

ABSTRAK

Kondisi timbulan sampah masih menjadi permasalahan utama yang melanda Indonesia. Sejak tahun 2008, Pulau Jawa masih menjadi pulau dengan penyumbang jumlah sampah terbesar, yakni sebesar 55% dibandingkan pulau lainnya. Fenomena tersebut memicu kemunculan pengusaha yang peduli terhadap lingkungan atau disebut *Ecopreneur* yang kemudian mendirikan usaha berbasis lingkungan. Salah satunya adalah Growbox, IZEMU dan Planter Craft yang menerapkan aktivitas daur ulang yang banyak berkembang di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi *ecopreneur* dalam mendirikan dan menjalankan bisnis daur ulang, dengan melakukan penilaian terhadap variabel *Passion, Gap in the Market, making a Living, Being Their Own Boss* dan *Green Value* pada Growbox, IZEMU dan Planter Craft.

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan metode penelitian kualitatif pada Growbox, IZEMU dan Planter Craft. Pengumpulan data dilakukan melalui *in-depth interview* dengan format semi-terstruktur dan kuesioner terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam pendirian Growbox, IZEMU dan Planter Craft. Data sekunder yang berkaitan dengan tema penelitian digunakan untuk mendukung penelitian. Antara lain jurnal ilmiah mengenai *ecopreneurship*, data dari profil perusahaan, berita, dan media sosial yang berkaitan dengan penelitian.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa seluruh motivasi *ecopreneur* dapat diidentifikasi dalam diri responden. Namun terdapat faktor yang mendominasi masing-masing responden, yakni R1 didominasi faktor motivasi *making a living*; R2 didominasi faktor motivasi *making a living* dan *green values*; R3 didominasi faktor motivasi *green values*; R4 didominasi faktor motivasi *passion*; R5 didominasi faktor motivasi *passion* dan *gap in the market*; R6 didominasi faktor motivasi *green values*; R7 didominasi faktor motivasi *gap in the market, making a living* dan *being their own boss*; R8 didominasi faktor motivasi *passion* dan *being their own boss*; R9 didominasi faktor motivasi *passion*. Hal tersebut menyebabkan Growbox didominasi faktor motivasi *green values*, IZEMU didominasi faktor motivasi *passion* dan Planter Craft didominasi faktor motivasi *being their own boss*.

Berdasarkan hasil penelitian, untuk lebih meningkatkan kontribusi dalam memainkan peran mengatasi kerusakan lingkungan maka para *ecopreneur* pada Growbox, IZEMU dan Planter Craft sebaiknya lebih meningkatkan minat masyarakat terhadap produk mereka dengan menangkap peluang yang ada.

Kata Kunci : *Ecopreneurship, Passion, Gap in the Market, Making a Living, Being Their Own Boss, Green Values*