf, A., & Huda, B. (2024). Strategi UMK dalam menghadapi tantangan globalisasi (Studi pada Warkop Reborn di jalan Margorejo Gg. Masjid Kec. Wonocolo Surabaya Jawa Timur). *Excess: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. [Citation untuk studi kasus kualitatif dan tantangan spesifik UMKM].
- Oyindonesia. (2024, Oktober 4). Strategi pemasaran UMKM untuk meningkatkan daya saing. *OY! Indonesia Blog*. [Citation untuk strategi diferensiasi merek dan pemasaran].
- Ratiah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan daya kompetitif para wirausahawan

- UMKM: Dampak dari globalisasi teknologi informasi. *Jurnal Ecodemica*, 5(2), 152-163. [Citation untuk hubungan inovasi digital dan daya saing].
- Titin Hidayah, Zahdan, & Indah Damayanti. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing usaha kecil dan menengah (UMKM) di era digital. *JOEDER: Journal of Developmental Economics and Research*, 1(4). <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i4.249> [Citation untuk faktor daya saing digital dan literasi].
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589-597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Buku: Yin, R. K. (2024). *Case study research and applications: Design and methods* (7th ed.). SAGE Publications.
- Situs Web/Organisasi: World Bank. (2023, Mei 15). *Environmental and social framework*. <https://www.worldbank.org/en/projects-operations/environmental-and-social-framework>
- Tesis/Disertasi: Sari, D. P. (2022). *Penerapan prinsip ESG pada UMKM sektor kuliner di Jawa Tengah: Studi fenomenologi* [Tesis Magister, Universitas Gadjah Mada]. Repositori Institusi UGM.
- Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Studi Fenomenologi Integrasi Biodiversity Accounting dalam Model Bisnis Keberlanjutan UMKM Madu Teuweul. *Mantra: Jurnal Manajemen Strategis*, 2(01). <https://doi.org/10.30588/jmt.v2i01.2269>
- Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.913>
- Ramadhan, N., Haini, R. O., Anggraini, C., Vera, O., & Setyanto, A. R. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital: Studi Literatur. *Journal of Islamic Civilization in Nusantara*, 1(2). Diakses dari <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/5722>
- Sinaga, K. E. C., & Damayanti. (2025). Analisis Pengaruh Environmental, Social, and Governance (ESG) Terhadap Sustainable Development Goals (SDGs) Pada UMKM. *Arbitrase: Journal of Economics and Accounting*, 6(1). <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v6i1.2579>
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. **E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18*(1), 289–299.
- Muzdalifah, L., Novie, M., & Zaqiyah, S. (2020). Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 20, 2200–2208.
- Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Sebua, M. . (2024). DAMPAK EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN UMKM DI ERA INDUSTRI 4.0. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 01(01), 27–32.
- Rusdiani, R. (2026). Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan: (Studi pada Program UMKM Go-Digital). *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 459–469.