

PENERAPAN KONSEP *PENTUPLE BOTTOM LINE* PADA UMKM DI KOTA TANGERANG SELATAN DALAM MEWUJUDKAN KEBERLANJUTAN USAHA

PENULIS

¹Wardokhi, ²Endang Ruhiyat, ³Suripto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan konsep *pentuple bottom line* oleh UMKM dalam mewujudkan keberlanjutan usaha dan untuk mengetahui serta mendalami faktor yang mendukung, menghambat dan strategi yang dilakukannya. Penelitian dilaksanakan bulan Februari - Juli 2023 di wilayah Tangerang selatan. Informan yang diperoleh sebanyak 26 informan meliputi informan utama berjumlah delapan orang pelaku usaha, informan pendukung delapan orang karyawan, dua pengurus lembaga sosial dan delapan orang masyarakat sekitar dipilih dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Model analisis data yang digunakan adalah model alir Miles dan Huberman kemudian di validasi dengan triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi teori. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Model analisis data yang digunakan adalah model alir Miles dan Huberman kemudian di validasi dengan triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi teori. Hasil penelitian menunjukkan penerapan konsep PBL yang meliputi aspek *people*, aspek *profit*, aspek *penotechnology*, dan aspek *planet*, telah dijalankan namun belum maksimal. Dalam penerapannya terdapat dua tipe pelaku usaha yaitu pelaku usaha yang berintegritas dan pelaku usaha yang formalitas. Ditemukan beberapa faktor pendukung, faktor penghambat dan juga strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Diperlukan intervensi dari pemerintah daerah yang mempunyai peran sebagai stabilisator, inovator, modernisator dan pelopor sehingga tercipta kesetaraan, keadilan informasi sehingga tercipta keberlanjutan usaha.

Kata Kunci

Pentuple Bottom Line, Business Sustainability, UMKM, Integritas, Formalitas

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1,2,3}Universitas Pamulang

^{1,2,3}Jl. Raya Puspitek, Buaran, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten - 15310

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Wardokhi
dosen02165@unpam.ac.id

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Panel Ilmuwan Antar Negara mengeluarkan laporan terbaru yang mendokumentasikan tingkat perubahan iklim yang sudah diamati di Bumi yang menekankan pentingnya perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan semata. Perusahaan merupakan akar masalah dalam krisis lingkungan, tetapi juga memiliki peran kunci dalam mengarahkan bisnis ke arah yang lebih ramah lingkungan tanpa merusak Bumi. John Elkington (2013) memperkenalkan konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang mengubah pandangan bisnis global. TBL terdiri dari tiga aspek utama: orang, planet, dan profit, yang digunakan untuk mengukur kesuksesan perusahaan. Konsep ini mendorong perusahaan untuk berperan dalam membangun masyarakat dan menjaga lingkungan, bukan hanya fokus pada profit. TBL menekankan kepentingan *stakeholder* dalam tiga bidang: Profit untuk mencari keuntungan, People untuk menjaga hak dan keamanan tenaga kerja, dan Planet untuk melindungi lingkungan dan sumber daya alam (Ariastini & Semara, 2019; Budiawan, 2019; Khoiruzen, 2023). Menurut Aziza dan Sukoharsono (2021), organisasi yang berkelanjutan memperhatikan tiga aspek: ekonomi (profit), sosial (*people*), dan lingkungan (planet), yang disebut sebagai '3P'. Keseimbangan tiga aspek ini adalah kunci pembangunan berkelanjutan dan menjaga kestabilan keuangan organisasi, operasional yang sesuai dengan harapan masyarakat, dan minimisasi dampak negatif terhadap lingkungan.

Sukoharsono, dkk (2021) menambahkan aspek spiritualitas (Prophet) sebagai penyempurnaan paradigma *Triple Bottom Line* (TBL). Spiritualitas berperan dalam menilai elemen-elemen dalam '3P' dan melandasi niat baik. Pada tahun 2019, ia juga menambahkan fenoteknologi sebagai aspek tambahan. Fenoteknologi muncul sebagai hasil revolusi industri dan mendukung kemajuan di era global yang kompleks. Dalam paradigma baru, disebut sebagai *Pentuple bottom line* (PBL), terdapat lima aspek: ekonomi, sosial, lingkungan, spiritualitas, dan fenoteknologi. PBL mendorong perilaku yang menghormati dan membangkitkan kesadaran ilahi serta mengutamakan kepentingan bersama. Tujuannya adalah bukan hanya untuk keuntungan kapitalis, melainkan untuk kelestarian alam dan manusia dalam mencari keridhaan Tuhan. Konsep ini berpotensi untuk mengubah perilaku manusia menjadi lebih baik.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga berperan penting dalam meminimalisir dampak negatif usaha terhadap lingkungan, sebab porsi dan kontribusi UMKM Indonesia cukup besar. UMKM menyerap 97% tenaga kerja, berkontribusi 60,3% terhadap PDB, dan memberikan 14,4% kontribusi ekspor nasional, menjadikannya pemain terbesar di ASEAN dalam hal penyerapan tenaga kerja. Di negara-negara tetangga, penyerapan tenaga kerja oleh UMKM berkisar antara 35% hingga 85%, sebagian besar UMKM di Indonesia menerapkan praktik bisnis ramah lingkungan, sebagaimana ditunjukkan oleh survei terhadap 1.073 pelaku UMKM di Indonesia. Hal ini menarik mengingat sebagian besar dari mereka mengalami penurunan omzet saat pandemi Covid-19.

Keberlanjutan usaha merupakan hal penting dalam mempersiapkan masa depan dan mempertahankan sumber daya yang mendukungnya. Faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan bisnis meliputi aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Keberlanjutan usaha melibatkan berbagai elemen, termasuk hubungan sosial, kepercayaan, dan norma yang membentuk modal sosial. Menurut Fukuyama (2010), modal sosial adalah kemampuan masyarakat dalam mengatasi masalah dalam kelompok mereka. Tujuan utama dari usaha adalah mencapai keberlanjutan (Scoones et al., 2020)

UMKM dapat menerapkan praktik ramah lingkungan mulai dari tindakan sederhana seperti mematikan lampu, penggunaan AC yang hemat energi, penanaman tanaman di sekitar tempat kerja, pemanfaatan transportasi berkelanjutan, hingga pengelolaan limbah yang bijak, tindakan ini dapat menciptakan citra positif, mendukung kelangsungan bisnis, dan meningkatkan daya saing. Meskipun profitabilitas adalah tujuan utama bisnis, keuntungan yang berlebihan dapat menyebabkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan, polusi plastik yang sulit terurai, kebisingan, dan dampak sosial negatif pada masyarakat sekitar (Felisia & Limijaya, 2014; Muqodim & Susilo, 2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Angreny, dkk (2022) mengidentifikasi empat jenis modal yang mendukung keberlanjutan UMKM Griya Coklat Nglanggeran, yaitu modal finansial, fisik, manusia, dan sosial yang bersama-sama mendukung konsep *Triple Bottom Line*, penelitian lanjutan ini

dilaksanakan di Kota Tangerang Selatan. Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan tahun 2020, terdapat 90.128 UMKM yang tersebar di tujuh kecamatan yang berbeda, termasuk Pamulang, Setu, Ciputat, Ciputat Timur, Serpong, Serpong Utara, dan Pondok Aren. UMKM di wilayah ini mencakup 20 jenis, termasuk akomodasi, aksesoris, ekspedisi, elektronik, farmasi, *fashion*, *furniture*, jasa lainnya, konter HP, kreatif, konveksi, kuliner, otomotif, pendidikan, perawatan/kesehatan, perikanan, pertanian, sayuran/buah, toko sembako, dan transportasi.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena bahwa para pelaku UMKM sering hanya fokus pada keuntungan (Profit) dan belum memberi perhatian cukup pada aspek masyarakat (*People*) dan lingkungan (Planet). Penelitian oleh Zulfikar dan Meyvita (2019) menunjukkan bahwa tantangan utama dalam menerapkan konsep ini adalah kurangnya pemahaman dan kemauan dari pemilik UMKM sendiri. Oleh karena itu, *Pentuple bottom line*, yang mencakup *People*, Profit, Phenotechnology, Planet, dan Prophet, dapat menjadi kerangka yang lebih komprehensif untuk mendukung keberlanjutan usaha, sesuai dengan penelitian Iswanu dan Sukoharsono (2022). Konsep ini mendorong organisasi untuk menjadi sadar terhadap nilai-nilai spiritual, menjaga lingkungan, memberikan manfaat kepada masyarakat, dan mengintegrasikan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan analisa tentang penerapan konsep *Pentuple bottom line* pada pelaku UMKM, peneliti akan menguji apakah konsep *Pentuple bottom line* pada pelaku UMKM dilakukan dengan integritas atau hanya formalitas, sebab biasanya konsep *Pentuple bottom line* hanya dipahami dan dilakukan oleh perusahaan besar.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Business Sustainability*

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 (Chalim et al., 2022; Perbankan & Herawati, 2023). Bisnis berkelanjutan adalah kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang dengan mengintegrasikan ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya (Daniri, 2008; Rochmawati et al., 2023). Lightelm (2010) mengidentifikasi faktor-faktor penting yang berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dan menjadi indikatornya:

- 1) Kompilasi rencana usaha: Wirausaha harus memiliki rencana bisnis yang terdokumentasi dengan baik untuk memandu pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.
- 2) Pembaruan rutin rencana bisnis: Pembaruan berkala terhadap rencana bisnis termasuk strategi, inovasi, pencatatan keuangan, dan manajemen operasional guna menjaga kelangsungan usaha.
- 3) Analisis pesaing secara berkala: Wirausaha harus secara teratur menganalisis pesaing, baik dalam organisasi maupun di luar, untuk memenangkan persaingan dan menjaga bisnis tetap kompetitif.
- 4) Kemampuan untuk mencoba bisnis baru: Menambahkan bisnis baru adalah cara untuk mengembangkan bisnis dan mencapai pangsa pasar yang lebih besar.
- 5) Berani mengambil risiko yang terhitung: Keberanian untuk mengambil risiko yang telah dipertimbangkan merupakan elemen penting dalam pengambilan keputusan bisnis.
- 6) Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK): Penggunaan TIK oleh wirausaha dapat meningkatkan akses ke pasar, memperluas peluang produk, dan meningkatkan pendapatan di era ekonomi digital saat ini (Yanti et al., 2018)

2.2 *Triple Bottom Line*

Triple Bottom Line adalah Konsep pengukuran kinerja suatu usaha secara “holistik” dengan memperhatikan ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan profit, ukuran kepedulian sosial, dan perlindungan lingkungan (*People-Planet-Profit*) (Elkington, 1998). Konsep TBL menunjukkan bahwa operasional suatu perusahaan tidak cukup bergantung pada laba usaha (profit), akan tetapi juga bergantung pada dampak dan tindakan perusahaan untuk memperbaiki lingkungan hidup (planet) (Nugroho & SE, 2020)

2.3 *Pentuple Bottom Line*

Pentuple bottom line adalah mode pengungkapan komprehensif tentang penyusunan laporan keberlanjutan tentang penyusunan laporan keberlanjutan oleh organisasi manapun baik bisnis maupun publik, dan baik besar maupun kecil. *Pentuple bottom line* ini mengandung 5 unsur, yaitu planet, orang, keuntungan, fanoteknologi, dan Tuhan. *Pentuple bottom line* merupakan dasar dari konsep CSR secara umum (Purnomosidi & Sukoharsono, 2022). TJSP/CSR agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Untuk menerapkannya dalam lingkungan perusahaan, diperlukan beberapa langkah yang terpadu dan terus menerus dilakukan oleh perusahaan pada aspek personal, perusahaan, planet (lingkungan), dan pemerintahan (Molisa, 2011)

Paradigma *pentuple bottom line* terdiri lima aspek, yaitu ekonomi (profit), sosial (*people*), lingkungan (planet), spiritualitas (prophet), fanoteknologi (*phenotechnology*) merupakan aspek-aspek yang membangun praktik akuntansi keberlanjutan. Penambahan dua aspek tersebut mampu untuk mendorong organisasi dalam meningkatkan pencapaian pembangunan berkelanjutan secara berkomitmen (Badria et al., 2021).

2.4 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah usaha milik orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM didefinisikan berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha kecil merujuk pada usaha dengan jumlah karyawan antara 5 hingga 19 orang, sementara usaha menengah adalah usaha yang mempekerjakan 20 hingga 99 orang. Menurut Kementerian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994, Usaha Kecil merujuk pada perorangan atau badan usaha yang memiliki penjualan/omset tahunan maksimal sebesar Rp. 600.000.000 atau memiliki aset (aktiva) maksimal sebesar Rp. 600.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) (Riyanto, 2013).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi. Di Indonesia, UMKM memiliki potensi besar untuk pertumbuhan karena pasar yang luas, ketersediaan bahan baku, dan sumber daya manusia yang melimpah. Namun, beberapa tantangan harus diatasi dalam pengembangan UMKM, termasuk manajemen yang baik, perencanaan yang tepat, pengetahuan yang cukup, efisiensi produksi, dan inovasi (Wijoyo et al., 2020).

Karakteristik UMKM mencakup sistem pembukuan sederhana, margin keuntungan yang tipis, keterbatasan modal, keterbatasan pengalaman manajerial, skala ekonomi yang kecil, keterbatasan dalam pemasaran dan diversifikasi pasar, serta kemampuan terbatas dalam mendapatkan dana dari pasar modal. Kelemahan internal UMKM melibatkan keterbatasan sumber daya manusia, kendala dalam pemasaran, kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM, dan keterbatasan modal (Ikbal et al., 2018; Thaha, 2020; Yusuf et al., 2023).

2.5 Tipe UMKM dalam Implementasi *Pentuple Bottom Line*

UMKM yang berintegritas dalam menerapkan konsep *Pentuple bottom line* menjunjung tinggi moral dan etika dengan konsistensi antara ucapan dan tindakan, serta memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap masyarakat serta lingkungan. Pelaku UMKM memprioritaskan nilai-nilai moral dan kemanusiaan, yang pada gilirannya mendukung berkelanjutan bisnis mereka. Sementara itu, UMKM yang menerapkan konsep secara formalitas hanya mengikuti aturan dan rutinitas tanpa komitmen mendalam, terutama dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini bisa dilakukan semata-mata untuk meningkatkan citra di mata publik (Khourouh et al., 2023; Nainggolan, 2019; Susanti & Pradana, 2021).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kualitatif, yang didefinisikan sebagai metode penelitian di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan analisis data dilakukan secara induktif. Pendekatan penelitian ini adalah studi kasus, yang digunakan untuk menggali masalah yang tengah populer atau relevan dan memungkinkan untuk menjelaskan konsep religiusitas dalam aktivitas UMKM (Moleong, 2021).

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Tangerang Selatan, Banten, dan subjek penelitian utamanya adalah pelaku UMKM. Penelitian ini berfokus pada Kota Tangerang Selatan, Banten, dengan pertimbangan di wilayah ini teridentifikasi permasalahan UMKM yang mengalami ketidakstabilan dalam berbisnis, masih menerapkan pendekatan bisnis konvensional, kurang adopsi teknologi, fokus hanya pada profit, dan minim perhatian terhadap kebersihan lingkungan. Selain itu, lokasi dipilih karena memudahkan akses data dan lebih terjangkau bagi peneliti, memungkinkan penelitian berjalan efisien dalam batasan waktu yang ada, dan sesuai dengan anggaran dana yang tersedia. Subjek penelitian mencakup pelaku UMKM, karyawan, mitra lembaga sosial, dan masyarakat setempat yang berperan sebagai informan.

Dalam penelitian ini, partisipan dibagi menjadi dua kelompok utama. Kelompok pertama adalah delapan pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi subjek inti penelitian. Mereka terlibat dalam survei mendalam karena mereka aktif menerapkan konsep *Pentuple bottom line* untuk menjaga keberlanjutan bisnis mereka. Kriteria mereka termasuk kesediaan untuk menjalani wawancara mendalam, memiliki setidaknya satu karyawan, beroperasi selama minimal satu tahun, memiliki catatan keuangan bisnis, dan pemahaman yang kuat tentang konsep *Pentuple bottom line*. Sementara itu, kelompok kedua adalah pendukung, terdiri dari delapan karyawan yang bekerja untuk pemilik UMKM dalam kelompok utama, dua pengurus lembaga yang bermitra dalam program sosial UMKM, dan delapan anggota masyarakat yang aktif terlibat dalam kehidupan sosial di sekitar lokasi usaha pemilik UMKM. Mereka dipilih berdasarkan lokasi usaha masing-masing pemilik utama dan memberikan perspektif tambahan yang mendukung penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling* untuk melengkapi data. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pelaku UMKM, karyawan, lembaga mitra, dan masyarakat sekitar. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data sekunder dari jurnal penelitian terdahulu, dokumen milik pelaku UMKM, catatan keuangan usaha, dan foto-foto yang mendukung. Proses penelitian mencakup observasi langsung ke lokasi usaha UMKM, pengamatan terhadap perilaku pelaku usaha, dan kondisi lingkungan sekitar. Dokumentasi juga dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis seperti jurnal penelitian, dokumen BPS, dan materi lain yang relevan dengan topik penelitian (Mamik, 2015).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi *Pentuple Bottom line* dalam Mewujudkan Keberlanjutan Bisnis

Keberlanjutan usaha merupakan kelangsungan dan pertumbuhan jangka panjang dari suatu usaha. Keberlanjutan tidak hanya berkaitan dengan mencapai keuntungan, tetapi juga menekankan aspek sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, UMKM di Wilayah Tangerang Selatan harus mempertimbangkan *Pentuple bottom line* (Sosial, Ekonomi, Teknologi, Lingkungan, dan Spiritualitas). Hasil analisis penerapan *Pentuple bottom line* dalam UMKM dapat dilihat dalam diagram hubungan (*network display*) sebagai berikut:

Tabel 1. Implementasi *Pentuple Bottom Line* pada UMKM Tangsel

Aspek	Implementasi dalam UMKM
People	1) Menjaga Hak Asasi Manusia dengan memberikan haknya kepada karyawan.
	2) Tanggung jawab terhadap masyarakat lokal dengan membayar iuran kegiatan di masyarakat

<i>Profit</i>	1) Menjual produk sesuai dengan harga bahan baku yang diperoleh agar mendapatkan keuntungan.
	2) Melakukan penghematan biaya operasional dengan cara mencari bahan baku yang termurah dan menyediakan <i>mess</i> atau kontrakan sendiri untuk karyawan.
	3) Melakukan perputaran keuangan dan pencatatan sederhana.
	4) Menciptakan keunggulan kompetitif, dengan menjual produk dengan variatif
<i>Penotec hnology</i>	Menggunakan sistem pemasaran dengan teknologi digital dari berbagai platform yaitu dengan <i>WhatsApp, Instagram, Tik tok dan Facebook</i> . Serta menggunakan aplikasi <i>Go Food</i> dan sejenisnya.
<i>Planet</i>	1) Penanganan Limbah dengan menyediakan tempat sampah serta membayar iuran sampah.
	2) Masih menggunakan pembungkus makanan dengan plastik dengan alasan lebih simpel dan murah
<i>Prophet</i>	1) Kesadaran transendental dengan mengajak karyawan untuk menjalankan keyakinannya.
	2) Berintegritas dalam menjalankan kegiatan sosial dilingkungan masyarakat tanpa tapi.
	3) Memberikan kasih yang tulus dalam bisnis, yaitu dengan menjual produk menggunakan harga yang paling terjangkau.

4.1.1 Aspek People

Hasil penelitian menunjukkan pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan sangat peduli terhadap berbagai aspek yang berkaitan dengan konsep "People" dalam kerangka keberlanjutan usaha. pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan memberikan perhatian terhadap hak asasi manusia dan tanggung jawab terhadap masyarakat lokal. Pada aspek hak asasi manusia, para pelaku UMKM memberikan gaji yang layak kepada karyawan mereka, memberikan bonus, dan bahkan menyediakan tempat tinggal seperti kontrakan untuk karyawan. Pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan juga memperhatikan kebutuhan karyawan dan berusaha menciptakan lingkungan kerja yang aman dan kondusif, hal ini menunjukkan komitmen mereka untuk memperlakukan karyawan sebagai bagian dari keluarga dan memastikan kesejahteraan mereka.

Selain itu, para pelaku UMKM juga melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat lokal dengan memberikan sumbangan zakat, santunan anak yatim, dan mendukung kegiatan sosial kemasyarakatan di lingkungan usaha mereka. Pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan berusaha untuk berkontribusi positif bagi masyarakat setempat. Namun, ada juga beberapa kendala yang dihadapi, seperti pungutan liar oleh oknum yang bisa mengganggu pelaksanaan kegiatan sosial. Beberapa pelaku UMKM mungkin juga merasa terpaksa atau melakukan kegiatan sosial hanya sebagai formalitas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan pendekatan berkelanjutan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di wilayah tersebut berusaha untuk menciptakan dampak positif pada aspek "People" dalam bisnis, hal ini merupakan langkah yang sangat baik dalam mendukung keberlanjutan usaha dan kontribusi positif terhadap masyarakat lokal.

4.1.2 Aspek Profit

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Wilayah Tangerang Selatan mengungkap bahwa mereka telah menerapkan berbagai strategi untuk memastikan kelangsungan bisnis dan keuntungan. Dalam hal profitabilitas, para pelaku UMKM beradaptasi dengan situasi, seperti meningkatkan harga produk atau menyesuaikan ukuran produk saat biaya bahan baku meningkat. Keuntungan yang diperoleh digunakan untuk berbagai tujuan, seperti tabungan bank, investasi dalam peralatan baru, atau pembaruan produk demi tetap menarik bagi pelanggan. Manajemen keuangan memegang peran penting dalam memastikan bahwa pendapatan dan pengeluaran usaha sejalan dengan kebutuhan.

Mengenai penghematan biaya operasional, para pelaku UMKM melakukan langkah-langkah efisien, seperti menyediakan tempat tinggal bagi karyawan untuk mengurangi biaya transportasi dan memudahkan koordinasi. Mereka juga membeli bahan baku dalam jumlah besar untuk memperoleh harga yang lebih kompetitif. Dalam hal manajemen keuangan usaha, pelaku UMKM, terlepas dari tingkat kemampuan mereka, menjaga pencatatan keuangan, yang dapat membantu dalam pengendalian dan evaluasi usaha. Beberapa di antaranya telah menggunakan perangkat seperti

Microsoft Excel untuk mencatat keuangan dengan lebih rapi dan efisien. Selanjutnya dalam menghadapi persaingan, para pelaku UMKM menjaga keunggulan kompetitif dengan menawarkan beragam varian produk, menjaga kualitas produk, dan selalu mengikuti tren terkini. Mereka juga mendengarkan masukan dari pelanggan, menjaga rasa, harga, dan kualitas produk, serta memastikan ketersediaan menu yang diinginkan pelanggan.

Dari hasil penelitian dari aspek profit, para pelaku UMKM memahami pentingnya keunggulan kompetitif dan berusaha untuk memuaskan pelanggan agar tetap setia, semua ini merupakan strategi yang diterapkan untuk memastikan keberlanjutan bisnis.

4.1.3 Phenotechnology

Penerapan teknologi dalam usaha UMKM di wilayah Tangerang Selatan mengacu pada fungsi operasional, perencanaan, dan pengambilan keputusan. Pemanfaatan teknologi disesuaikan dengan tingkat pemahaman digital pelaku UMKM, dan sebagian dari mereka telah berhasil menerapkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pemasaran usaha.

Berbagai platform digital digunakan oleh pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan efisiensi. Salah satu contoh yang diungkapkan oleh informan utama 4 (IU 4), seorang pelaku usaha *Fried Chicken*, adalah penggunaan WhatsApp Bisnis. Mereka menempelkan nomor WhatsApp di spanduk gerobak mereka sebagai cara untuk menerima pesanan dari pelanggan. Pelaku usaha lain juga telah mulai memanfaatkan media *online*, seperti Instagram, Tokopedia, dan GoFood, meskipun dengan tingkat kesiapan yang beragam. Sebagian pelaku UMKM masih memahami digitalisasi dengan terbatas, seperti yang dinyatakan oleh IU 1, yang menyatakan bahwa pemasaran *online* belum dilakukan secara masif.

Para pelaku UMKM telah mulai mengadopsi teknologi dalam usaha, meskipun tingkat literasi digital masih bervariasi. Dalam praktiknya, hal ini tercermin dalam pemasangan spanduk dengan nomor WhatsApp yang memudahkan pelanggan berinteraksi dan memesan produk tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan platform *e-commerce* seperti Tokopedia juga menjadi sarana untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

4.1.4 Planet

Pengelolaan limbah merupakan aspek penting dalam usaha UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, mereka telah mengambil langkah-langkah untuk mengatasi masalah sampah yang dihasilkan. Salah satu informan utama, IU 3, pemilik usaha gorengan, mengungkapkan bahwa mereka membayar tukang sampah untuk mengambil sampah mereka setiap hari. Sampah dikumpulkan dalam kantong besar, yang kemudian diangkut oleh petugas sampah.

Pendekatan serupa juga diambil oleh informan utama 4, yang memperjelas bahwa mereka membayar iuran bulanan kepada tukang sampah, yang awalnya sebesar 30 ribu rupiah dan sekarang mungkin naik menjadi 40 ribu rupiah. Hal ini dianggap sebagai kontribusi yang saling menguntungkan dan tidak memberatkan para pelaku UMKM. Informan utama 5 juga berbagi pendekatan yang serupa dengan menyediakan tempat sampah di depan warung mereka, serta membayar tukang sampah atau bahkan membakar sampah plastik di depan toko ketika sudah tutup.

Hasil wawancara menggambarkan kesadaran para pelaku UMKM dalam menjaga kebersihan sekitar usaha mereka. Mereka telah menyiapkan tempat sampah yang berbeda, mulai dari plastik besar hingga karung beras, untuk mengumpulkan sampah sebelum diangkut oleh petugas sampah. Dokumentasi juga mengungkapkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menggunakan kantong plastik sebagai bungkus produk. Kantong plastik sangat praktis dalam kehidupan sehari-hari, penggunaannya berkontribusi pada masalah polusi lingkungan, karena plastik sulit terurai secara alami. Meskipun begitu, para pelaku UMKM telah berkomitmen untuk mengelola sampah mereka dengan baik, menciptakan lingkungan yang lebih bersih, dan berkontribusi pada konsep pelestarian lingkungan.

4.1.5 Prophet

Konsep transendental atau transendensi memiliki tiga aspek inti: pertama, pengakuan ketergantungan manusia pada penciptanya; kedua, pengakuan adanya hubungan dan kesamaan antara Tuhan dan manusia, mengindikasikan bahwa transendensi melemahkan segala kekuasaan, kekayaan, dan pengetahuan manusia; dan ketiga, pengakuan akan keunggulan norma-norma mutlak yang melampaui pemahaman manusia.

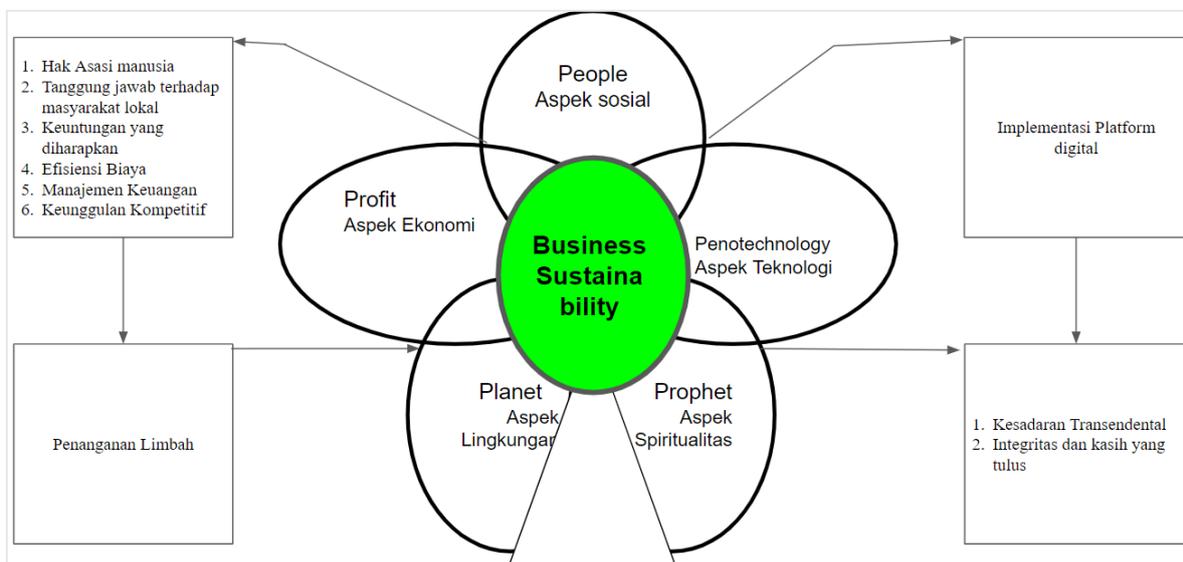
Pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan menerapkan konsep transendental ini dengan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk beribadah sesuai dengan keyakinan agama mereka. Mereka menyadari bahwa keberhasilan usaha mereka tidak hanya bergantung pada upaya manusia, tetapi juga pada campur tangan Tuhan. Sebagai contoh, salah satu informan utama, IU 3, mengungkapkan keyakinan ini dengan berkata, "Allah bersama kita." Mereka juga memahami bahwa menjaga kebersihan, termasuk kebersihan lingkungan sekitar usaha mereka, adalah sebagian dari iman.

Pengakuan akan transendensi ini tercermin dalam upaya pelaku UMKM untuk menciptakan lingkungan bersih di sekitar usaha mereka, serta memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dengan berbagi rezeki dalam bentuk zakat. Integritas dan kasih yang tulus juga menjadi bagian dari nilai-nilai yang mereka terapkan dalam usaha mereka. Misalnya, seorang informan utama, IU 1, menjual produknya dengan harga yang masuk akal, bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu, mereka berbagi keberkahan rezeki dengan cara yang tulus, seperti memberikan zakat atas penghasilan dari usaha mereka.

Karyawan juga merasakan dampak positif dari pendekatan ini, seperti peluang untuk mengejar pendidikan sesuai dengan minat mereka. Dalam konteks ini, pengusaha memberikan dukungan kepada karyawan yang ingin melanjutkan pendidikan mereka. Namun, dalam beberapa kasus, beberapa karyawan mungkin merasa kesulitan untuk menjalankan ibadah mereka, terutama jika mereka lelah setelah menjual produk hingga larut malam.

Selain itu, beberapa pelaku usaha masih perlu lebih konsisten dalam menjalankan ibadah mereka meskipun mereka memberikan kebebasan kepada karyawan untuk menjalankan keyakinan mereka. Seiring dengan kesadaran transendental, pelaku UMKM juga menunjukkan integritas dan kasih yang tulus dalam menjalankan usaha mereka. Integritas ini mencakup tindakan jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugas dan nilai-nilai yang sesuai dengan norma. Keseluruhan, kesadaran transendental, integritas, dan kasih yang tulus adalah aspek-aspek yang membentuk landasan spiritual pelaku UMKM dan memengaruhi pendekatan mereka dalam menjalankan usaha.

Berikut disajikan ilustrasi untuk melihat hubungan yang terjalin antar aspek dalam *Pentuple bottom line* membangun keberlanjutan usaha yang dilakukan oleh UMKM.



Gambar 1. Ilustrasi Hubungan *Pentuple Bottom Line* dalam Membangun Keberlanjutan Bisnis

Dari Gambar 1 dapat diuraikan bahwa untuk membangun bisnis yang berkelanjutan, diperlukan beberapa elemen kunci. Pertama, adalah unsur *people* atau aspek sosial, yang melibatkan perhatian penuh terhadap karyawan dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar. Hal ini menciptakan dasar kuat untuk bisnis yang berkelanjutan. Selanjutnya, unsur profit atau aspek ekonomi menjadi penting. Ini mencakup memaksimalkan keuntungan, efisiensi biaya, manajemen keuangan yang baik, dan pengembangan terus-menerus untuk menjaga keunggulan kompetitif.

Berikutnya, teknologi menjadi pendorong penting dalam ekosistem bisnis yang berkelanjutan. Memanfaatkan platform digital memungkinkan perluasan jangkauan bisnis, yang merupakan elemen penting dalam memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Lingkungan yang aman dan sehat adalah penopang penting. Ini tidak hanya berdampak positif pada bisnis itu sendiri tetapi juga pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Terakhir, unsur spiritualitas dan kesadaran transendental dari pelaku usaha juga memiliki peran penting. Ini mengakui ketergantungan pada Tuhan dan mengikat semua aspek bisnis dalam landasan nilai-nilai spiritual.

4.2 Faktor Pendukung, Faktor Penghambat dan Strategi pelaku UMKM di Tangerang Selatan dalam Melaksanakan Konsep *Pentuple Bottom Line* untuk Membangun *Business Sustainability*

Dalam mengimplementasikan konsep *Pentuple bottom line* oleh pelaku UMKM di Tangerang Selatan, tentu memiliki faktor-faktor yang dapat memotivasi atau faktor pendukung dan Faktor penghambat dalam pelaksanaannya. Setelah melakukan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM bahwa diantara motivasi atau pendukung, penghambat dan strategi mereka dalam melakukan kegiatan yang mencerminkan konsep *pentuple bottom line* diantaranya adalah dapat dirangkum dalam sebuah tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Aspek Pendukung, Penghambat dan Strategi Penerapan PBL

Aspek	Faktor Pendukung/Motivasi	Penghambat	Strategi oleh UMKM
SDA	Daerah penyangga Kota Jakarta, dan masuk ke dalam konsep megapolitan JABODETABEKPUNJUR (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Puncak, dan Cianjur)	Belum mendapatkan lokasi Usaha yang permanen (masih memanfaatkan lahan yang ada)	Pemanfaatan lahan dilakukan dengan terlebih dahulu izin dengan ketua lingkungan setempat bagi yang masih di lahan terbuka
SDM	Jumlah UMKM ada 20 jenis usaha, dan data tahun 2020 sebanyak 90, 128 di 7 Kecamatan	Tidak semua pelaku UMKM memiliki literasi tentang keberlanjutan usaha	Aktif mengikuti sosialisasi dari pemerintah kota, mengikuti grup-grup UMKM
Partisipasi Masyarakat	Keikutsertaan pelaku Usaha dalam menjaga lingkungan dan kegiatan di masyarakat lokal	Adanya pelaku UMKM yang masih membuang sampah sembarangan, mengikuti kegiatan masyarakat hanya sekedar gugur kewajiban saja	Pelaku UMKM menyiapkan Plastik sampah di sekitar usaha dan membayar iuran sampah tiap bulan.
Anggaran atau Pendanaan	Dana pemberdayaan masyarakat dari pemerintah kota	Sebagian besar pelaku UMKM belum mengetahui adanya Anggaran Pemberdayaan masyarakat	Pelaku UMKM menggunakan keuntungan usahanya untuk melakukan kegiatan sosial dan lainnya.
Kelembagaan	Peran serta pemerintah kota dan Dinas Koperasi dan UMKM	Perannya belum sampai ke semua pelaku UMKM dengan merata	Pelaku UMKM sebagian masih serba mandiri dalam pelaksanaannya
Penyelenggaraan/ Eksekusi	PP No. 7 Tahun 2021 yang mengamanatkan agar mengalokasikan anggaran 40% dari anggaran pemerintah untuk memajukan UMKM	Pelaku UMKM sebagian belum mengetahui bagaimana mendapatkan manfaat atas alokasi anggaran tersebut	Pelaku UMKM menggunakan sebagian keuntungan usahanya.
Komunikasi	Sosialisasi Program dari Dinas Koperasi dan UMKM	Sosialisasinya kurang maksimal	Pelaku UMKM mengikuti grup WA para pelaku UMKM, Mengikuti Instagram Pemerintah kota.

Terdapat tantangan yang perlu diatasi dalam mendukung penerapan pendekatan *pentuple bottom line* di kalangan pelaku UMKM di Tangerang Selatan. Upaya untuk meningkatkan pemahaman, partisipasi, dan akses pelaku UMKM terhadap sumber daya dan dukungan yang ada adalah langkah penting dalam memajukan keberlanjutan usaha.

- 1) Aspek Sumber Daya Alam (SDA) mendukung penelitian ini dengan mengacu pada wilayah Tangerang Selatan sebagai daerah penyangga Kota Jakarta dan bagian dari konsep megapolitan JABODETABEKPUNJUR (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Puncak, dan Cianjur). Hal ini mendorong percepatan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi yang mendorong pertumbuhan pelaku UMKM. Namun, penghambatnya adalah kurangnya kawasan usaha khusus UMKM yang merata, dan pelaku UMKM sering harus menyewa lahan kosong atau berbagi tempat dengan pelaku usaha lain.
- 2) Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) mendukung penelitian ini dengan menunjukkan bahwa ada berbagai jenis usaha UMKM di Tangerang Selatan. Namun, hambatannya adalah bahwa tidak semua pelaku UMKM memiliki pemahaman tentang konsep keberlanjutan usaha, dan banyak yang hanya berfokus pada profit semata.
- 3) Aspek Partisipasi Masyarakat mendukung penelitian ini dengan mencerminkan peran pelaku usaha dalam menjaga lingkungan dan terlibat dalam kegiatan masyarakat lokal. Namun, ada sebagian pelaku UMKM yang masih membuang sampah sembarangan dan ikut dalam kegiatan masyarakat hanya sebagai kewajiban.
- 4) Aspek Anggaran atau Pendanaan mendukung penelitian ini dengan mengacu pada alokasi anggaran pemberdayaan masyarakat dari pemerintah kota. Namun, penghambatnya adalah bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum mengetahui tentang anggaran tersebut dan bagaimana cara mengaksesnya.
- 5) Aspek Kelembagaan mendukung penelitian ini dengan menunjukkan peran Pemerintah Kota dan Dinas Koperasi dan UMKM. Namun, penghambatnya adalah bahwa peran tersebut belum merata dan belum mencapai semua pelaku UMKM.
- 6) Aspek Penyelenggaraan atau Eksekusi mendukung penelitian ini dengan mengacu pada PP No. 7 Tahun 2021 yang mengamanatkan alokasi anggaran 40% dari anggaran pemerintah untuk mendukung UMKM. Namun, penghambatnya adalah bahwa sebagian pelaku UMKM belum mengetahui cara memanfaatkan alokasi anggaran tersebut.
- 7) Aspek Komunikasi mendukung penelitian ini dengan mengacu pada sosialisasi program dari Dinas Koperasi dan UMKM. Namun, hambatannya adalah bahwa hasil dari sosialisasi tersebut belum merata sebagai pengetahuan bagi sebagian besar pelaku UMKM, dan banyak pelaku UMKM belum mengetahui cara mendaftar dan mendapatkan informasi terkait sosialisasi tersebut.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam membangun keberlanjutan bisnis UMKM di Tangerang Selatan, penerapan *Pentuple bottom line* dimulai dengan beberapa aspek:

- 1) Aspek "*People*" melibatkan upah karyawan, bonus, fasilitas, cuti, dan dukungan sosial kepada komunitas lokal. Namun, beberapa UMKM hanya melaksanakannya dengan cara yang terbatas pada tingkat internal usaha mereka, tidak mencapai dampak yang lebih luas.
- 2) Aspek "*Profit*" melibatkan penetapan harga produk, efisiensi biaya, manajemen keuangan, dan strategi kompetitif. Namun, implementasinya masih cenderung berorientasi pada pencapaian profit dalam jangka pendek.
- 3) Aspek "*Phenotechnology*" mencakup penggunaan platform digital, meskipun belum optimal, dan beberapa UMKM memiliki literasi digital yang rendah dan terbatas pada platform yang ada saat ini, tanpa pengembangan lebih lanjut.
- 4) Aspek "*Planet*" melibatkan manajemen limbah, meskipun masih menggunakan plastik sebagai bahan kemasan, dan beberapa UMKM masih membuang sampah secara sembarangan.
- 5) Aspek "*Prophet*" melibatkan kesadaran spiritual dan integritas dalam menjalankan bisnis, serta penghormatan kepada nilai-nilai agama. Namun, masih ada ruang untuk menjalankannya dengan lebih konsisten.

Dengan analisa SWOT, proses penerapan *pentuple bottom line* yang telah diterapkan oleh UMKM di Wilayah Tangerang Selatan memiliki faktor pendukung, faktor penghambat dan juga strategi yang dilakukan diantaranya adalah dimulai dari faktor pendukung pada aspek SDA, SDM, Partisipasi Masyarakat, Anggaran atau Pendanaan, Kelembagaan, Penyelenggaraan/eksekusi dan komunikasi.

- 1) Aspek Sumber Daya Alam, sebagai kawasan strategis nasional, hambatannya belum tersedia kawan khusus UMKM yang merata, strategi UMKM adalah memanfaatkan lahan dengan terlebih dahulu izin dengan ketua lingkungan setempat, sewa depan ruko usaha.
- 2) Aspek Sumber Daya Manusia di dukung dengan jumlah pelaku UMKM yang besar, hambatannya adalah kurangnya literasi tentang keberlanjutan usaha, strateginya dengan aktif mencari informasi sosialisasi, bergabung dengan group-group UMKM, mem-follow Instagram Dinas Koperasi dan UMKM, namun ada juga yang belum memiliki kepedulian.
- 3) Aspek Partisipasi Masyarakat, faktor pendukungnya adalah adanya keikutsertaan pelaku usaha dalam menjaga lingkungan dan kegiatan di masyarakat lokal, faktor penghambat adalah masih ditemukannya pelaku UMKM yang membuang sampah sembarangan, mengikuti kegiatan masyarakat hanya sekedar gugur kewajiban saja, strategi pelaku UMKM saat ini adalah menyiapkan plastik sampah di sekitar usaha dan membayar iuran sampah tiap bulan.
- 4) Aspek anggaran atau pendanaan, faktor pendukungnya adalah dana pemberdayaan masyarakat dari pemerintah kota, faktor penghambat, sebagian besar pelaku UMKM belum mengetahui adanya anggaran pemberdayaan masyarakat dari pemerintah, strategi yang dilakukan secara mandiri sesuai dengan kemampuan.
- 5) Aspek kelembagaan, faktor pendukung adanya peran serta dari pemerintah kota dan Dinas Koperasi dan UMKM, faktor penghambat, perannya tersebut belum sampai ke semua pelaku UMKM dengan merata, strategi, masih dijalankan secara mandiri tanpa pendampingan.
- 6) Aspek penyelenggaraan atau eksekusi sebagai faktor pendukung yakni ada PP No. 7 Tahun 2021 yang mengamanatkan agar mengalokasikan anggaran 40% dari anggaran pemerintah untuk memajukan UMKM. Faktor penghambat, pelaku UMKM sebagian belum mengetahui bagaimana mendapatkan manfaat atas alokasi anggaran tersebut, strategi yang dilakukan secara mandiri, berusaha jualan sebaik mungkin agar dapat keuntungan yang diharapkan, kemudian untuk kebutuhan sosial dan lainnya menggunakan keuntungan yang diperolehnya dengan besaran sesuai kebutuhannya.
- 7) Aspek komunikasi sebagai faktor pendukung dengan sosialisasi Program dari Dinas Koperasi dan UMKM, faktor penghambat yakni hasil dari sosialisasi tersebut belum merata sebagai pengetahuan bagi sebagian besar pelaku UMKM, karena akses untuk dapat mengikuti program tersebut tidak mendapatkannya, strategi sebagian pelaku UMKM telah mengikuti grup WA para pelaku UMKM, mengikuti Instagram Pemerintah Kota.

REFERENSI

- Angreny, W. R. S., Sumekar, W., & Prasetyo, A. S. (2022). *Keberlanjutan UMKM berdasarkan Modal Sosial dan Triple Bottom Line MSMEs Sustainability based on Social Capital and Triple Bottom Line*.
- Ariastini, N. N., & Semara, I. M. T. (2019). Implementasi Konsep Triple Bottom Line Dalam Program Corporate Social Responsibility Di Hotel Alila Seminyak. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 9(2), 160–168.
- Aziza, W. Q., & Sukoharsono, E. G. (2021). Evolusi Akuntansi Keberlanjutan. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 5371–5388.
- Badria, N., Sukoharsono, E. G., & Purwanti, L. (2021). Business sustainability and pentuple bottom line: Building the hierarchical pyramid of the pentuple bottom line. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 10(3), 123–131.
- Budiawan, S. (2019). The Analysis of Triple Bottom Line Disclosure in the Implementation of

- Environmental Management Accounting in Mining Industry Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line. *Gorontalo Accounting Journal*, 2(1), 22–30.
- Chalim, M. A., Listyowati, P. R., Hanim, L., & Noorman, M. S. (2022). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Koperasi Modern dan UMKM Berdasarkan PP No. 7 tahun 2021. *Audi Et AP: Jurnal Penelitian Hukum*, 1(01), 21–29.
- Daniri, M. A. (2008). Standarisasi tanggung jawab sosial perusahaan. *Indonesia: Kadin Indonesia*, 2(1), 1–36.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51.
- Elkington, J. (2013). Enter the triple bottom line. In *The triple bottom line: Does it all add up?* (pp. 1–16). Routledge.
- Felisia, F., & Limijaya, A. (2014). Triple Bottom Line dan Sustainability. *Bina Ekonomi*, 18(1), 27607.
- Fukuyama, F. (2010). Tust kebajikan sosial dan penciptaan kemakmuran (Ruslani, Trans). CV. *Qalam Yogyakarta*.
- Ikkal, M., Mustafa, S. W., & Bustami, L. (2018). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Mengurangi Pengangguran Di Kota Palopo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.35906/jep01.v4i1.293>
- Iswanu, P. A., & Sukoharsono, E. G. (2022). ANALISIS SISTEM INFORMASI BERKELANJUTAN MENGGUNAKAN PERSPEKTIF PENTUPLE BOTTOM LINE PADA ORGANISASI PEMERINTAH DAERAH. *Reviu Akuntansi, Keuangan, Dan Sistem Informasi*, 1(2).
- Khoiruzen, M. (2023). *PENERAPAN KONSEP TRIPLE BOTTOM LINE PADA PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT GEO DIPA ENERGI (Studi Kasus Program CSR PT Geo Dipa Pada Kelompok Kopi Bisma Mulyo, Sikunang)*. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Khourouh, U., Ratnaningsih, C. S., & Rahayudi, B. (2023). *STRATEGI RESILIENSI UMKM: IMPLEMENTASI FRUGAL INNOVATION DAN SOCIAL-BRICOLAGE ENTREPRENEURSHIP*. uwais inspirasi indonesia.
- Ligthelm, A. A. (2010). Entrepreneurship and small business sustainability. *Southern African Business Review*, 14(3).
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Molisa, P. (2011). A spiritual reflection on emancipation and accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(5), 453–484.
- Muqodim, M., & Susilo, J. (2013). Triple bottom line reporting dalam pelaporan tahunan perusahaan go public di indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 17(1), 31–42.
- Nainggolan, O. (2019). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BERBASIS COMMUNITY DEVELOPMENT MELALUI PENERAPAN MODEL INOVASI TRIPPLE HELIX (Studi Pada Program Kampung Wisata Agro Widya, Lampung Kita)*.
- Nugroho, A. P., & SE, M. M. (2020). *Implementasi Konsep Triple Bottom Line Pada Corporate Social Responsibility Di Rumah Makan Cepat Saji Ayam Geprek Sa'i*.
- Perbankan, H. M. K., & Herawati, S. A. (2023). *Peran Institusi Keuangan Internasional Dalam Sustainability Business*.

- Purnomosidi, D. C. L., & Sukoharsono, E. G. (2022). MEMBANGUN BISNIS BERKELANJUTAN DENGAN PERSPEKTIF PENTUPLE BOTTOM LINE MENGGUNAKAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE (PDS). *Reviu Akuntansi, Keuangan, Dan Sistem Informasi*, 1(1).
- Riyanto, B. (2013). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Kedelapan (ed.); Empat). Yayasan Penerbit Gajah Mada.
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 101–108.
- Scoones, I., Stirling, A., Abrol, D., Atela, J., Charli-Joseph, L., Eakin, H., Ely, A., Olsson, P., Pereira, L., & Priya, R. (2020). Transformations to sustainability: combining structural, systemic and enabling approaches. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 42, 65–75.
- Susanti, H. D., & Pradana, D. A. (2021). Implementation of quintuple helix in the development and improvement of SMEs competitiveness in Banyuwangi regency. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIOHS) Journal*, 3(1), 232–241.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Sunarsi, D., Prasada, D., Setyawati, L., Lutfi, A. M., & Akbar, I. R. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri.
- Yanti, V. A., Amanah, S., Muljono, P., & Asngari, P. S. (2018). Characteristics of Msme's Businessmen and Level of Utilizing Ict Facilities in Bandung and Bogor Areas. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 37(3), 83–94.
- Yusuf, Y., Ismanto, B., & Suherman, A. (2023). Sosialisasi Perhitungan Laporan Keuangan Pada Pelaku UMKM Es Cincau Rohana. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kalam*, 2(1), 1–5.