

INTISARI

Adopsi inovasi hijau dipahami sebagai strategi penting dalam menjawab tantangan lingkungan yang ditimbulkan oleh industri fesyen, seperti limbah produksi dan konsumsi energi berlebih. Data menunjukkan bahwa industri fesyen secara global menyumbang sekitar 20% limbah air dan 10% emisi karbon dunia, sementara di Indonesia, UMKM fesyen menyumbang sekitar 60% dari total volume produksi fesyen nasional, menjadikannya kontributor signifikan terhadap tantangan lingkungan tersebut. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk adopsi hijau dan mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan adopsi inovasi hijau oleh UMKM sektor fesyen hijau di Indonesia. Sebab, meskipun tren fesyen hijau semakin berkembang, terdapat kesenjangan pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi adopsinya, terutama pada UMKM dengan karakteristik sumber daya terbatas, nilai sosial yang unik, serta keterikatan dengan norma lokal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap 11 UMKM fesyen hijau melalui para pemilik UMKM yang telah menerapkan praktik keberlanjutan. Para informan UMKM tersebut berasal dari berbagai daerah di Indonesia, seperti Yogyakarta, Bandung, Tasikmalaya, Ciamis, Tangerang, dan Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada Mei-Juni 2025, dengan rentang usia pemilik UMKM fesyen berkisar antara 24 hingga 31 tahun. Rentang usia tersebut mencerminkan tingkat literasi digital yang cukup tinggi dan tingkat relevansi dalam konteks adopsi inovasi berbasis teknologi maupun keberlanjutan yang cukup besar. Data dianalisis menggunakan proses kodifikasi tematik dan pengembangan kategori berbasis kerangka teori institusional serta teori determinasi diri, dengan keterbukaan terhadap temuan-temuan baru di luar kerangka teori awal.

Temuan menunjukkan bahwa adopsi inovasi hijau pada UMKM fesyen umumnya masih berada pada tahap awal, ditandai dengan substitusi bahan baku, pemanfaatan limbah tekstil, dan perbaikan kemasan. Keputusan untuk mengadopsi inovasi hijau dipengaruhi oleh tiga kelompok faktor utama, yaitu faktor eksternal, faktor internal, dan faktor kontekstual. Faktor eksternal mencakup tekanan koersif (regulasi dan kebijakan), mimetik (pengaruh dari pelaku usaha lain yang sukses), dan normatif (nilai sosial dan ekspektasi profesional). Faktor internal mencakup otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sosial yang mendorong UMKM secara sukarela dan percaya diri mengadopsi praktik hijau. Faktor kontekstual seperti spiritualitas, kebermaknaan, ketangguhan, dan identifikasi aspiratif turut memperkuat motivasi dan komitmen, terutama saat tekanan eksternal atau keyakinan internal melemah. Penelitian ini memperluas pemahaman tentang adopsi inovasi hijau pada UMKM dengan menyoroti peran dimensi spiritual dan personal selain faktor struktural, serta menjadi dasar bagi kebijakan dan pendampingan yang lebih kontekstual dan menyentuh aspek motivasional UMKM fesyen hijau di Indonesia.

Kata kunci: adopsi inovasi hijau, UMKM fesyen hijau, teori institusional, teori determinasi diri, kualitatif

ABSTRACT

The adoption of green innovation is recognized as a crucial strategy in addressing the environmental challenges posed by the fashion industry, such as production waste and excessive energy consumption. Data shows that the global fashion industry contributes approximately 20% of wastewater and 10% of global carbon emissions. In Indonesia, fashion-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) account for around 60% of the national fashion production volume, making them significant contributors to these environmental challenges. Therefore, this study aims to identify the forms of green adoption and explore the factors influencing green innovation adoption decisions among green fashion MSMEs in Indonesia. Despite the growing trend of green fashion, there remains a gap in understanding the factors that drive its adoption, particularly among MSMEs characterized by limited resources, unique social values, and attachment to local norms.

This study employs a qualitative approach through in-depth interviews with 11 green fashion MSME owners who have implemented sustainable practices. The informants are based in various regions of Indonesia, including Yogyakarta, Bandung, Tasikmalaya, Ciamis, Tangerang, and Jakarta. The study was conducted between May and June 2025, with the ages of MSME owners ranging from 24 to 31 years. This age range reflects relatively high levels of digital literacy and relevance in the context of technology-based and sustainability-oriented innovation adoption. The data were analyzed using thematic coding and category development based on the institutional theory and self-determination theory, with openness to emergent themes beyond the initial theoretical framework.

The findings indicate that green innovation adoption among fashion MSMEs is generally still in its early stages, marked by raw material substitution, utilization of textile waste, and packaging improvements. Adoption decisions are influenced by three main groups of factors: external, internal, and contextual. External factors include coercive pressures (regulations and policies), mimetic pressures (influence from other successful businesses), and normative pressures (social values and professional expectations). Internal factors comprise autonomy, competence, and social relatedness, which encourage MSMEs to voluntarily and confidently adopt green practices. Contextual factors such as spirituality, meaningfulness, resilience, and aspirational identification further reinforce motivation and commitment, particularly when external pressures or internal beliefs weaken. This study contributes to the understanding of green innovation adoption among MSMEs by highlighting the role of spiritual and personal dimensions in addition to structural factors, offering a basis for more contextualized policies and support programs that address the motivational aspects of green fashion MSMEs in Indonesia.

Keywords: green innovation adoption, green fashion MSMEs, institutional theory, self-determination theory, qualitative research