

## **Rencana Bisnis Pengembangan Usaha *Startup* Produk Kemasan Ramah Lingkungan (*Eco Friendly*)**

**Ayu Meidah<sup>1</sup>, Fricillia Fransisca<sup>2</sup>, Aiska Mazaya<sup>3</sup>, Fitrah Rhamadan<sup>4</sup>, Jessie Veronika<sup>5</sup>, Tiara Fitria<sup>6</sup>**✉

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bangka Belitung

### **Abstrak**

Tingkat kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan semakin meningkat, sehingga kebutuhan akan kemasan ramah lingkungan menjadi semakin mendesak. Rencana bisnis ini bertujuan untuk mengembangkan usaha yang menyediakan solusi kemasan berkelanjutan dengan menggunakan bahan-bahan yang dapat terurai secara alami dan ramah lingkungan. Melalui analisis pasar, identifikasi kebutuhan konsumen, serta studi terhadap kompetitor, usaha ini akan menawarkan berbagai produk kemasan yang inovatif dan fungsional. Strategi pemasaran yang efektif serta kolaborasi dengan pelaku industri akan diimplementasikan guna meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Selain itu, edukasi masyarakat mengenai pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan akan menjadi bagian integral dari strategi bisnis ini. Harapan ke depan, usaha ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan serta mendukung gerakan keberlanjutan.

**Kata Kunci:** *Rencana Bisnis Pengembangan, Startup, Kemasan Ramah Lingkungan*

### **Abstract**

*The level of public awareness regarding environmental issues is increasing, making the demand for eco-friendly packaging increasingly urgent. This business plan aims to develop a venture that provides sustainable packaging solutions using biodegradable and environmentally friendly materials. Through market analysis, identification of consumer needs, and competitor studies, this business will offer a variety of innovative and functional packaging products. Effective marketing strategies and collaboration with industry players will be implemented to enhance product visibility and appeal. Additionally, educating the public about the importance of using eco-friendly packaging will be an integral part of this business strategy. In the future, this business is expected not only to provide economic benefits but also to contribute to environmental conservation and support the sustainability movement.*

**Keywords:** *Business Plan for the Development of an Eco-Friendly Packaging Startup*

Copyright (c) 2025 **Ayu Meidah<sup>1</sup>**

---

✉ Corresponding author : [ayumeidah2@gmail.com](mailto:ayumeidah2@gmail.com)

Email Address : [frcllafrnsscaa@gmail.com](mailto:frcllafrnsscaa@gmail.com), [mazayaaiskha@gmail.com](mailto:mazayaaiskha@gmail.com), [jessieveron01@gmail.com](mailto:jessieveron01@gmail.com).

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan industri kemasan dalam beberapa dekade terakhir telah memberikan dampak signifikan terhadap lingkungan. Penggunaan bahan kemasan sekali pakai, terutama plastik, menjadi salah satu penyebab utama pencemaran

lingkungan, termasuk pencemaran laut, kerusakan ekosistem, serta peningkatan volume limbah yang sulit terurai. Menurut laporan dari organisasi lingkungan internasional, produksi plastik diperkirakan akan terus meningkat. Jika tidak ada langkah mitigasi yang nyata, dampak negatif terhadap lingkungan akan semakin parah (Amaral dkk., 2024).

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan terus meningkat, yang berkontribusi pada meningkatnya permintaan akan produk kemasan ramah lingkungan. Banyak konsumen, pelaku bisnis, dan pemerintah mulai beralih ke solusi yang lebih berkelanjutan guna mengurangi dampak buruk dari limbah kemasan sekali pakai (Nawang & Astuti, 2025). Hal ini membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk menghadirkan inovasi dalam industri kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan.

Berdasarkan analisis Data Bridge Market Research, pasar kemasan ramah lingkungan diperkirakan akan mencapai USD 269.463,14 juta pada tahun 2030, meningkat dari USD 182.383,25 juta pada tahun 2022, dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 5,00% selama periode 2023–2030 (Data Bridge, 2023). Laporan tersebut juga mengungkapkan bahwa tren ini didorong oleh permintaan pasar yang semakin tinggi, kebijakan pemerintah yang mendukung keberlanjutan, serta inovasi dalam teknologi kemasan.

Selain peluang pasar secara global, kondisi spesifik di wilayah Kepulauan Bangka Belitung juga menunjukkan urgensi untuk beralih ke solusi kemasan ramah lingkungan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, jumlah penduduk pada tahun 2020 mencapai 1.517.590 jiwa, dengan 789.708 jiwa laki-laki dan 727.882 jiwa perempuan (BPS Babel, 2020). Peningkatan jumlah penduduk ini berbanding lurus dengan meningkatnya volume sampah yang dihasilkan, karena setiap aktivitas manusia selalu menghasilkan limbah.

Menurut laporan Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan, Rakyat, dan Kawasan Permukiman (PUPRPRKP), setiap hari sekitar 262,80 ton sampah masuk ke delapan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) yang ada di Bangka Belitung. Sayangnya, pengelolaan sampah di beberapa TPA tersebut belum berjalan secara optimal, sehingga menyebabkan penumpukan sampah yang semakin mengkhawatirkan (Dinas PUPRPRKP, 2023). Jika tidak ada solusi yang inovatif dan sistematis, kondisi ini dapat semakin memburuk dan berisiko merusak lingkungan serta kesehatan masyarakat.

Inovasi dalam sektor kemasan ramah lingkungan menjadi salah satu langkah strategis untuk mengatasi permasalahan ini. Penggunaan bahan biodegradable, daur ulang, dan sumber daya terbarukan dapat menjadi solusi efektif dalam mengurangi jejak ekologis dari limbah kemasan. Selain itu, penerapan sistem daur ulang yang terintegrasi dengan sektor industri juga dapat membantu dalam mengoptimalkan pengelolaan limbah di tingkat lokal. Oleh karena itu, rencana bisnis ini dikembangkan untuk membangun usaha startup yang berfokus pada penyediaan kemasan ramah lingkungan berbasis produk *eco-friendly*. Bisnis ini tidak hanya berorientasi pada keberlanjutan lingkungan, tetapi juga bertujuan untuk memberikan dampak positif

terhadap pengelolaan sampah yang semakin meningkat. Pendekatan berbasis inovasi, kolaborasi dengan pelaku industri, serta dukungan dari kebijakan keberlanjutan, diharapkan bisnis ini dapat menjadi bagian dari solusi untuk mengurangi limbah kemasan serta mendukung keberlanjutan lingkungan di Kepulauan Bangka Belitung (Fitari & Hartati, 2022).

## METODOLOGI

Penelitian ini merupakan studi literatur yang bertujuan untuk memahami potensi dan tantangan dalam pengembangan kemasan ramah lingkungan di Kota Pangkal Pinang, Kepulauan Bangka Belitung. Data yang digunakan bersumber dari berbagai referensi akademik, laporan penelitian, jurnal ilmiah, buku, serta publikasi dari lembaga terkait. Analisis dilakukan dengan mengkaji temuan-temuan dari berbagai penelitian terdahulu mengenai dampak kemasan terhadap lingkungan, kebijakan keberlanjutan, serta tren penggunaan kemasan ramah lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga membahas aspek regulasi, inovasi material, dan strategi implementasi berdasarkan studi yang telah dipublikasikan. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan kemasan ramah lingkungan serta kontribusinya terhadap keberlanjutan lingkungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Startup* kemasan ramah lingkungan di Kota Pangkal Pinang hadir sebagai solusi terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat dan regulasi yang mendukung produk berkelanjutan. Produk ini menggunakan bahan biodegradable dan dapat didaur ulang, dengan proses produksi yang minim limbah dan ramah lingkungan. Keunggulan ini sejalan dengan penelitian Nainggolan dkk. (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan kemasan berbasis bahan alami mampu mengurangi emisi karbon serta dampak pencemaran lingkungan. Lokasi strategis membuat startup ini berfokus pada inovasi produk serta edukasi kepada konsumen untuk meningkatkan adopsi kemasan ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Kurniawan & Soliha (2022) yang menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pasar kemasan ramah lingkungan terbagi menjadi dua segmen utama, yaitu bisnis (B2B) dan pelanggan individu. Segmen B2B meliputi restoran, kafe, retailer, dan produsen makanan dan minuman yang membutuhkan kemasan yang lebih berkelanjutan. Sementara itu, pelanggan individu terdiri dari keluarga peduli lingkungan, generasi muda yang mendukung gaya hidup ramah lingkungan, serta konsumen yang mengutamakan kesehatan.

Strategi pemasaran startup ini berfokus pada diversifikasi produk untuk berbagai industri, terutama bisnis makanan organik dan e-commerce yang berorientasi keberlanjutan. Pendekatan ini didukung oleh penelitian Ayuningtyas dkk. (2025), yang menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap keberlanjutan semakin meningkat, terutama di kalangan milenial dan Gen Z yang lebih memilih produk dengan dampak lingkungan rendah.

### 1) Matriks Strategi SWOT

**Tabel 1.** Analisis SWOT

| Strenghts (Kekuatan)                                                                                | Weaknesses (Kelemahan)                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Inovasi produk menarik, jaringan distribusi yang kuat, dan branding yang solid dalam berkelanjutan. | Biaya tinggi yang mungkin mengurangi margin keuntungan atau keterbatasan dalam variasi produk.    |
| Opportunities (Peluang)                                                                             | Threats (Ancaman)                                                                                 |
| Pertumbuhan permintaan akan produk ramah lingkungan dan kebijakan pemerintah yang mendukung.        | Munculnya kompetitor baru dengan harga lebih murah atau teknologi baru yang dapat mengubah pasar. |

## 2) Analisis Model Bisnis

Model bisnis startup ini berfokus pada penyediaan produk kemasan ramah lingkungan dengan nilai utama keberlanjutan. Produk dipasarkan melalui e-commerce, media sosial, dan kemitraan dengan bisnis yang memiliki komitmen terhadap lingkungan. Untuk meningkatkan daya saing, startup ini menawarkan desain kustom, edukasi keberlanjutan, serta program loyalitas pelanggan. Pendapatan utama diperoleh dari penjualan kemasan, layanan desain, dan kerja sama bisnis. Pendekatan ini relevan dengan studi yang dilakukan oleh Wuryandari dkk. (2023), yang menyebutkan bahwa bisnis berbasis keberlanjutan memerlukan strategi pemasaran yang kuat serta kemitraan dengan industri yang memiliki visi serupa untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar.

## 3) Analisis Keuangan

Berdasarkan proyeksi keuangan, modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha ini adalah IDR 45.000.000, yang terdiri dari pengembangan produk (IDR 15.000.000), infrastruktur dan peralatan (IDR 20.000.000), sewa lokasi (IDR 5.000.000), dan pemasaran awal (IDR 5.000.000).

Pendapatan usaha pada tahun pertama diperkirakan mencapai IDR 220.000.000, meningkat menjadi IDR 370.000.000 pada tahun kedua, dan mencapai IDR 485.000.000 pada tahun ketiga. Sementara itu, biaya operasional terdiri dari biaya tetap sebesar IDR 91.500.000 per tahun dan biaya variabel yang meningkat dari IDR 67.500.000 pada tahun pertama menjadi IDR 79.700.000 pada tahun ketiga.

Laba bersih yang dihasilkan adalah IDR 61.000.000 pada tahun pertama, meningkat menjadi IDR 199.800.000 pada tahun kedua, dan mencapai IDR 283.800.000 pada tahun ketiga. Pertumbuhan laba ini menunjukkan bahwa meskipun biaya produksi awal relatif tinggi, skala ekonomi yang lebih besar dan efisiensi operasional dapat meningkatkan profitabilitas seiring waktu. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Budianto & Dewi, 2023), yang menunjukkan bahwa bisnis berkelanjutan memiliki potensi keuntungan jangka panjang yang lebih stabil dibandingkan industri konvensional.

## 4) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran mengadopsi pendekatan digital dengan memanfaatkan e-commerce, media sosial, serta pemasangan iklan digital untuk meningkatkan jangkauan pasar. Penelitian oleh Iksyanti & Hidayat (2022) menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam e-commerce. Situs web dioptimalkan untuk menyediakan informasi produk, sistem pembayaran yang efisien, serta edukasi keberlanjutan. Selain itu, kolaborasi dengan bisnis yang memiliki visi lingkungan, seperti restoran vegan dan supermarket organik, dilakukan untuk memperluas pangsa pasar. Strategi ini didukung oleh penelitian Darman dkk. (2024), yang menekankan bahwa pemasaran berbasis digital dan keberlanjutan memiliki dampak yang lebih luas dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan kesadaran terhadap produk ramah lingkungan. Strategi pemasaran yang diterapkan dalam bisnis ini tidak hanya didasarkan pada pendekatan digital, tetapi juga diperkuat oleh faktor ekuitas merek, persepsi kualitas, serta preferensi gaya hidup konsumen, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian Suryani & Batu (2021)

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis kemasan ramah lingkungan memiliki potensi pasar yang besar dengan proyeksi pertumbuhan yang signifikan. Meskipun tantangan utama terletak pada biaya produksi yang lebih tinggi, strategi pemasaran yang tepat dan inovasi produk dapat meningkatkan daya saing. Dengan tren global yang semakin mendukung keberlanjutan dan dukungan regulasi dari pemerintah, startup ini memiliki prospek bisnis yang menjanjikan serta berkontribusi terhadap pengurangan limbah plastik dan pelestarian lingkungan.

## Referensi :

- Amaral, M. A. L., Manehat, B. Y., Tukan, G. D., Boelan, E. G., An, C. M., Gani, E. A. M., Setiawan, A., Gokok, G. A. P. R., Bria, K., & Boikh, A. O. M. M. (2024). Pemberdayaan RT 041 Liliba dalam Pengelolaan Sampah Berkelanjutan dan Pemasaran Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 2585–2593.
- Ayuningtyas, W. D., Fitriyani, D., Nurfajri, I., & Purwanto, E. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Di Kalangan Milenial. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 2(3).
- BPS Babel. (2020). *Peningkatan Jumlah Penduduk*. <https://babel.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/7b80421df62e24a5f2b66c73/provinsi-kepulauan-bangka-belitung-dalam-angka-2024.html>
- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). *Pemetaan penelitian rasio Economic Value Added (EVA) pada perbankan syariah dan konvensional: Studi bibliometrik VOSviewer dan literature review*.
- Darman, F., Ciptosari, F., & Wadhi, Y. P. H. (2024). Analisis customer journey pengguna Noabike: Strategi pemasaran digital dan transportasi berkelanjutan di Labuan Bajo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 107–114.

- Data Bridge. (2023). *Global Eco-Friendly Packaging Market – Industry Trends and Forecast to 2030*.  
<https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-eco-friendly-packaging-market>
- DINAS PUPRPRKP. (2023). *Dokumen Penyusunan Rencana Kebijakan Strategi dan Teknis (Sistem Pengolahan Persampahan TPA/TPST/SPA Kewenangan Provinsi)*.
- Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing melalui Electronic Word Of Mouth pada Platform Tiktok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 11–18.
- Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348–358.
- Nainggolan, H., Nuraini, R., Sepriano, S., Aryasa, I. W. T., Meilin, A., Adhicandra, I., Putri, E., Andiyana, A., & Prayitno, H. (2023). *GREEN TECHNOLOGY INNOVATION: Transformasi Teknologi Ramah Lingkungan berbagai Sektor*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nawang, D., & Astuti, D. (2025). Integrasi Aspek Lingkungan dan Ekonomi dalam Evaluasi Kelayakan Penggunaan Green Packaging dalam Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 1483–1488.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2).
- Wuryandari, N. E. R., Anjarwati, S., Purwanto, S., Sugeng, M., Perkasa, D. H., & Melly, M. (2023). Pembinaan UMKM berbasis Kemitraan: Solusi untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 387–396.