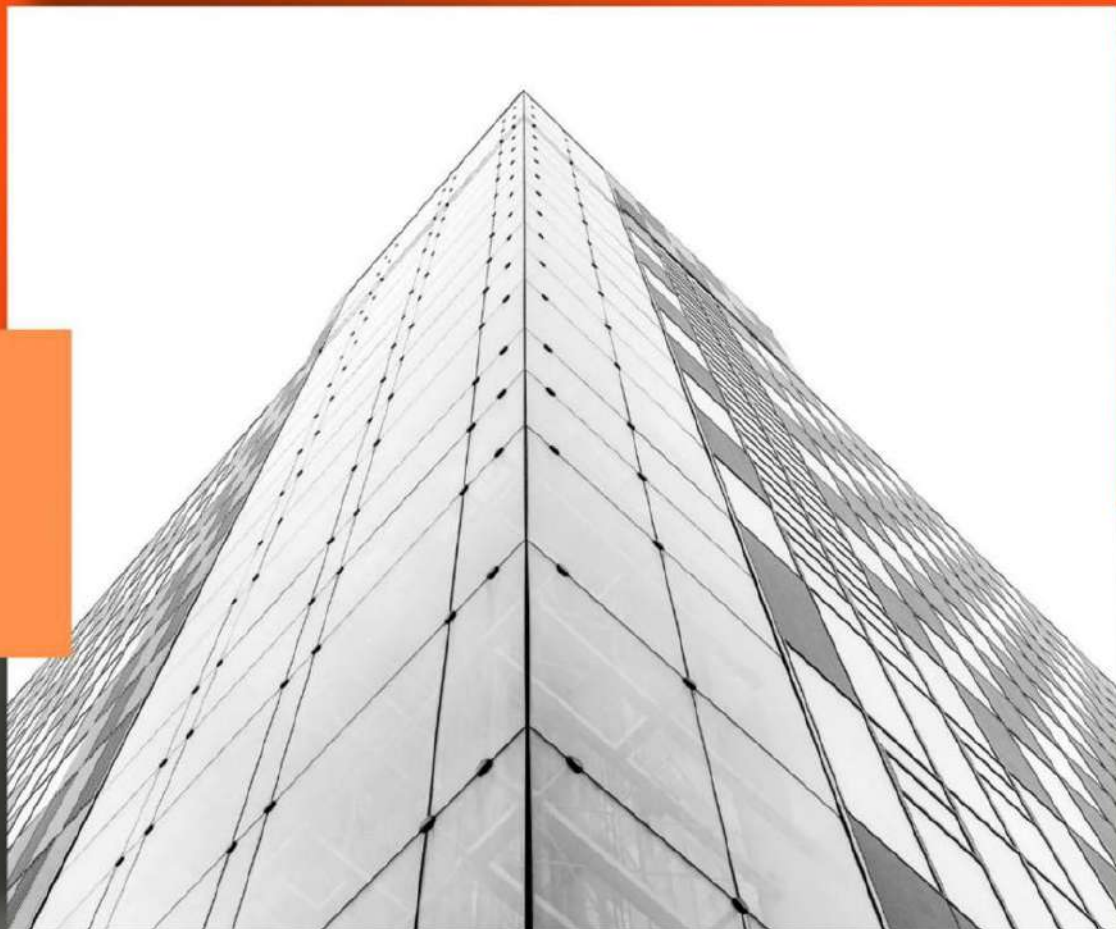


Editor :
Acai Sudirman, S.E., M.M.



BUSINESS SUSTAINABILITY

Concepts, Strategies and Implementation



Dr. Titien Agustina, M.Si
Sebastianus Bambang Dwianto, S.E., M.M.
Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, S.E., M.M.
Elisa Khairani, S.E., M.S.M
Dr. Komang Agus Rudi Indra Laksmana, S.E., M.M.
Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM, CH.t, CMA, CT. NNLP
Martin Yehezkiel Sianipar, S.E., C.L.S.
Endah Widati, M.B.A
Mahmuda Saputra, S. Kom., M. Kom
Neneng Susanti S.M.B., M.M.
Resista Vikaliana, S.Si., M.M.
Budi Harto, S.E., M.M

***BUSINESS SUSTAINABILITY:
CONCEPTS, STRATEGIES AND IMPLEMENTATION***

Dr. Titien Agustina, M.Si
Sebastianus Bambang Dwianto, S.E., M.M.
Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, S.E., M.M.
Elisa Khairani, S.E., M.S.M
Dr. Komang Agus Rudi Indra Laksana, S.E., M.M.
Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM, CH.t, CMA, CT. NNLP
Martin Yehezkiel Sianipar, S.E., C.L.S.
Endah Widati, M.B.A
Mahmuda Saputra, S. Kom., M. Kom
Neneng Susanti S.M.B., M.M.
Resista Vikaliana, S.Si., M.M.
Budi Harto, S.E., M.M

Editor :

Acai Sudirman, S.E., M.M.

Tata Letak :

Mega Restiana Zendrato

Desain Cover :

Rintho R. Rerung

Ukuran :

A5 Unesco: 15,5 x 23 cm

Halaman :

vi, 206

ISBN :

978-623-362-350-6

Terbit Pada :

Januari 2022

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

www.penerbit.medsan.co.id

PENGANTAR *BUSINESS* *SUSTAINABILITY*

Dr. Titien Agustina, M.Si

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI)
Banjarmasin

Pendahuluan

Bisnis dan perusahaan di era globalisasi melalui dukungan teknologi informasi dan komunikasi yang makin canggih, menjadi dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Bisnis saat ini dan ke depan harus bisa dikelola dengan manajemen yang baik. Artinya harus memiliki bentuk organisasi yang sesuai dengan kebutuhan jaman. Baik dalam hal pengelolaannya, maupun dukungan sumber daya bisnis perusahaan. Karena umumnya bisnis tidak bisa dilepaskan dari tujuan untuk meraih profit atau keuntungan/laba. Sebagai sebuah entitas bisnis perusahaan harus dikelola (Agustina *et al.*, 2021) melalui kepemilikan bentuk dan organisasi yang professional. Karena bisnis maju, berkembang, bahkan berkelanjutan, tentunya harus memiliki tata kelola atau manajemen dan organisasi yang kuat, legal dan professional.

Bisnis dengan tata kelola yang baik dalam sebuah organisasi perusahaan yang terdaftar, memiliki izin resmi, bidang kegiatan usaha yang fokus, memiliki kredibilitas dan akuntabilitas bisnis yang bisa meyakinkan publik dan

dapat dipertanggungjawabkan. Apalagi dalam era teknologi digital sekarang ini, dunia dan semua kegiatan manusia sudah bisa terhubung, termasuk bisnis, sudah bisa terkoneksi dengan konsumennya melalui berbagai media sosial. Rekam jejak siapa pun dan apa pun, termasuk bisnis, bisa ditelusuri melalui rekam jejak digital yang ada di dunia maya. Bisnis dan perusahaan yang tidak jelas, akan dengan mudah diketahui oleh masyarakat.

Setiap kehadiran bisnis pasti tidak sekedar dimaksudkan hanya untuk jangka waktu yang pendek. Tidak pula hanya untuk mencapai tujuan profit/keuntungan yang sesaat dan minimal. Bisnis apapun pasti menginginkan bisa meraih profit/keuntungan yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Selain keuntungan, tentu setiap pebisnis menginginkan bisnisnya bisa terus bertumbuh dan berkembang secara terus menerus dari waktu ke waktu dalam jangka panjang. Bahkan kalau bisa turun temurun ke anak cucu. Artinya melampaui generasi pertama hingga tumbuh dan berkembang pada generasi-generasi berikutnya.

Untuk itu diperlukan cara dan strategi dari pengusaha/pebisnis agar bisa membuat bisnis yang dijalankan bisa terus menerus berkembang dan bertumbuh dari waktu ke waktu. Mendapatkan keuntungan yang maksimal dan selalu mendapat sambutan dari konsumen/pelanggan yang terus meningkat. Mengingat kompetitor pun terus bertambah dan tidak tinggal diam saja. Namun bagaimana bisnis yang dijalankan tidak terpengaruh oleh kehadiran competitor/perusahaan lain tersebut dan pelanggan masih tetap setia atau loyal dengan produk dan perusahaan kita.

Untuk itu bagi setiap pebisnis, penting memahami dan mengetahui karakteristik bisnis yang dijalankan. Karakteristik produk/jasa tersebut, serta karakteristik konsumen. Sehingga bisa menemukan trik dan strategi untuk keberlanjutan bisnis. Agar bisnis bisa terus terjaga dari waktu ke waktu atau *business sustainability*. Selain itu juga panjangnya usia bisnis tentu akan berdampak luas pada sekitar (orang-orang yang menggantungkan kehidupannya pada perusahaan sebagai pekerja dan kesempatan kerja baru, konsumen, dll), juga terhadap lingkungan (dampak sosial maupun juga kelestarian sumber daya lingkungan, dll). Maupun pada bidang ekonomi lainnya seperti kemampuan meraih profit yang berdampak pada *shareholder*, *stakeholder*, dan lainnya tanpa mengabaikan kehidupan (lingkungan yang menyokong).

Business Sustainability

Bisnis yang terus berkelanjutan (*business sustainability*) bagi setiap pengusaha, tentu adalah impian. Karena setiap pebisnis atau pengusaha, pastilah menginginkan bisnis yang dijalankan dapat terus eksis kapan pun, kalau bisa tanpa batas. Itu artinya bisnis tetap lestari, hadir setiap saat. Bila bisnis tetap eksis dari waktu ke waktu, tentu secara finansial bisa diandalkan. Artinya perusahaan terus mampu mencetak profit atau keuntungan dari waktu ke waktu. Memiliki konsumen dengan tingkat loyalitas tinggi terhadap produk atau jasa yang diberikan. Terus berkembang dan melebarkan ruang lingkup usaha. Manajemen usaha (perusahaan) yang terus mampu beradaptasi dengan perkembangan konsumen dan tuntutan peradaban yang terjadi disekitar.

Dari semua itu maka keberlanjutan bisnis sangat erat kaitannya dengan proses dan tindakan di dalam bisnis itu sendiri yang dilakukan oleh sang pengusaha. Kualitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) dari pengusaha atau

pebisnis itu, adalah kunci untuk mampu menangkap dan mengidentifikasi setiap langkah proses dan tindakan dalam menjalankan bisnis. Apalagi bila menginginkan keberlanjutan bisnis, tentu diperlukan kualitas dan karakteristik personal (Agustina, 2021) sang pengusaha yang mampu mengejawantahkan antara persoalan yang dihadapi dalam bisnis dengan kemungkinan perkembangan arah bisnis serta tuntutan konsumen yang makin tinggi, selain kemampuan membaca peluang bisnis dan strategi kompetitor.

Pebisnis di era teknologi digital saat ini dan ke depan, tidak bisa lagi mengabaikan hal itu. Boleh jadi sebagai personal tidak mampu melakukannya sendiri, namun dia harus mampu menjadi pribadi dan SDM yang cerdas (Anwar, 2017); (Agustina et al., 2021) dalam menangkap arah bisnis pada persaingan pasar. Oleh karena itu sebagai pebisnis yang mampu membawa keberlanjutan bisnis haruslah seorang pengusaha yang visioner. Karena kecepatan perubahan jaman dan teknologi serta tuntutan konsumen, harus bisa disikapi dalam proses dan tindakan yang seiring dengan tuntutan tersebut. Apalagi pengusaha atau perusahaan lain sebagai kompetitor, tidak akan tinggal diam. Namun juga terus mengamati, mengamati, dan terus melakukan hal-hal yang baru untuk perkembangan bisnisnya agar mampu berkelanjutan.

Artinya, dalam membahas keberlanjutan bisnis, maka hal yang sangat urgen terkait itu adalah soal waktu. Mengingat sebagian besar dunia ini didominasi oleh pemikiran jangka pendek (bbs.binus.ac.id). Banyaknya masalah yang dihadapi manusia sekarang, serta membiarkan individu atau kelompok melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari perbuatannya di masa yang akan datang, merupakan fakta yang cukup memprihatinkan. Itulah sebabnya

terkait keberlanjutan, bukan hitungan waktu jangka pendek, tetapi menyangkut waktu yang panjang (jangka panjang). Selain itu pada kata keberlanjutan berarti ada makna yang sangat luas terkait kata “hijau” yang melekat di dalam kata itu. Keberlanjutan dan makna tersembunyi, dari kata “hijau” maka berarti dalam bisnis yang berkelanjutan tersebut tidak hanya cukup dan mampu bertahan dalam jangka pendek, tetapi haruslah bisnis yang mampu dan bisa bertahan melampaui satu atau dua generasi pembangun bisnis.

Selain itu, di dalam bisnis tidak lepas juga dari sumber daya yang menjadi objek produksi, maka bila bisnis bisa bertahan dalam jangka panjang, haruslah bisnis yang memperhatikan dan menjaga sumber daya alam dan lingkungan (hijau/ lestari). Sehingga bisnis akan mampu menjangkau keberlanjutan dalam waktu yang jauh ke depan melalui kelestarian lingkungan yang masih tetap lestari (hijau) seperti sedia kala. Sehingga generasi yang berikutnya tetap bisa mendapatkan, menikmati, dan memiliki sumber daya yang sama atas lingkungan ini secara kualitas maupun kuantitas.

Oleh karena itu agar mampu mencapai sustainability atau keberlanjutan bisnis, maka perusahaan harus bisa eksis dari waktu ke waktu atau dalam jangka waktu panjang. Di sini menunjukkan bahwa bisnis tidak bisa hanya sekedar menyangkut bagaimana seorang pengusaha dengan kemampuan dan kapasitas (Sampurnawati and Agustina, 2021) SDM yang dimilikinya, tetapi juga akan mengeksplor segenap kemampuan internal dan skill dalam dirinya agar mampu memenej melalui pengeloan segenap sumber daya yang dimiliki serta ketangkasan dalam menangkap situasi lingkungan sekitar sehingga faktor ekonomi (keuntungan dan biaya-biaya), produksi (sumber daya lingkungan), dan faktor sosial (keterlibatan dengan sekitar bisnis) akan menjadi hal-hal yang sangat

penting untuk dipahami dengan segenap kecerdasan seorang pengusaha. Tujuannya tidak lain adalah agar tercipta bisnis yang bisa terus berlanjut dalam persaingan yang tentu tidak makin mengecil.

Untuk itu seorang pengusaha harus memiliki karakteristik personal tertentu yang bisa membaca perubahan-perubahan dan beradaptasi pada bisnis sehingga tetap bisa eksis dari waktu ke waktu. Karakteristik personal (Agustina, 2021) yang harus menjadi syarat dan pendukung sebagai seorang manajer atau pemimpin bisnis yang berkelanjutan diantaranya memiliki mental tangguh (Agustina, 2017), internal locus of control yang tinggi (Sampurnawati and Agustina, 2020), need for achievement (Agustina, Titien; Rezi, Rezi; Nurdin, Muhammad; Sampurnawati, Sampurnawati; Suryani, Sri; Jatmika, 2021), self-efficacy (Agustina et al., 2021), dan adversity quotient (Agustina, T.; Gerhana, W.; Sulaiman, 2020); (Agustina, 2021) yang kuat di dalam dirinya, agar bisa membaca kondisi dan keadaan bisnis dari waktu ke waktu dalam ketatnya persaingan bisnis dan perubahan peradaban. Sehingga keberlanjutan bisnis bisa terus dipertahankan dan mampu beradaptasi dengan perubahan baru.

Seputar *Business Sustainability*

Business sustainability atau keberlanjutan bisnis oleh para pakar dimaknai berbeda-beda. Beberapa ungkapan dalam memaknai arti dari *business sustainability* atau keberlanjutan bisnis, yaitu:

1. *A sustainable business, or a green business, is an enterprise that has minimal negative impact or potentially a positive effect on the global or local environment, community, society, or economy—a business that strives to meet the triple bottom line.*
Wikipedia

2. Bisnis yang menjadi elemen kunci transformasi masyarakat menuju keberlanjutan adalah bisnis berkelanjutan (Bradbury and Clair, 1999) dalam (Sundiman and Kristina, 2021).
3. Dyllick & Muff, (2016) memaparkan bahwa bisnis berkelanjutan (*Business Sustainability*) terdiri atas 3 jenis, yaitu: *Business Sustainability 1.0 (Refined Shareholder Value Management)*; *Business Sustainability 2.0* (Mengelola Triple Bottom Line yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan) dan *Business Sustainability 3.0 (True Sustainability)* (Sundiman and Kristina, 2021).
4. Business sustainability 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 (cpratanto, 2019)
5. Schick et al (2005) *Sustainability* adalah: “*It was also an important determinant of exercising sustainability practices in businesses.*” (Kianto, 2019).
6. Konsep *Sustainability Business* sebenarnya adalah sebuah konsep yang menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat tetap eksis dan memiliki daya saing yang kuat. Tahan terhadap goncangan yang mempengaruhi kinerjanya. Repository IPB, Burhan.

Dengan demikian maka *business sustainability* atau keberlanjutan bisnis adalah bisnis yang bisa tetap eksis dari waktu ke waktu, mampu mempertahankan nilai-nilai organisasi atau memiliki budaya organisasi yang kuat, juga meraih keuntungan/profitabilitas perusahaan yang stabil, bahkan terus bisa meningkat. Selain juga mampu beradaptasi tinggi terhadap lingkungan. Karena hanya

perusahaan dan pengusaha (SDM bisnis) yang memiliki adaptabilitas tinggi lah yang akan mampu melampaui setiap perubahan-perubahan yang terjadi dengan baik dan bahkan bisa unggul dan berdaya saing (Agustina, 2017); (Agustina, 2019) dengan tidak mengorbankan lingkungan (alam).

Artinya, keberlanjutan bisnis atau *business sustainability* adalah bisnis yang dikelola secara profesional dan memiliki kontrol yang kuat, memiliki kepemimpinan bisnis yang visioner, sehingga mampu terus menyemangati tim dalam bisnisnya untuk terus bertahan dan beradaptasi seiring dengan perubahan yang terjadi. Dengan adaptabilitas yang tinggi ini akan menjadi bekal untuk bisa bersaing dan memenangkan persaingan yang semakin ketat.

Faktor Kunci *Business Sustainability*

Setiap bisnis yang mampu memiliki keberlanjutan usaha, selain faktor waktu, proses dan tindakan dari pemilik bisnis (pengusaha) yang mampu membawa perusahaan pada perubahan. Ada faktor-faktor kunci lain yang harus diperhatikan agar keberlanjutan bisnis bisa terwujud dan makin meningkat dari waktu ke waktu dalam jangka panjang, yaitu:

1. Terbangunnya budaya organisasi yang memiliki nilai-nilai yang kuat sehingga siapa pun yang menjalankan bisnis dan bahkan meneruskan bisnis yang sudah dibangun (berkelanjutan), diharapkan akan mampu menjadikan manajemen usaha tetap terjaga dengan baik. Pada budaya organisasi ada nilai-nilai bisnis yang harus dibangun dan dipertahankan, bahkan dipelihara oleh siapa pun yang melanjutkan operasional bisnis. Ini akan bisa terwujud, apabila pendiri dan atau pemilik bisnis memiliki visi yang jelas dan kuat sehingga bisa meletakkan nilai-nilai dasar

dalam berbisnis yang baik. Selain itu juga budaya belajar (Reswanda, 2012); (Bustan, 2016); (Agustina, 2019); (Agustina, Gerhana and Sulaiman, 2020) dalam organisasi terus dikembangkan agar terbangun suatu kemampuan beradaptasi tinggi dan tanggap dengan lingkungan baru dari waktu ke waktu, bahkan bisa menciptakan inovasi-inovasi (Agustina, Titien, 2017); (Agustina et al., 2021) baru dalam bisnis karena mindset atau pola pikir terbuka (open minded) terhadap perkembangan dan perubahan lingkungan.

2. Budaya organisasi dapat dibangun dari pembelajaran organisasi (Agustina, 2019) yang kuat dan tinggi, berarti akan tumbuh kemampuan beradaptasi yang tinggi. Dari sini akan tumbuh budaya akan kebutuhan berprestasi (Kerr, S. P., 2017); (Agustina, Chandrarin and Manan, 2017); (Marisa et al., 2021) pada setiap individu atau SDM yang terlibat dalam menjalankan bisnis. Hal itu akan membangun budaya organisasi yang baik dalam perusahaan, serta akan menumbuhkan persaingan yang sehat pada setiap pribadi. Ini adalah modal utama yang bagi kebanyakan perusahaan sebagai faktor yang sangat sulit dijaga. Karena menyangkut karakteristik (Agustina, 2021) manusia. Itu ditunjukkan dari kematangan psikologis seseorang selain juga menyangkut spiritualitas quotient yang ada dalam diri orang itu.
3. Komitmen seorang pebisnis terhadap kehidupan sekitarnya. Bagaimana pun seorang pebisnis/pengusaha adalah bagian dari lingkungan dimana dia berada atau beraktivitas melalui bisnis yang dijalankannya. Melakukan kegiatan bisnis tidak lepas dari pemberdayaan terhadap lingkungan kehidupannya dalam arti seluas-luasnya. Bisnis tidak lepas dari upaya mengeksplor berbagai sumber daya

yang ada pada lingkungan kehidupan ini. Faktor kedua ini perlu dimiliki dan diperhatikan agar keberlanjutan bisnis bisa dijaga dan dipertahankan. Diperlukan sumbangsih dan kontribusi pebisnis terhadap kelestarian lingkungan dari berbagai sisi sebagai bentuk dari visi atau komitmennya. Karena tanpa komitmen untuk berkontribusi pada “hijau” nya lingkungan dan kelestarian berbagai sumber daya yang menjadi objek bisnis, baik secara langsung atau tidak langsung, akan menjadi faktor penentu bagi keberlanjutan bisnis ke depan. Oleh karena itu diperlukan komitmen (Arifianto and Aryanda, 2017) yang kuat dari seorang pebisnis terhadap lingkungan kehidupannya dengan segenap sumber daya yang terkait dalam menjalankan dan mengelola bisnis.

4. Dalam kaitannya dengan lingkungan bisnis, tidak bisa dipisahkan dari dampak kegiatan bisnis itu sendiri yang berakhir pada limbah industri. Seorang pebisnis yang mampu memiliki bisnis yang berkelanjutan adalah juga pebisnis yang peduli dan sangat memperhatikan pada pembuangan limbah (*waste elimination*) industri perusahaannya. Komitmennya untuk memberikan “keamanan” terhadap lingkungannya yang diakibatkan dari bisnisnya, terutama dalam masalah pembuangan limbah (*waste elimination*) sebagai dampak langsung atau tidak langsung dari bisnisnya, harus bisa ditekan seminimalnya. Kontribusi dalam bentuk komitmen untuk turut menjaga dampak produksi perusahaan terhadap pembuangan limbah (*waste elimination*) dan perpanjangan sumber daya (*resources extention*) yang berkelanjutan bagi generasi berikutnya, tentu menjadi hal yang sangat vital. Artinya sebagai pebisnis, bisa meminimalisir berkembangnya “nafsu serakah” dalam dirinya di

dalam menjalankan bisnis. Kualitas pribadi atau karakteristik personal (Agustina, 2021); (Agustina, Titien; Rezti, Rezti; Nurdin, Muhammad; Sampurnawati, Sampurnawati; Suryani, Sri; Jatmika, 2021) seorang pebisnis yang baik tentu akan selalu memberikan perhatian dan berkomitmen tentang hal ini. Agar lingkungan tetap terjaga, sumber daya masih bisa dipakai dan digunakan secara berkelanjutan oleh generasi berikut sehingga tidak habis dalam waktu singkat (jangka pendek). Sehingga komitmen (Sudarwati, Sudarwati; Sudirwo, Sudirwo; Agustino, Lalu; Agustina, 2020) kuat seorang pengusaha melalui proses dan tindakannya dalam ikut menjaga dan memperpanjang sumber daya (*resources extention*) ini, akan bisa menciptakan keberlanjutan bisnis.

5. Sikap hemat. Seorang pebisnis yang mampu memiliki keberlanjutan bisnis, selain tidak “serakah” terhadap alam dan lingkungan karena kesadaran yang tinggi dan komitmen yang dipegang teguh sebagai bentuk dari rasa tanggung jawabnya terhadap kehidupan ini dari generasi ke generasi, juga adalah sikap berhemat yang diterapkan dalam berbisnis. Mengurangi biaya sekarang maupun biaya yang mungkin timbul di masa mendatang, dalam bentuk apapun diantara upaya-upaya untuk terus bisa memfasilitasi terciptanya profitabilitas, daya saing, dan umur bisnis. Tidak mudah dan tidak gampang untuk mampu mengurangi atau menekan biaya ini, namun pasti bisa. Untuk itu diperlukan kreativitas (Agustina et al., 2021) dan komitmen dalam melakukannya sehingga profitabilitas tetap bisa terakomodir, daya saing bisa tercipta selalu dalam bisnis, serta pada akhirnya umur bisnis pun akan bisa makin panjang (*sustainability*). Hal ini tidak terlepas dari kualitas

yang ada pada diri pribadi seorang pebisnis/pengusaha. Kualitas SDM pengusaha yang kuat dan memiliki komitmen yang tinggi terhadap kelestarian alam ini serta tangguh, ada pada karakteristik personal (Agustina, 2021) yang bersangkutan. Sehingga menjadi kunci bagi keberlanjutan bisnis yang diinginkan.

6. Pendapat (Elkington, 2013), dalam upaya memahami *sustainability* bisnis ini, maka tidak bisa dilepaskan dari nilai kesuksesan suatu perusahaan. Mengukur nilai-nilai kesuksesan suatu perusahaan menurutnya tidak bisa dipisahkan dari tiga kriteria berikut, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ketiga kategori ini biasa disebut sebagai “*triple bottom line*”, yaitu people, planet, dan profit. Karena bisnis tidak lepas dari ekonomi, artinya bagaimana meningkatkan dan mendatangkan nilai ekonomi yang tinggi, melalui pemanfaatan orang dan sumber daya lainnya. Sehingga *triple bottom line* memang menjadi faktor yang penting dalam keberlanjutan bisnis. Bagaimana pun dalam *triple bottom line*, bila dicermati, pasti sangat terkait dengan kualitas dari pribadi sang pengusaha/pebisnis tersebut. Bisnis bisa berkelanjutan melalui *triple bottom line* ini karena adanya SDM penggerak bisnis yang berkualitas (Agustina, 2017); (Agustina, Chandrarin and Manan, 2017); (Agustina, T.; Gerhana, W.; Sulaiman, 2020).
7. *Sustainable Business* atau Bisnis Berkelanjutan adalah usaha bisnis untuk meminimalisir dampak negatif bagi lingkungan maupun sosial agar generasi penerus nanti memiliki sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhannya (www.dictio.id). Pendapat ini pun bila dirunut, akan kembali kepada kualitas manusia pengambil keputusan dalam bisnis tersebut. Artinya keberadaan SDM dari pebisnis itu

adalah kunci untuk suksesnya (Agustina, 2019); (Agustina, T.; Gerhana, W.; Sulaiman, 2020) atau hadirnya keberlanjutan dalam bisnis yang dijalankan.

8. Konteks bisnis yang “berkelanjutan”, melibatkan pemeliharaan proses dan tindakan perusahaan dari waktu ke waktu. Perusahaan yang berkelanjutan mengacu pada perusahaan yang dapat mencapai tujuan bisnis jangka panjang dan menambah nilai dengan memasukkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya. (www.jojonomic.com). Pendapat ini pun sangat terkait dengan keberadaan SDM sebagai penggerak bisnis yang harus memiliki komitmen (Sudarwati, Sudarwati; Sudirwo, Sudirwo; Agustino, Lalu; Agustina, 2020) dan kepedulian (Agustina, 2021) tinggi terhadap lingkungan. Ekonomi dan sosial tidak bisa dilepaskan dari faktor lingkungan yang harus juga tetap dijaga dan dipelihara (hijau-nya) sehingga keberlanjutan bisnis pun bisa tercapai dan terpelihara dari waktu ke waktu.
9. 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 (<http://cpratanto.blogspot.com>). Pendapat ini juga tidak lepas dari keberadaan SDM dari penggerak bisnis tersebut yang memiliki komitmen terhadap lingkungan, selain faktor ekonomi dan sosial. Intinya ketiga faktor dalam *triple bottom line* harus saling bersinergi. Itu dapat tercipta dari karakter (Agustina, 2017); (Agustina, 2021) seorang pribadi pengusaha (SDM) yang berkomitmen tinggi dan peduli (Agustina et al., 2020).

Dari semua pendapat tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan sebuah bisnis sangat tergantung dari adanya seseorang (pribadi) yang berkarakter (Agustina, 2017); (Agustina *et al.*, 2021) sesuai dunia bisnis sehingga mampu menjadi penggerak jalannya bisnis sehingga mampu mengelola bisnis dengan baik. Bukan saja karena mampu mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas bisnis dari waktu ke waktu, tetapi juga mampu membawa bisnis terus berkelanjutan dan tetap ikut menjaga lingkungan. *Figure* SDM pemimpin bisnis yang kuat karakter (Agustina, 2021) menjadi kunci terlaksana dan tercapainya *business sustainability*.

Mengingat *figure* yang menjadi tokoh dari jalannya bisnis dan memiliki visi misi yang kuat dalam membangun budaya organisasi, mengembangkan dan menanamkan nilai-nilai yang kuat pada organisasi, tidak lepas dari individu pengusaha itu sebagai pembangun bisnis yang mampu meletakkan dan menularkannya kepada segenap unsur dan personil dalam perusahaan. Mengingat eksistensi seorang pemimpin tidak selamanya, karena kondisi dan perjalanan waktu, tentu harus ada komitmen segenap *shareholder* untuk membawa perusahaan atau bisnis menjadi berkelanjutan dengan melakukan langkah-langkah progresif dan visioner disertai pembelajaran yang tiada henti di dalam organisasi (Agustina, T.; Gerhana, W.; Sulaiman, 2020). Diantaranya adalah menjadikan perusahaan atau bisnis sebagai perusahaan publik (*go public* di bursa efek), sehingga manajemen dan kontrol bisa selalu terjaga dengan standar-standar yang sudah diakui dan sesuai dengan aturan. Siapapun generasi penerus kepemimpinan bisnis, pasti akan mengikuti aturan dalam manajemen dan organisasi professional.

Penutup

Berdasarkan uraian diatas, bahwa *business sustainability* bisa tercipta melalui:

1. Hadirnya pemimpin bisnis yang mampu meletakkan dasar-dasar bisnis yang kuat dan visioner ke jangka panjang melalui proses dan tindakan (misi) yang jelas dari karakteristik personal yang kuat.
2. Memiliki niat dan melaksanakan sinergisitas *triple bottom line (people, planet, and profit)* melalui aspek proses dan tindakan sebagai seorang pemimpin bisnis.
3. *Business sustainability* atau keberlanjutan bisnis bisa hadir dari adanya pemimpin atau *shareholder* yang berkualitas, *visioner*, *internal locus of control* yang tinggi, *self –efficacy* yang kuat, memiliki *adversity quotient* dan *spiritualitas quetiont* yang tinggi serta motif berprestasi (*need for achievement*) yang tidak henti dan menjadi kebutuhan setiap saat, sehingga mampu melampaui setiap masalah dan hambatan serta memiliki adaptabilitas pada perubahan-perubahan maupun tuntutan kondisi yang terjadi di sekitar. Serta seorang pembelajar sejati yang mampu membawa organisasi untuk terus belajar.

Daftar Pustaka

- Agustina, T.; Gerhana, W.; Sulaiman, S. (2020) 'The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient Towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship under Foster Group of the Banjarmasin)', *Journal of Wetlands Environmental Management*, 8(1), pp. 21–32. doi: 10.20527/jwem.v8i1.215.
- Agustina, Titien; Rezti, Rezti; Nurdin, Muhammad; Sampurnawati, Sampurnawati; Suryani, Sri; Jatmika, E. al. (2021) 'Penguatan Jiwa Kewirausahaan Melalui Kesadaran Potensi Diri Anggota Bumdes Berkah Bersama Desa Karang Bunga Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala', *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 1(3), pp. 77–89.
- Agustina, Titien, et. al. (2017) 'MSMEs Challenges in Phenomena of Disruption Era', *Journal of Economics and Sustainable Development*, 8(21), pp. 116–121.
- Agustina, T. (2017) *Kebangkitan Pengusaha UMKM*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Agustina, T. (2019) *Improving Business Performance Through Competitive Advantage: A Study On SMES In Banjarmasin, Indonesia*', *Eurasia: Economic & Business*, 6(26), pp. 39–59.
- Agustina, T. et al. (2020) 'Role of social entrepreneurship in business management', *Journal of Critical Reviews*. Innovare Academics Sciences Pvt. Ltd, pp. 257–262. doi: 10.31838/jcr.07.01.46.
- Agustina, T. et al. (2021) 'The Key to MSMEs Ability to Survive the Covid-19 Pandemic (Case studies in Indonesia)', *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), pp. 4508–4515.
- Agustina, T. (2021) 'THE ROLE OF PERSONAL CHARACTERISTICS TO DEVELOP', *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(03), pp. 1–9.

- Agustina, T., Chandrarin, G. and Manan, A. (2017) 'Motivation Effect on UMKM Performance in Banjarmasin City: Overview of Locus of Control as a Contingency Factor', in *International Conferences SDGs 2030 Challenges and Solutions*, pp. 526–543.
- Anwar, M. (2017) 'Pengaruh Motivasi, Kecerdasan Emosional, Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Melalui Kepuasan Kerja ...', *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2). Available at: <https://stienas-y pb.ac.id/jurnal/index.php/jdeb/article/download/42/34>.
- Arifianto, D. and Aryanda, A. (2017) 'Pengaruh Komitmen Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Dipa Pharmalab Intersains Di Jakarta', *Manajerial*, 9(1), p. 13. doi: 10.31479/m.v9i1.17.
- Bradbury, H. and Clair, J. A. (1999) 'Promoting sustainable organizations with Sweden's Natural Step', *Academy of Management Executive*, 13(4), pp. 63–73. doi: 10.5465/ame.1999.2570555.
- Bustan, J. (2016) 'Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Orientasi Pembelajaran Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolahan Pangan Di Kota Palembang)', *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(1).
- Dyllick, T. and Muff, K. (2016) 'Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability', *Organization and Environment*, 29(2), pp. 156–174. doi: 10.1177/1086026615575176.
- Elkington, J. (2013) 'Enter the triple bottom line', *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up*, 1(1986), pp. 1–16. doi: 10.4324/9781849773348.
- Kerr, S. P., et. al. (2017) *Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature*. Jakarta: Pustakan Binaman Pressindo.

- Kianto, M. (2019) 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Sustainable Entrepreneurship Pada Usaha Kecil Menengah Di Jakarta', *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(4), pp. 43–52. doi: 10.24912/jmbk.v2i4.4862.
- Marisa, F. et al. (2021) 'Customer Motivation Analysis on Retail Business with Octalysis Gamification Framework', *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(13), pp. 3264–3279.
- Reswanda, R. (2012) 'Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan, dan Kinerja Usaha Pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo', *Jurnal ekonomi akuntansi dan manajemen*, X (2), pp. 65–91.
- Sampurnawati, S. and Agustina, T. (2021) 'The Influence of HR Competence and Intellectual Capital on the Performance of MSMEs in Sasirangan Craftsmen', *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(5), pp. 326–334. doi: 10.35877/454ri.qems277.
- Sampurnawati, S. and Agustina, T. et. al. (2020) 'Penguatan Orientasi Kewirausahaan Masyarakat Strengthening the Community Entrepreneurship Orientation of Fish Crupuk Manufacturers in Batakan Village, Penyipatan Sub-District, Tanah Laut District', *BAKTI BANUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), pp. 41–49.
- Sudarwati, Sudarwati; Sudirwo, Sudirwo; Agustino, Lalu; Agustina, T. (2020) 'Dukungan Komunikasi, Komitmen, Dan Insentif Yang Memuaskan Untuk Meningkatkan Kinerja', *Sultanist*, 4328(November). Available at: <https://www.sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/view/203>.
- Sundiman, D. and Kristina, N. (2021) Future Business Trends, has It Led to a Sustainable Business? Available at: <https://rinarxiv.lipi.go.id>.
-

Anindita, hayyu. 2020.
<https://www.jojonomic.com/blog/sustainable-business/> 8 Desember 2020. di donlot pada Sabtu, 11 Desember 2021 Pkl. 12.15

<http://cpratanto.blogspot.com/2012/05/management-sustainability-and-human.html>: Sabtu, 11 Des. 2021 Pkl: 12.20

<https://bbs.binus.ac.id/bbslab/2019/11/bisnis-yang-berkelanjutan/> 27 Nov 2019. didonlot: Sabtu, 11 Des. 2021 Pkl: 12.30

Profil Penulis



Dr. Titien Agustina, M.Si

Ketertarikan penulis pada dunia tulis menulis seiring dengan profesi sebagai seorang Dosen. Diawali sejak masih Sekolah Dasar sudah rajin menulis puisi. Kemudian ketika SMP rajin menulis diari dan berkembang menjadi penulis opini yang ketika kuliah bakat ini makin berkembang dengan setiap dua kali seminggu selalu mengirimkan naskah opini karyanya pada dua koran ternama di kotanya, yaitu Banjarmasin. Melalui koran nasional Banjarmasin Post dan Kalimantan Post (sebelumnya *Dinamika Berita*) kemudian juga pada Radar Banjarmasin, selalu dijajalnya dengan opini-opini anak muda. Sehingga beberapa kali sempat memenangkan Lomba Karya Tulis Populer maupun Karya Tulis Ilmiah se Kalimantan Selatan, dan juga di Tingkat Nasional. Diantaranya yang sangat berkesan adalah Pemenang II Lomba Penulisan Seabad Arsip di Indonesia oleh Badan Kearsipan Nasional RI (1992) dan kemudian mendapatkan Penghargaan dalam Karya Anugerah Jurnalistik Tingkat Nasional oleh Kementerian Penerangan RI kerjasama dengan PWI (1992).

Penulis menyelesaikan pendidikan Akademi Sekretari dan Manajemen Indonesia (ASMI) Banjarmasin (1986); Sarjana Kesekretariatan pada STIMI Banjarmasin (1991); Diploma II Ilmu Perpustakaan pada Universitas Terbuka (1997); Magister dalam bidang Ilmu Komunikasi pada Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung (2002); dan Program Doktor Ilmu Ekonomi pada Universitas Merdeka Malang (2017).

Penulis sudah memiliki 2 buah buku sebagai penulis tunggal: *Perempuan dan Investasi* (2012); *Kebangkitan Pengusaha UMKM* (2017). Sedangkan selebihnya book chapter, yaitu:

Email Penulis: titienagustina9@gmail.com