

ECOPRENEURSHIP PADA INDUSTRI PERIKANAN: BAGAIMANAKAH MANIFESTASI *ECO-INNOVATION* PADA *FISH 'N BLUES ENTERPRISE*?

**Cut Irna Setiawati
Zidnie Ilma**

Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Email: setiawaticutirna@gmail.com; Zidnieilma22@gmail.com

Submitted: May 12, 2017; Reviewed: May 12, 2017; Accepted: Jul 16, 2017

Abstract: *The purpose of this study is to describe the eco-innovation manifested by Fish 'n Blues (FnB) as the realization of ecopreneurship and innovation in the fishery industry in Indonesia. This research is descriptive research with qualitative method. The informants in this study consisted of the owner and FnB staff who have been in accordance with the indicators and justification of the purpose of this study, as many as 5 people. Researchers conducted in-depth interviews with employees who were in Fish 'n Blues directly to dig up the required information. In data analysis technique, the researcher is guided by data analysis in field Miles & Huberman model, consisting of data collection, data reduction, display data, conclusion drawing and verification. The result of this research shows that eco-innovation in FnB consists of six categories consisting of product care, minor product improvement, major product improvement, functional innovation, system innovation and scientific breakthrough. In practice, product care innovation is carried out in the process of selling environmentally friendly seafood products, both raw and processed products. In minor product improvement, FnB has a product line by selling raw and processed products, so it is not just the catch. Minor changes such as seaweed pilus products, tuna meatballs, pastel shells, crispy blood clams and egg blood shells. Major product improvement is a change in the function of raw tuna products commonly used as the main menu into Tuna Spread as an additional product for other food spreads such as bread and biscuits. FnB uses a cassava bag instead of a plastic bag that becomes the solution in the plastic waste problem so that the innovation is in accordance with the functional innovation dimension related to ecopreneurship. FnB uses social media for promotions and campaigns. Selection of social media than other mass media such as television and magazine is in accordance with the dimensions of innovation system because of the innovation in communicating with consumers in a more effective way. The latter category is the scientific breakthrough that is environmentally friendly invention will affect on a wide scale or against some industry or so-called scientific breakthrough. Based on the results of the analysis, unfortunately until now FnB has not had a scientific breakthrough because FnB only focuses on selling products only.*

Keywords: *ecopreneurship; Eco-innovation; Fish 'n Blues; Fisheries retailers*

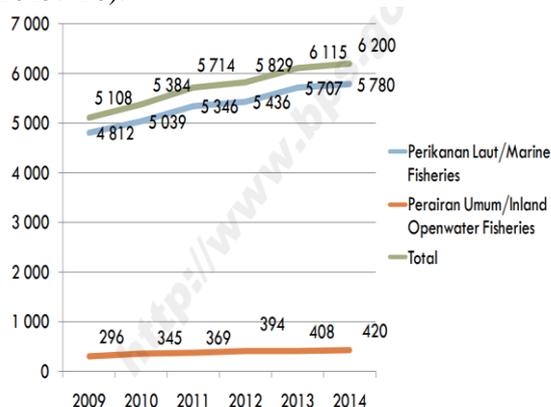
PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara maritim yang memiliki potensi laut besar, yaitu lebih dari 17.000 pulau dengan sumber daya yang melimpah sehingga dapat memberi kontribusi signifikan dalam mencapai tujuan pembangunan ekonomi

nasional. Indonesia pun sebagai pusat lingkaran keanekaragaman hayati laut terbesar sehingga sumber protein, mineral dan zat-zat peting bagi hidup manusia sangat melimpah, termasuk obat-obatan. Dari semua negara di pesisir Samudera Hindia dan Pasifik, Indonesia yang paling kaya

dari segi jumlah ikan dan terumbu karang. Keanekaragaman hayati laut Indonesia dipicu oleh empat faktor yang saling mendukung, yaitu: (1) berada di garis Khatulistiwa, (2) daratannya berbentuk kepulauan, (3) kaya gunung berapi, dan (4) memiliki tampilan dasar laut yang beraneka ragam. Pusat-pusat ekonomi dari keanekaragaman hayati laut terentang dari kawasan muara, lahan basah, terumbu karang, dan hutan bakau, yang menjadi lokasi penting penangkapan ikan di laut (Prasetia, 2016).

Indonesia menduduki posisi ke-3 setelah China dan Peru sebagai negara yang mempunyai produksi perikanan tangkap tertinggi di dunia. Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor KEP.45/MEN/2011, estimasi potensi sumber daya ikan di Indonesia mencapai 6,5 juta ton/tahun yang dikelompokkan ke dalam sebelas Wilayah Pengelolaan Perikanan (Satria, 2015:128).



Gambar 1 Volume Produksi Perikanan Tangkap (ribu ton), 2009-2014

Sumber: Publikasi Tahunan Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir, 2015

Gambar grafik di atas menunjukkan bahwa jumlah volume produksi perikanan tangkap tahun 2014 mengalami pertumbuhan menjadi 6,2 juta ton dibandingkan tahun 2013. Pada tahun 2014 pertumbuhan volume produksi perikanan tangkap di laut sebanyak 5,78 juta ton, jumlah itu meningkat dari tahun 2013 yang sebanyak 5,7 juta ton dengan selisihnya 73 ribu ton. Peningkatan itu juga terjadi pada volume produksi perikanan tangkap di perairan umum, pada tahun 2014 totalnya sebanyak 420 ribu ton, lebih meningkat 12 ribu ton dibandingkan tahun 2013 yang sebanyak 408 ribu ton (Kinasih, 13 April 2016).

Namun sayangnya dibalik meningkatnya produksi perikanan ini masih terdapat permasalahan, yaitu status tingkat

pemanfaatannya (eksploitasi). Menurut data publikasi tahunan Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir 2015, status tingkat pemanfaatan ikan di sebelas Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) tersebut berbeda-beda. Ada yang dalam kondisi penangkapan ikan berlebih (*over fishing*) dan kondisi penangkapan ikan yang masih belum dimaksimalkan (*under fishing*). Berdasarkan kondisi tingkatan status eksploitasi Sumber Daya Ikan (SDI) tersebut dapat dilihat bahwa *over exploited* dan *fully exploited* merupakan kondisi dalam jumlah terbanyak. Kondisi *over fishing* ini disebabkan oleh *Illegal, Unreported & Unregulated (IUU) fishing*, yaitu pencurian atau penjarahan ikan di wilayah negara tanpa izin oleh armada tangkap suatu negara dengan cara, alat dan bahan yang merusak dan tidak mematuhi ketentuan peraturan yang telah ditetapkan oleh peraturan perundangan, serta tidak adanya pelaporan hasil tangkapan dengan benar dan transparan oleh suatu armada tangkap kepada otoritas terkait (Nasution, 19 Mei 2016). Kemudian, masih ada nelayan yang melakukan praktik penangkapan tidak ramah lingkungan sehingga terjadi kondisi *over fishing*.

Berdasarkan data dari publikasi tahunan Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir 2015, jumlah alat penangkap ikan ramah lingkungan yang digunakan berbeda-beda dan mengalami fluktuasi selama periode 2009-2013. Pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2010 jumlah alat penangkap ikan ramah lingkungan yang dipakai mengalami penurunan sebanyak 227.054 alat tangkap, dari 1.174.274 alat tangkap menjadi 947.220 alat tangkap, dimana jumlah tersebut terdiri dari 38 jenis alat tangkap yang dibagi menjadi sembilan kelompok jenis alat tangkap. Kemudian jumlah tersebut terus mengalami kenaikan sampai tahun 2013 dengan jumlah 1.175.314 alat tangkap. Meskipun mengalami kenaikan jumlah alat penangkap ikan laut ramah lingkungan, tidak menutup kemungkinan bahwa nelayan Indonesia masih melakukan praktik penangkapan ikan yang tidak ramah lingkungan.

Selain itu, kerusakan terumbu karang yang selama ini terjadi juga sebenarnya bukan hanya akibat ulah para nelayan pesisir terkait pengeboman ikan secara sembarangan. Namun, kerusakan terumbu karang pun disebabkan ulah para pelaku industri seperti pencemaran industri, sedimentasi akibat penebangan hutan secara masif terutama perusahaan-perusahaan besar, serta akibat aktivitas perdagangan karang oleh eksportir tidak bertanggung jawab. Hal tersebut membuktikan bahwa bisnis besar pun

berkontribusi terhadap kerusakan laut Indonesia (Satria, 2015). Oleh sebab itu, poin bisnis yang berbasis ramah lingkungan sangat penting untuk ditekankan dan perlu dirumuskan instrumen pelaksanaan operasionalnya.

Dalam dunia usaha perikanan terdapat tiga bidang usaha, yaitu usaha perikanan budidaya, usaha perikanan pengolahan, dan usaha tangkap ikan (www.tentanghewan.com, 14 April 2016). Dari ketiga jenis usaha perikanan tersebut, dapat dilihat bahwa jenis usaha tangkap ikan merupakan usaha yang paling berisiko merusak ekosistem perairan laut maupun perairan daratan. Oleh karena itu, pebisnis di bidang perikanan tangkap harus menggunakan konsep bisnis yang berbasis ramah lingkungan (*eco-friendly*) untuk menjaga ekosistem laut agar tersedianya sumber daya perikanan yang berkelanjutan.

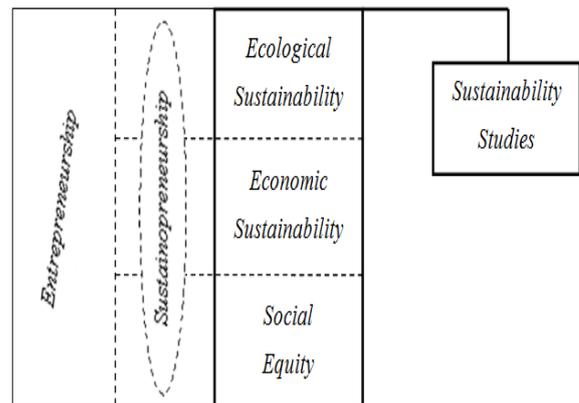
Saat ini sedang marak istilah *ecopreneurship*, banyak kegiatan bisnis konvensional yang telah terbukti berbahaya bagi lingkungan dan bahkan dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan besar-besaran, seperti perubahan iklim, deforestasi, polusi udara, maupun pencemaran air. Fish 'n Blues merupakan *supplier* dan *retailer* makanan laut (*seafood*) ramah lingkungan yang pertama dan masih menjadi satu-satunya di Indonesia. Fish 'n Blues menjual produk perikanan Indonesia yang ditangkap oleh nelayan lokal dengan cara ramah lingkungan sehingga aman dan sehat bagi tubuh. Produk-produk Fish 'n Blues yang dijual di toko dan *online* tersebut juga merupakan hasil rekomendasi dari kerjasama dengan WWF Indonesia dan LSM Jaring Nusantara dalam melakukan pembinaan nelayan. Pemilik bisnis melihat adanya peluang untuk menjadi *ecopreneurship* di bidang usaha tangkap ikan. Namun sayangnya, belum ada penelitian yang menjelaskan *eco-innovation* seperti apa yang dimanifestasikan oleh usaha ini sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut.

KERANGKA TEORITIS

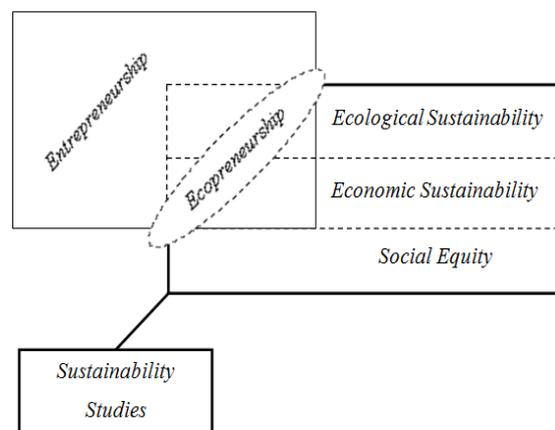
Ecopreneurship

Entrepreneurship dalam pengembangan keberlanjutan tidak terlalu fokus pada sistem manajemen atau prosedur teknis, tetapi lebih fokus pada inisiatif personal dan keahlian dari tiap-tiap orang (Wagner & Schaltegger dalam Dewi, 2013). Kainrath (2011) mengimplikasikan bahwa studi berkelanjutan pada *sustainopreneurship* memiliki irisan yang ada pada *ecopreneurship*. Irisan-irisan tersebut terdiri

dari *ecological sustainability*, *economic sustainability* dan *social equity*.



Gambar 2 Kerangka Studi *Sustainopreneurship*
Sumber: Kainrath (2011)



Gambar 3 Kerangka Studi pada *Ecopreneurship*
Sumber: Kainrath (2011)

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa *sustainopreneurship* memiliki tiga studi dalam menjalani usahanya, yaitu:

1. *Ecological sustainability*, yaitu sebuah kapasitas ekosistem untuk mempertahankan fungsi dan proses keberlangsungan keanekaragaman hayati dalam jangka panjang.
2. *Economic sustainability* adalah strategi yang digunakan untuk mempekerjakan sumber daya secara optimal dengan keseimbangan yang bertanggung jawab dan bermanfaat sehingga dapat dicapai dalam jangka panjang.
3. *Social equity* merupakan keadaan suatu masyarakat tertentu yang memiliki status yang sama dalam hal tertentu.

Ketiga studi tersebut, *ecopreneurship* memiliki dua irisan yang terdapat pada studi keberlanjutan, yaitu *ecological sustainability* dan

economic sustainability (Kainrath, 2011), sesuai yang ditunjukkan pada Gambar 3 di atas. Graci dan Doods (2012) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan isu lingkungan dalam setiap keputusan bisnis dan mengurangi dampak lingkungannya dapat meningkatkan “posisi” menjadi lebih baik, sehingga menggambarkan investasinya dan reputasi perusahaan (Setiawati & Sitorus, 2014).

Eco-Innovation

Rennings (2012) menyatakan bahwa bentuk khusus dari *eco-innovation* dibandingkan dengan inovasi secara umum adalah hal yang menjadi fokus utama. Dalam *eco-innovation* difokuskan pada inovasi untuk mengurangi masalah lingkungan. Berdasarkan *Innovation Impact of Environmental Policy Instrument* menyatakan di dalam *eco-innovation* terdapat pihak-pihak yang berkepentingan (perusahaan, politisi, kesatuan, asosiasi dan rumah tangga) mengembangkan ide baru, membuat produk, mempergunakan produk atau memperkenalkan produk ramah lingkungan tersebut. Rennings (2012) menekankan bahwa pengembangan yang tidak berkelanjutan adalah hasil dari perubahan teknologi yang terlalu cepat. Oleh karena itu inovasi sosial seperti perubahan pola hidup itu penting untuk mengatasi masalah lingkungan (Halila & Horte, 2011).

Sementara itu, agar dapat menganalisis dan membandingkan *eco-innovation* di perusahaan yang berbeda, suatu skala dibutuhkan (unit pengukuran). Beberapa percobaan telah dibuat untuk mengklasifikasi atau mengategorikan inovasi, sebagian besar berdasarkan tingkat signifikan dari inovasi dan atau metode dan prosedur yang digunakan saat pengembangan. Dalam penelitian ini pengklasifikasian sistem berdasarkan Halila dan Horte (2011) yang membandingkan sistem klasifikasi inovasi dan menggunakan adaptasi karakteristik paling signifikan untuk tujuan dari pengukuran *eco-innovation*. Agar tes dapat dilakukan, maka dilakukan taksonomi dari ratusan kontribusi ke laporan tahunan di Nutek, Swedia di kontes inovasi lingkungan yang telah dilaksanakan pada 1998-2004. Menurut Halila dan Horte dalam Kainrath (2011) terdapat enam kategori *eco-innovation* yang terdiri dari:

1. *Product care* (kategori 1). Dalam kategori satu, *product care* merupakan kelanjutan dari produk yang sudah ada atau ide baru yang terealisasi menjadi produk ramah lingkungan sehingga pengetahuan yang

dibutuhkan hanya pengetahuan standar atau dasar saja.

2. *Minor product improvement* (kategori 2). *Minor product improvement* yaitu perbaikan kecil pada produk atau hanya sebagian kecil komponen yang mengalami perubahan. Pengetahuan yang diperlukan adalah pengetahuan tentang bisnis atau produk tertentu.
3. *Major product improvement* (kategori 3). *Major product improvement* membutuhkan dasar pengetahuan yang spesifik dan berhubungan dengan produk tersebut. Produk baru atau perubahan mendasar dalam produk yang ada tidak hanya berdasarkan model sebelumnya.
4. *Functional innovation* (kategori 4). *Functional innovation* adalah cara baru untuk memenuhi fungsi, dengan solusi baru, cara ini merujuk pada pengetahuan yang dikumpulkan dari bidang teknologi yang lain.
5. *System innovation* (kategori 5). *System innovation* merupakan penggantian sistem yang ada dengan yang baru dengan kontribusi kreatif mungkin yang dapat mengubah bidang pengetahuan perubahan sistem teknologi yang baru secara holistik.
6. *Scientific breakthrough* (kategori 6). Penemuan yang ramah lingkungan akan berpengaruh pada skala yang luas atau terhadap beberapa industri.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2013).

Berikut ini adalah pokok-pokok telaah yang disusun dalam penelitian ini, sesuai dengan teori mengenai *eco-innovation* yang

dikemukakan oleh Kainrath (2011). Keterbatasan ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sub variable *ecopreneurship* yang diteliti berfokus pada eco-innovation karena indicator awal dalam menilai upaya *ecopreneurship* dilihat dari inovasi produk atau inovasi jasa apa yang ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 2 Pokok –Pokok Telaah

Konsep	Sub-Konsep	Dimensi	Definisi
<i>Ecopreneurship</i>	<i>Eco-innovation</i>	<i>Product care</i>	Kelanjutan dari produk yang sudah ada atau ide baru yang terealisasi menjadi produk ramah lingkungan.
		<i>Minor Product improvement</i>	Perbaikan kecil pada produk atau hanya sebagian kecil komponen yang mengalami perubahan.
		<i>Major product improvement</i>	Perbaikan produk secara menadasar atau membuat produk baru.
		<i>Functional innovation</i>	Inovasi pada tiap bagian dari produk yang dapat diperbaharui.
		<i>System innovation</i>	Inovasi pada system yang ramah lingkungan.
		<i>Scientific breakthrough</i>	Terobosan ilmiah yang ramah lingkungan.

Peneliti mewawancarai beberapa tipe informan. Peneliti harus dapat membedakan tipe informan dalam memberikan pendapat yang berguna baik dari informan yang pemula maupun yang sudah lama; orang yang menjadi pusat atau yang berada di sisi lain dalam kegiatan tersebut. Selain memenuhi kriteria, informan yang dipilih dianggap paling tahu tentang apa yang Peneliti harapkan dan memudahkan Peneliti mendapatkan informasi mengenai Fish ‘n Blues. Oleh sebab itu, Tabel 3 menjelaskan informan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini.

Dalam pengumpulan data, Peneliti menggunakan triangulasi teknik. Menurut Sugiyono (2015) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Tabel 3 Karakteristik Informan

No.	Nama	Jabatan	Deskripsi pekerjaan	Lama bekerja
1.	Ranggi Fajar Muharam	Direktur Utama	Bertanggung jawab mengawasi bagian yang ada di Fish ‘n Blues, membangun relasi dan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait. Bertanggung jawab untuk membuat ide pesan dan materi publikasi untuk target pasar serta berhubungan dengan pihak luar.	2 tahun
2.	Annisa	Komunikasi	Bertanggung jawab untuk memastikan produk yang diterima dan dijual dalam kondisi baik.	2 tahun
3.	Tia	<i>Quality Controller</i>	Bertanggung jawab mengurus dokumen dan laporan keuangan Fish ‘n Blues.	1 tahun
4.	Yumaskan ah	Admin dan Keuangan	Bertanggung jawab untuk mengantarkan produk Fish ‘n Blues ke alamat konsumen.	6 bulan
5.	Ivan	Kurir		2 tahun

Sumber: Hasil wawancara oleh Peneliti, 2017.

Dalam teknik analisis data, Peneliti akan berpedoman terhadap analisis data di lapangan model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman (Neuman, 2011) analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang disusun dalam teks yang diperluas atau yang dideskripsikan. Untuk memproses analisis data model Miles and Huberman melalui proses *data collection, data reduction, data display, conclusion drawing* dan *verification*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Rennings, dalam *eco-innovation* difokuskan pada inovasi untuk mengurangi masalah lingkungan (Kainrath, 2011). Halila dan Horte dalam Kainrath (2011) mengembangkan kategori *eco-innovation* terdapat enam kategori yang terdiri dari *product care, minor product improvement, major product improvement, functional innovation, system innovation* dan *scientific breakthrough*. Pendekatan kategori ini digunakan oleh Peneliti karena pendekatan ini

mampu menjelaskan dan menganalisis secara komprehensif semua aspek pelaksanaan *ecopreneurship* pada Fish 'n Blues sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Fish 'n Blues merupakan *retailer* dan *supplier* makanan laut dengan konsep ramah lingkungan yang pertama di Indonesia. Fish 'n Blues bekerja sama dengan nelayan lokal dampingan WWF Indonesia dan Jaring Nusantara dalam menyuplai berbagai produk ikan. Ide membuat Fish 'n Blues berawal sejak Bapak Raggi bekerja di WWF Indonesia sebagai Asisten Program Perikanan dengan memegang program *bycatch* atau program tangkapan sampingan. Dalam program tersebut, Bapak Raggi mempelajari bahwa 72% laut Indonesia kini mengalami gejala *over fishing* atau *fully exploited*. Gejala tersebut disebabkan oleh praktik penangkapan ikan yang tidak ramah lingkungan, seperti menggunakan bom, sianida dan pukot harimau. Karena itulah Fish 'n Blues dicanangkan dan bekerja sama dengan WWF Indonesia serta LSM Jaring Nusantara (LSM yang bertujuan untuk mewujudkan praktek perbaikan perikanan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab) untuk membina nelayan agar tidak melakukan IUU *fishing*. Fish 'n Blues menjual produk mentah dan produk olahan.

Produk mentah yang dimaksud adalah produk yang murni dikirim oleh nelayan dari daerah tangkap asal kepada Fish 'n Blues di Jakarta, kemudian dikemas lalu dibekukan dengan menggunakan *freezer* oleh Fish 'n Blues. Sedangkan produk olahan yang dijual Fish 'n Blues merupakan produk yang telah diolah menjadi produk yang setengah jadi dan produk yang sudah jadi. Produk olahan tersebut ada yang diolah oleh Fish 'n Blues dan ada yang diolah oleh kelompok nelayan. Produk mentah yang dijual Fish 'n Blues terdiri dari beberapa jenis, yaitu jenis ikan pelagis, jenis ikan karang, kerang, udang dan kepiting. Sedangkan produk olahan yang dijual oleh Fish 'n Blues yaitu, *Tuna Spread* dan beberapa produk olahan yang dihasilkan dari kelompok nelayan seperti pastel kerang, kerang darah *crispy*, kerang darah telur dan pilus rumput laut. Sampai saat ini produk yang dijual Fish 'n Blues merupakan hasil tangkapan dari kelompok nelayan ikan tuna, ikan karang, kerang, kepiting dan udang yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia.

Hasil tangkapan dari kelompok nelayan yang dijual oleh Fish 'n Blues tersebut merupakan rekomendasi dari WWF Indonesia dan Jaring Nusantara. Jika nelayan sudah

memenuhi ketentuan dari WWF Indonesia dan Jaring Nusantara serta siap menyuplai produk, maka Fish 'n Blues akan meminta sampel untuk dicoba. Setelah itu Fish 'n Blues melakukan tes pasar. Jika produk tersebut laku dan mendapat respon positif, maka produk tersebut akan dilanjutkan penjualannya. Jadi, produk yang dijual oleh Fish 'n Blues bergantung pada hasil tangkapan dari kelompok nelayan yang telah direkomendasikan oleh WWF Indonesia dan Jaring Nusantara. Untuk sistem pengirimannya, Fish 'n Blues memiliki SOP (*Standard Operational Procedure*) yang sesuai dengan SNI (Standar Nasional Indonesia) untuk menjaga sistem rantai dinginnya. SOP tersebut berisi tentang penanganan dan pengemasan produk, SOP dibagikan oleh *Quality Controller* Fish 'n Blues kepada para nelayan oleh Fish 'n Blues sebelum produk dikirim. Misalnya seperti kemasan untuk pengiriman menggunakan *sterofoam* dan berat es batu harus 1:1 untuk menjaga ketahanan produk. Setelah produk telah dikemas oleh nelayan sesuai dengan SOP yang diberikan *Quality Controller* Fish 'n Blues, nelayan dapat mengirim produk tersebut kepada Fish 'n Blues di Jakarta dengan menggunakan pesawat kargo.

Namun sayangnya biaya pengiriman dari daerah asal tangkapan ke kantor Fish 'n Blues masih belum efisien sehingga Fish 'n Blues harus mencari konsumen seperti hotel dan restoran karena hotel dan restoran cenderung memiliki kebutuhan terhadap produk makanan laut dalam jumlah banyak. Dengan banyaknya jumlah pesanan, maka biaya pengiriman akan lebih hemat dan jadwal pengiriman juga lebih konsisten. Jika sudah berkembang, Fish 'n Blues juga berencana untuk bekerjasama dengan Go-Food (fitur pemesanan makanan *online* melalui aplikasi Go-Jek sebagai jasa transportasi ojek *online*) agar dapat menjangkau konsumen yang lebih jauh dan pengiriman yang lebih banyak dalam satu hari.

Dalam sistem pengiriman yang menggunakan SOP dan berstandar SNI, Fish 'n Blues melakukan pencarian informasi terlebih dahulu mengenai cara menjaga sistem rantai dingin produknya. Pencarian informasi tersebut dilakukan oleh Ibu Tia sebagai *Quality Controller* melalui mata kuliah selama masa perkuliahan, internet ataupun bertanya kepada orang yang memahami standar kualitas ikan. Selain pencarian informasi dalam memahami standar kualitas ikan, Fish 'n Blues juga memiliki ciri-ciri ikan yang terkena bom ataupun

yang ditangkap dengan sianida dan pengujian pada cara pengawetan produk *Tuna Spread* serta pengujian pembuatan *steak* ikan tengiri. Pengujian ini dilakukan agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas tanpa bahan pengawet.

Peneliti deskripsikan dalam dimensi-dimensi *eco-innovation*, yaitu *product care*, *minor product improvement*, *major product improvement*, *functional innovation*, *system innovation* dan *scientific breakthrough*.

Product care merupakan kelanjutan dari produk yang sudah ada atau ide baru yang terealisasi menjadi produk ramah lingkungan sehingga pengetahuan yang dibutuhkan hanya pengetahuan standar atau dasar saja. Menurut Peneliti, dimensi *product care* ini sesuai dengan inovasi pada Fish 'n Blues yang menjual produk ramah lingkungan. Fish 'n Blues merupakan *retailer* dan *supplier* makanan laut dengan konsep ramah lingkungan yang pertama di Indonesia yang didirikan oleh Bapak Ranggi Fajar Muharam dengan dukungan WWF Indonesia dan Jaring Nusantara. Pendirian Fish 'n Blues dengan konsep ramah lingkungan didasari oleh pengetahuan dari Bapak Ranggi sebagai Direktur Utama yang pernah bekerja di WWF Indonesia pada program *bycatch* serta bantuan dalam membina nelayan oleh WWF Indonesia dan Jaring Nusantara. Konsep ramah lingkungan ini diterapkan pada cara penangkapan sumber daya perikanan yang dilakukan oleh nelayan binaan. Para nelayan menggunakan alat tangkap yang tidak merusak lingkungan sehingga dapat menjaga keberlangsungan ekosistem laut. Penerapan cara penangkapan yang ramah lingkungan ini penting untuk dipertahankan dan dikembangkan, karena dengan cara ini nelayan dapat terus menangkap ikan karena ekosistemnya yang terjaga sehingga perekonomian dalam jual beli sumber daya perikanan dapat terus berkelanjutan. Inovasi ramah lingkungan ini lah yang menjadi nilai utama Fish 'n Blues dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

Minor product improvement yaitu perbaikan kecil pada produk atau hanya sebagian kecil komponen yang mengalami perubahan. Pengetahuan yang diperlukan adalah pengetahuan tentang bisnis atau produk tertentu. Salah satu contoh dari penerapan *minor product improvement* yaitu adanya inovasi dengan membuat lini produk. Fish 'n Blues menjual beberapa jenis hasil perikanan yang beraneka ragam, di antaranya adalah jenis ikan pelagis, jenis ikan karang, kerang, udang dan kepiting.

Selain menjual produk mentah, Fish 'n Blues juga menjual produk olahan seperti *Tuna Spread*, Bakso Tuna, Pilus Rumput Laut, Kerang Darah *Crispy*, Kerang Darah Telur dan Pastel Kerang.

Menurut Peneliti, Fish 'n Blues sudah menerapkan *minor product improvement*, yaitu membuat lini produk, lini produk yang dimiliki Fish 'n Blues adalah lini produk ikan pelagis, ikan karang, kepiting, kerang dan udang. Namun pada lini produk yang memiliki nilai inovasi terdapat pada produk olahan, terutama *Tuna Spread*, karena *Tuna Spread* dibuat oleh Fish 'n Blues itu sendiri, sedangkan produk lainnya, baik mentah maupun olahan, didapat dari kelompok nelayan yang menghasilkan. Jadi produk yang dijual selain *Tuna Spread* bukan berdasarkan inovasi dari Fish 'n Blues, melainkan rekomendasi WWF Indonesia, Jaring Nusantara dan kelompok nelayan. Dikarenakan saat ini *Tuna Spread* mengalami peningkatan penjualan, maka menurut Peneliti, selain fokus pada penjualan *Tuna Spread*, Fish 'n Blues juga harus melakukan inovasi lain dalam membuat produk olahan seperti yang direncanakan, yaitu membuat *dim sum* dengan bahan dasar ikan tengiri untuk mencapai *zero waste* pada bagian ikan tengiri yang tidak dijual, misalnya bagian kepala.

Tabel 4 Jenis Produk Olahan yang Dijual oleh Fish 'n Blues

Gambar	Nama Produk
	Homemade Tuna Spread Premium Classic Rp50.000,-/200 gram <i>Mayonaise</i> yang terbuat dari bahan dasar ikan tuna sirip kuning segar kualitas terbaik tanpa menggunakan bahan pengawet dan perasa buatan. Mengandung protein tinggi, kalsium dan omega tiga. Ikan Tuna didapat dari Pelabuhan Sendang Biru, Malang, Jawa Timur.
	Pilus Rumput Laut Rp35.000,-/100 gram Produk olahan dari rumput laut jenis <i>Kappaphycus Striatum</i> yang kaya akan mineral, kalsium, zat besi, serat dan protein. Rumput laut berasal dari Alor, Nusa Tenggara Timur.
	Bakso Tuna Rp65.000,-/500 gram Bakso yang betekstur padat dengan kandungan 80% ikan tuna sirip kuning dengan kandungan protein, kalsium dan omega tiga yang tinggi. Tuna didapat dari Pelabuhan Sendang Biru, Malang, Jawa Timur.



Pastel Kerang, Kerang Darah Crispy dan Kerang darah Telur
Rp20.000,-/pcs
Pastel Kerang dan Kerang *Crispy* ini masih belum tersedia pada *website* Fish 'n Blues karena produk-produk ini masih tahap percobaan. Produk-produk ini diolah oleh ibu-ibu pesisir Sidoardjo.

Sumber: www.fishnblues.com dan [instagram.com/fishnblues_id/](https://www.instagram.com/fishnblues_id/), 12 Juli 2016

Major product improvement membutuhkan dasar pengetahuan yang spesifik dan berhubungan dengan produk tersebut. Produk baru atau perubahan mendasar dalam produk yang ada tidak hanya berdasarkan model sebelumnya. Perubahan mendasar yang dimaksud pada *major product improvement* ini adalah perubahan fungsi pada suatu produk. Menurut Peneliti, dimensi ini sesuai dengan produk *Tuna Spread* sebagai produk olahan yang dijual oleh Fish 'n Blues. Sebelum menjual *Tuna Spread*, Fish 'n Blues hanya menjual ikan tuna saja yang biasanya disajikan sebagai menu utama. Dengan inovasinya, Fish 'n Blues mengolah ikan tuna sebagai olesan pada bahan makanan lain seperti roti dan biskuit. Dalam inovasi ini terjadi perubahan fungsi dari menu utama menjadi menu tambahan.

Functional innovation adalah cara baru untuk memenuhi fungsi, dengan solusi baru, cara ini merujuk pada pengetahuan yang dikumpulkan dari bidang teknologi yang lain. Penerapan dimensi ini dilakukan oleh Fish 'n Blues melalui penggunaan kantong singkong untuk barang belanjaan. Kantong singkong digunakan oleh Fish 'n Blues sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan selain produk makanan lautnya. Penggunaan kantong singkong yang ramah lingkungan dapat mengurangi pencemaran sampah plastik karena kantong singkong mudah terurai, terutama bila terkena air. Meskipun lebih mudah rusak dan mahal, Fish 'n Blues tetap mempertahankan konsep ramah lingkungannya. Inovasi dalam menggunakan kantong singkong ini harus dipertahankan untuk menyampaikan nilai ramah lingkungan kepada konsumen dari sisi lain selain produk utama Fish 'n Blues.



Gambar 4 Kantong Singkong Fish 'n Blues
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 5 April 2016



Gambar 5 Kampanye Fish 'n Blues di Instagram

Sumber: [instagram.com/fishnblues_id/](https://www.instagram.com/fishnblues_id/)

System innovation merupakan penggantian sistem yang ada dengan yang baru dengan kontribusi kreatif yang dapat mengubah bidang pengetahuan perubahan sistem teknologi yang baru secara holistik, misalnya komunikasi dengan menggunakan televisi lebih baik dari pada menggunakan radio. Menurut Peneliti, Fish 'n Blues telah menerapkan inovasi sistem pada penggunaan media sosial sebagai ajang kampanye dan penjualan produk karena dengan menggunakan media sosial, biaya promosi akan lebih hemat dibandingkan dengan media massa seperti televisi, majalah dan koran. Bahan yang diunggah ke media sosial oleh Fish 'n Blues juga menyesuaikan desain yang lebih komunikatif dan modern, seperti membuat video dan poster infografis. Inovasi dengan menggunakan media sosial saat ini memang sedang diminati, namun dengan seiring berjalannya waktu, Fish 'n Blues harus tetap dinamis mengikuti tren komunikasi yang berkembang dan memanfaatkan media lain untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Scientific breakthrough merupakan penemuan yang ramah lingkungan akan berpengaruh pada skala yang luas atau terhadap beberapa industri atau biasa disebut terobosan ilmiah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Peneliti dengan para informan, sampai saat ini Fish 'n Blues masih belum memiliki terobosan ilmiah. Jadi, Fish 'n Blues belum menerapkan dimensi *scientific breakthrough*. Sampai saat ini inovasi pada dimensi *scientific breakthrough* belum dilakukan oleh Fish 'n Blues sebagai *ecopreneurship*, karena Fish 'n Blues hanya berfokus untuk menjual produk saja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Fish 'n Blues telah memanasifestasikan eco-innovation dalam bentuk *product care* dilakukan pada proses penjualan produk makanan laut ramah lingkungan, baik produk mentah maupun olahan. Konsep ramah lingkungan yang dimaksud adalah cara penangkapan yang dilakukan oleh nelayan lokal dampingan WWF Indonesia dan Jaring Nusantara yang bekerja sama dengan Fish 'n Blues dalam menyuplai produk makanan laut. Dalam hal *minor product improvement*, Fish 'n Blues memiliki lini produk dengan menjual produk mentah dan produk olahan. Fish 'n Blues membuat produk olahan *Tuna Spread* dari produk mentah ikan tuna. *Major product improvement* yang dilakukan ialah perubahan fungsi dari produk mentah ikan tuna yang biasa digunakan sebagai menu utama menjadi *Tuna Spread* sebagai produk tambahan untuk olesan makanan lain seperti roti dan biscuit. Fish 'n Blues menggunakan kantong singkong sebagai pengganti kantong plastik. Fungsi kantong singkong ini menjadi solusi yang dilakukan oleh Fish 'n Blues untuk mengurangi permasalahan sampah plastik tersebut. Inovasi ini sesuai dengan dimensi *functional innovation* sebagai solusi baru sebagai *ecopreneurship*. Pemilihan media sosial dibanding media massa lain seperti televisi dan majalah ini sesuai dengan dimensi *system innovation* karena adanya inovasi dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dengan cara yang lebih efektif.

Kedepannya, penelitian ini bisa menganalisis sub-variabel *ecopreneurship* secara lebih terintegrasi antara lain *eco-commitment* dan *eco-opportunity*. Dengan menyempurnakan penelitian tersebut, maka akan dihasilkan

deksiripsi lengkap bagaimana manifestasi Fish 'n Blues pada industri perikanan di Indonesia yang berbasis ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. Fish 'n Blues. (2016). Tersedia: www.fishnblues.com.
- Halila, F. dan Horte, S. A. (201). Innovation that Combine Environmental and Business` Aspects”, *International Journal of Innovation and Sustainable Development*. 1(4), 371387. Tersedia: https://www.researchgate.net/publication/247834968_Innovations_that_combine_environmental_and_business_aspects
- Kainrath, D. (2011). *Ecopreneurship in Theory and Practice: A Proposed Emerging Framework for Ecopreneurship*, Germany: Lambert Academic Publishing.
- Kinasih, H. N. (2015), *Maximum Sustainable Yield, Antara Konservasi dan Ekonomi*. *Kompasiana*. Tersedia: http://www.kompasiana.com/herjunohnk/maximumsustainable-yield-antara-konservasi-dan-ekonomi_5517c924813311aa689de507 [13 April 2016]
- Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2015, *Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 2/PERMEN-KP/2015*, Jakarta, Indonesia: KKP
- Nasution, A.M. (2013). *Solidaritas Mengakhiri Penangkapan Ikan Berlebih (Overfishing)*. *Greenpeace*. Tersedia: <http://www.greenpeace.org/seasia/id/blog/solidaritas-mengakhiripenangkapanikanberlebih/blog/44471/> [19 Mei 2016]
- Neuman, W. L. (2011). *Social Research Methods*. Boston: Pearson.
- Prasetya, A. (2016). *Ekonomi Maritim Indonesia*, Cetakan 1, Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Rennings, K. (2012) *Refending Innovation – Eco-innovation Research and the Contribution from Ecological Economics*. *Ecological Economics*, 32 (319-332). Tersedia: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.3801&rep=rep1&type=pdf>
- Satria, A. (2015). *Politik Kelautan dan Perikanan: Catatan Perjalanan*

- Kebijakan Era SBY hingga Jokowi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Setiawati, C. I., & Sitorus, P. (2014). Keberhasilan Hotel Berwawasan RamahLingkungan di Asia Pasifik: Faktor Pendorong Apakah yang Dominan? *Jurnal SiasatBisnis*, 18 (1), 45-62.
- Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir (2015) *Laporan Tahunan Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir Tahun 2015*, Jakarta, Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tentang Hewan, 2013, 3, *Jenis Usaha Perikanan*, Tersedia: <http://tentanghewan.com/3-jenis-usaha-perikanan/> [14 April 2016]
- Undang-Undang Republik Indonesia, 2009, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2009 Tentang Perikanan*. Jakarta, Indonesia: Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Wagner, M., & Schaltegger, S. (2010). Classifying Entrepreneurship for Public Good: Empirical Analysis for a Conceptual Framework”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23(3),431-443.
Tersedia:<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08276331.2010.10593494>