



Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas TELKOM

**STUDI TENTANG IMPLEMENTASI KONSEP *ECOLOGICAL CAMPUS* PADA RINTISAN USAHA
MAHASISWA**

(Studi Kasus :*Proficio Awards* Kategori *Best Design* di Institut Teknologi Bandung)

Fadly Aliefyanto Nurhas

*Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
TELKOM*

Email: fadly.nurhas@gmail.com

Abstrak :Institut Teknologi Bandung merupakan salah satu kampus terbaik di Indonesia, sehingga membuat Institut Teknologi Bandung menjadi salah satu universitas yang paling banyak diminati oleh para pelajar. Institut Teknologi Bandung, didirikan pada tanggal 2 Maret 1959. Permasalahan lingkungan menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Setiap elemen masyarakat mulai menyadari bahwa Bumi memang tidak sedang dalam keadaan baik, harus melakukan tindakan untuk menyelamatkan Bumi kita bersama. Kata “hijau” atau “*green*” telah menjadi sebuah trend baru dalam setiap keseharian manusia sekarang ini. Sudah banyak universitas yang telah melaksanakan program *green campus* ini dan Institut Teknologi Bandung (ITB) merupakan salah satu universitas yang melaksanakannya. Pada Institut Teknologi Bandung terdapat sebuah program yang disebut Proficio Awards, Proficio Awards adalah sebuah acara apresiasi karya-karya mahasiswa kampus Institut Teknologi Bandung. Nama Proficio sendiri diambil dari akar kata profesi, keprofesian, dan juga profesional yang dikenal oleh masyarakat pada umumnya. Namun, arti dari kata tersebut bukan sebuah pekerjaan atau pun orang yang ahli pada suatu bidang melainkan sebuah makna yang lebih mendalam tentang panggilan jiwa. Panggilan jiwa pada diri seseorang untuk menyelesaikan masalah dalam masyarakat. Dengan visi mewujudkan keprofesian sebagai Jati Diri Kemahasiswaan ITB, program ini dilaksanakan untuk menumbuhkan semangat keprofesian dalam diri setiap individu. *Proficio Awards* merupakan salah satu proker kabinet KM ITB di bawah Kementerian ProInov. *Proficio Awards*. *Proficio Awards* terdiri dari 5 kategori diantaranya *best applicative*, *best innovative idea*, *best collaboration*, *best design*, dan *best community service*. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan masalahnya yaitu apakah konsep *eco campus* yang dilaksanakan pada Institut Teknologi Bandung telah diimplementasikan pada rintisan usaha mahasiswa yang merupakan calon *ecopreneuers* di masa mendatang, dalam hal ini studi kasus pada program *proficio awards* kategori *best design* yang dilaksanakan oleh organisasi Keluarga Mahasiswa ITB untuk mendukung perkembangan ITB menjadi *green campus*. Tujuan dari penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh apakah penerapan konsep *eco campus* tersebut telah diimplementasikan pada rintisan usaha mahasiswa yaitu pada program *proficio*

awards kategori *best design* oleh institusi ITB untuk mendukung perkembangannya menjadi *green campus*. Kajian akan dilakukan terhadap konsep *ecological campus*, implementasi konsep *ecological* pada program *Program Proficio Awards*. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Variabel yang diteliti antara lain meliputi *Green Values*, *Gap in Market*, *Make a Living*, *Be Own Boss*, dan *Passion*. Analisis yang digunakan adalah analisis mengenai penerapan konsep *ecopreneur* dan implementasinya terhadap rintisan usaha mahasiswa pada program *proficio awards*. Hasil yang didapatkan setelah melakukan analisis adalah setiap responden yang diteliti telah paham akan konsep *ecopreneur* dan berusaha menerapkan konsep tersebut pada produk yang mereka buat.

Keyword : Ecological Campus, Entrepreneur, Ecopreneur

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk penerapan konsep *ecological* dapat dilakukan pada tingkat kawasan, yang dalam penelitian ini lebih kepada kawasan pendidikan atau lebih tepatnya kawasan kampus. Perguruan tinggi merupakan tempat dimana para terpelajar dan terdidik yang didewasakan agar dapat memberi solusi dalam suatu permasalahan bangsa. Tingkat kemajuan suatu negara dapat dilihat dari kualitas perguruan tingginya. Oleh karena itu, sudah seharusnya sebuah perguruan tinggi menjadi ujung tombak terdepan dalam menyelesaikan suatu permasalahan bangsa, termasuk permasalahan lingkungan. Tidak jarang kampus-kampus sekarang ini sering kali terlihat mengusung atau mengadopsi konsep-konsep *ecological*. Menurut Thomashow (2009), kampus berkelanjutan adalah kampus yang menerapkan visi kawasan ekologis dengan teknologi, karakter, komunitas, program, yang menciptakan dan membentuk gaya hidup ramah lingkungan pada orang-orang yang menjadi bagian dari kampus tersebut.

Sebagai contoh dari kampus yang menggunakan konsep *ecological* pada kawasaanya tersebut, Institut Teknologi Bandung yang merupakan salah satu universitas terbaik yang ada di Indonesia telah merealisasikan program *green campus*, hal ini terbukti dari berbagai kegiatan dan fasilitas yang ada pada kampus ITB yang sudah ada diantaranya, yaitu:

- a. Pusat pengolahan sampah (PPS) Sabuga
- b. Tempat sampah 2 jenis (sampah yang membusuk: hitam, dan sampah yang tidak membusuk: putih)
- c. Ruang terbuka hijau yang luas
- d. Fasilitas tempat parkir sepeda
- e. Lampu Solar Cell
- f. Gerakan bersama mahasiswa ITB di bidang lingkungan, *Ganesha hijau*.

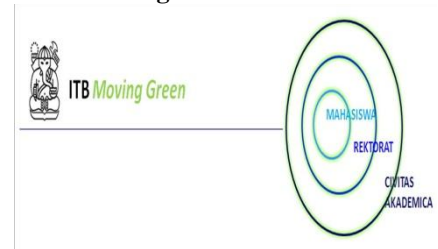
Gambar 1.9 Fasilitas *Go Green* pada ITB



(ecocampus.itb.ac.id, 2013)

Eco-Campus di ITB terkait dengan tiga pilar utama, yaitu:

Gambar 1.10 Tiga Pilar Utama ITB



1. Kebijakan atau peraturan rektorat dalam penegasan hal-hal yang berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan hidup, *green rules*.
2. Perilaku seluruh civitas akademika terkait kesadaran terhadap permasalahan lingkungan, *green attitude* dan *green lifestyle*.
3. Sarana dan prasarana (fasilitas fisik) penunjang hal-hal yang berkaitan dengan ramah lingkungan, *green infrastructure*.

Selain hal tersebut di atas pada kampus ITB terdapat sebuah istilah yang disebut dengan keprofesian, maksud dari kata keprofesianitu merujuk pada suatu aktifitas yang memiliki latar belakang keilmuan yang

ditekuni mahasiswa untuk memberikan suatu daya bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan kesejahteraan manusia. Pada kemahasiswaan di ITB, keprofesian ini menjadi acuan pergerakan di himpunan mahasiswa. Jadi acuan dari kegiatan himpunan-himpunan mahasiswa yang ada di ITB adalah keprofesian ini. Dengan perkembangan ITB ke masa depannya dan seiring perkembangan ilmu juga peningkatan jumlah mahasiswa maka pengembangan prasarana dan Infrastruktur penunjangnya mutlak diperlukan.

KAJIAN LITERATUR

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Jodyanne Kirkwood and Sara Walton terdapat 5 faktor penting untuk menjadi seorang *ecopreneur*, yaitu:

- a. *Green Values* merupakan faktor yang mendasari seorang *ecopreneur* dalam memulai suatu bisnis, dimana nantinya produk yang mereka buat tersebut dapat bermanfaat bagi konsumen dan ramah lingkungan. Para *ecopreneurs* tidak akan terlibat dalam eksploitasi peluang pasar dengan mengorbankan green values tersebut. Mereka pasti tidak akan mengeksploitasi celah di pasar untuk suatu produk atau layanan yang mereka percaya bukan suatu produk yang berkelanjutan.
- b. *Gap in Market*, *ecopreneur* telah mengidentifikasi kebutuhan pribadi yang saat ini belum terpenuhi di pasar dan yang mendorong dia untuk memulai bisnis. Kesenjangan di pasar diidentifikasi melalui kesadaran mereka tentang masalah lingkungan bukan murni berbasis komersial. Oleh karena itu seorang *ecopreneur* harus dapat melihat celah di pasar untuk produk ramah lingkungan atau jasa tertentu.
- c. *Make a Living*, pada umumnya motivasi moneter yang jelas lebih memotivasi para *ecopreneurs*. Mereka berbicara sedikit tentang mencari profit tetapi lebih mengarah kepada keinginan untuk mencari nafkah atau hanya sekedar menutupi biaya hidup mereka.
- d. *Be Own Boss*, pada umumnya kebanyakan *ecopreneurs* menyebutkan bahwa mereka ingin menjadi bos mereka sendiri dan memiliki sebuah bisnis. *Ecopreneurs* ini memiliki sebuah keinginan untuk mempunyai dan memulai bisnis mereka sendiri.
- e. *Passion*, Para *ecopreneurs* harus memiliki passion tentang lingkungan dan ingin berperan dalam mengurangi degradasi lingkungan. Terkait dengan nilai-nilai hijau para *ecopreneurs*, seorang *ecopreneur* membutuhkan gairah untuk bisnis dan produk atau jasa yang mereka ditawarkan untuk dijual.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengungkap sejauh manakah pemahaman yang ada dibenak mahasiswa ITB mengenai konsep *eco-campus* yang telah dilaksanakan di Institut Teknologi Bandung dan penerapannya dalam penciptaan suatu produk yang ramah lingkungan dalam studi ini yaitu pada program *proficio awards*. Dimana untuk mendapatkan data tersebut peneliti memanfaatkan wawancara.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh info tentang hal tersebut, untuk kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007:31). Berdasarkan pengertian tersebut variable dalam penelitian kali ini adalah:

Tabel
Variabel Operasional

Variabel	Sub Variabel	Definisi
<i>Ecopreneurs</i>	<i>Green Values</i>	Yang mendasari bagi sebagian besar <i>ecopreneurs</i> adalah green values. Nilai-nilai hijau sering bekerja dalam kombinasi dengan <i>ecopreneur</i> melihat celah di pasar. Para <i>ecopreneurs</i> tidak akan terlibat dalam eksploitasi peluang pasar dengan mengorbankan green

		values tersebut. Mereka pasti tidak akan mengeksplorasi celah di pasar untuk produk atau layanan yang mereka tidak percaya bukan suatu produk yang berkelanjutan.
	<i>Gap in Market</i>	ecopreneur telah mengidentifikasi kebutuhan pribadi yang saat ini belum terpenuhi di pasar dan yang mendorong dia untuk memulai bisnis. Kesenjangan di pasar diidentifikasi melalui kesadaran mereka tentang masalah lingkungan bukan murni berbasis komersial. Oleh karena itu seorang ecopreneur harus dapat melihat celah di pasar untuk produk ramah

		lingkungan atau jasa tertentu.
	<i>Make a Living</i>	Untuk ecopreneurs lain, motivasi moneter yang jelas lebih memotivasi mereka. Mereka berbicara sedikit tentang mencari profit tetapi lebih tentang keinginan untuk mencari nafkah atau menutupi biaya hidup mereka.
	<i>Be Own Boss</i>	ecopreneurs menyebutkan bahwa mereka ingin menjadi bos mereka sendiri dan memiliki sebuah bisnis. Ecopreneurs ini memiliki keinginan untuk mempunyai dan memulai bisnis mereka sendiri.
	<i>Passion</i>	Para ecopreneurs harus memiliki passion tentang lingkungan

		dan ingin berperan dalam mengurangi degradasi lingkungan. Terkait dengan nilai-nilai hijau para ecopreneurs, seorang ecopreneur membutuhkan gairah untuk bisnis dan produk atau jasa yang mereka ditawarkan untuk dijual.
--	--	---

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2011: 218), dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang sering digunakan adalah *purposive sampling*. Seperti telah dikemukakan bahwa, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampling sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/ situasi sosial yang diteliti. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai informan, atau partisipan dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah keempat peserta yang tergabung dalam program *Proficio Awards* 2012 kategori *Best Design* dimana mereka merupakan empat finalis yang terpilih untuk masuk ke ajang apresiasi karya-karya mahasiswa ITB yaitu *Proficio Awards*.

**Tabel
Data Mahasiswa**

No	Nama	Nama Produk	Himpunan
1	Anisah Fitria	<i>B-Green</i>	KMSR(<i>Fine Arts and Design Student Association</i>)
2	Jodie Darmawan	<i>Pianna Chair</i>	KMSR (<i>Fine Arts and Design Student Association</i>)
3	Erwan Machmudin	<i>Balashark, Multi Purpose Vehicle</i>	KMSR (Fine Arts and Design Student Association)
4	Hugo Hutomo Agus	<i>Biodegradable Plastic Ramah Lingkungan</i>	HIMATEK ITB(<i>Chemical Engineering Student Association</i>)

Sumber : diolah dari data Keluarga Mahasiswa-ITB

HASIL PEMBAHASAN

Data pada penelitian ini dikumpulkan dari data primer dan data sekunder untuk mengetahui gambaran keseluruhan dari responden penelitian dan juga sumber data penelitian. Wawancara dilakukan kepada ke empat finalis *Proficio Awards* 2012 kategori *Best Design* di Institut Teknologi Bandung. Berikut adalah pemilik ide atau produk pada program *Proficio Awards* tahun 2012 kategori *Best Design* yang diwawancarai:

**Tabel
Profil Responden**

Kode Responden	Pemilik Produk
R1	<i>Pianna Chair</i>
R2	<i>Balashark, Multi Purpose Vehicle</i>
R3	<i>Biodegradable Plastic Ramah Lingkungan</i>

Dalam penelitian ini, untuk mendalami permasalahan dilakukan wawancara kepada ketiga orang finalis *Proficio Awards* 2012 kategori *Best Design* yang terkait dengan implementasi konsep eco-campus pada produk yang dibuat oleh

mahasiswa ITB di ajang perlombaan tersebut. Berikut adalah analisis dari hasil wawancara kepada ketiga responden.

Analisis Variabel Green Values

Hasil wawancara pada pertanyaan 1 menunjukkan bahwa ketiga finalis *Proficio Awards* kategori *Best Design* tersebut telah memiliki pemahaman mengenai apa yang dimaksud dengan *green values*, ketiga responden mengatakan bahwa *green values* memiliki keterkaitan yang erat dengan masalah-masalah mengenai manfaat dari ide atau produk yang mereka ciptakan terhadap lingkungan dan manusia. Dari jawaban ketiga responden diatas dapat diketahui pula *green values* yang ditawarkan dari produk mereka masing-masing, yaitu:

1. *Pianna Chair* menawarkan sebuah kursi sederhana yang elegan, dan terbuat dari bahan-bahan yang mudah untuk ditemukan dan dapat diaur ulang menjadi produk lain, serta dengan ukuran yang cukup kecil sehingga tidak membuat ruangan menjadi lebih sesak dengan berbagai perabotan yang telah ada.
2. *Balashark, Multi Purpose Vehicle* menawarkan sebuah rancangan awal mobil ramah lingkungan yang simple dan berbahan bakar *biodiesel*.
3. *Biodegradable Plastic* Ramah Lingkungan menawarkan sebuah produk pengganti kotak makanan atau wadah pembungkus makanan misal styrofoam atau kertas berlapis plastik yang sangat sulit dan membutuhkan waktu yang lama untuk terurai dan bersifat toxic bagi lingkungan, dengan *biodegradable plastic* yang hanya membutuhkan waktu sekitar satu bulan untuk terurai.

Meski ketiga produk mereka telah memiliki *green values* masing-masing, akan tetapi produk-produk mereka tersebut tetap mempunyai kekurangannya sendiri, seperti pada produk *pianna chair* memiliki desain yang sebelumnya telah banyak dibuat dan dipasarkan kemasyarakat contoh produk yang memiliki desain yang hampir sama dengan produk ini adalah produk buatan Kenneth Cobonpue yaitu *yoda chair*, sedangkan kelemahan pada produk *Balashark, Multi Purpose Vehicle* yaitu dikarenakan desainnya yang kecil sehingga hanya dapat membawa penumpang yang lebih sedikit dapat dilihat kedepannya produk ini memiliki potensi untuk membuat jumlah kendaraan semakin meningkat yang pada akhirnya malah akan semakin memperparah kemacetan yang sudah ada, dan pada produk *Biodegradable Plastic* ramah lingkungan membutuhkan teknologi proses *bio-plastic* sehingga

pembuatannya pun sangat sulit dibandingkan dengan *plastic* konvensional pada umumnya.

Dengan memberikan *green values* yang lebih baik maka konsumen pun nantinya akan lebih tertarik dengan produk yang diciptakan dan membuat loyalitas konsumen untuk menggunakan produk tersebut akan lebih meningkat.

Analisis Variabel Gap in Market

Hasil wawancara mengenai masalah *gap in market* menunjukkan bahwa pada responden pemilik produk *pianna chair* telah melakukan identifikasi *gap in market* secara lebih detail karena pemilik produk beranggapan bahwa identifikasi *gap in market* ini merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan agar nanti kedepannya produknya tersebut dapat bersaing dengan produk-produk lain yang sejenis, berbeda halnya dengan pemilik produk dari *Balashark, Multi Purpose Vehicle* dan *Biodegradable Plastic* Ramah meskipun mereka telah mempertimbangkan mengenai masalah *gap in market* ini, akan tetapi mereka tidak membahas hal ini lebih dalam, mereka menjelaskan bahwa hal ini bukanlah hal yang paling utama bagi mereka. Walaupun demikian mereka tetap menciptakan produk-produk mereka dengan mempertimbang dampak dan manfaat dari produk mereka tersebut bagi lingkungan.

Membaca peluang pasar tidak hanya dilakukan oleh seorang *entrepreneur* yang ingin memulai usahanya, namun sebagai pondasi saat kita hendak bergelut dan terjun di dunia bisnis. Pertama-tama seseorang yang ingin menjadi *entrepreneur* harus teliti dahulu mengenai konsep yang akan dibuat dari produk atau usahanya, serta harus dapat melihat peluang usaha. Dilihat dari hasil wawancara kepada ketiga responden diatas, maka akan lebih baik jika nantinya untuk memasarkan produk mereka tersebut para responden harus melakukan identifikasi *gap in market* secara lebih detail agar dapat meningkatkan produktifitas pemasaran dimasa yang akan datang, celah pasar ini dapat direbut oleh produsen atau pedagang dari kompetitor yang memasarkan suatu produk sejenis sehingga jumlah konsumen semakin banyak lagi yang terjaring untuk memanfaatkan atau membeli produk mereka.

Analisis Variabel Make a Living

Hasil wawancara pada pertanyaan ke 3 menunjukkan bahwa ketiga finalis *Proficio Awards* tersebut mengatakan bahwa mereka menciptakan produk tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka masing-masing. Berdasarkan jawaban ketiga responden diatas pemilik produk *Balashark, Multi Purpose Vehicle* dan *Biodegradable*

Plastic Ramah Lingkungan juga tetap menekankan pada pertimbangan mengenai manfaat produknya terhadap lingkungan sekitar, sedangkan pada pemilik responden *Pianna Chair* lebih berfokus pada hasil yang bisa diperoleh.

Dari ketiga responden diatas hanya satu responden yang mengutamakan untuk menghasilkan keuntungan atau profit yang maksimal, sedangkan dua responden yang lainnya tidak mengutamakan hal tersebut. Namun demikian, mendapatkan profit juga merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan jika ingin menjadi seorang entrepreneur sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan hidup. Setiap individu memiliki kebutuhan mereka masing-masing, oleh karena itu tidak ada salahnya bagi seseorang untuk mendapatkan profit dari usaha atau sesuatu yang mereka ciptakan.

Menurut Abraham Maslow manusia termotivasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut memiliki tingkatan atau hirarki, mulai dari yang paling rendah (bersifat dasar/fisiologis) sampai yang paling tinggi (aktualisasi diri). Adapun hirarki kebutuhan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan fisiologis atau dasar
2. Kebutuhan akan rasa aman
3. Kebutuhan untuk dicintai dan disayangi
4. Kebutuhan untuk dihargai
5. Kebutuhan untuk aktualisasi diri

Maslow menyebut empat kebutuhan mulai dari kebutuhan fisiologis sampai kebutuhan harga diri dengan sebutan homeostatis. mudian berhenti dengan sendirinya. Maslow memperluas cakupan prinsip homeostatik ini kepada kebutuhan-kebutuhan tadi, seperti rasa aman, cinta dan harga diri yang biasanya tidak kita kaitkan dengan prinsip tersebut. Maslow menganggap kebutuhan-kebutuhan defisit tadi sebagai kebutuhan untuk bertahan. Cinta dan kasih sayang pun sebenarnya memperjelas kebutuhan ini sudah ada sejak lahir persis sama dengan insting.

Analisis Variabel *Be Own Boss*

Hasil dari wawancara pada pertanyaan ke 4 menunjukkan bahwa pada pemilik produk *Pianna Chair* dan *Balashark, Multi Purpose Vehicle* mengatakan jika mereka telah memikirkan untuk menjadi seorang pengusaha dan memiliki perusahaan sendiri sejak pertama mereka membuat produknya tersebut, kedua responden mengatakan bahwa mereka sebenarnya memiliki keinginan untuk menjadi seorang entrepreneur yang sukses dan memiliki sebuah perusahaan yang memasarkan produk mereka

masing-masing. Berbeda dengan pemilik produk *Biodegradable Plastic* Ramah Lingkungan, responden mengatakan bahwa pada saat dia membuat produknya ini belum terdapat pemikiran kedepannya akan menjadi seorang entrepreneur, karena pada awalnya responden mengikuti ajang *Proficio Awards* ini oleh ajakan dari seniorinya sehingga hal tersebut bukan merupakan hal utama bagi responden.

Untuk menjadi seorang pengusaha yang sukses dibutuhkan keterampilan dan jiwa kepemimpinan yang tinggi, agar dapat memimpin sebuah perusahaan dan menjadikan perusahaannya tersebut menjadi lebih berkembang dan sukses, dan untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan seorang pemimpin yang memiliki kompetensi diri sebagai pimpinan untuk mengemban tanggung jawab baru tersebut, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menjadi pemimpin yang baik, seperti:

1. Jaga hubungan baik. Menjalin hubungan yang baik dengan klien maupun tim anda adalah modal awal yang penting untuk kelancaran usaha anda. Jika anda memiliki relasi yang baik, maka anda akan mendapatkan kepercayaan dan meningkatkan kapabilitas anda di mata klien. Selain itu, anda juga akan memperoleh respek dari tim sehingga mereka akan bekerja lebih kooperatif.
2. Bersikap tegas & bijak. Sebagai pimpinan bukan berarti seseorang menjadi arogan dan boleh bertindak otoriter. Sebaliknya bersikaplah tegas sekaligus bijak melihat situasi. Jika ada yang melanggar aturan, tegurlah dengan cara yang tepat sehingga tidak mengganggu suasana kerja tim. Sikap ini akan membuat seseorang tampil lebih berwibawa di mata tim kerja anda.
3. Profesional. Tumbuhkan sikap profesionalisme dalam lingkungan kerja baik dalam hubungan dengan klien maupun tim anda. Jangan mencampuradukkan urusan pribadi dengan pekerjaan. Dan bersikaplah objektif dan adil dalam menilai kinerja tim. Jangan ragu memberikan penghargaan pada kinerja anggota tim yang berprestasi. Hal ini akan memotivasi orang-orang yang ada disekitar anda untuk bekerja lebih baik lagi.
4. Terus belajar. Sebagai pimpinan, seseorang harus bisa menjadi contoh bagi orang-orang disekitarnya. Jangan malas untuk terus menambah wawasan, memperluas jejaring, dan mengasah empati terhadap orang lain, terutama kepada sesama rekan kerja anda. Namun, tak perlu malu mengakui kesalahan, karena hal itu menunjukkan sisi manusiawi anda dan justru akan menambah respek dari tim anda.

Analisis Variabel *Passion*

Hasil wawancara pada pertanyaan 5 menunjukkan bahwa:

1. Pada umumnya ketiga responden memiliki dasar yang sama dalam mendorong *passion* mereka untuk menciptakan produk mereka masing-masing, mereka tetap lebih memfokuskan produk yang mereka ciptakan tersebut agar memiliki manfaat bagi lingkungan dan manusia.
2. Responden pemilik produk *Pianna Chair* mengatakan bahwa tujuan utamanya membuat produk ini adalah agar dapat menjadi orang yang sukses tetapi tidak mengabaikan permasalahan-permasalahan lingkungan yang ada.
3. Pada responden pemilik produk *Balashark, Multi Purpose Vehicle* menciptakan produknya tersebut untuk mengurangi dampak negatif bagi lingkungan.
4. Pemilik Produk *Biodegradable Plastic* Ramah Lingkungan mengatakan bahwa konsep yang digunakan untuk membuat produknya tersebut berdasarkan pengamatannya pada masyarakat yang menyukai hal-hal yang berbau *green*, hal ini juga yang mendorong responden untuk menciptakan produk yang bersifat *green*.

Ketiga responden pada dasarnya mempunyai *passion* yang sama mengenai produk mereka masing-masing yaitu untuk membuat suatu produk yang tidak hanya bermanfaat bagi manusia akan tetapi juga bermanfaat bagi lingkungan, akan tetapi setiap responden juga seharusnya memiliki *passion* untuk menjadi orang yang sukses dimasa depan dan menjadi seorang *entrepreneur*, karena tanpa *passion* untuk menjadi orang yang berhasil mereka tidak akan dapat bertahan dimasa yang akan datang dimana segala sesuatu memiliki harganya masing-masing.

Dalam bisnis apapun yang sukses dengan cemerlang hasrat para *entrepreneur* yang bekerja dibaliknya memainkan peran yang sangat penting, yaitu sepenuhnya mendedikasikan 100% fokus dan pemikiran mereka pada bisnis tersebut. Seringkali pada masa-masa awal sebuah bisnis didirikan, tidak langsung menghasilkan profit atau keuntungan. Bahkan tidak jarang seorang *entrepreneur* yang merintis sebuah bisnis harus rela bekerja lebih keras dan lebih lama dibandingkan dengan orang lain pada umumnya. Tanpa sebuah hasrat yang besar,

maka kebanyakan *entrepreneur* akan putus asa dan tidak mampu menyelesaikan bisnisnya hingga sukses. Memang akan dibutuhkan energi yang sangat besar untuk bisa mengawali sebuah usaha, apalagi jika anda memulai bisnis dengan modal yang terbatas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang implementasi konsep *ecological campus* pada rintisan usaha mahasiswa di Program *Proficio Awards* kategori *Best Design* tahun 2012, maka penulis menarik kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Green Values

Para responden yang termasuk kedalam finalis *Proficio Awards* kategori *Best Design* tahun 2012 secara keseluruhan telah menerapkan konsep *eco* kedalam produk yang telah mereka ciptakan ditinjau dari *green values* yang ditawarkan dari produk mereka masing-masing. Para responden juga telah memahami secara umum makna dan arti dari kata *eco* itu sendiri, dan turut serta mendukung kampus mereka yang telah menerapkan konsep *ecological* kampus.

Gap in Market

Untuk masalah *gap in market* ini meskipun ketiga responden tidak melakukan identifikasi yang secara detail, akan tetapi mereka tetap melakukan hal ini meskipun mereka hanya melihat dari hal-hal yang umumnya saja yang sedang terjadi dikalangan masyarakat.

Make a Living

Memenuhi kebutuhan hidup adalah salah satu faktor yang penting bagi setiap manusia, dikarenakan setiap orang memiliki suatu keinginan dan kebutuhan maka untuk memenuhi hal ini seseorang harus bekerja dan menghasilkan sesuatu. Hal ini juga yang menjadi faktor pendorong bagi para responden untuk menciptakan produk mereka tersebut yaitu untuk menghasilkan profit atau keuntungan, meskipun hal ini bukanlah hal yang paling penting bagi beberapa responden.

Be Own Boss

Menjadi seorang pemimpin bukanlah sesuatu yang mudah, karena dibutuhkan keterampilan, jiwa kepemimpinan yang tinggi, tanggung jawab, dan berkompeten. Dua dari tiga responden telah menegaskan bahwa mereka ingin memiliki sebuah perusahaan sendiri dan memimpin perusahaan mereka masing-masing, berbeda halnya dengan responden ketiga yang mengatakan bahwa dia belum memikirkan untuk menjadi suatu pemimpin dan membuat perusahaannya sendiri.

Passion

Salah satu hal yang dapat membuat seseorang untuk menjadi *entrepreneur* yang sukses adalah dengan memiliki *passion* yang besar dan bekerja dengan lebih keras. Passion dari ketiga responden sama yaitu untuk membuat suatu produk yang tidak hanya bermanfaat bagi konsumennya akan tetapi juga bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya. Namun hanya satu responden yang memiliki passion lain yang mendasarinya membuat produknya tersebut yaitu untuk menghasilkan keuntungan atau profit.

DAFTAR PUSTAKA

- Dean, T. J., & McMullen J.S. (2005). *Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. Journal of Business Venturing. Issue 22*, pp. 50-76.
- Gunawan, Tarigan, E., Prayogo, D.N., Mardiono, L. (2012). *Eco-sustainable Campus Initiatives: A Web Content Analysis. Faculty of Engineering - Universitas Surabaya (Ubaya)*, Jl. Raya Kalirungkut, Surabaya 60293, Indonesia.[Online].Tersedia :<http://repository.ubaya.ac.id/3226/>. [6 oktober 2013].
- Kainrath, D. (2009). *Ecopreneurship in Theory and Practice: A Proposed Emerging Framework for Ecopreneurship. Umeå University, Faculty of Social Sciences, Umeå School of Business*.
- Keogh P. D.,& Polonsky M. J. (1998). *Environmental Commitment: a basis for environmental entrepreneurship? Journal of Organizational Change Management*, Vol.11 No.1, pp. 38-49.
- Kirkwood, J. dan Sarah Walton. (2010). *What motivates ecopreneurs to start businesses?.International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 16 No. 3, 2010 pp. 204-228.[Online].Tersedia :<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1858689&show=html>. [6 oktober 2013].
- Lahming.(2012). Model Diklat Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Berwawasan Lingkungan Bagi Remaja Putus Sekolah. Universitas Negeri Makassar, Makassar. [Online].Tersedia :<http://journal.um.ac.id/index.php/jip/article/viewArticle/3624>. [6 oktober 2103].
- Phramesti, R. Dan Yuliasuti, N. (2013). Kajian Keberlanjutan Universitas Negeri Semarang (UNNES) Sebagai Kampus Konservasi.[Online] Tersedia : <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/pwk>. [6 oktober 2013].
- Renning, K. (2000). *Redefining Innovation – Eco-Innovation Research and the Contribution from Ecological Economics. Ecological Economics*, 32, pp. 319-332.
- Robert Isaak (2002). *The making of the ecopreneur.Greenleaf Publishing*
- Sarah E.A. Dixon and Clifford, A. (2007).*Ecopreneurship – a new approach to managing the triple bottom line.Journal of Organizational Change Management* Vol. 20 No. 3, 2007 pp. 326-345.[Online].Tersedia :<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1610184&show=html>. [6 oktober 2013].
- Schaltegger, S., and Wagner, M. 2008. "Types of sustainable entrepreneurship and conditions for sustainability innovation: from the administration of a technical challenge to the management of an entrepreneurial opportunity."In S. Sharma, M. Starik, R.

- Wüstenhagen and J. Hamschmidt (eds.), *Advances on Research in Corporate Sustainability* (pp. 27-48). Edward Elgar: Boston.
- Schaper, M. (2002). *The essence of Ecopreneurship. Greener Management International*, Greenleaf Publishing. Curtin University of Technology, Australia. [Online]. Tersedia: <http://www.ingentaconnect.com/content/glbj/gmi/2002/00002002/00000038/art00004>. [6 oktober 2013].
- Sugiyono. (2007). *Statistik untuk Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, J. (2012). Pengetahuan Manajemen Tentang Pemahaman Pelanggan dan Pegawai Mengenai *Green Product* Terhadap Kualitas Produk yang Dimoderasi Oleh Akuntansi Lingkungan dan Kinerja Kualitas. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. [Online]. Tersedia: http://journal.uui.ac.id/index.php/inovasi_ke_wirusahaan/article/view/2735. [6 oktober 2013].
- Thomashow, Mitchell. (2009). *The Nine Elements of a Sustainable Campus*. Amerika: Unity College.
- Wagner, M. dan Schaltegger, S. (2010). *Classifying Entrepreneurship for the Public Good: Empirical Analysis of a Conceptual Framework*. *Journal of Small Business and Entrepreneurship* 23, no. 3 pp. 431-443. [Online]. Tersedia <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08276331.2010.10593494#.UIExtlCl4Z4>. [6 oktober 2013].