

APLIKASI INOVASI HIJAU DI UMK RUMAH MOCAF, INDONESIA

Ai Indriani^{1*}, Euis Yunita Purnama Sari², Bismantara³

^{1,2,3}*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Subang*

Email Korespondensi: Aiindriani81@gmail.com

ABSTRACT

UMK as business actors who produce various necessities of life, are one of the contributors to the causes of environmental damage. The negative impacts caused by UMK activities start from its efforts to obtain raw materials, production processes, and waste produced both at the time of production and afterward. The implementation of green business is becoming increasingly important after most countries in the world have ratified the Sustainable Development Goals (SDGs). With a target of 160 points, the SDGs seek to save the earth, human population and increase prosperity that will be achieved by 2030. One of the UMK that has implemented Green Innovation on products and their manufacturing process is Rumah Mocaf Indonesia, Rumah Mocaf Indonesia is a UMK that sells products made from cassava. These raw materials are the crops of local cassava farmers, so we also contribute to the welfare of farmers. Sustainable Business is a Company's ability to achieve business goals and increase long-term value for shareholders by integrating economic, social and environmental into its business strategy. Green Innovation is known as sustainable innovation, which is a process by which sustainability considerations such as environmental, social finance are integrated into the company's system from the idea stage through research and development (R &D) and commercialism. Sustainability processes impact products, services, technology, and new business and organizational models. Green Product Innovation helps companies to gain a competitive advantage by distinguishing their products from competitors who do not do green product innovation (Reinhardt, 1998). Based on the results of the analysis, it turns out that Rumah Mocaf Indonesia UMK in creating a competitive advantage for products are influenced by green product innovation. Green Product Innovation affects the competitive advantage of products and marketing performance at Rumah Mocaf Indonesia UMK. Meanwhile, the influence of Green Process Innovation on Product Competitive Advantage and Marketing Performance of Green Process Innovation affects the competitive advantage of products at Mocaf Indonesia House UMK. Green process innovation is also known as the innovation process which is an environmentally friendly composition of one or more innovation processes (for example, water recycling desulfurized gas fuel).

Keywords: *Sustainable Business, Green Inovation, Green Produk, Proses Inovas Hijau, UMK.*

PENDAHULUAN

Sustainable Business atau Bisnis Berkelanjutan adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dengan mengintegrasikan ekonomi, sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya. Begitupun yang dilakukan oleh Rumah Mocaf Indonesia dengan melakukan bisnis berkelanjutan yang memanfaatkan sumber daya berupa singkong, yang dimana singkong tersebut diolah menjadi tepung *mocafine* sehingga bisa dikatakan bahwa bisnis ini memberikan nilai tambah ekonomis kepada sumber daya tersebut sehingga nilai jualnya lebih tinggi. tidak hanya dalam segi lingkungan bahkan dalam segi sosial ekonomi juga di pertimbangkan oleh rumah mocaf indonesia yaitu dengan membina para petani sebagai rantai pasok berupa bahan baku singkong. yang dimana petani rumah mocaf indonesia juga mensejahterakan petani singkong yang dimana penghasilan petani dan pengrajin mocaf meningkat 100%.

Dalam menghadapi tantangan- tantangan saat ini, persaingan bisnis sebuah perusahaan harus dapat bertahan dan maju dengan melakukan inovasi. Inovasi hanya dapat terjadi dalam suatu sistem yang terkait dengan komitmen dari para manajer, struktur organisasi yang kondusif, kemampuan pengidentifikasian dan pemanfaatan sumber-sumber inovasi, sumber daya manusia yang kreatif, dan lain-lain. Inovasi dapat menghasilkan berbagai produk yang dapat memenuhi permintaan pasar dengan varian yang beraneka ragam. Inovasi merupakan faktor yang penting bagi organisasi-organisasi untuk bersaing di pasar secara efektif (Hitt dan Ireland, 2001).

Green Product Innovation telah menjadi salah satu kunci bagi perusahaan untuk terus berkembang dan menghasilkan kualitas prodk yang lebih baik. Pemahaman Green Innovation merupakan hasil dari interaksi antara inovasi dengan teori sustainability (Rosa Maria, et al., 2010). Berdasarkan pasar global saat ini yang penuh dengan persaingan dalam mendirikan UKM, kita harus mampu meningkatkan kualitas, sehingga produk yang kita jual memiliki keunggulan dalam bersaing. Bagi UKM, produk berkualitas yang dihasilkan merupakan hal yang utama, karena konsumen dapat membandingkan produk yang mereka peroleh dengan produk lainnya. Adanya keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk seharusnya dapat menjadi informasi dan masukan bagi pihak UKM untuk dapat melakukan tindakan perbaikan dan meningkatkan kualitas produk yang diberikan sehingga memiliki keunggulan untuk bersaing.

UKM sebagai pelaku usaha yang menghasilkan berbagai kebutuhan hidup, menjadi salah satu penyumbang penyebab kerusakan lingkungan. Dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan UKM dimulai dari upaya memperoleh bahan baku, proses produksi, dan limbah yang dihasilkan baik pada saat produksi maupun sesudahnya. Implementasi bisnis hijau menjadi semakin penting setelah sebagian besar negara di dunia telah meratifikasi *Sustainable Development Goals* (SDGs). Dengan target 160 poin, SDGs berupaya untuk menyelamatkan bumi, populasi manusia dan meningkatkan kemakmuran yang akan dicapai pada tahun 2030 (Nerini et al., 2018).

Dalam rangka untuk melindungi kehidupan dunia kita, diperlukan untuk mengadopsi pendekatan preventif terhadap pencemaran lingkungan. Dalam rangka menghilangkan masalah pencemaran lingkungan, konsep pengelolaan lingkungan seperti green management, greent marketing, green product, green innovation, dan lainnya sekarang sedang digalakan. Munculnya peraturan lingkungan internasional seperti Montreal Convention, Kyoto Protocol, Restriction pemanfaatan bahan berbahaya tertentu di EEE

(RoHS), dan limbah elektronik dan listrik equipment (WEEE), dan kesadaran konsumen mengenai lingkungan akan membawa dampak signifikan terhadap bisnis di dunia (Chen et al., 2006). Oleh karena itu, pengelolaan lingkungan merupakan hal penting dalam organisasi dan semakin menjadi bagian penting dari agenda manajemen. Tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat tidak hanya terbatas pada perusahaan besar tetapi juga perusahaan skala kecil dan menengah (UKM). Berkaitan dengan hal tersebut, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.

Produk ramah lingkungan tidak mungkin mampu mempertahankan keberhasilan jangka panjang di pasar kecuali dapat menunjukkan kinerja lingkungan yang kredibel tanpa mengurangi manfaat fungsional dari produk-produk tersebut (Berchici & Bodewes, 2005). Produk hijau memiliki target pasar yang berbeda, persyaratan produksi baru atau saluran distribusi baru (Chen et al., 2016). Inovasi hijau secara positif terkait dengan kinerja pengembangan produk hijau. Produk hijau didefinisikan sebagai pengembangan ide-ide baru tentang produk yang ramah lingkungan, layanan ramah lingkungan, proses yang ramah lingkungan, atau praktik ramah lingkungan yang dinilai original, baru dan bermanfaat (Chen et al., 2015). Gupta dan Ogden (2009) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa keberhasilan produk hijau bergantung pada kerjasama dari pihak konsumen dengan produsen.

Secara umum, (Wang et al., 2011) menyatakan definisi produk hijau sebagai produk yang ramah lingkungan dan kondusif untuk perlindungan lingkungan. Perusahaan yang menjual produk ramah lingkungan akan dapat bertahan lebih lama di pasar dibandingkan dengan produk non hijau. (Liu et al., 2009) mengemukakan bahwa produk hijau sebagai produk yang fungsi atau idenya berhubungan dengan proses pengambilan material, produksi, penjualan, pemanfaatan dan pengelolaan limbah yang tersedia untuk didaur ulang, mengurangi polusi serta hemat energi. Kewirausahaan hijau berperan sebagai aktivitas penciptaan nilai yang berorientasi pada etika lingkungan dan manusia secara sinergis, serta sebagai mekanisme kewirausahaan yang dapat mengatasi kebutuhan untuk kegiatan bisnis yang lebih ramah lingkungan (Pacheco et al, 2010).

Salah satu UMK yang sudah menerapkan Green Innovation terhadap produk dan proses pembuatannya adalah Rumah Mocaf Indonesia, Rumah Mocaf Indonesia merupakan sebuah UMK yang menjual produk-produk berbahan dasar singkong. Bahan baku tersebut merupakan hasil tanam petani singkong lokal, sehingga mereka juga turut mensejahterakan petani. Salah satu produk dari rumah mocaf yaitu tepung mocaf atau mocafine, tepung mocaf merupakan tepung beras gluten karena terbuat dari singkong. Proses yang dilakukan melalui fermentasi dengan enzim, pengeringan, dan penepungan berperan dalam membuat tekstur tepung mocaf mirip dengan tepung terigu. Keunggulan dari tepung mocaf ini yaitu tidak berbau singkong, meski bahan bakunya dari singkong. Selain itu tepung mocaf memiliki kadar serat yang tinggi sehingga cocok untuk yang sedang melakukan diet.

Green Innovation dikenal sebagai inovasi yang berkelanjutan yaitu sebuah proses dimana pertimbangan keberlanjutan seperti lingkungan, keuangan sosial diintegrasikan ke dalam sistem perusahaan dari tahap ide melalui penelitian dan pengembangan (R & D) dan komersialisme. Proses keberlanjutan dampak terhadap produk, layanan, teknologi, dan bisnis dan organisasi model baru (Charter & Clark, 2007). Klemmer (1999) mendefinisikan green innovation sebagai techno-ekonomi, organisasi, sosial dan perubahan kelembagaan yang menghasilkan perbaikan kualitas lingkungan. Melalui

seluruh siklus hidup green innovation, perbaikan lingkungan harus dapat menghasilkan pengurangan risiko lingkungan, polusi dan dampak negatif lainnya dari sumber daya yang digunakan dibandingkan alternatif yang relevan (Kemp, 2006).

Amstrong et.al (2008) membedakan inovasi menjadi dua bagian yaitu (1) inovasi proses, melibatkan pengembangan manajemen dan praktek baru organisasi, (2) inovasi produk, melibatkan aplikasi pengetahuan dan pengembangan produk baru yang berwujud dan pelayanan baru. Sedangkan Neely et.al (2005) membedakan inovasi dalam perusahaan terdiri atas: (1) inovasi produksi, seperti perubahan desain, komponen dan arsitektur produk, (2) inovasi jasa, seperti perubahan cara melayani konsumen dan pelayanan baru, (3) inovasi proses, seperti adaptasi lini produk baru yang sudah ada dan implementasi teknologi atau proses baru, (4) inovasi pasar, seperti eksploitasi teritori pasar yang baru, penetrasi segmen pasar baru, (5) inovasi logistic, seperti model logistic yang baru untuk mencapai bahan baku outbound logistic yang baru (terhadap konsumen), (6) inovasi organisasi, seperti system manajerial yang baru dan adaptasi organisasi.

Green Product Innovation Green Product Innovation adalah proses multi- fase dimana tiga fokus utama lingkungan yaitu, material, energi, dan polusi disorot berdasarkan dampak yang besar pada lingkungan pada tahap yang berbeda dari siklus hidup produk meskipun tidak semua produk memiliki dampak lingkungan yang signifikan pada setiap tahap siklus hidup produk fisik dari semua aspek (bahan, energi, dan polusi) tapi hampir semua produk memiliki dampak lingkungan yang signifikan dalam setidaknya satu dari tahap siklus hidup Dangelico, et al., 2010). Inovasi produk konvensional tidak benar-benar fokus pada perbaikan lingkungan, sementara green inovasi produk tujuannya adalah untuk mengurangi dan menghindari beban lingkungan. Green product innovation dapat menggabungkan target bisnis dengan tidak hanya mengurangi upaya pemotongan biaya tapi menghasilkan manfaat bagi lingkungan juga (Triebswetter & Wackerbauer, 2007)

Green Product Innovation membantu perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan membedakan produk mereka dari pesaing yang tidak melakukan *green product innovation* (Reinhardt, 1998). Beberapa peneliti menyarankan bahwa *green innovation* pada produk perusahaan memberikan manfaat individu untuk konsumen (Ottman, 1998; Reinhardt, 1998; Belz & Bilharz, 2005). Beberapa manfaat termasuk penghematan biaya dan energi karena peralatan lebih efisien, peningkatan kualitas dan daya tahan, medan elektromagnetik dan produk kurang beracun untuk mengurangi bahaya kesehatan. Green product innovation berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Wong, 2012). Manfaat ini tidak hanya akan menciptakan nilai yang lebih baik bagi konsumen, tetapi juga mengangkat citra perusahaan dalam mempromosikan pertumbuhan berkelanjutan. Green Product Innovation berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran (Lin, Ru-Jen, et al., 2013)

Green Process Innovation Green Process Innovation tidak hanya mencakup proses rekayasa isu-isu seperti desain proses terkait tetapi juga aspek ekologi dan sosial yang terkait proses (Diwekar & Shastri, 2010). Karakteristik kunci untuk green process adalah bahwa produk akhir yang diproduksi tidak mengandung bahan berbahaya dan diproses tanpa bahan kimia berbahaya. Selain itu, green process juga menggunakan energi dan sumber daya selama berproduksi secara efisien dan bijaksana Green process innovation juga dikenal sebagai proses inovasi yang merupakan komposisi ramah lingkungan dari satu atau lebih proses inovasi (misalnya, daur ulang air atau bahan bakar gas desulfurisasi), terlepas dari realisasi inovasi produk lingkungan (Ziegler & Nogaredac, 2009) [Arial,

11, single space]

Penelitian yang dilakukan Chen et al (2006) menemukan bahwa green process innovation memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif perusahaan. Alasan utama untuk ini adalah bahwa dengan green proses, limbah dapat dikurangi dan didaur ulang serta energi digunakan dalam cara yang lebih efisien. Kuo (2007) menyatakan bahwa dengan menerapkan *green manufacture* bisnis akan mencapai daya saing yang lebih baik dari peningkatan kualitas dan efisien penggunaan energi dan sumber daya selama produksi. Perusahaan juga dapat mencapai keuntungan yang lebih tinggi dengan angka yang lebih rendah dari dampak lingkungan karena produk jadi mengandung lebih banyak bahan-bahan alami dan diproses tanpa bahan beracun. Green process innovation berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Wong, 2012).

Sustainable Business atau Bisnis Berkelanjutan diartikan sebagai bisnis yang berkelanjutan, baik dalam menghasilkan manfaat jangka pendek maupun jangka panjang. Manfaat yang dimaksud disini tidak hanya berhenti pada keuntungan materi atau profit. Adapun manfaat dari Sustainable Business yaitu diantaranya untuk meningkatkan Efisiensi. Tujuan dari Sustainable Business pada dasarnya adalah untuk menjamin keberlangsungan bisnis. Meningkatkan keuntungan. beberapa orang mungkin menganggap bahwa sustainable business itu mahal menjaga dan juga menjaga keberlangsungan lingkungan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. penelitian kualitatif menggunakan data yang berdasar pada argumen. Argumen dalam data kualitatif bisa direpresentasikan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, bukan angka sehingga tidak bisa dihitung. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam jenis penelitian ini dengan landasan teori yang dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. penelitian kualitatif memperoleh data utama dari wawancara dan observasi. Kemudian peneliti akan menganalisis data yang didapatkan dengan detail, dan memungkinkan untuk memunculkan teori atau konsep baru apabila hasil penelitian bertentangan dengan teori dan konsep yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Green Product Innovation terhadap Keunggulan Bersaing Produk dan Kinerja Pemasaran Menurut Kammerer (2009), green product innovation bermanfaat bagi pelanggan karena selain memiliki manfaat ramah lingkungan, green produk juga akan menghasilkan manfaat lingkungan pribadi bagi pelanggan seperti penghematan energi. Green Product Innovation membantu perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan membedakan produk mereka dari pesaing yang tidak melakukan green product innovation (Reinhardt, 1998). Beberapa peneliti menyarankan bahwa green innovation pada produk perusahaan memberikan manfaat individu untuk konsumen (Ottman, 1998; Reinhardt, 1998; Belz & Bilharz, 2005). Beberapa manfaat termasuk penghematan biaya dan energi karena peralatan lebih efisien, peningkatan kualitas dan daya tahan, medan elektromagnetik dan produk kurang

beracun untuk mengurangi bahaya kesehatan. Manfaat ini tidak hanya akan menciptakan nilai yang lebih baik bagi konsumen, tetapi juga mengangkat citra perusahaan dalam mempromosikan pertumbuhan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis ternyata UKM Rumah Mocaf Indonesia dalam menciptakan keunggulan bersaing produk dipengaruhi oleh green product innovation. Green Product Innovation berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk dan kinerja pemasaran pada UKM Rumah Mocaf Indonesia. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Chen et. al (2006), penelitian Wahid et al (2011) dan penelitian Chiou (2011) bahwa Green Product Innovation dan Green Process Innovation berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan.

Pengaruh Green Process Innovation terhadap Keunggulan Bersaing Produk dan Kinerja Pemasaran Green Process Innovation berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk pada UKM Rumah Mocaf Indonesia. Green process innovation juga dikenal sebagai proses inovasi yang merupakan komposisi ramah lingkungan dari satu atau lebih proses inovasi (misalnya, daur ulang air atau bahan bakar gas desulfurisasi). Penelitian yang dilakukan Chen et al. (2006) menemukan bahwa green process innovation memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif perusahaan. Alasan utama untuk ini adalah bahwa dengan green process innovation, limbah dapat dikurangi dan didaur ulang serta energi digunakan dalam cara yang lebih efisien. Menurut Kuo (2007) bahwa dengan menerapkan green manufacture, bisnis akan mencapai daya saing yang lebih baik dari peningkatan kualitas dan efisien penggunaan energi dan sumber daya selama produksi. Perusahaan juga dapat mencapai keuntungan yang lebih tinggi dengan angka yang lebih rendah dari dampak lingkungan karena produk jadi mengandung lebih banyak bahan-bahan alami dan diproses tanpa bahan beracun. Green Process innovation ternyata sangat berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UKM Rumah Mocaf Indonesia.

Rumah Mocaf Indonesia diketahui memiliki salah satu produk andalan berupa tepung terigu serba guna yang dihasilkan oleh para petani singkong di Banjarnegara. Produk ini merupakan salah satu UKM Ekonomi Kreatif yang memiliki banyak dampak dari hasil kolaborasi para petani lokal dan pengusaha muda Tanah Air. proses pembuatan tepung Mocaf ini dengan teknik fermentasi umbi singkong dapat diolah menjadi tepung singkong yang memiliki karakteristik cukup baik untuk diolah menjadi aneka produk makanan yang dapat menyubstitusi tepung terigu. Tepung mocaf memiliki karakteristik putih, tidak berbau singkong, lembut, dan memiliki performansi yang cukup baik jika diaplikasikan untuk berbagai aneka olahan produk makanan seperti mie, kue, roti, bakso, dan lain-lain. Tepung mocaf dapat menyubstitusi terigu hingga 100% untuk produk kering, dan sedangkan untuk produk basah mampu menyubstitusi 70% tanpa mengurangi kualitas produk.

Prospek pengembangan bisnis tepung mocaf cukup bagus dilihat dari prospek pasar dan ketersediaan singkong sebagai bahan baku yang cukup melimpah. Ketersediaan bahan baku singkong yang cukup melimpah di dalam negeri menyebabkan biaya produksi bisa lebih efisien dibandingkan dengan produk terigu yang mana bahan gandum masih sebagian besar impor. Ketersediaan bahan baku singkong yang cukup melimpah di Indonesia dengan harga yang relatif murah, kemungkinan kelangkaan produk dapat dihindari karena tidak tergantung dari impor seperti gandum. Dengan biaya produksi yang lebih rendah maka harga jual tepung mocaf bisa lebih murah dibandingkan dengan harga tepung terigu maupun tepung beras. Harga tepung mocaf yang lebih murah dibandingkan dengan tepung terigu menjadi daya tarik yang besar bagi industri-industri makanan yang

berbahan baku tepung. Hal ini menjadi peluang bisnis yang cukup menarik karena memiliki potensi pasar yang besar dan margin laba yang cukup tinggi.

Salah produk dari Mocafine Indoneia yang menerapkan green innovation yaitu tepung mocafine. Tepung Mocafine merupakan tepung bebas gluten karena terbuat dari singkong. Oleh karena itu, tepung ini sangat cocok untuk orang yang memiliki alergi terhadap protein gluten dari tepung terigu. Karakteristik tepung mocaf mirip dengan tepung terigu. Proses fermentasi dengan enzim, pengeringan, dan penepungan berperan dalam membuat tekstur tepung mocaf mirip dengan tepung terigu. Pembuatan tepung mocaf tentunya menggunakan enzim organik.

Semua produk berkualitas tentunya menggunakan bahan baku yang berkualitas pula. Tepung Mocafine ini terbuat dari bahan baku singkong organik pilihan yang memiliki kualitas terbaik. Bahan baku singkong merupakan hasil tanam petani lokal sehingga kita juga bisa turut mensejahterakan mereka. Kualitas tepung Mocafine yang baik terlihat dari warnanya yang putih, tekstur yang halus, dan tidak berbau.

Keunggulan dari tepung mocaf ini yaitu tidak berbau singkong meskipun bahan bakunya terbuat dari singkong. Selain itu, Mocafine memiliki kadar serat yang tinggi sehingga cocok untuk yang sedang melakukan diet. Kadar serat yang tinggi akan memperlambat proses pencernaan dan memberikan rasa kenyang lebih lama. Produk tepung Mocafine ini juga memiliki indeks glikemik yang rendah sehingga sangat cocok untuk penderita diabetes dan pemilik riwayat diabetes.

Produk Mocafine dapat digunakan untuk membuat aneka roti, cake, cookies, dan goreng-gorengan. Contoh produk yang terbuat dari tepung mocaf yaitu roti tawar dan donat. Roti tawar dan donat dari tepung mocaf memiliki tekstur yang padat tetapi lembut dan sedikit kenyal. Karena tepung ini tidak memiliki gluten, maka menghasilkan adonan yang cenderung lembek. Dari segi aroma, produk yang terbuat dari Mocafine memiliki aroma dan rasa yang khas tetapi secara umum mirip dengan roti yang terbuat dari tepung terigu.

Tepung Mocafine dikemas dalam standing pouch aluminium foil dengan berat 500 gram. Selain dengan kemasan standing pouch, terdapat juga kemasan dalam bentuk bulk dengan berat 25 kg sehingga tepung aman, terhindar dari debu, semut dan binatang lainnya. Produk Mocafine juga memiliki kemasan yang menarik dengan warna dominan hijau dan putih. Selain menggunakan standing pouch aluminium foil dan bulk, pada penemasannyapun menggunakan kertas dan kardus sehingga lebih ramah lingkungan, dapat didaur ulang dan mudah terurai. Hal tersebut mengurangi pencemaran limbah plastik.

Produk Mocafine telah banyak mendapat sertifikat seperti Halal MUI, ISO 9001, BPOM, Organik Indonesia, dan HACCP. Oleh karena itu, produk Mocafine sudah pasti terjamin kualitas dan keamanannya. Sehingga mocafine ini bisa menjadi alternatif pilihan tepung yang lebih sehat pengganti tepung terigu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan green product innovation berpengaruh pada keunggulan bersaing produk Tepung Mocafine. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing sebaiknya UKM senantiasa membuat UKM dengan menggunakan bahan-bahan alami yang berwawasan lingkungan. UKM senantiasa memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, memenuhi selera pelanggan yang

dapat berubah setiap saat. Inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha dan pengrajin selalu lahir dari kreatifitas yang tinggi. Green Process Innovation yang semakin meningkat dapat meningkatkan keunggulan bersaing produk Mocafine. Produk batik yang unggul dengan desain yang unik, tidak mudah ditiru, memiliki nilai lebih dari pesaingnya yaitu menggunakan bahan baku yang berasal dari alam serta memiliki dampak minimal terhadap lingkungan. Proses pembuatan tepung Mocafine yang menggunakan bahan alami sehingga tidak merugikan lingkungan akan menjadi produk yang unggul. Produk tepung mocaf yang unggul diharapkan dapat bersaing dengan lebih baik. Produk tepung mocaf yang unggul akan mampu meningkatkan kinerja pemasaran UKM Rumah Mocafine Indonesia.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan penulis merekomendasikan bahwa para pemilik UKM sebaiknya tetap mempertahankan proses pembuatan produk yang berwawasan lingkungan. UKM sebaiknya tetap lebih kreatif dalam melakukan inovasi terhadap produk yang membuat produk mereka unggul di pasar dengan menggunakan bahan-bahan alami yang tidak merusak lingkungan. Pemilik UKM Rumah Mocaf Indonesia di Kabupaten Banjarnegara bisa lebih kreatif dan inovatif dalam membuat mengembangkan dan mempertahankan produknya lagi. Tepung Mocafine semakin bisa diterima di masyarakat.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

1. Pelaku usaha Rumah Mocaf atau UMKM Tepung Mocaf hendaklah terus melaksanakan strategi green product innovation dengan menciptakan produk ramah lingkungan, menggunakan bahan baku alami dan kemasan ramah lingkungan, serta produk yang dapat dilakukan daur ulang. Selain itu, pelaku usaha juga harus terus menjaga kualitas, serta tetap menciptakan sebuah keunikan tersendiri dalam produk.
2. Pelaku usaha terus menjaga kinerja inovasi perusahaan agar terus meningkat dengan terus menerus meningkatkan pengetahuan untuk tujuan jangka panjang perusahaan, dan pengembangan teknologi untuk mencapai efisiensi perusahaan.
3. Pelaku usaha hendaklah terus meningkatkan kesesuaian antara strategi perusahaan dengan lingkungan agar mampu selaras dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan hendaklah terus berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Pelaku usaha diharapkan tetap menjalin kerjasama yang baik dengan para petani lokal agar ikut serta dalam menunjang kesejahteraan mereka.

KETERBATASAN

Keterbatasan Penelitian ini bersifat '*single case study*' sehingga yang diteliti hanyalah satu UMKM saja yaitu UMKM Rumah Mocaf. Maka dari itu penelitian ini tidak bisa digunakan untuk menggeneralisasikan UMKM secara keseluruhan dan juga sudut pandang yang digunakan dari penelitian terbatas dari sudut pandang segelintir orang dari perusahaan yang dijadikan objek untuk diteliti. Sehingga disarankan, peneliti selanjutnya dapat melakukan replikasi penelitian dengan menggunakan sumber yang lebih luas untuk menguji konsistensi temuan dalam penelitian ini.

Penelitian ini hanya mengukur pengaruh green product innovation, green process innovation, kinerja inovasi, keunggulan kompetitif dan managerial lingkungan hidup.

Sehingga diharapkan, peneliti selanjutnya dapat mengkaji variabel lain yang dapat dihubungkan dengan kinerja inovasi dan keunggulan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Fitriani Lili Karmela. (2019). *Analisis Green Inovation Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik Pada UMK Batik Ciwaringin Kabupaten Cirebon)*.

Yudawisastra Herlin G. (2021). *Pengaruh Produk Hijau Terhadap Bisnis Yang Berkelanjutan: Studi Pada Restoran Di Kabupaten Badung Di Masa Pandemi Covid-19*.

Yantosebuah Heri, dkk. (2019). *Strategi Penerapan Bisnis Hijau di Usaha Kecil Menengah Indonesia, edisi 11*.

<https://www.google.com/search?kgmid=/g/11cmw2qys4&hl=idID&q=Modified+ca+ssava+lour&kgs=ef8460c30d5d298f&shndl=17&source=sh/x/kp/osrp/4&entrypoint=sh/x/kp/osrp>

<https://rumahmocaf.co.id/mengemas-pangan-marginal-di-pasar-digital/>

<https://rumahmocaf.co.id/review-tepung-mocaf-mocafine/>

<http://www.mitrabisnis-ukm.com/2014/09/proses-pembuatan-tepung-mocaf.html>

<https://money.kompas.com/read/2016/12/06/151903226/ukm.didorong.terapkanbisnis.ramah.lingkungan?page=all>

https://www.instagram.com/p/CZjYkrzJ6Zx/?utm_source=ig_web_copy_link

https://www.instagram.com/p/CaRymDthfTk/?utm_source=ig_web_copy_link