

Abstract

Small to Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia play a critical role in contributing to the national economy, but sustainable SMEs especially in Indonesia are still a growing industry. On the other hand, literature shows that effective internal communication is necessary for the successful implementation of sustainability in a company. Thus, there is a need for research in strategies for sustainability communication into action in Indonesia. Through qualitative methods and thematic analysis, interviewing nine participants from three different sustainable SMEs in Indonesia, this research shows that sustainability communication is internalized to action through sustainability foundation, internal education, sustainable operations, external partnerships, and sustainability actualization. Communication to the whole SME organization is found through having a sustainability foundation through their vision and mission as well as through internal education via staff training and knowledge sharing. Meanwhile, action is carried out afterwards through their sustainable operations that go hand in hand with external partnerships to suppliers and vendors, and then finally the SME can reach sustainability actualization.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memainkan peran penting dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional, namun UMKM yang berkelanjutan khususnya di Indonesia masih merupakan industri yang sedang berkembang. Di sisi lain, literatur menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif diperlukan untuk keberhasilan implementasi keberlanjutan di sebuah perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai strategi komunikasi keberlanjutan di Indonesia. Melalui metode kualitatif dan analisis tematik, dengan mewawancarai sembilan partisipan dari tiga UMKM berkelanjutan yang berbeda di Indonesia, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi keberlanjutan diinternalisasi menjadi tindakan melalui fondasi keberlanjutan, pendidikan internal, operasi berkelanjutan, kemitraan eksternal, dan aktualisasi keberlanjutan. Komunikasi ke seluruh organisasi UMKM ditemukan dengan memiliki fondasi keberlanjutan melalui visi dan misi mereka serta melalui pendidikan internal melalui pelatihan staf dan berbagi pengetahuan. Sementara itu, aksi dilakukan setelahnya melalui operasi berkelanjutan yang berjalan beriringan dengan kemitraan eksternal kepada pemasok dan vendor, dan akhirnya UKM dapat mencapai aktualisasi keberlanjutan.