

GREEN MANAGEMENT STRATEGY

PENULIS :

Luhgijatno | Eka Siskawati | Mohammad Annas
Yulia Nurendah | Gracelia Maharani | Humairoh
I Made Sondra Wijaya | Wayan Ardani | Rizki Risanto Bahar
Michelle Azista | Roni Tua | I Nyoman Wahyu Widiara
Renita Kawuryan



GREEN MANAGEMENT STRATEGY

**Luhgiatno
Eka Siskawati
Mohammad Annas
Yulia Nurendah
Gracelia Maharani
Humairoh
I Made Sondra Wijaya
Wayan Ardani
Rizki Risanto Bahar
Michelle Azista
Roni Tua
I Nyoman Wahyu Widianana
Renita Kawuryan**



GET PRESS INDONESIA

GREEN MANAGEMENT STRATEGY

Penulis :

Luhglatno
Eka Siskawati
Mohammad Annas
Yulia Nurendah
Gracelia Maharani
Humairoh
I Made Sondra Wijaya
Wayan Ardani
Rizki Risanto Bahar
Michelle Azista
Roni Tua
I Nyoman Wahyu Widiana
Renita Kawuryan

ISBN : 978-623-125-180-0

Editor : Dr. Neila Sulung, S.Pd., Ns., M.Kes.

Penyunting : Rantika Maida Sahara., S.Tr. Kes

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Mei 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Green Management Strategy ini.

Buku Ini Membahas Prinsip Dasar Manajemen Berkelanjutan, pendekatan manajemen berkelanjutan: perspektif ekonomi, pendekatan manajemen berkelanjutan: perspektif social, pendekatan manajemen berkelanjutan: perspektif lingkungan, organisasi berkelanjutan (*green organization*), perilaku berkelanjutan, manajemen sdm berkelanjutan (*green human resource management*), manajemen pemasaran berkelanjutan, Manajemen operasional berkelanjutan, Wirausaha berkelanjutan (*ecopreneurship*), *ecopreneurship* pasca pandemic covid19, Studi kasus tanggung jawab lingkungan UMKM, Studi Kasus: Organisasi Berkelanjutan Dalam Praktiknya.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PRINSIP DASAR MANAJEMEN BERKELANJUTAN 1	
1.1 Konsep Dasar Manajemen Berkelanjutan	1
1.2 Dimensi Sosial dalam Manajemen Berkelanjutan	3
1.3 Aspek Lingkungan dalam Manajemen Berkelanjutan	5
1.4 Dimensi Ekonomi dalam Manajemen Berkelanjutan ..	7
1.5 Prinsip Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	9
1.6 Penerapan Prinsip Manajemen Berkelanjutan dalam Berbagai Sektor	11
1.7 Pengukuran dan Pelaporan Kinerja Berkelanjutan	13
1.8 Mengatasi Tantangan dan Hambatan dalam Menerapkan Manajemen Berkelanjutan	16
DAFTAR PUSTAKA	19
BAB 2 PENDEKATAN MANAJEMEN BERKELANJUTAN: PERSPEKTIF EKONOMI.....	21
2.1 Konsep Dasar Manajemen Berkelanjutan	21
2.1.1 Triple Bottom Line (TBL)	23
2.1.2 Tanggung jawab sosial (<i>Social Responsibility</i>)	24
2.2 Jenis-Jenis Model Bisnis Berkelanjutan	25
2.3 Implementasi Manajemen Berkelanjutan	29
DAFTAR PUSTAKA	30
BAB 3 PENDEKATAN MANAJEMEN BERKELANJUTAN: PERSPEKTIF SOSIAL.....	33
3.1 Era Baru Keberlanjutan di Bidang Sosial	33
3.1.1 Keadilan Sosial	34
3.1.2 Kesejahteraan	34
3.1.3 Ketahanan Sosial	35
3.2 Upaya Pencapaian Keberlanjutan Sosial	35
3.2.1 Pemerintah	35
3.2.2 Masyarakat sipil	36
3.2.3 Perusahaan	37
3.2.4 Individu	37

3.3 Contoh Implementasi di Indonesia	37
3.3.1 Program Desa Sejahtera Mandiri (DSM)	37
3.3.2 Program Keluarga Harapan (PKH)	39
3.3.3 Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN).....	40
3.4 Tantangan Menuju Keberlanjutan sosial.....	41
3.5 Langkah-langkah Menuju Keberlanjutan Sosial.....	41
3.5.1 Kebijakan yang mempromosikan kesetaraan dan keadilan sosial	41
3.5.2 Meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan sosial	44
3.5.3 Meningkatkan investasi dalam pendidikan dan kesehatan	45
3.5.4 Mempromosikan toleransi dan saling pengertian	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
BAB 4 PENDEKATAN MANAJEMEN	
BERKELANJUTAN: PERSPEKTIF LINGKUNGAN.....	51
4.1 Pendahuluan	51
4.2 Manfaat Manajemen Berkelanjutan	52
4.3 Tantangan Yang Harus Mampu Dihadapi Perusahaan Dalam Melaksanakan Manajemen Berkelanjutan	54
4.4 Pembangunan Berkelanjutan.....	55
4.5 <i>Sustainable Supply Chain Management (SSCM)</i>	56
4.6 <i>Sustainable Supply Chain Management and Standardization Management Systems</i>	57
4.7 <i>External Pressure on Environmental Outcomes and Manufacturing Performance</i>	58
4.8 <i>BSC as a Strategic Management System in Green Marketing</i>	58
4.9 Green, Sustainable and SR-HRM.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
BAB 5 ORGANISASI BERKELANJUTAN (GREEN ORGANIZATION)	
5.1 Definisi Organisasi Berkelanjutan	69
5.2 Tujuan dan Filosofi Organisasi Berkelanjutan	69
5.3 Prinsip Organisasi Berkelanjutan	70
5.4 Manfaat Organisasi Berkelanjutan.....	73

5.5 Strategi untuk Mencapai Keberlanjutan.....	75
5.6 Studi Kasus Organisasi Berkelanjutan.....	77
5.7 Tantangan dan Hambatan	81
5.8 Peran Individu dan Kolaborasi dalam Mewujudkan Keberlanjutan.....	83
DAFTAR PUSTAKA	86
BAB 6 PERILAKU BERKELANJUTAN (GREEN BEHAVIOR)	87
6.1 Pendahuluan.....	87
6.2 Pengertian Perilaku Hijau.....	89
6.2.1 Pro-ecological behavior	89
6.2.2 Frugal behavior	90
6.2.3 Altruistic behavior.....	90
6.2.2 Equitable actions behavior.....	90
6.3 Prinsip-Prinsip Perancangan dan Implementasi Program Efisiensi dan Perilaku Berkelanjutan	91
6.3.1 <i>The Social Network and Communications Principle</i>	92
6.3.2 <i>The Multiple Motivations Principle</i>	92
6.3.3 <i>The Leadership Principle</i>	93
6.3.4 <i>The Commitment Principle</i>	94
6.3.5 <i>The Information and Feedback Principle</i>	95
6.3.6 <i>The Infrastructure Principle</i>	96
6.3.7 <i>The Social Empowerment Principle</i>	97
6.3.8 <i>The Continuous Change Principle</i>	97
DAFTAR PUSTAKA	99
BAB 7 MANAJEMEN SDM BERKELANJUTAN (GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT)	101
7.1 Pendahuluan.....	101
7.1.1 Mengurangi Jejak Karbon Operasional	102
7.1.2 Rekrutmen dan Seleksi Hijau.....	103
7.1.3 Pelatihan dan Pengembangan Hijau.....	103
7.1.4 Kompensasi dan Insentif Hijau	104
7.1.5 Kesehatan dan Keselamatan Hijau	104
7.1.6 Hubungan Industrial Hijau.....	105
7.2 Fungsi-fungsi SDM Berkelanjutan	106

7.2.1 Melaksanakan Pelatihan dan Pengembangan Ramah Lingkungan	106
7.2.2 Mempromosikan Kompensasi dan Insentif Ramah Lingkungan	106
7.2.3 Memberdayakan Praktik Keselamatan dan Kesehatan Ramah Lingkungan.....	107
7.2.4 Memelihara Hubungan Industrial yang Ramah Lingkungan	107
7.2.5 Mengintegrasikan Fungsi SDM yang Berkelanjutan	108
7.3 Manfaat Perusahaan Menerapkan GHRM.....	108
7.3.1 Meningkatkan Efisiensi Operasional	109
7.3.2 Pengelolaan SDM yang lebih baik.....	109
7.3.3 Meningkatkan Citra Perusahaan.....	109
7.3.4 Meningkatkan Daya Saing Perusahaan	109
7.3.5 Membuka Peluang Akses Pendanaan dan Investasi.....	110
7.4 Strategi Penerapan Praktik GHRM.....	111
7.4.1 Audit dan Evaluasi Berkelanjutan	111
7.4.2 Pengintegrasian Praktik Berkelanjutan dalam Kebijakan SDM.....	111
7.4.3 Fleksibilitas Kerja dan Pengurangan Jejak Karbon	112
7.5 Peran SDM Dalam Mempromosikan Kelestarian Lingkungan Hijau	113
7.5.1 Program Pelatihan dan Pengembangan Ramah Lingkungan Hijau	113
7.5.2 Pengembangan Budaya Organisasi Berkelanjutan	114
7.5.3 Pengembangan Kebijakan dan Prosedur Berkelanjutan	114
7.6 Tantangan dan Solusi dalam GHRM.....	115
7.6.1 Resistensi dalam Perubahan	115
7.6.2 Kurang Kesadaran dan Pengetahuan	115
7.6.3 Keterbatasan Sumber Daya.....	115
7.6.4 Kurangnya Komitmen Manajemen.....	115
7.7 Case Study : PT. GreesTech Solutions Indonesia.....	116

7.8 Pertimbangan Hukum dan Etika dalam GHRM.....	118
7.9 Tren Masa Depan dalam GHRM	119
7.10 Mengukur Dampak GHRM Terhadap Kinerja Organisasi	120
DAFTAR PUSTAKA	122
BAB 8 MANAJEMEN PEMASARAN BERKELANJUTAN (GREEN MARKETING)	125
8.1 Pendahuluan.....	125
8.2 Pengertian Pemasaran Hijau.....	125
8.3 Strategi Bauran Pemasaran Hijau	126
8.4 Implikasi Green Marketing Terhadap Sustainable Development.....	129
8.5 Manfaat Digital Marketing Pada Kinerja Perusahaan..	131
8.6 Inovasi Hijau	132
DAFTAR PUSTAKA	134
BAB 9 MANAJEMEN OPERASIONAL BERKELANJUTAN (GREEN OPERATION MANAGEMENT)	137
9.1 Pendahuluan.....	137
9.2 Green Procurement	139
9.3 Green Design	140
9.4 Green Manufacturing.....	141
9.5 Green Logistic	143
DAFTAR PUSTAKA	145
BAB 10 WIRAUSAHA BERKELANJUTAN (ECOPRENEURSHIP)	147
10.1 Tentang Wirausaha Berkelanjutan dan Pentingnya Ecopreneurship dalam Konteks Global....	147
10.2 Hubungan antara Ekonomi dan Ekologi	148
10.3 Prinsip Dasar Ecopreneurship	150
10.4 Tantangan dalam Ecopreneurship	153
10.5 Peluang dalam Ecopreneurship	153
10.6 Strategi Bisnis Ecopreneurship	154
10.7 Contoh Wirausaha Berkelanjutan.....	155
DAFTAR PUSTAKA	157
BAB 11 ECOPRENEURSHIP DAN PANDEMI COVID-19....	159
11.1 Pendahuluan.....	159
11.2 Pandemi Covid dan kewirausahaan di Indonesia.....	162

11.3 Ecopreneurship	165
11.4 Metodologi.....	168
11.5 Temuan	169
11.6 Pembahasan	171
11.7 Kesimpulan	173
DAFTAR PUSTAKA.....	175
BAB 12 STUDI KASUS: TANGGUNG JAWAB	
LINGKUNGAN UMKM	179
12.1 Konsep Umkm.....	179
12.2 Manfaat Umkm	181
12.3 Konsep CSR.....	182
12.4 Konsep Tanggung Jawab Lingkungan.....	187
12.5 Implementasi Tanggung Jawab Lingkungan.....	189
12.6 Studi Kasus.....	191
DAFTAR PUSTAKA.....	198
BAB 13 STUDI KASUS: ORGANISASI BERKELANJUTAN	
DALAM PRAKTIKNYA.....	199
13.1 Pengantar Organisasi Berkelanjutan	199
13.2 Mengukur dan Evaluasi Kinerja Keberlanjutan.....	201
13.3 Mengukur dan Evaluasi Kinerja Keberlanjutan (Studi Kasus).....	203
13.3.1 PT Pertamina (Persero).....	203
13.3.2 PT Pupuk Indonesia (Persero)	206
13.3.3 PT Unilever Indonesia Tbk	210
13.4 Upaya Berkelanjutan untuk Meningkatkan Praktik Berkelanjutan	213
13.5 Kriteria kinerja keberlanjutan (KPI)	215
13.6 Pentingnya Benchmarking dan Best Practice.....	217
13.7 Ringkasan.....	218
DAFTAR PUSTAKA.....	220
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1. Logo Unilever dalam Green Campaign.....	78
Gambar 5.2. Mobil Model S Tesla dengan Zero-Emission.....	79
Gambar 5.3. Bendera Uni Eropa.....	81
Gambar 6.1. Ukuran Tindakan Perilaku Hijau	91
Gambar 7.1. PT. GreenTech Solution Indonesia	118
Gambar 9.1. Aktifitas dalam Manajemen Operasi Konvensional.....	138
Gambar 9.2. Aktifitas dalam <i>Green Operation</i> <i>Management</i>	138
Gambar 12.1. Konsep triple bottom lines.....	184

BAB 1

PRINSIP DASAR MANAJEMEN BERKELANJUTAN

Oleh Luhgiatno

1.1 Konsep Dasar Manajemen Berkelanjutan

Sejak dikenalkan untuk pertama kalinya, konsep manajemen berkelanjutan telah mengalami banyak perubahan. Teori manajemen berkelanjutan pertama kali dipopulerkan melalui literatur ilmiah tentang pembangunan berkelanjutan dan pelestarian alam di akhir abad ke-20. Namun, pada akhirnya, pendekatan ini berkembang menjadi kerangka kerja yang mencakup aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial (Kemp & Hoogland, 2018). Selain itu, penemuan John Elkington pada tahun 1994 tentang konsep Triple Bottom Line adalah kemajuan besar. Penemuan ini menekankan betapa pentingnya mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengelolaan bisnis (Elkington, 2018). Percepatan konsep manajemen berkelanjutan juga dibantu oleh gerakan lingkungan. Aktivis lingkungan dan organisasi non-pemerintah (NGO) telah mendorong praktik bisnis yang lebih berkelanjutan, mendorong bisnis untuk mengambil pendekatan yang lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan (Sharma & Henriques, 2017). Perusahaan mulai memasukkan konsep keberlanjutan ke dalam strategi dan operasi mereka seiring dengan peningkatan kesadaran akan masalah lingkungan dan sosial. Ini termasuk pengembangan produk dan proses yang ramah lingkungan, pelaporan kinerja berkelanjutan, dan pembuatan kebijakan lingkungan (Stead & Stead, 2017).

Manajemen berkelanjutan merupakan cara mengelola organisasi atau bisnis yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari tindakan operasionalnya (Elkington, 2018). Ini mencakup memasukkan prinsip keberlanjutan ke dalam praktik manajemen dan pengambilan keputusan. Berbagai aspek

manajemen berkelanjutan termasuk ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ini terutama mencakup rencana untuk mengurangi jejak karbon, partisipasi masyarakat lokal, pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana, pematuhan terhadap peraturan lingkungan, dan keadilan sosial dan ekonomi (Schaltegger & Burritt, *Contemporary Environmental Accounting: Issues, Concepts and Practice*, 2017). Manajemen berkelanjutan biasanya mencakup hal-hal seperti menemukan peluang dan risiko terkait keberlanjutan, melakukan pengukuran kinerja keberlanjutan, melaporkan kinerja keberlanjutan kepada pemangku kepentingan, dan membuat strategi dan kebijakan untuk mencapai tujuan berkelanjutan (Sharma & Henriques, 2017).

Meskipun gagasan manajemen berkelanjutan memberi organisasi modern kerangka kerja yang penting, menerapkannya bisa menjadi tantangan. Ini mungkin termasuk masalah seperti biaya tambahan yang terkait dengan praktik berkelanjutan, ketidakpastian tentang bagaimana mengukur dampak keberlanjutan, dan kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan kebijakan dan peraturan (Stead & Stead, 2017). Manajemen berkelanjutan menawarkan banyak keuntungan bagi perusahaan. Keuntungan ini termasuk efisiensi operasional yang lebih baik, citra yang lebih baik di mata pemangku kepentingan, akses ke pasar baru yang berfokus pada keberlanjutan, dan kontribusi yang lebih besar terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat (Elkington, 2018).

Karena tantangan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks, penting bagi manajemen bisnis untuk menerapkan prinsip berkelanjutan. Perusahaan harus sangat memperhatikan masalah seperti ketimpangan sosial, perubahan iklim, degradasi lingkungan, dan masalah kesejahteraan masyarakat (Scherer & Palazzo, 2017). Hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya dipengaruhi oleh praktik berkelanjutan. Perusahaan yang mengutamakan keberlanjutan cenderung disukai oleh investor, konsumen, dan masyarakat umum (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Bisnis dapat menghasilkan keuntungan ekonomi yang besar jika menerapkan prinsip-prinsip berkelanjutan dalam operasi mereka. Misalnya, pengelolaan limbah

dan efisiensi energi dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas bisnis dalam jangka panjang (Schaltegger & Burritt, *Contemporary Environmental Accounting: Issues, Concepts and Practice*, 2017).

Bisnis yang menerapkan strategi berkelanjutan dapat memanfaatkan peluang pasar baru yang berfokus pada keberlanjutan. Konsumen semakin memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari barang dan jasa yang mereka beli, yang menghasilkan keunggulan kompetitif bagi bisnis yang menyediakan solusi berkelanjutan (Kemp & Hoogland, 2018). Perusahaan juga dapat menangani risiko bisnis yang terkait dengan perubahan regulasi lingkungan, tuntutan hukum, dan ketidakpastian lingkungan dengan mengadopsi prinsip berkelanjutan. Keberlanjutan dapat membantu bisnis mengurangi risiko dan meningkatkan ketahanan mereka terhadap ancaman luar (Stead & Stead, 2017).

1.2 Dimensi Sosial dalam Manajemen Berkelanjutan

Karena dampaknya yang besar terhadap masyarakat, pemangku kepentingan lainnya, dan kesejahteraan karyawan, aspek sosial menjadi semakin penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Aspek sosial mencakup masalah seperti keberagaman, keamanan kerja, hak asasi manusia, dan keadilan. Pemberdayaan dan kesejahteraan karyawan merupakan komponen sosial yang penting. Produksi, loyalitas, dan kepuasan kerja yang lebih tinggi cenderung terjadi di perusahaan yang memperhatikan kebutuhan dan kepentingan karyawan mereka (Sharma & Henriques, 2017). Selain itu, keputusan yang dibuat oleh perusahaan dapat berdampak besar pada masyarakat lokal di mana operasi perusahaan beroperasi. Memperhitungkan aspek sosial dalam pengambilan keputusan berarti mempertimbangkan dampak sosial dari aktivitas bisnis, seperti membangun lapangan kerja, investasi dalam pendidikan dan infrastruktur, dan kolaborasi dengan komunitas lokal (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Keadilan dan kesetaraan juga merupakan aspek sosial. Bisnis yang menerapkan keadilan dalam kebijakan internalnya, seperti kebijakan gaji yang

adil dan kesempatan kerja yang setara, dapat mendapatkan kepercayaan karyawan dan dukungan publik (Stead & Stead, 2017).

Manajemen sumber daya manusia (SDM) yang berkelanjutan adalah pendekatan yang melihat pengelolaan SDM perusahaan dari sudut pandang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan ini mencakup strategi untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan, meningkatkan keragaman, dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Jackson, Ruderman, & Briscoe, 2019). Tujuan dari praktik manajemen SDM yang berkelanjutan adalah untuk mencapai keseimbangan antara kesejahteraan karyawan dan kinerja bisnis. Ini mencakup fasilitas kesejahteraan seperti program kesehatan dan kebugaran, kesempatan pengembangan karir yang berkelanjutan, dan gaji dan tunjangan yang adil (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Perusahaan yang menggunakan pendekatan manajemen SDM yang berkelanjutan juga berusaha untuk meningkatkan kesehatan karyawan mereka dan menemukan cara untuk menyeimbangkan kehidupan pribadi dan kerja mereka. Ini termasuk program kesehatan dan kesejahteraan yang holistik, fleksibilitas jam kerja, dan dukungan untuk perawatan anak dan keluarga (Jackson, Ruderman, & Briscoe, 2019). Manajemen SDM yang berkelanjutan juga memerlukan pemberdayaan karyawan dan pengembangan kompetensi mereka secara konsisten. Ini dapat dicapai melalui mentoring, partisipasi dalam pengambilan keputusan organisasi, dan program pelatihan dan pengembangan yang terorganisir (Sharma & Henriques, 2017).

Praktik berkelanjutan bisnis sangat bergantung pada komunitas lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Ini mencakup upaya untuk meningkatkan partisipasi dan kontribusi aktif dari masyarakat setempat, pemerintah lokal, lembaga non-pemerintah, dan elemen lain yang terpengaruh oleh operasi bisnis (Scherer & Palazzo, 2017). Membangun kemitraan dan kolaborasi yang kuat adalah salah satu praktik penting dalam pemberdayaan komunitas lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan dapat bekerja sama dengan pihak-pihak terkait untuk menemukan kebutuhan dan keinginan bersama dan membuat dan menerapkan inisiatif yang menguntungkan masyarakat setempat (D'Amato, Henderson, &

Florence, 2020). Meningkatkan keterampilan dan kesempatan ekonomi masyarakat setempat juga merupakan bagian dari pemberdayaan komunitas lokal. Ini dapat dicapai melalui program pengembangan keterampilan, pendidikan, dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kemandirian ekonomi (Kemp & Hoogland, 2018). Dalam hubungan antara perusahaan dan komunitas lokal, transparansi dan partisipasi sangat penting, menurut praktik berkelanjutan. Perusahaan harus menunjukkan transparansi tentang aktivitas operasional mereka, mempertimbangkan masukan dan kebutuhan masyarakat, dan memberi orang kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka (Stead & Stead, 2017).

1.3 Aspek Lingkungan dalam Manajemen Berkelanjutan

Salah satu bagian penting dari praktik berkelanjutan bisnis adalah menjaga sumber daya alam. Untuk menjamin kelangsungan hidup sumber daya alam yang terbatas, mereka harus dikelola dengan bijak. Pengelolaan sumber daya alam seperti air, tanah, mineral, dan lainnya termasuk dalam kategori ini (Schaltegger & Burritt, 2017). Mengurangi pemanfaatan sumber daya yang berlebihan adalah salah satu langkah penting dalam konservasi sumber daya alam. Untuk mengurangi dampak mereka terhadap lingkungan, bisnis dapat menggunakan pendekatan seperti efisiensi energi, penggunaan bahan baku yang lebih sedikit, dan desain produk yang lebih tahan lama (Jackson, Ruderman, & Briscoe, 2019). Pengendalian limbah merupakan komponen penting dari praktik berkelanjutan perusahaan. Perusahaan harus mengadopsi strategi pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, yang mencakup pengurangan jumlah limbah yang dihasilkan dan penggunaan teknologi pengolahan limbah yang ramah lingkungan (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Teknologi hijau, juga dikenal sebagai teknologi hijau, adalah solusi untuk konservasi sumber daya alam dan pengelolaan limbah. Perusahaan dapat menggunakan teknologi ramah lingkungan

dalam proses produksi dan operasional mereka, seperti penggunaan bahan daur ulang, sistem energi terbarukan, dan proses manufaktur yang hemat energi (Kemp & Hoogland, 2018).

Tantangan global yang dikenal sebagai perubahan iklim memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, seperti ekonomi dan bisnis. Untuk menghadapi dampak negatif dari perubahan iklim dan mengurangi emisi gas rumah kaca yang menyebabkannya, upaya mitigasi dan adaptasi sangat penting (Intergovernmental Panel on Climate Change, 2018). Upaya mitigasi terhadap perubahan iklim mencakup tindakan untuk mengurangi jejak karbon perusahaan dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam operasi bisnis, menggunakan energi terbarukan, meningkatkan efisiensi energi, dan mempertimbangkan rantai pasokan yang berkelanjutan adalah semua cara yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan ini. Adaptasi adalah bagian penting dari mengatasi perubahan iklim selain mitigasi. Ini mencakup tindakan untuk menyesuaikan diri dengan peningkatan tingkat bencana alam, kenaikan suhu global, dan perubahan pola cuaca. Perusahaan harus menemukan risiko perubahan iklim dan membuat strategi adaptasi. Meningkatkan resiliensi perusahaan terhadap perubahan iklim adalah tujuan utama dari adaptasi terhadap perubahan iklim. Ini mencakup pemetaan risiko, pembuatan rencana darurat, investasi dalam infrastruktur yang tahan terhadap perubahan iklim, dan bekerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kemampuan adaptasi.

Penting untuk menggunakan teknologi hijau untuk menjalankan bisnis secara berkelanjutan. Teknologi hijau mencakup penggunaan solusi teknologi yang ramah lingkungan dan inovatif untuk meningkatkan efisiensi sumber daya dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Schaltegger & Burritt, 2017). Peningkatan efisiensi energi dan penggunaan bahan baku adalah komponen utama teknologi hijau. Perusahaan dapat mengadopsi teknologi yang lebih efisien dalam proses produksi dan operasional mereka, serta

menggunakan bahan baku yang lebih ramah lingkungan atau daur ulang untuk mengurangi jejak karbon dan dampak negatif lainnya terhadap lingkungan (Jackson, Ruderman, & Briscoe, 2019). Penggunaan sumber energi terbarukan seperti tenaga surya, tenaga angin, dan bioenergi juga merupakan bagian dari penerapan teknologi hijau. Perusahaan dapat mengurangi ketergantungan mereka pada bahan bakar fosil dan mengurangi emisi gas rumah kaca dengan menginvestasikan dalam infrastruktur energi terbarukan dan teknologi penyimpanan energi (Kemp & Hoogland, 2018). Inovasi yang ramah lingkungan sangat penting untuk pengembangan produk dan layanan selain proses operasional. Perusahaan dapat membuat produk yang lebih ramah lingkungan, seperti produk dengan masa pakai yang lebih panjang, bahan baku yang dapat didaur ulang, atau produk yang mudah didaur ulang setelah pemakaian (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020).

1.4 Dimensi Ekonomi dalam Manajemen Berkelanjutan

Dalam literatur bisnis dan lingkungan, hubungan antara keberlanjutan dan kinerja ekonomi telah menjadi perhatian utama. Kinerja ekonomi yang baik seringkali dikaitkan dengan praktik bisnis yang berkelanjutan, yang mencakup elemen ekonomi, sosial, dan lingkungan (Elkington, 2018). Hal ini terkadang dianggap sebagai kontradiktif. Studi menunjukkan bahwa praktik bisnis yang berkelanjutan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Konsep Triple Bottom Line (TBL) mengukur keberhasilan sebuah perusahaan dari segi keuangan, sosial, dan lingkungan. Ditemukan bahwa perusahaan yang mempertimbangkan ketiga faktor ini cenderung lebih stabil dan berkembang secara berkelanjutan (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Kebijakan dan praktik berkelanjutan seringkali mendorong perusahaan untuk melakukan hal-hal baru, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja ekonomi dalam jangka panjang dapat dicapai melalui penggunaan sumber daya yang inovatif, strategi rantai pasokan yang

berkelanjutan, dan pengembangan produk dan layanan yang ramah lingkungan (Stead & Stead, 2017). Perusahaan yang menerapkan praktik berkelanjutan seringkali lebih baik dalam mengelola risiko bisnis jangka panjang yang terkait dengan tuntutan sosial, perubahan iklim, dan regulasi lingkungan. Di sisi lain, praktik berkelanjutan juga membuka peluang baru di pasar di mana konsumen semakin menghargai barang dan layanan yang berkelanjutan (Scherer & Palazzo, 2017).

Dalam era saat ini, di mana kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan semakin meningkat, strategi bisnis yang menggabungkan elemen ekonomi dan lingkungan menjadi semakin penting. Perusahaan dapat mencapai tujuan keuangan jangka panjang sambil mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan integrasi ini. Menerapkan praktik manajemen berkelanjutan adalah cara utama untuk mengintegrasikan elemen ekonomi dan lingkungan. Ini termasuk investasi dalam teknologi hijau, efisiensi energi, pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, dan penggunaan bahan baku daur ulang (Jackson, Ruderman, & Briscoe, 2019). Perusahaan harus memasukkan analisis dampak lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka. Analisis ini mencakup evaluasi menyeluruh tentang bagaimana operasi dan keputusan bisnis berdampak pada lingkungan, serta pembuatan rencana untuk mengurangi dampak tersebut melalui perencanaan yang lebih baik dan teknologi yang lebih ramah lingkungan. Strategi bisnis yang mengintegrasikan elemen ekonomi dan lingkungan sering kali melibatkan kerja sama dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, masyarakat sipil, dan organisasi non-pemerintah. Kerja sama ini memungkinkan pertukaran pengetahuan, sumber daya, dan dukungan untuk mencapai tujuan keberlanjutan bersama (Elkington, 2018).

Pengukuran kinerja keuangan yang berkelanjutan mencakup menilai kinerja finansial bisnis dengan mempertimbangkan elemen keberlanjutan seperti tata kelola perusahaan, lingkungan, dan sosial. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kesehatan keuangan bisnis dan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat. Menggunakan kerangka kerja integratif seperti *Triple Bottom Line* (TBL) atau

kerangka kerja berkelanjutan lainnya adalah salah satu cara untuk mengukur kinerja keuangan yang berkelanjutan. Kerangka kerja ini memungkinkan perusahaan untuk menilai kinerja mereka dalam tiga dimensi (ekonomi, sosial, dan lingkungan), sehingga mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dampaknya. Untuk mengukur kinerja keuangan yang berkelanjutan, juga perlu menemukan dan menerapkan indikator keberlanjutan yang sesuai. Ini dapat mencakup metrik seperti tingkat kepuasan karyawan, efisiensi penggunaan sumber daya, tingkat diversitas, emisi gas rumah kaca, atau indeks tata kelola perusahaan. Indikator yang tepat akan membantu bisnis melacak dan memantau kemajuan mereka menuju tujuan keberlanjutan. Laporan keberlanjutan atau terintegrasi, di mana perusahaan secara transparan mengungkapkan informasi tentang kinerja keuangan mereka serta dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka, biasanya merupakan bagian dari pengukuran kinerja keuangan yang berkelanjutan (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Laporan seperti ini meningkatkan pemahaman pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya tentang praktik bisnis perusahaan.

1.5 Prinsip Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Etika sangat penting untuk manajemen berkelanjutan karena memastikan bahwa tindakan bisnis mengikuti nilai-nilai yang tepat dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Etika termasuk kejujuran, transparansi, dan akuntabilitas dalam semua aspek operasi dan pengambilan keputusan bisnis perusahaan (Carroll & Buchholtz, 2019). Jujur adalah kunci untuk manajemen berkelanjutan. Perusahaan harus berkomunikasi dengan integritas dan kebenaran dengan pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum. Selain itu, untuk membangun kepercayaan dan reputasi yang baik, tindakan bisnis harus jujur. Sangat penting untuk manajemen berkelanjutan karena transparansi memberikan akses terbuka kepada informasi tentang kegiatan operasional, kebijakan, dan dampak bisnis perusahaan. Dengan demikian, pemangku kepentingan dapat memahami lebih

baik bagaimana bisnis beroperasi, bagaimana hal itu berdampak pada lingkungan, dan apa yang telah dilakukan untuk meningkatkan kinerja berkelanjutan (Moon, 2019). Akuntabilitas mengacu pada kewajiban perusahaan untuk bertanggung jawab atas tindakan dan keputusan mereka serta dampak mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dengan budaya akuntabilitas yang kuat cenderung lebih memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka dan lebih siap untuk mengakui dan memperbaiki kesalahan (Schreck, 2018).

Tujuan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang berkelanjutan adalah untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat, lingkungan, dan perusahaan itu sendiri. Ini melibatkan penggabungan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam operasi inti perusahaan dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Identifikasi kebutuhan dan peluang lokal adalah langkah pertama dalam menerapkan program CSR yang berkelanjutan (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Setelah kebutuhan dan peluang diidentifikasi, langkah berikutnya adalah membuat program CSR yang relevan dan berkelanjutan. Selain memenuhi visi, misi, dan nilai perusahaan, program ini harus sesuai dengan dampak lingkungan, sosial, dan ekonominya. Rencana pelaksanaan yang rinci, tujuan yang jelas, dan metrik kinerja yang dapat diukur adalah semua komponen yang penting dalam desain program yang baik (Porter & Kramer, 2019). Membutuhkan komitmen yang kuat dari manajemen perusahaan dan seluruh karyawan untuk menerapkan program CSR yang berkelanjutan. Untuk memastikan dampak positifnya, program harus dijalankan dengan transparansi, kejujuran, dan akuntabilitas. Selain itu, organisasi harus terus memantau dan mengevaluasi program dan melakukan perbaikan sesuai kebutuhan.

Reputasi perusahaan adalah aset penting yang memengaruhi cara orang melihat perusahaan dan produknya. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan mitra bisnis, dan menarik bakat terbaik (Carroll & Buchholtz, 2019). Sebaliknya, reputasi yang buruk dapat merusak citra perusahaan dan mengganggu kinerja jangka panjangnya. CSR

memainkan peran penting dalam membangun dan memelihara reputasi positif perusahaan. Perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab sosial dan lingkungan. Program CSR yang berkelanjutan dan berdampak positif dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pemangku kepentingan dan masyarakat secara keseluruhan (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020). Keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang terkait erat dengan reputasinya. Perusahaan dengan reputasi yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik investor, dan menjaga kepercayaan masyarakat, sehingga membantu pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Bisnis harus mengintegrasikan CSR ke dalam strategi bisnis mereka secara menyeluruh. Ini mencakup mengidentifikasi masalah sosial dan lingkungan yang relevan dengan bisnis mereka, merancang dan melaksanakan program CSR yang sesuai, dan secara transparan melaporkan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Integrasi CSR yang kuat dapat membantu membangun reputasi perusahaan yang kuat dan menjamin keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Elkington, 2018).

1.6 Penerapan Prinsip Manajemen Berkelanjutan dalam Berbagai Sektor

Studi tentang penerapan prinsip manajemen berkelanjutan dalam industri manufaktur dapat melibatkan perusahaan yang menerapkan praktik berkelanjutan dalam rantai pasokan mereka, penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, pengelolaan limbah yang efisien, dan investasi dalam teknologi hijau untuk mengurangi dampak lingkungan dari proses produksi (Jackson, Ruderman, & Briscoe, 2019). Teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi penggunaan pestisida dan pupuk kimia adalah contoh tambahan. Pengurangan limbah dan penggunaan bahan ramah lingkungan dalam layanan makanan dan perlengkapan, penghematan energi dan air dalam operasi hotel, dan investasi dalam program pengelolaan limbah dan daur ulang adalah beberapa cara industri perhotelan dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap prinsip manajemen berkelanjutan. Contoh

penerapan prinsip manajemen berkelanjutan di bidang lain, seperti teknologi, transportasi, dan layanan keuangan, dapat mencakup penggunaan energi terbarukan untuk operasi data center, pengembangan kendaraan berkelanjutan seperti mobil listrik atau transportasi umum yang ramah lingkungan, dan penerapan standar lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan dalam keputusan investasi lembaga keuangan.

Berikut ini adalah beberapa masalah dan peluang yang mungkin dihadapi saat menerapkan prinsip berkelanjutan dalam industri manufaktur, pertanian, perhotelan, dan sektor lainnya:

1. Industri manufaktur

- a. Tantangan: Dalam industri manufaktur, penerapan prinsip berkelanjutan menghadapi banyak tantangan. Beberapa di antaranya adalah biaya yang tinggi untuk mengadopsi teknologi hijau, kebutuhan untuk mengubah budaya organisasi, dan kesulitan mendapatkan bahan baku dan proses produksi yang ramah lingkungan.
- b. Peluang: Peningkatan efisiensi operasional, produk yang lebih ramah lingkungan, dan peningkatan hubungan dengan pemangku kepentingan melalui komunikasi yang jelas tentang upaya keberlanjutan perusahaan adalah beberapa peluang.

2. Pertanian

- a. Tantangan: Perubahan iklim, degradasi lahan, dan penggunaan air yang tidak berkelanjutan adalah masalah utama dalam pertanian. Mengubah metode pertanian konvensional menjadi berkelanjutan tanpa mengurangi produktivitas juga merupakan tantangan.
- b. Peluang: Meningkatkan ketahanan pertanian terhadap perubahan iklim, mengurangi risiko lingkungan, dan memasuki pasar produk organik yang berkembang merupakan potensi (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020).

3. Perhotelan

- a. Tantangan: Pengelolaan energi dan limbah yang tinggi adalah masalah utama bagi sektor perhotelan. Selain itu,

memberikan layanan yang berkelanjutan tanpa mengurangi kualitas atau kenyamanan tamu juga merupakan tantangan.

- b. Peluang: Efisiensi energi, pengurangan limbah, dan menarik konsumen yang semakin peduli dengan keberlanjutan melalui penyediaan layanan ramah lingkungan adalah semua potensi.

4. Sektor lain

- a. Tantangan: Sektor lain, seperti teknologi dan transportasi, menghadapi tantangan utama, seperti kompleksitas infrastruktur saat ini dan resistensi terhadap perubahan. Selain itu, masalah keuangan dan regulasi menghalangi penerapan prinsip berkelanjutan.
- b. Peluang: Kemajuan teknologi yang lebih ramah lingkungan, permintaan yang meningkat untuk solusi berkelanjutan, dan dukungan pemangku kepentingan untuk praktik yang lebih berkelanjutan adalah semua potensi.

1.7 Pengukuran dan Pelaporan Kinerja Berkelanjutan

Metode dan indikator pengukuran kinerja berkelanjutan adalah alat yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana sebuah perusahaan memenuhi tujuan keberlanjutan. Ini mencakup banyak hal, seperti sosial, ekonomi, dan lingkungan (Lozano, 2017). Untuk mengukur kinerja berkelanjutan, pendekatan integratif (yang mempertimbangkan berbagai aspek keberlanjutan sekaligus) sering digunakan. Pendekatan *Triple Bottom Line* (TBL), misalnya, menghitung kinerja organisasi dengan mempertimbangkan keuntungan ekonomi, dampak sosial, dan dampak lingkungan (Elkington, 2018), berikut:

1. Indikator ekonomi: Pendapatan, laba bersih, nilai pasar saham, dan *return on investment* (ROI) adalah beberapa indikator kinerja ekonomi berkelanjutan. Namun demikian, indikator ini juga harus mencakup evaluasi dampak bisnis terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan.

2. Indikator sosial: Tingkat kepuasan karyawan, keadilan tenaga kerja, kontribusi terhadap komunitas lokal, dan keterlibatan dalam inisiatif sosial adalah beberapa contoh indikator kinerja berkelanjutan untuk dimensi sosial. Ini penting untuk mengetahui bagaimana bisnis memengaruhi masyarakat di sekitarnya.
3. Indikator lingkungan: Penggunaan energi terbarukan, emisi gas rumah kaca, penggunaan air, dan produksi limbah adalah indikator kinerja lingkungan. Pengukuran ini membantu organisasi mengevaluasi dampak operasi mereka terhadap lingkungan dan menemukan area untuk peningkatan berkelanjutan (D'Amato, Henderson, & Florence, 2020).

Pelaporan kinerja berkelanjutan adalah praktik di mana bisnis memberikan informasi kepada pemangku kepentingan tentang dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi mereka. Pelaporan yang transparan sangat penting karena memungkinkan pemangku kepentingan untuk memahami dampak perusahaan secara menyeluruh dan membuat keputusan yang bijaksana berdasarkan data yang akurat. Pelaporan kinerja terus-menerus membangun kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya, yang termasuk pelanggan, investor, karyawan, dan masyarakat umum. Bisnis menunjukkan komitmennya terhadap transparansi dan akuntabilitas dengan menyediakan informasi yang lengkap dan dapat diandalkan tentang praktik berkelanjutan (Kolk & Perego, 2017). Sebagai tanggapan terhadap meningkatnya kesadaran akan masalah sosial dan lingkungan, pemangku kepentingan menuntut pelaporan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Perusahaan dapat mempertimbangkan masukan pemangku kepentingan, menanggapi kekhawatiran mereka, dan meningkatkan praktik berkelanjutan mereka sesuai dengan harapan dan kebutuhan berkat laporan ini (Stubbs & Higgins, 2020). Pelaporan kinerja berkelanjutan bukan hanya tentang mempublikasikan hasil, tetapi juga tentang mengidentifikasi area di mana perusahaan perlu memperbaiki kinerjanya. Dengan memberikan informasi yang jelas tentang

kinerja mereka, perusahaan dapat menemukan peluang untuk inovasi, mengurangi biaya, dan meningkatkan dampak mereka terhadap lingkungan dan masyarakat.

Karena kompleksitas tantangan lingkungan dan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di seluruh dunia, standar pelaporan kinerja berkelanjutan menjadi semakin penting. Tujuan dari program standarisasi internasional ini adalah untuk memberikan kerangka kerja yang konsisten dan dapat diandalkan bagi bisnis untuk melaporkan kinerja berkelanjutan mereka. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah salah satu organisasi utama yang berkontribusi pada standarisasi pelaporan kinerja berkelanjutan. GRI menawarkan panduan dan kerangka kerja untuk pelaporan berkelanjutan yang diakui secara internasional dan membantu perusahaan dalam menentukan, mengukur, dan melaporkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi mereka (Kolk & Perego, 2017). Komisi Standar Pelaporan Kinerja Berkelanjutan (SASB) adalah organisasi nirlaba yang berfokus pada pengembangan standar pelaporan kinerja berkelanjutan yang khusus untuk industri tertentu. SASB membantu perusahaan dalam melaporkan informasi secara lebih rinci dan sektoral. Inisiatif internasional yang disebut *International Integrated Reporting Council* (IIRC), mendorong perusahaan untuk menyajikan informasi yang terintegrasi dan menyeluruh tentang kinerja mereka, yang mencakup aspek keuangan dan non-keuangan. IIRC membantu bisnis mengkomunikasikan nilai jangka panjang mereka kepada pemangku kepentingan melalui kerangka kerja (organisasi). Inisiatif global untuk standarisasi pelaporan kinerja berkelanjutan sangat penting karena memberi perusahaan di seluruh dunia kerangka kerja yang konsisten dan dapat diandalkan. Ini meningkatkan akuntabilitas dan transparansi industri, memudahkan perbandingan perusahaan, dan mengurangi keraguan dan kebingungan di pasar.

1.8 Mengatasi Tantangan dan Hambatan dalam Menerapkan Manajemen Berkelanjutan

Kebijakan publik dan regulasi sangat penting untuk mendorong praktik manajemen berkelanjutan di berbagai sektor industri. Mereka berfungsi sebagai alat penting untuk mengarahkan tindakan bisnis menuju praktik yang lebih berkelanjutan dan memastikan bahwa kepentingan lingkungan dan sosial dipertimbangkan saat membuat keputusan bisnis (Boiral, 2017). Peraturan dan kebijakan publik dapat mendorong bisnis untuk mematuhi standar keberlanjutan seperti standar emisi, pengelolaan limbah, dan perlindungan lingkungan. Pemerintah dapat mendorong praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan dan sosial dengan menetapkan persyaratan minimum dan menerapkan sanksi terhadap mereka yang melanggarnya (Delmas & Burbano, 2017). Kebijakan publik yang cerdas dan regulasi yang mendukung dapat mendorong inovasi teknologi dan investasi dalam solusi berkelanjutan. Ini mencakup kemudahan akses ke pasar untuk barang dan jasa berkelanjutan, insentif fiskal untuk teknologi hijau, dan hibah untuk penelitian dan pengembangan berkelanjutan. Dengan mendorong pelaporan kinerja berkelanjutan, menetapkan tujuan pengurangan emisi, dan mengatur praktik bisnis yang bertanggung jawab, undang-undang yang tepat dapat membantu perusahaan menuju keberlanjutan. Kebijakan dan regulasi publik dapat mendorong transformasi menuju ekonomi yang lebih berkelanjutan dengan menciptakan lingkungan yang aman (Delmas & Burbano, 2017).

Biaya awal yang sering kali lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi hijau, melakukan investasi dalam pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, atau memperbaiki infrastruktur untuk efisiensi energi merupakan masalah utama dalam menerapkan praktik berkelanjutan. Mencari sumber dana yang tepat dan membuat strategi investasi yang berkelanjutan adalah dua cara perusahaan harus dapat mengatasi tantangan finansial ini. Perubahan pada proses operasional, teknologi, atau infrastruktur perusahaan biasanya merupakan bagian dari menerapkan praktik berkelanjutan. Mengadopsi teknologi baru, meningkatkan efisiensi energi, mengembangkan sistem pengelolaan limbah yang lebih baik,

dan memperbarui proses produksi adalah beberapa tantangan teknis ini untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Perusahaan harus memiliki kemampuan dan keterampilan teknis yang memadai untuk mengatasi masalah ini. Perubahan budaya dalam organisasi adalah tantangan besar untuk praktik berkelanjutan. Ini termasuk mengubah cara karyawan bertindak dan berpikir, meningkatkan kesadaran akan praktik berkelanjutan, dan membangun budaya perusahaan yang mendukung inovasi dan tanggung jawab lingkungan. Seringkali, menghadapi tantangan budaya membutuhkan waktu dan upaya manajemen yang signifikan. Selain itu, perusahaan menghadapi kesulitan untuk menyeimbangkan tujuan bisnis jangka pendek dengan tujuan berkelanjutan jangka panjang. Mengatasi tekanan dari pemangku kepentingan, mengelola risiko perubahan iklim atau kerusakan lingkungan, dan membangun strategi bisnis yang berkelanjutan tanpa mengorbankan pertumbuhan atau profitabilitas adalah beberapa dari tantangan ini.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk membangun strategi untuk mengatasi tantangan dan mendorong adopsi manajemen berkelanjutan:

1. Penguatan kesadaran dan pendidikan: Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya keberlanjutan di semua tingkatan organisasi adalah strategi penting untuk mengatasi tantangan dan mendorong adopsi manajemen berkelanjutan. Pelatihan dan pendidikan yang menyeluruh dapat membantu mengubah sikap dan perilaku karyawan serta menciptakan budaya organisasi yang mendukung praktik berkelanjutan.
2. Kemitraan dan kolaborasi: Sarana yang efektif untuk mengatasi tantangan dan mendorong adopsi manajemen berkelanjutan adalah kolaborasi antara institusi akademik, bisnis, masyarakat sipil, dan pemerintah. Kolaborasi seperti ini memungkinkan pertukaran pengetahuan, sumber daya, dan praktik terbaik, serta memudahkan pengembangan solusi berkelanjutan yang lebih luas dan terintegrasi (Waddock & McIntosh, 2019).

3. Insentif dan dorongan regulasi: Peraturan dan insentif fiskal yang cerdas dapat mendorong bisnis untuk mengikuti protokol berkelanjutan. Subsidi untuk teknologi hijau, pemotongan pajak, atau insentif keuangan lainnya yang mendorong investasi dalam keberlanjutan dapat menjadi contoh dari insentif ini. Selain itu, undang-undang yang kuat dapat menjamin bahwa bisnis yang melanggar standar keberlanjutan akan menghadapi konsekuensi yang sesuai.
4. Pengukuran kinerja dan pelaporan: Satu langkah penting untuk mendorong adopsi manajemen berkelanjutan adalah membangun sistem yang kuat untuk pengukuran dan pelaporan kinerja. Memiliki metrik yang jelas dan terbuka memungkinkan organisasi untuk memantau kemajuan mereka, mengevaluasi bagaimana praktik berkelanjutan berdampak, dan menemukan area di mana perbaikan diperlukan. Pelaporan kinerja terus-menerus membangun kepercayaan pemangku kepentingan pada bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Boiral, O. (2017). *Accounting for Sustainability: Practical Insights*. Routledge.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2019). *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. Cengage Learning.
- D'Amato, A., Henderson, S., & Florence, S. (2020). *Sustainable Business: Theory and Practice of Business Under Sustainability Principles*. Routledge.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2017). The Drivers of Greenwashing. 59(1), 64-87.
- Dietz, S. e. (2018). *Handbook of Climate Change and Environmental Policy*. Edward Elgar Publishing.
- Elkington, J. (2018). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Routledge.
- Intergovernmental Panel on Climate Change, (. (2018). *Global Warming of 1.5°C: An IPCC Special Report*. Cambridge University Press.
- Jackson, S. E., Ruderman, M., & Briscoe, D. R. (2019). *Managing Human Resources for Environmental Sustainability*. Routledge.
- Kemp, R., & Hoogland, C. T. (2018). *Understanding the Dynamics of Technological Transitions: A Co-Evolutionary and Socio-Technical Analysis*. Edward Elgar Publishing.
- Kolk, A., & Perego, P. (2017). *Handbook of Research on Corporate Governance and Responsibility in Financial Services*. Edward Elgar Publishing.
- Moon, J. (2019). *Corporate Social Responsibility: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). *Creating Shared Value: Concepts, Experience, Critiques*. Oxford: Oxford University Press.
- Schaltegger, S., & Burritt, R. (2017). *Contemporary Environmental Accounting: Issues, Concepts and Practice*. Springer.
- Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2017). *The Politics of the Anthropocene*. Oxford University Press.

- Schreck, P. (2018). *Corporate Social Responsibility and Leadership: Legal, Ethical, and Practical Considerations for the Global Business Leader*. Business Expert Press.
- Sharma, S., & Henriques, A. (2017). Stakeholder Influences on Sustainability Practices in the Canadian Forestry Industry. *Journal of Business Ethics*, 76(3), 279-291.
- Stead, J. G., & Stead, W. E. (2017). *Sustainable Strategic Management*. Routledge.
- Stubbs, W., & Higgins, C. (2020). *Analysing Social Innovation in the Public Sector: Theoretical Approaches, Methods and Practices*. Edward Elgar Publishing.
- Waddock, S., & McIntosh, M. (2019). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility: Psychological and Organizational Perspectives*. Oxford: Oxford University Press.

BAB 2

PENDEKATAN MANAJEMEN BERKELANJUTAN: PERSPEKTIF EKONOMI

Oleh Eka Siskawati

2.1 Konsep Dasar Manajemen Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan dimaknai sebagai integrasi pembangunan ekonomi, kelestarian lingkungan dan kemakmuran sosial saat ini tanpa mengorbankan kepentingan generasi masa depan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Istilah pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*) diadopsi oleh PBB yang digunakan sebagai nama yang disepakati untuk sebuah agenda global untuk mengakhiri kemiskinan (*poverty*), melindungi planet (*planet*), dan menciptakan perdamaian dan kemakmuran untuk semua orang (*peace and prosperity*). Agenda ini dikenal dengan sebutan SDG (*sustainable development goals*) yang diturunkan menjadi 17 tujuan global. Kompleksitas pembangunan berkelanjutan tersebut harus dimaknai dalam berbagai perspektif agar masing-masing tujuan global SDGs tersebut dapat diimplementasikan dengan lebih mudah. Dalam perspektif ekonomi, agenda SDGs tidak dapat dipisahkan dari aktifitas organisasi dalam mengalokasikan sumber daya. Aktifitas ini dikenal dengan konsep manajemen keberlanjutan yang melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi yang berasaskan pada tujuan pembangunan berkelanjutan.

Manajemen keberlanjutan membantu organisasi dalam memahami, menerapkan dan mengukur aspek keberlanjutan dalam konteks bisnis. Manajemen keberlanjutan membantu

organisasi menciptakan sebuah kondisi dimana kesuksesan bisnis dan pembangunan berkelanjutan dapat berjalan bersamaan. Saat ini, konsep Manajemen keberlanjutan banyak diadopsi oleh korporasi sebagai strategi untuk mendapatkan posisi terbaik dalam kompetisi bisnis. Korporasi dapat menerapkan konsep manajemen berkelanjutan dalam dua level, sebagaimana yang dijelaskan oleh (Korhonen, 2004). Level pertama, manajemen mampu menghasilkan perencanaan kerangka kerja organisasi yang berpihak kepada pembangunan berkelanjutan; level kedua, manajemen mampu melaksanakan aksi nyata dalam mendukung terwujudnya pembangunan berkelanjutan. Singkatnya, korporasi melakukan perencanaan dan aksi dalam mengimplementasikan konsep manajemen berkelanjutan.

Latar belakang munculnya konsep manajemen berkelanjutan dalam perspektif ekonomi dapat dijelaskan dari pemahaman bahwa sumber daya yang tersedia adalah terbatas, sementara kebutuhan dan keinginan manusia adalah tidak terbatas. Keterbatasan ketersediaan sumber daya menyebabkan terjadinya alokasi sumberdaya yang tidak seimbang (see Bruijn, 2022). Alokasi sumber daya yang berasaskan pada konsep ekonomi tradisional dianggap menjadi penyebab utama terjadinya kerusakan alam dan kesenjangan sosial. Alokasi sumber daya tradisional hanya mengutamakan kepentingan ekonomi, mengabaikan dampak lingkungan dan dampak sosial dari aktivitasnya. Korporasi selama ini telah mengadopsi praktik alokasi sumberdaya tradisional, sehingga menjadi sangat beralasan apabila berbagai pihak menuntut korporasi dan bisnis bertanggungjawab atas kerusakan lingkungan ekologi dan kesenjangan sosial (Haden, Oyler and Humphreys, 2009). Hal ini membuat korporasi harus beradaptasi dengan perubahan eksternal yang praktik model bisnis yang berkelanjutan.

Kehadiran Manajemen berkelanjutan, dalam hal ini dapat berperan sebagai katalisator perubahan menuju paradigma bisnis yang lebih berkelanjutan. Model manajemen bisnis yang berkelanjutan dikembangkan dari pengetahuan-pengetahuan yang dikumpulkan organisasi dalam upaya menemukan solusi

terhadap masalah lingkungan, dan menetapkan tujuan untuk perlindungan lingkungan ekologi. Model manajemen bisnis berkelanjutan dapat mengintegrasikan tujuan ekonomi perusahaan dan tuntutan keberlanjutan dari stakeholder secara bersamaan. Disamping itu, model bisnis ini dapat menjadi keunggulan kompetitif korporasi yang mengusung ide tentang integrasi nilai berkelanjutan, penciptaan nilai dan penangkapan nilai dalam menghasilkan manfaat ekonomi bagi korporasi (Nosratabadi, Mosavi and Shamshirband, 2019). Transformasi paradigma bisnis berkelanjutan membutuhkan inovasi – inovasi dalam mengembangkan praktik bisnis yang lebih bertanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan ekologi (Tencati and Pogutz, 2018).

Pengembangan model bisnis berkelanjutan melibatkan konsep-konsep penting, diantaranya:

2.1.1 Triple Bottom Line (TBL)

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) dikembangkan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Fungsinya adalah sebagai kerangka operasional bagi bisnis yang sedang bertransformasi dari model bisnis konvensional kepada model bisnis yang sustainable. Konsep TBL mempermudah bisnis dalam mengukur kinerja usahanya yang lebih mempertimbangkan keseimbangan antara profitabilitas, dampak sosial, dan dampak lingkungan ekologi (Goh *et al.*, 2020).

Seiring dengan tingginya tuntutan stakeholder terhadap dampak nyata dari sustainable business model, maka Implementasi dari konsep sustainability business model adalah dengan meningkatkan kualitas supply chain management (Rashidi *et al.*, 2020). Perusahaan dapat memilih pemasok yang peduli pada aspek pencegahan kerusakan lingkungan ekologis dan pemberdayaan sosial. Kinerja keberlanjutan dari pemasok sangat berpengaruh pada kinerja keberlanjutan perusahaan.

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) digunakan dalam pengukuran kinerja bisnis yang lebih holistik dan seimbang, yaitu mengukur kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi (Isil and

Hernke, 2017)(Sánchez-Chaparro, Soler-Vicén and Gómez-Frías, 2022). Implementasi konsep TBL membantu organisasi bisnis dalam mengkomunikasikan identitas bisnis yang berkelanjutan. Hal ini berdampak pada peningkatan reputasi perusahaan karena dianggap memberikan kontribusi terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial.

2.1.2 Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*)

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu bentuk implementasi konsep TBL di perusahaan. Tanggung jawab sosial memiliki makna yang berbeda bagi kelompok yang berbeda. Sebagian kelompok memahami tanggungjawab sosial sebagai sebuah kewajiban hukum, sementara sebagian lagi memahami tanggungjawab sosial sebagai sebuah kewajiban etis (Garriga and Melé, 2013). Dalam konteks kewajiban hukum, beberapa mengartikannya tanggungjawab sosial sebagai strategi untuk mendapatkan legitimasi sosial. Dilain pihak, dalam konteks tanggungjawab sosial sebagai sebuah kewajiban etis, beberapa menyamakan hal tersebut dengan aktifitas amal (tidak bertujuan mendapatkan profit) yang didorong oleh kesadaran sosial.

Pada umumnya, perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial adalah untuk meningkatkan daya saing bisnis (Wu, Cheng and Sheh, 2023). Praktik tanggung jawab sosial selain dapat mengatasi masalah lingkungan, memenuhi harapan pemangku kepentingan, juga dapat meningkatkan legitimasi dalam operasionalisasi bisnis mereka. Namun, disamping berbagai manfaat yang dapat dinikmati oleh perusahaan, penerapan tanggung jawab sosial dalam organisasi bisnis juga menghadapi berbagai tantangan, diantaranya kesiapan sumberdaya finansial, hambatan budaya, dan peraturan-peraturan internal yang telah menjadi karakteristik utama dalam organisasi, seperti manufaktur pakaian. Oleh sebab itu, pendekatan umum yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut adalah dengan mengintegrasikan beragam kepentingan stakeholder dan melakukan proses pembelajaran secara terus menerus (Sacchetti and Tortia, 2020).

2.2 Jenis-Jenis Model Bisnis Berkelanjutan

Terdapat beberapa jenis model bisnis berkelanjutan yang telah dikembangkan oleh peneliti seperti (Geissdoerfer, Vladimirova and Evans, 2018; Ritter and Schanz, 2019) mengelompokkan jenis-jenis Sustainable business model sebagai berikut:

1. ***Circular Economy business model***: *Circular economy* adalah oposite dari linier economy, dimana *linear economy* berpendapat bahwa produk ekonomi tidak memiliki *net effect* terhadap lingkungan. Sementara *circular economy* fokus pada memperlambat pengurangan sumberdaya dan memperpanjang siklus hidup produk agar aliran sumberdaya baru menjadi tertutup. Hal ini dilakukan melalui penggunaan kembali produk dan daur ulang produk (Mies and Gold, 2021). Tumbuhnya konsep *circular economy* merupakan respon terhadap semakin berkurangnya sumberdaya yang tersedia, dan sebagai pendorong perubahan menuju sistem ekonomi berkelanjutan.

Aktivitas bisnis berdampak signifikan kepada lingkungan sosial dan lingkungan alam yang berada disekitar wilayah operasinya. Artinya, aktifitas bisnis dapat mensejahterakan sosial atau sebaliknya dapat menimbulkan kesenjangan sosial. Sementara dimensi lingkungan memiliki keterbatasan daya dukung pada dimensi sosial, penurunan daya dukung tersebut akan semakin cepat jika ditambah dengan aktivitas bisnis yang tidak bertanggungjawab. Oleh sebab itu, pentingnya menjaga atau memperlambat turunnya daya dukung alam, menjadi gagasan baru bahwa organisasi (bisnis) harus menjaga hubungan baik dengan various stakeholder (yaitu lingkungan sosial dan lingkungan alam) (Mies and Gold, 2021). Dalam hal ini, *circular economy* menjadi konsep yang dapat mentransformasi sistem ekonomi konvensional menuju sistem ekonomi yang berpihak kepada sustainability development.

2. ***Product-as-a-Service (PaaS)***: Model bisnis ini menekankan pada produk yang lebih tahan lama dan mudah diperbaiki.

Oleh sebab itu, model bisnis ini lebih banyak menawarkan layanan (*service*) produk ketimbang menawarkan produk. Dengan mengadopsi model bisnis ini, maka pemborosan dalam sebuah produk dapat dikurangi secara signifikan. Model bisnis ini merupakan sebuah inovasi yang mentransformasi perusahaan manufaktur tradisional menjadi perusahaan yang lebih efisien terhadap pemakaian bahan baku, tanpa mengganggu rantai nilai dan tanpa menurunkan jumlah pelanggan (Kesavapanikkar, Amit and Ramu, 2023).

Model bisnis *product as a service* dapat diintegrasikan dengan *circular economy* dan *supply chain management* menjadi *circular supply chain management* (Haber and Fargnoli, 2022). Konsep *circular supply chain management* (CSCM) ini merupakan strategi dalam memaksimalkan penggunaan sumber daya dengan cara memberikan *service* perbaikan (atau pemulihan) produk. Dengan demikian, konsep CSCM ini merupakan strategi bisnis dengan pendekatan produk dan *service* dalam memenuhi permintaan pelanggan yang lebih efisien dan berkelanjutan.

3. ***Social enterprises***: Model bisnis ini fokus kepada aktifitas yang memberikan manfaat sosial dan manfaat ekonomi. Sebagian literatur menyebut *social enterprise* sebagai organisasi yang menggabungkan nilai-nilai amal dan nilai-nilai bisnis (e.g. Ebrahim, Battilana and Mair, 2014). Model bisnis ini didesain dengan menggabungkan sistem logika sosial dari berbagai kalangan masyarakat kedalam model bisnis. Tujuannya adalah untuk memberikan solusi atas permasalahan sosial yang dihadapi oleh masyarakat melalui pendekatan kewirausahaan. Dalam praktiknya, *social enterprise* lebih mengutamakan tujuan sosial dan dampak positif kepada masyarakat disamping tujuan keuntungan ekonomi. Misal penelitian (Fowler, Coffey and Dixon-Fowler, 2019) menjelaskan bahwa fenomena *social enterprise* yang sedang mereka teliti memperlihatkan bahwa organisasi *social enterprise* melakukan aktifitas

kewirausahaan dalam mengumpulkan keuntungan, dimana keuntungan tersebut ditujukan untuk mendukung proyek pengadaan air bagi masyarakat. Sementara penelitian lain seperti Akingbola & Phaetthayanan (2021) menyebut social enterprise sebagai “hybrid organization”. Mereka menjelaskan bahwa social enterprise merupakan organisasi yang kegiatan operasinya berbasis pasar, namun di-drive oleh misi sosial. Konsep bisnis social enterprise menjadi salah satu model yang dapat dijalankan untuk mendukung sustainable development goals.

Gabungan antara konsep bisnis dan konsep sosial dalam model bisnis ini idealnya dapat secara efektif menyeimbangkan keberlanjutan keuangan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui praktik seperti inovasi keberlanjutan, kolaborasi, dan pemenuhan tanggung jawab ekonomi-sosio-ekologis.

Studi menunjukkan bahwa perusahaan sosial menerapkan inovasi keberlanjutan dengan memberikan manfaat sosial dan ekologis, melalui kolaborasi dengan pihak eksternal untuk menciptakan inovasi – inovasi sosial (Harsanto *et al.*, 2022). Memenuhi tanggung jawab ekonomi-sosio-ekologis mendorong keberlanjutan kinerja keuangan, mendapatkan legitimasi dan dukungan pemangku kepentingan. Mengevaluasi keberlanjutan ekonomi dan dampak sosial sangat berperan dalam pengambilan keputusan berdasarkan informasi tentang proyek kewirausahaan sosial. Dengan mengintegrasikan strategi ini, perusahaan sosial dapat secara efektif menyeimbangkan keberlanjutan keuangan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

4. ***Biomimicry design model***: merupakan model bisnis yang mengambil inspirasi dari alam sebagai solusi inovatif dalam mendesain produk diberbagai bidang seperti desain bangunan, produk, material, proses, sistem, maupun teknologi. Tujuan dari desain yang meniru organisme alam ini adalah untuk menciptakan produk yang efisien dan berkelanjutan (Banken and Oeffner, 2023), mengurangi

limbah, dan meningkatkan efisiensi. Biomimicry design model merupakan model bisnis yang mengadopsi pendekatan berbasis masalah, mengeksplorasi struktur alam, dan mengintegrasikan keberlanjutan kedalam siklus produksi. Model bisnis ini dapat mendorong kreativitas, meningkatkan keberlanjutan, dan mempromosikan solusi yang berbasis alam kedalam berbagai praktik dan teknik.

Salah satu penelitian dengan contoh pendekatan biomimicry design model pada bidang arsitektur dilakukan oleh Verbrugghe, Rubinacci, dan Khan (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa menggunakan biomimikri dalam arsitektur dapat memenuhi berbagai kebutuhan secara bersamaan, yaitu meningkatkan kapasitas dan regenerasi ekosistem lokal, ketahanan, dengan cara menggabungkan prinsip-prinsip evolusi melalui desain. Pendekatan biomimikri dalam bidang arsitektur bertujuan mengembangkan sektor bangunan menuju ekonomi berkelanjutan dan mengurangi emisi CO₂.

5. Model bisnis ekonomi berbagi (*Sharing Economy*):

Model bisnis ekonomi berbagi fokus kepada pemanfaatan sumber daya yang menganggur (*idle resource*). Model ini memahami bahwa masalah keterbatasan sumber daya dapat diselesaikan dengan cara memanfaatkan sumber daya tersebut secara berbagi. Inti dari model bisnis ini adalah mempermudah akses manfaat terhadap suatu sumber daya, ketimbang akses terhadap kepemilikan. Artinya, pada saat manfaat suatu sumber daya tidak digunakan oleh pemiliknya, maka manfaat sumber daya tersebut dapat dinikmati oleh orang lain. Tujuan dari kegiatan pada model ini adalah untuk menghasilkan keuntungan ekonomi, tanpa merusak lingkungan ekologi, dan sekaligus memberikan manfaat sosial.

2.3 Implementasi Manajemen Berkelanjutan

1. Laporan Keberlanjutan

Laporan keberlanjutan merupakan dokumen komprehensif mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasionalnya yang berkaitan dengan lingkungan (Wagenhofer, 2024). Laporan keberlanjutan menjadi instrumen pemerintah dalam mendorong perusahaan mengungkapkan aktifitas lingkungannya, termasuk kebijakan jangka panjang, strategi, dan informasi rantai nilai perusahaan. Ruang lingkup dan jenis informasi dalam laporan keberlanjutan mencerminkan komitmen perusahaan dalam mempromosikan perilaku etis terutama yang berkaitan dengan isu sosial dan lingkungan. Salah satu standar pelaporan keberlanjutan adalah GRI (General Reporting Initiative) standar, yang digunakan secara global oleh perusahaan dalam pelaporan lingkungan mereka.

2. Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001

Sistem manajemen lingkungan ISO 14001 merupakan sebuah sertifikasi tentang standar penerapan sistem manajemen lingkungan disebuah organisasi. ISO 14001 bertujuan untuk meningkatkan kinerja berkelanjutan dalam organisasi. Seperti halnya laporan keberlanjutan, Implementasi ISO 14001 dapat mendorong inisiatif proses bisnis hijau di perusahaan manufaktur, meningkatkan kinerja berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya dan pengelolaan limbah yang lebih baik.

Disamping memberikan efek positif terhadap perusahaan, adopsi ISO 14001 memiliki tantangan tersendiri. Salah satunya adalah mahalnya biaya sertifikasi ISO 14001, dan terjadinya penurunan Return on Revenue (ROR) dan Return on Asset (ROA) pada jangka pendek yang disebabkan oleh tingginya biaya pembelian teknologi baru yang ramah lingkungan, biaya pelatihan karyawan tentang praktik berkelanjutan, dan biaya terhadap perubahan operasional bisnis perusahaan dari tradisional menjadi ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akingbola, K. and Phaetthayanan, S. (2021) 'The Paradox of Employee-Volunteer Interchangeability in a Supported Social Enterprise', *Journal of Public and Nonprofit Affairs*, 7(1), pp. 89–107. Available at: <https://doi.org/10.20899/jpna.7.1.89-107>.
- Banken, E. and Oeffner, J. (2023) 'Biomimetics for innovative and future-oriented space applications - A review', *Frontiers in Space Technologies*, 3(March), pp. 1–23. Available at: <https://doi.org/10.3389/frspt.2022.1000788>.
- Bruijn, E. De (2022) *Poverty and economic decision making : a review of scarcity theory*, *Theory and Decision*. Springer US. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11238-021-09802-7>.
- Ebrahim, A., Battilana, J. and Mair, J. (2014) 'The governance of social enterprises: Mission drift and accountability challenges in hybrid organizations', *Research in Organizational Behavior*, 34, pp. 81–100. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.riob.2014.09.001>.
- Fowler, E.A.R., Coffey, B.S. and Dixon-Fowler, H.R. (2019) 'Transforming Good Intentions into Social Impact: A Case on the Creation and Evolution of a Social Enterprise', *Journal of Business Ethics*, 159(3), pp. 665–678. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3754-5>.
- Garriga, E. and Melé, D. (2013) 'Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory', in *Citation Classics from the Journal of Business Ethics*. Dordrecht: Springer Netherlands, pp. 69–96. Available at: https://doi.org/10.1007/978-94-007-4126-3_4.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D. and Evans, S. (2018) 'Sustainable business model innovation : A review', *Journal of Cleaner Production*, 198, pp. 401–416. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>.
- Goh, C.S. et al. (2020) 'Revisiting triple bottom line within the context of sustainable construction: A systematic review', *Journal of Cleaner Production*, 252, p. 119884. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119884>.

- Haber, N. and Fargnoli, M. (2022) 'Product-Service Systems for Circular Supply Chain Management: A Functional Approach', *Sustainability (Switzerland)*, 14(22). Available at: <https://doi.org/10.3390/su142214953>.
- Haden, S.S.P., Oyler, J.D. and Humphreys, J.H. (2009) 'Historical , practical , and theoretical perspectives on green management An exploratory analysis', 47(7), pp. 1041–1055. Available at: <https://doi.org/10.1108/00251740910978287>.
- Harsanto, B. *et al.* (2022) 'Open Innovation for Sustainability in the Social Enterprises: An Empirical Evidence', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), p. 160. Available at: <https://doi.org/10.3390/joitmc8030160>.
- Isil, O. and Hernke, M.T. (2017) 'The Triple Bottom Line: A Critical Review from a Transdisciplinary Perspective', *Business Strategy and the Environment*, 26(8), pp. 1235–1251. Available at: <https://doi.org/10.1002/bse.1982>.
- Kesavapanikkar, P., Amit, R.K. and Ramu, P. (2023) 'Product as a service (PaaS) for traditional product companies: an automotive lease practice evaluation', *Journal of Indian Business Research*, 15(1), pp. 40–54. Available at: <https://doi.org/10.1108/JIBR-04-2022-0107>.
- Korhonen, J. (2004) 'Theory of industrial ecology', *Progress in Industrial Ecology, An International Journal*, 1(1/2/3), p. 61. Available at: <https://doi.org/10.1504/PIE.2004.004672>.
- Mies, A. and Gold, S. (2021) 'Mapping the social dimension of the circular economy', *Journal of Cleaner Production*, 321(November 2020), p. 128960. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128960>.
- Nosratabadi, S., Mosavi, A. and Shamshirband, S. (2019) 'Sustainable Business Models: A Review', pp. 1–30. Available at: <https://doi.org/10.3390/su11061663>.
- Rashidi, K. *et al.* (2020) 'Applying the triple bottom line in sustainable supplier selection: A meta-review of the state-of-the-art', *Journal of Cleaner Production*, 269. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122001>.

- Ritter, M. and Schanz, H. (2019) 'The sharing economy: A comprehensive business model framework', *Journal of Cleaner Production*, 213, pp. 320–331. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.154>.
- Sacchetti, S. and Tortia, E. (2020) 'Social responsibility in non-investor-owned organisations', *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20(2), pp. 343–363. Available at: <https://doi.org/10.1108/CG-04-2019-0123>.
- Sánchez-Chaparro, T., Soler-Vicén, M.Á. and Gómez-Frías, V. (2022) 'Be good and look good: Communicating the triple bottom line through corporate websites', *Journal of Business Research*, 144(February), pp. 136–145. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.089>.
- Tencati, A. and Pogutz, S. (2018) 'Recognizing the limits: Sustainable development, corporate sustainability and the need for innovative business paradigms', *Sinergie Italian Journal of Management*, (96), pp. 37–55. Available at: <https://doi.org/10.7433/s96.2015.03>.
- Verbrugghe, N., Rubinacci, E. and Khan, A.Z. (2023) 'Biomimicry in Architecture: A Review of Definitions, Case Studies, and Design Methods', *Biomimetics*, 8(1). Available at: <https://doi.org/10.3390/biomimetics8010107>.
- Wagenhofer, A. (2024) 'Sustainability Reporting: A Financial Reporting Perspective', *Accounting in Europe*, 21(1), pp. 1–13. Available at: <https://doi.org/10.1080/17449480.2023.2218398>.
- Wu, C.C., Cheng, F.C. and Sheh, D.Y. (2023) 'Exploring the factors affecting the implementation of corporate social responsibility from a strategic perspective', *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), pp. 1–11. Available at: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01664-4>.

BAB 3

PENDEKATAN MANAJEMEN BERKELANJUTAN: PERSPEKTIF SOSIAL

Oleh Mohammad Annas

3.1 Era Baru Keberlanjutan di Bidang Sosial

Di era yang penuh dengan perubahan dan ketidakpastian, konsep keberlanjutan menjadi semakin penting. Tak hanya dalam aspek lingkungan dan ekonomi, keberlanjutan di bidang sosial pun menjadi kunci untuk membangun masa depan yang lebih adil dan sejahtera bagi semua (Tri et al., 2023). Keberlanjutan sosial adalah tujuan yang penting dan dapat dicapai dengan kerja sama dan komitmen dari semua pihak. Dengan membangun masyarakat yang adil, inklusif, dan tangguh, akan tercipta sebuah masa depan yang lebih baik bagi semua kalangan masyarakat (Bado et al., 2023). Keberlanjutan sosial merupakan sebuah tanggung jawab bersama. Dengan bekerja sama, masyarakat dapat membangun masa depan yang lebih adil dan sejahtera (Siregar, 2023). Dengan menerapkan nilai-nilai seperti keadilan, kesetaraan, dan toleransi dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat dapat berkontribusi dalam menciptakan dunia yang lebih baik untuk generasi yang akan datang. Keberlanjutan sosial merupakan tujuan yang penting untuk dicapai agar tercipta masyarakat yang adil, sejahtera, dan tangguh. Upaya-upaya untuk mencapai keberlanjutan sosial harus dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat sipil, dan perusahaan. Dengan kerjasama dan komitmen dari semua pihak, diharapkan keberlanjutan sosial dapat dicapai di masa depan. Makna keberlanjutan sosial bukan hanya sekadar kelangsungan hidup, juga bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan dasar manusia, tetapi juga tentang menciptakan kondisi yang memungkinkan semua orang memiliki peluang dan kesempatan yang setara berkembang dan mencapai potensi maksimalnya.

Keberlanjutan sosial berarti membangun masyarakat yang adil, sejahtera, dan tangguh, di mana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk sukses dan berkontribusi. Keberlanjutan sosial mengacu pada terciptanya suatu kondisi masyarakat yang adil, sejahtera, dan tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan (Aspek et al., 2024). Hal ini dicapai melalui upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, mengurangi kesenjangan sosial, dan memperkuat nilai-nilai sosial yang positif. Beberapa aspek penting dalam keberlanjutan sosial, antara lain:

3.1.1 Keadilan Sosial

Keadilan sosial bukan hanya tentang kesetaraan, tetapi juga tentang keadilan menyeluruh. Setiap individu harus memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses sumber daya, pendidikan, dan pekerjaan, terlepas dari latar belakang mereka (Sosial et al., 2023). Setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses sumber daya, pendidikan, dan pekerjaan, contohnya; Pemerataan akses terhadap pendidikan berkualitas melalui program beasiswa, sekolah gratis, dan afirmasi bagi kelompok marginal; Penegakan hukum yang adil dan tanpa pandang bulu, termasuk reformasi sistem peradilan pidana dan pemberantasan korupsi; Perlindungan terhadap kelompok-kelompok rentan seperti perempuan, anak-anak, dan penyandang disabilitas melalui undang-undang, program edukasi, dan layanan khusus.

3.1.2 Kesejahteraan

Masyarakat memiliki standar hidup yang layak, termasuk akses terhadap kesehatan, pendidikan, perumahan yang layak, dan lingkungan yang sehat, contohnya: Penyediaan layanan kesehatan yang terjangkau dan berkualitas bagi semua orang, termasuk melalui program kesehatan gratis dan peningkatan infrastruktur kesehatan di daerah terpencil; Pembangunan infrastruktur yang memadai seperti jalan, air bersih, sanitasi, dan energi yang berkelanjutan; Program perumahan rakyat yang terjangkau dengan memperhatikan aspek lingkungan dan sosial

3.1.3 Ketahanan Sosial

Masyarakat mampu beradaptasi dan pulih dari berbagai krisis dan bencana, baik alam maupun buatan manusia, contohnya: Pembentukan program edukasi dan pelatihan tanggap bencana di tingkat komunitas dan sekolah; Penguatan sistem jaring pengaman sosial untuk membantu kelompok-kelompok yang terkena dampak krisis, seperti program bantuan sosial dan asuransi bencana; Pengembangan program pemulihan pasca bencana yang berkelanjutan dengan melibatkan partisipasi masyarakat.

3.1.4 Nilai-Nilai Sosial

Masyarakat menjunjung tinggi nilai-nilai seperti toleransi, gotong royong, kepedulian terhadap sesama, dan penghargaan terhadap keragaman, misalnya: Penanaman nilai-nilai moral dan Pancasila sejak dini di sekolah, keluarga, dan komunitas melalui program edukasi dan kegiatan positif; Penguatan program-program edukasi tentang toleransi dan keragaman budaya, seperti dialog antarumat beragama dan program pertukaran pelajar; Promosi budaya gotong royong dan kepedulian sosial melalui kegiatan-kegiatan komunitas, seperti kerja bakti dan penggalangan dana untuk membantu orang lain (Pranata et al., 2021).

3.2 Upaya Pencapaian Keberlanjutan Sosial

Berikut beberapa contoh upaya pencapaian keberlanjutan sosial:

3.2.1 Pemerintah

1. Menerapkan kebijakan yang pro-rakyat

Beberapa contoh penerapan kebijakan yang pro rakyat diantaranya adalah; Perluasan program Kartu Indonesia Pintar (KIP) untuk membantu anak-anak dari keluarga kurang mampu mendapatkan pendidikan hingga ke jenjang perguruan tinggi. Contoh lainnya ada program peningkatan kualitas layanan JKN dengan memperluas jangkauan dan meningkatkan mutu pelayanan kesehatan; Penguatan program Keluarga Harapan (PKH) dengan meningkatkan besaran bantuan dan memperluas cakupan program; Penetapan upah minimum yang layak dan sesuai dengan kebutuhan hidup layak; Pembangunan infrastruktur publik

yang ramah difabel dan inklusif; Pengembangan program pemberdayaan perempuan dan anak untuk meningkatkan kesetaraan gender.

2. Meningkatkan akuntabilitas dan transparansi

Peningkatan akuntabilitas dan transparansi dengan cara: membangun sistem pemerintahan yang terbuka dan partisipatif, dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan; memperkuat mekanisme pencegahan dan pemberantasan korupsi; meningkatkan akses publik terhadap informasi dan data pemerintah

3. Mendorong kolaborasi dengan berbagai pihak

Peningkatan kolaborasi dengan berbagai pihak contohnya: bekerjasama dengan organisasi masyarakat sipil, sektor swasta, dan akademisi dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan sosial; membangun kemitraan yang kuat dengan pemerintah daerah untuk memastikan efektivitas program sosial di tingkat lokal. Indonesia juga memiliki program-program seperti Keluarga Harapan (PKH), Program Indonesia Pintar (PIP), dan Kartu Indonesia Sehat (KIS) untuk membantu masyarakat miskin dan kurang mampu.

3.2.2 Masyarakat sipil

Implementasi usaha menuju keberlanjutan sosial yang dilakukan oleh masyarakat sipil diantaranya adalah: berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan pengabdian masyarakat; pendirian organisasi sosial dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang fokus pada isu-isu sosial seperti kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan; kegiatan bakti sosial dan penggalangan dana untuk membantu korban bencana alam dan kelompok-kelompok yang membutuhkan; program relawan untuk mengajar di daerah terpencil, membantu pembangunan infrastruktur desa, dan memberikan pendampingan kepada kelompok marginal. Banyak organisasi masyarakat sipil (OMS) yang aktif dalam kegiatan sosial dan pengabdian masyarakat, seperti Palang Merah Indonesia (PMI), Dompet Dhuafa, dan Yayasan Kanker Indonesia; melakukan advokasi dan edukasi publik; mendorong kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial dan mendorong partisipasi mereka dalam

proses pembangunan; melakukan kampanye dan edukasi publik tentang pentingnya toleransi, keragaman, dan nilai-nilai sosial lainnya, serta memantau kinerja pemerintah dan mendorong akuntabilitas dalam pelaksanaan program sosial.

3.2.3 Perusahaan

Beberapa perusahaan di Indonesia menerapkan program-program CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk membantu masyarakat, seperti program pendidikan, kesehatan, dan lingkungan, misalnya dengan menjalankan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dengan cara: penerapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang fokus pada pengembangan masyarakat, seperti program pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi; penggunaan bahan baku dan proses produksi yang ramah lingkungan, seperti energi terbarukan dan teknologi hijau; penegakan standar ketenagakerjaan yang adil dan layak, seperti upah minimum yang sesuai dengan kebutuhan hidup layak; membangun hubungan yang baik dengan komunitas lokal dan memberikan kontribusi positif bagi pembangunan daerah (Septarianes, 2020).

3.2.4 Individu

Banyak individu yang aktif dalam kegiatan komunitas dan membantu orang lain, seperti menjadi relawan di panti asuhan, mengajar di taman bacaan masyarakat, dan menjaga kebersihan lingkungan.

3.3 Contoh Implementasi di Indonesia

3.3.1 Program Desa Sejahtera Mandiri (DSM)

1. Konsep Program Desa Sejahtera Mandiri (DSM)

Program ini diluncurkan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di desa-desa tertinggal. Program ini fokus pada pengembangan enam pilar, yaitu: peningkatan kualitas SDM dan pendidikan; peningkatan kesehatan masyarakat; peningkatan ekonomi desa; peningkatan infrastruktur desa; tata kelola pemerintahan desa

yang baik; keragaman budaya. Program Desa Sejahtera Mandiri (DSM) adalah program yang diinisiasi oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia. Program ini bertujuan untuk mendorong dan mendukung desa-desa di Indonesia untuk menjadi desa yang mandiri dan sejahtera. Mandiri dalam konteks ini berarti desa tersebut memiliki kemampuan untuk mengelola potensi dan aset yang dimiliki secara optimal; mengelola keuangan desa secara transparan dan akuntabel; mencari peluang dan berinovasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa; mengurangi ketergantungan terhadap bantuan dari pihak luar. Sejahtera dalam konteks ini berarti desa tersebut memiliki kesejahteraan sosial dan ekonomi yang baik bagi seluruh masyarakat desa; akses yang memadai terhadap pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur; lingkungan hidup yang bersih dan sehat. Program DSM tidak sekadar memberikan bantuan kepada desa, melainkan juga fokus pada pemberdayaan masyarakat desa; peningkatan kapasitas desa dalam perencanaan dan pengelolaan pembangunan; pengembangan kemandirian desa.

2. Kriteria Desa Sejahtera Mandiri

Untuk dinyatakan sebagai Desa Sejahtera Mandiri, desa tersebut harus memenuhi beberapa kriteria, antara lain memiliki visi, misi, dan strategi pembangunan desa yang jelas; memiliki tata kelola desa yang baik dan transparan; memiliki sumber daya manusia yang kompeten dan inovatif; memiliki keterlibatan masyarakat yang aktif dalam pembangunan desa; memiliki berbagai program dan kegiatan yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

3. Dampak Program Desa Sejahtera Mandiri

Program Desa Sejahtera Mandiri diharapkan dapat membawa dampak positif bagi desa-desa di Indonesia, antara lain meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa; mengurangi kemiskinan dan pengangguran di desa; meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa; membangun desa yang mandiri dan berkelanjutan.

3.3.2 Program Keluarga Harapan (PKH)

1. Konsep Program Keluarga Harapan

Program ini diluncurkan oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia untuk membantu keluarga miskin agar dapat keluar dari siklus kemiskinan. Program ini memberikan bantuan sosial tunai kepada keluarga miskin dengan syarat mereka memenuhi beberapa komitmen, seperti: mengirimkan anak ke sekolah; membawa anak ke posyandu untuk mendapatkan imunisasi dan layanan kesehatan lainnya; mengikuti pelatihan dan pemberdayaan ekonomi. Program Keluarga Harapan (PKH) adalah program bantuan sosial bersyarat dari pemerintah kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM) yang terdaftar di Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS). Program ini bertujuan untuk **meningkatkan kesejahteraan sosial, kesehatan, pendidikan, dan ekonomi keluarga miskin.**

2. Bantuan Program Keluarga Harapan (PKH)

Bantuan PKH diberikan dalam bentuk uang tunai yang disalurkan melalui bank Himbara (BRI, BNI, Mandiri, dan BTN) kepada KPM setiap triwulan. Besarnya bantuan PKH tergantung pada kategori KPM, yaitu: Ibu hamil/nifas: Rp 3.000.000 per tahun; Anak usia 0-6 tahun: Rp 3.000.000 per tahun; Anak usia 7-15 tahun: Rp 2.400.000 per tahun; Penyandang disabilitas berat: Rp 2.400.000 per tahun; Lansia usia 70 tahun ke atas: Rp 2.400.000 per tahun

3. Syarat Penerima Program Keluarga Harapan (PKH)

Untuk menerima bantuan PKH, keluarga harus memenuhi beberapa syarat, antara lain Terdaftar di DTKS; Memiliki Kartu Indonesia Sehat (KIS); Memiliki Kartu Indonesia Pintar (KIP); Memenuhi komitmen yang ditetapkan, seperti: Memeriksa kesehatan ibu hamil dan anak ke puskesmas, Mengantar anak ke sekolah, Mengikuti pertemuan PKH

4. Dampak Program Keluarga Harapan (PKH)

Program PKH diharapkan dapat membawa dampak positif bagi keluarga miskin, antara lain meningkatkan taraf hidup keluarga miskin; meningkatkan akses keluarga miskin terhadap pendidikan dan kesehatan; Mendorong anak-anak dari keluarga

miskin untuk tetap bersekolah; Mencegah stunting pada anak-anak Meningkatkan kemandirian keluarga miskin.

3.3.3 Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)

1. Konsep Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)

Program ini diluncurkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia untuk memberikan akses layanan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau bagi seluruh rakyat Indonesia. Program ini dibiayai oleh iuran dari peserta, pemerintah, dan badan usaha. Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) adalah program jaminan sosial yang diselenggarakan oleh BPJS Kesehatan. Program ini bertujuan untuk **memberikan jaminan kesehatan yang komprehensif dan berkualitas kepada seluruh rakyat Indonesia.**

2. Manfaat Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)

Peserta JKN berhak mendapatkan pelayanan kesehatan di seluruh Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) dan Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan (FKRTL) yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan. Manfaat JKN meliputi pelayanan kesehatan promotif dan preventif; pelayanan kesehatan rawat jalan; pelayanan kesehatan rawat inap; pelayanan kesehatan gawat darurat; pelayanan rehabilitasi.

3. Kewajiban Peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)

Peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) memiliki kewajiban diantaranya adalah membayar iuran JKN setiap bulan; menjaga kesehatan dengan menerapkan pola hidup sehat; memanfaatkan pelayanan kesehatan dengan bijak; melengkapi persyaratan yang diperlukan saat berobat

4. Jenis Kepesertaan Program Kesehatan Nasional (JKN)

Terdapat 3 jenis kepesertaan JKN, yaitu Pekerja Penerima Upah (PPU): Iuran dibayarkan oleh pemberi kerja dan pekerja; Peserta Bukan Penerima Upah (PBPU): Iuran dibayarkan secara mandiri; Penerima Bantuan Iuran (PBI): Iuran dibayarkan oleh pemerintah.

3.4 Tantangan Menuju Keberlanjutan sosial

Meskipun tujuannya mulia, mencapai keberlanjutan sosial bukanlah perkara mudah. Ada banyak tantangan yang harus dihadapi, antara lain: kemiskinan dan ketimpangan, kemiskinan dan ketimpangan yang meluas dapat menciptakan ketidakstabilan sosial dan menghambat kemajuan di bidang lain; diskriminasi dan prasangka, diskriminasi dan prasangka terhadap kelompok tertentu dapat menghambat partisipasi mereka dalam masyarakat dan menghambat potensi mereka (Sugiono, 2021). Diskriminasi berdasarkan ras, gender, agama, atau latar belakang lainnya dapat menghalangi orang untuk mencapai potensi penuh mereka; konflik dan kekerasan, konflik dan kekerasan dapat merusak infrastruktur sosial dan menghambat pembangunan; perubahan iklim dan degradasi lingkungan, dampak perubahan iklim dan degradasi lingkungan dapat memperburuk kemiskinan dan ketimpangan, serta memperparah kerentanan kelompok marjinal (Damayanti & Jasjfi, 2022).

3.5 Langkah-langkah Menuju Keberlanjutan Sosial

Ada banyak langkah yang dapat diambil untuk mencapai keberlanjutan sosial, seperti:

3.5.1 Kebijakan yang mempromosikan kesetaraan dan keadilan sosial

1. Pendidikan

Pendidikan gratis dan wajib untuk semua anak: Kebijakan ini memastikan semua anak memiliki kesempatan untuk belajar dan mengembangkan potensi mereka, tanpa terkecuali. Beasiswa dan bantuan keuangan untuk siswa dari keluarga berpenghasilan rendah: Kebijakan ini membantu siswa dari keluarga kurang mampu untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas. Kurikulum yang inklusif dan sensitif terhadap perbedaan: Kebijakan ini memastikan semua siswa merasa dihargai dan diakui, dan belajar tentang keragaman dan inklusi (Shifa et al., 2023).

2. Kesehatan

Jaminan kesehatan universal: Kebijakan ini memastikan semua orang memiliki akses terhadap layanan kesehatan yang

berkualitas, tanpa terkecuali. Program kesehatan preventif dan promosi kesehatan: Kebijakan ini membantu mencegah penyakit dan meningkatkan kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Layanan kesehatan yang ramah dan inklusif untuk semua orang: Kebijakan ini memastikan semua orang merasa aman dan nyaman saat mengakses layanan kesehatan.

3. Ekonomi

Upah minimum yang layak: Kebijakan ini memastikan semua pekerja mendapatkan upah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Program pelatihan dan pengembangan keterampilan: Kebijakan ini membantu pekerja meningkatkan keterampilan mereka dan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Akses yang adil terhadap kredit dan modal: Kebijakan ini membantu pengusaha kecil dan menengah untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka (Farahdiba et al., 2023).

4. Keadilan Sosial

Hukum anti-diskriminasi: Kebijakan ini melarang diskriminasi berdasarkan ras, gender, agama, orientasi seksual, atau lainnya. Program *affirmative action*: Kebijakan ini membantu kelompok-kelompok yang terpinggirkan untuk mendapatkan kesempatan yang sama. Reformasi sistem peradilan pidana: Kebijakan ini membantu memastikan sistem peradilan pidana adil dan tidak bias.

5. Lingkungan

Kebijakan yang melindungi lingkungan: Kebijakan ini membantu menjaga kelestarian lingkungan untuk generasi sekarang dan masa depan. Program energi terbarukan: Kebijakan ini membantu mengurangi emisi gas rumah kaca dan memerangi perubahan iklim. Akses yang adil terhadap air bersih dan sanitasi: Kebijakan ini membantu memastikan semua orang memiliki akses terhadap kebutuhan dasar ini. Kebijakan yang dirancang dengan baik dapat membantu mengatasi kemiskinan, diskriminasi, dan ketidakadilan; mempromosikan partisipasi masyarakat. Masyarakat harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi

kehidupan mereka. **3.5.2 Membangun komunitas yang tangguh**

Komunitas yang tangguh dapat menghadapi dan mengatasi tantangan sosial, ekonomi, dan lingkungan seperti misalnya:

1. Kampung Tangguh Jaya

Program yang digagas oleh Polda Jawa Timur ini bertujuan untuk membangun ketahanan masyarakat di tingkat kampung. Program ini fokus pada beberapa aspek, seperti: Ketahanan sosial: Meningkatkan rasa gotong royong, toleransi, dan kebersamaan antar warga; Ketahanan ekonomi: Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program pelatihan dan pengembangan usaha; Ketahanan keamanan: Meningkatkan keamanan dan ketertiban di lingkungan kampung; Ketahanan bencana: Meningkatkan kesiapsiagaan dan kemampuan masyarakat dalam menghadapi bencana alam

2. Desa Wisata

Program yang digagas oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi ini bertujuan untuk mengembangkan potensi desa wisata di Indonesia. Program ini fokus pada beberapa aspek, seperti: Pengembangan infrastruktur dan daya tarik wisata: Membangun infrastruktur yang mendukung kegiatan wisata, seperti jalan, air bersih, dan listrik; Pengembangan sumber daya manusia: Melatih masyarakat desa dalam pengelolaan desa wisata, seperti homestay, kuliner, dan guiding; Promosi dan pemasaran desa wisata: Memasarkan desa wisata melalui berbagai media, seperti online dan offline

3. Komunitas Peduli Lingkungan

Komunitas yang dibentuk oleh masyarakat untuk bersama-sama menjaga kelestarian lingkungan. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini antara lain: Penanaman pohon: Melakukan penanaman pohon di area yang gundul atau kritis; Pembersihan sampah: Melakukan pembersihan sampah di sungai, pantai, atau tempat umum lainnya; Edukasi dan advokasi:

Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan (Sibyan & Hudalah, 2019).

4. Komunitas Relawan Bencana

Komunitas yang dibentuk oleh masyarakat untuk membantu korban bencana alam. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini antara lain: Pencarian dan penyelamatan korban: Membantu mencari dan menyelamatkan korban bencana alam; Distribusi bantuan: Mengantarkan bantuan logistik kepada korban bencana alam; Pemulihan pasca bencana: Membantu masyarakat yang terkena dampak bencana alam untuk kembali membangun kehidupan mereka.

3.5.2 Meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan sosial

Mendidik masyarakat tentang pentingnya keberlanjutan sosial dapat membantu meningkatkan partisipasi dan komitmen, seperti misalnya:

1. Pendidikan

Mengintegrasikan pendidikan keberlanjutan sosial ke dalam kurikulum sekolah: Ini dapat dilakukan dengan memasukkan materi tentang keberlanjutan sosial ke dalam mata pelajaran yang ada, seperti IPS, PPKn, dan Bahasa Indonesia. Melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler yang terkait dengan keberlanjutan sosial: Contohnya seperti klub lingkungan, klub relawan, dan klub debat. Mengadakan seminar dan workshop tentang keberlanjutan sosial: Ini dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran siswa, guru, dan orang tua tentang pentingnya keberlanjutan sosial.

2. Peran Media

Membuat konten media yang mengangkat isu-isu keberlanjutan sosial: Contohnya seperti artikel, video, dan infografis (Jayanegara et al., 2021). Menyiarkan program televisi dan radio yang membahas tentang keberlanjutan sosial: Ini dapat dilakukan dengan mengundang pakar dan aktivis untuk berbicara tentang isu-isu keberlanjutan sosial. Menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang keberlanjutan sosial: Ini dapat dilakukan dengan membuat

akun media sosial yang khusus membahas tentang keberlanjutan sosial (Utami & Mardiana, 2017).

3. Komunitas

Melaksanakan kegiatan gotong royong: Ini dapat dilakukan untuk membersihkan lingkungan, membangun infrastruktur, dan membantu masyarakat yang membutuhkan. Mengadakan kegiatan penggalangan dana untuk membantu kelompok-kelompok yang terpinggirkan: Ini dapat dilakukan untuk membantu korban bencana alam, orang miskin, dan anak-anak yatim piatu. Menyelenggarakan festival dan pameran tentang keberlanjutan sosial: Ini dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya keberlanjutan sosial.

4. Pemerintah

Membuat kebijakan yang mempromosikan keberlanjutan sosial: Contohnya seperti kebijakan tentang pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Memberikan insentif kepada perusahaan dan organisasi yang menerapkan praktik keberlanjutan sosial: Ini dapat dilakukan dengan memberikan potongan pajak, subsidi, dan penghargaan. Bekerja sama dengan organisasi masyarakat sipil untuk mempromosikan keberlanjutan sosial: Ini dapat dilakukan dengan mengadakan program bersama dan saling berbagi informasi.

3.5.3 Meningkatkan investasi dalam pendidikan dan kesehatan

Investasi dalam pendidikan dan kesehatan dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan membuka peluang baru bagi mereka. Beberapa contoh peningkatan investasi seperti misalnya:

1. Bidang Pendidikan

Meningkatkan anggaran pendidikan: Pemerintah dapat meningkatkan anggaran pendidikan untuk membangun sekolah baru, melatih guru, dan menyediakan beasiswa bagi siswa yang kurang mampu; Membangun infrastruktur pendidikan: Pemerintah dapat membangun sekolah baru, perpustakaan, dan laboratorium di daerah-daerah terpencil; Meningkatkan gaji guru: Pemerintah dapat meningkatkan gaji guru untuk menarik dan mempertahankan guru yang

berkualitas; Menerapkan program pendidikan gratis dan wajib: Pemerintah dapat menerapkan program pendidikan gratis dan wajib untuk semua anak; Memberikan beasiswa bagi siswa yang kurang mampu: Pemerintah dan organisasi nirlaba dapat memberikan beasiswa bagi siswa yang kurang mampu untuk melanjutkan pendidikan mereka (Kusuma & Fridayani, n.d.).

2. Bidang Kesehatan

Meningkatkan anggaran kesehatan: Pemerintah dapat meningkatkan anggaran kesehatan untuk membangun rumah sakit baru, melatih tenaga kesehatan, dan menyediakan obat-obatan gratis bagi masyarakat miskin; Membangun infrastruktur kesehatan: Pemerintah dapat membangun rumah sakit baru, puskesmas, dan klinik di daerah-daerah terpencil; Meningkatkan gaji tenaga kesehatan: Pemerintah dapat meningkatkan gaji tenaga kesehatan untuk menarik dan mempertahankan tenaga kesehatan yang berkualitas; Menerapkan program jaminan kesehatan universal: Pemerintah dapat menerapkan program jaminan kesehatan universal untuk semua masyarakat; Memberikan subsidi kesehatan bagi masyarakat miskin: Pemerintah dapat memberikan subsidi kesehatan bagi masyarakat miskin untuk mendapatkan layanan kesehatan yang berkualitas.

3.5.4 Mempromosikan toleransi dan saling pengertian

Mendidik masyarakat tentang pentingnya toleransi dan saling pengertian dapat membantu memerangi diskriminasi dan prasangka; mendukung organisasi dan komunitas lokal (Adi Putra & Zulfia Zahro, 2019). Organisasi dan komunitas lokal memainkan peran penting dalam pembangunan sosial. Mendukung mereka dapat membantu memperkuat jaringan sosial dan meningkatkan ketahanan masyarakat. Beberapa kegiatan promosi toleransi diantaranya:

1. Kegiatan Edukasi

Seminar dan workshop tentang toleransi dan saling pengertian: Kegiatan ini dapat mengundang pakar dan aktivis untuk berbicara tentang pentingnya toleransi dan saling pengertian. Pelatihan untuk guru dan siswa tentang toleransi dan saling

pengertian: Kegiatan ini dapat membantu guru dan siswa untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai toleransi dan saling pengertian dalam kehidupan sehari-hari. Kampanye di media sosial tentang toleransi dan saling pengertian: Kegiatan ini dapat menyebarkan informasi tentang pentingnya toleransi dan saling pengertian kepada masyarakat luas (Prima Sani Nasution et al., 2023).

2. Kegiatan Interaksi

Pertukaran pelajar antar budaya: Kegiatan ini dapat membantu pelajar untuk memahami budaya lain dan membangun persahabatan dengan orang-orang dari latar belakang yang berbeda. Kegiatan relawan bersama: Kegiatan ini dapat membantu orang-orang dari berbagai latar belakang untuk bekerja sama dan saling membantu. Festival budaya: Kegiatan ini dapat menampilkan berbagai budaya dan tradisi dari berbagai kelompok masyarakat.

3. Kegiatan Seni

Pementasan drama dan teater tentang toleransi dan saling pengertian: Kegiatan ini dapat membantu masyarakat untuk memahami dan merasakan nilai-nilai toleransi dan saling pengertian. Pameran seni tentang toleransi dan saling pengertian: Kegiatan ini dapat menampilkan karya seni yang mengekspresikan nilai-nilai toleransi dan saling pengertian. Kompetisi menulis dan menggambar tentang toleransi dan saling pengertian: Kegiatan ini dapat mendorong kreativitas dan ekspresi masyarakat tentang nilai-nilai toleransi dan saling pengertian (Shifa et al., 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Putra, G., & Zulfia Zahro, H. (2019). Desain Partisipasi Dalam ruang Publik, Ruang komunal Sosial Dalam Kampung Heritage Tawang Sari Sebagai Salah Satu Bentuk Aplikasi Unsur Keberlanjutan Sosial. *Pawon: Jurnal Arsitektur*, 3(02), 25–36. <https://doi.org/10.36040/pawon.v3i02.874>
- Aspek, T., Sosial, K., & Lingkungan, D. A. N. (2024). *e-ISSN: 2962-9675*. 3(1), 123–131.
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha Umkm Milenial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 15582–15603. <http://eprints.unm.ac.id/33578/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/33578/1/8842-ArticleText-16592-1-10-20230812.pdf>
- Damayanti, R. A., & Jasjfi, E. F. (2022). Ruang Komunal Untuk Keberlanjutan Interaksi Sosial Masyarakat Minangkabau. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 6(2), 199. <https://doi.org/10.31848/arcade.v6i2.669>
- Farahdiba, I. S., Wibowo, A., & Winarno, J. (2023). Keberlanjutan Sosial Ekonomi Dalam Pengembangan Agrowisata Jambu Kristal Larasati Garden. *Seminar Nasional Fakultas Pertanian*, 6(1), 225–232. <http://prosiding.univetbantara.ac.id/index.php/SNFP/article/view/164>
- Jayanegara, D. P., Marta, R. F., & Isnaini, M. (2021). Hubungan Komunikasi Partisipatif Dan Modal Sosial Terhadap Keberlanjutan Ekologi Ekowisata Mangrove Desa Teluk Naga. *Warta LPM*, 24(3), 545–557. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.13224>
- Kusuma, S. E., & Fridayani, J. A. (n.d.). *Mewujudkan Keberlanjutan Sosial di CU Angudi Laras Purworejo*. 3, 14–20.
- Pranata, A. B., Rindarjono, M. G., & Ajar, S. B. (2021). Keberlanjutan Sosial dan Persepsi Masyarakat terhadap Transportasi Umum di Kota Surakarta (Studi Kasus Bus BST Tahun 2021). *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, 23(2), 150–157. <https://doi.org/10.25104/jptd.v23i2.1810>

- Prima Sani Nasution, Z., Mulatsih, S., & Rahma, H. (2023). Penilaian Keberlanjutan Sosial Kemitraan Usaha Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat dan Kaitannya terhadap Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan: Studi Kasus di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Penelitian Kelapa Sawit*, 31(1), 55–69. <https://doi.org/10.22302/iopri.jur.jpks.v31i1.216>
- Septarianes, S. (2020). Strategi Peningkatan Kinerja Dan Keberlanjutan Rantai Pasok Agroindustri Kopi Robusta Di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(2), 207–220. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.2.207>
- Shifa, B., Kurniati, R., & Rahdriawan, M. (2023). Sense of Place Masyarakat untuk Keberlanjutan Aktivitas Sosial-Budaya di Kampung Jawi sebagai Destinasi Wisata. *Tataloka*, 25(3), 145–164. <https://doi.org/10.14710/tataloka.25.3.145-164>
- Sibyan, I. A., & Hudalah, D. (2019). Keberlanjutan Sosial Gated Community the Taman Dayu Di Kabupaten Pasuruan. *Tataloka*, 21(3), 421. <https://doi.org/10.14710/tataloka.21.3.421-431>
- Siregar, F. ahmad. (2023). Pengembangan Sistem Petanian Berkelanjutan Untuk Mencapai Keberlanjutan Pangan. *Jurnal Universitas Medan Area*, 1–11.
- Sosial, K., Lestari, U., Fridayani, J. A., & Kusuma, S. E. (2023). *Journal of Business Management Education (JBME) Dinamika Agilitas Organisasi dan Dukungan : Pilar*. 8(3), 10–24.
- Sugiono, S. (2021). Peran E-Government dalam Membangun Society 5.0: Tinjauan Konseptual terhadap Aspek Keberlanjutan Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan. *Matra Pembaruan*, 5(2), 115–125. <https://doi.org/10.21787/mp.5.2.2021.115-125>
- Tri, L., Astuti, W., Sembiring, B. B., & Perangin-angin, M. I. (2023). Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Petani terhadap Penerapan Rekomendasi Pemupukan untuk Keberlanjutan Usaha Kelapa Sawit di Kecamatan Babalan The Effect of Farmer Social Economic Characteristics on The Application of Fertilizer Recommendations for The. *Jurnal Penyuluhan*, 19(02), 319–334.

Utami, P. R., & Mardiana, R. (2017). Hubungan Partisipasi Masyarakat Dengan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 509–522.

BAB 4

PENDEKATAN MANAJEMEN BERKELANJUTAN: PERSPEKTIF LINGKUNGAN

Oleh Yulia Nurendah

4.1 Pendahuluan

Manajemen berkelanjutan menyatukan prinsip-prinsip manajemen dengan konsep keberlanjutan. Fokus utama dari keberlanjutan adalah memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengancam kemampuan generasi mendatang untuk melakukan hal serupa. Praktik-praktik organisasi dalam manajemen berkelanjutan pada akhirnya bertujuan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (Silitonga, 2020).

Menurut Schermerhorn (2013), Manajemen berkelanjutan adalah pendekatan dalam mengelola sumber daya dan operasi bisnis yang mempertimbangkan konsekuensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuan utamanya adalah menciptakan nilai jangka panjang sambil mengurangi risiko dan dampak negatif terhadap lingkungan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan sosial. Prinsip-prinsip fundamental manajemen berkelanjutan melibatkan transparansi, akuntabilitas, partisipasi, dan responsibilitas. Organisasi yang menerapkan pendekatan ini berusaha untuk mengurangi jejak lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan. Ketika manajemen berkelanjutan diimplementasikan dengan efektif, hasilnya mencakup peningkatan efisiensi, daya tarik bagi investor dan pelanggan, serta kontribusi positif yang nyata terhadap pembangunan berkelanjutan.

Banyak perusahaan yang memandang penting manajemen berkelanjutan, diantaranya :

1. FUCHS menganggap keberlanjutan sebagai elemen inti dari manajemen korporat yang efektif. Standar praktik bisnis yang

bertanggung jawab diuraikan dalam Pedoman Keberlanjutan, yang dianggap sebagai kerangka kerja yang mengikat bagi operasi bisnis global Grup. Perusahaan berkomitmen pada target keberlanjutan pusat, yang dikelola melalui sistem indikator kinerja utama yang komprehensif, dan hasilnya didokumentasikan dalam Laporan Keberlanjutan tahunan berdasarkan pedoman ini. (<https://www.fuchs.com>, 2023)

2. Sumitomo Corporation berkomitmen untuk meningkatkan manajemen keberlanjutan dan telah mengidentifikasi enam isu sosial utama yang terkait dengan operasional bisnisnya. Isu-isu ini diperlakukan melalui kegiatan perusahaan, dengan menetapkan sasaran jangka menengah dan panjang untuk menangani setiap isu tersebut. Keenam isu sosial utama tersebut mencakup mitigasi perubahan iklim, ekonomi melingkar, penghormatan terhadap hak asasi manusia, pengembangan masyarakat dan ekonomi lokal, peningkatan standar hidup, dan pendidikan berkualitas. Isu-isu ini mengusung dua tema utama, yaitu keberlanjutan masyarakat dan pengembangan serta evolusi masyarakat. Keberlanjutan masyarakat merupakan tujuan bersama secara global dan menjadi prinsip dasar dalam bisnis Grup perusahaan. Sementara itu, langkah-langkah untuk mencapai keberlanjutan masyarakat akan muncul melalui pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih lanjut. Perusahaan berusaha mencapai tujuan ini melalui kegiatan operasional dan memberikan kontribusi pada penyediaan pendidikan berkualitas melalui inisiatif filantropi dan pengembangan SDM (<https://www.sumitomocorp.com>, 2023)

4.2 Manfaat Manajemen Berkelanjutan

Menurut Nugraha (<https://www.jurnal.id>, 2022) manfaat manajemen berkelanjutan sebagai berikut:

1. Praktik manajemen berkelanjutan dalam suatu perusahaan memiliki potensi untuk memperkuat kepercayaan terhadap perusahaan tersebut, mengakibatkan peningkatan reputasi. Oleh karena itu, reputasi perusahaan dapat terus

berkembang dan membuka peluang perluasan bisnis dari waktu ke waktu. Peningkatan reputasi perusahaan sering kali berasal dari kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan dan layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut.

2. Peningkatan kualitas pengelolaan perusahaan akan mendorong perusahaan untuk memberikan hasil terbaik bagi konsumennya di lingkungan sekitar. Kualitas baik dari produk maupun layanan perusahaan akan terus ditingkatkan, didorong oleh adopsi sistem manajemen berkelanjutan yang mendorong perusahaan untuk meningkatkan tingkat efisiensi dan kualitas pengelolaannya..
3. Penerapan manajemen berkelanjutan juga memungkinkan perusahaan untuk menjalankan proses operasionalnya dengan lebih efisien. Hal ini disebabkan oleh pengelolaan perusahaan yang dioperasikan melalui sistem terintegrasi, menghasilkan proses operasional yang lebih cost-effective. Selain itu, hal ini meningkatkan kepercayaan orang terhadap perusahaan, memberikan dampak positif terhadap perkembangan finansialnya. Keadaan finansial perusahaan menjadi lebih solid dengan adanya investasi dari pihak lain yang melihat reputasi positif perusahaan dan pencapaian hasil yang memuaskan, yang dapat berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang.
4. Biaya produksi secara alami mengalami penurunan karena adanya pendekatan yang lebih ekonomis. Dengan melibatkan sistem manajemen yang mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, perusahaan dapat menerima berbagai masukan dan inovasi dari lingkungannya. Ini mencakup inovasi dalam proses produksi yang mengakibatkan penurunan biaya, memungkinkan perusahaan untuk mengurangi pengeluaran.
5. Rekrutmen SDM menjadi lebih mudah. Dalam hal ini, yang direkrut adalah individu yang memiliki potensi dan kualitas, serta mampu menyelesaikan tugas sesuai dengan bidang pekerjaannya. Adopsi sistem manajemen berkelanjutan, yang

menggabungkan berbagai faktor ke dalam pengelolaan perusahaan, tentu akan meningkatkan daya tarik perusahaan sehingga mendapatkan lebih banyak pelamar kerja.

6. Jumlah SDM yang memiliki kompetensi tinggi dan produk berkualitas akan meningkatkan popularitas perusahaan di kalangan pelaku bisnis dan investor. Dengan nama dan reputasi perusahaan yang berkembang, minat para investor untuk menyuntikkan modal ke perusahaan juga semakin meningkat.

4.3 Tantangan Yang Harus Mampu Dihadapi Perusahaan Dalam Melaksanakan Manajemen Berkelanjutan

Menurut Trisna (<https://bisnismiracle.id>, 2022) dengan menerapkan prinsip manajemen berkelanjutan, perusahaan dapat menjalankan operasinya secara berkelanjutan dari satu generasi ke generasi berikutnya, bahkan melampaui itu. Dengan demikian, perusahaan memiliki potensi untuk berkembang menjadi entitas global yang memberikan dampak positif. Namun, dalam upaya mentransformasikan bisnis menjadi entitas berkelanjutan, perusahaan dihadapkan pada setidaknya dua tantangan yang perlu diatasi, yaitu:

1. Dibutuhkan transformasi fundamental, khususnya dalam paradigma dan pengelolaan bisnis. Perusahaan yang mengadopsi prinsip berkelanjutan harus mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pelaksanaan operasional bisnis
2. Tantangan terletak pada kepemimpinan perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan bisnis berkelanjutan tersebut. Menggabungkan kebutuhan perusahaan dengan kebutuhan semua pihak tentu bukan tugas yang sederhana. Terkadang, perusahaan harus mengorbankan lingkungan dan kesejahteraan sumber daya manusia demi mencapai tujuan yang diinginkan. Dampaknya, perusahaan mendapatkan kritikan yang dapat menjadi hambatan. Dengan menerapkan konsep keberlanjutan dalam manajemennya, setidaknya perusahaan sudah memiliki perencanaan dan strategi untuk

memajukan perusahaan dengan dampak negatif yang minimal.

Risiko Manajemen Berkelanjutan

Menurut Ardiansyah (<https://medium.com>, 2022) terdapat resiko saat perusahaan menjalankan manajemen keberlanjutan, yaitu :

1. Terdapat berbagai kesulitan dalam mengimplementasikan perubahan sistem manajemen di perusahaan. Sistem manajemen yang sebelumnya konvensional kini harus berubah menjadi sistem yang berkelanjutan. Tentu saja, ini akan mengharuskan seluruh karyawan untuk menyesuaikan diri dengan model manajemen yang baru. Oleh karena itu, proses penerapan sistem manajemen berkelanjutan ini mungkin menjadi lebih kompleks dan memerlukan waktu yang signifikan agar semua anggota tim perusahaan dapat sepenuhnya beradaptasi.
2. Pimpinan perusahaan harus senantiasa bersiap untuk mengadopsi sistem manajemen yang baru guna menjalankannya dengan efektif di perusahaan. Penerapan manajemen berkelanjutan memiliki banyak keuntungan untuk pertumbuhan bisnis, baik melalui perkembangan organik maupun non-organik seperti melalui penggabungan dan akuisisi. Pendekatan ini memberikan berbagai kelebihan dan manfaat yang pada akhirnya dapat mengarahkan perusahaan menuju keuntungan dan pendapatan yang lebih besar. Pengelolaan bisnis dengan konsep berkelanjutan tidak hanya memperkuat perusahaan saat ini, tetapi juga menyiapkan pondasi yang kuat untuk generasi mendatang yang akan melanjutkan kepemimpinan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang bahkan dalam jangka panjang berkat penerapan konsep manajemen yang tepat ini.

4.4 Pembangunan Berkelanjutan

Pembangunan dapat dijalankan secara berkelanjutan oleh manusia dengan cara yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengancam kemampuan generasi berikutnya untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Zain, 2020).

Konsep pembangunan berkelanjutan melibatkan pembatasan yang bukan bersifat mutlak, tetapi dibatasi oleh sumber daya lingkungan yang dipengaruhi oleh tingkat teknologi dan organisasi sosial saat ini, serta oleh kapasitas biosfer untuk menanggung dampak aktivitas manusia. Karena terdapat variasi yang signifikan dalam sistem ekonomi, sosial, dan ekologi antar negara, tidak mungkin ada rencana pembangunan berkelanjutan yang seragam. Setiap negara perlu mengidentifikasi konsekuensi kebijakan yang khusus untuk kondisinya sendiri. Pembangunan berkelanjutan perlu dianggap sebagai tujuan global, mengabaikan variasi yang ada (Harlem, 1987).

4.5 Sustainable Supply Chain Management (SSCM)

Bisnis kini semakin fokus pada usaha untuk mendapatkan dan menyediakan produk serta layanan dengan cara yang mengurangi dampak negatifnya terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Oleh karena itu, konsep Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan (SSCM) menjadi menarik perhatian baik dari dunia bisnis maupun akademisi karena pentingnya menegaskan tanggung jawab perusahaan terhadap aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi (Panigrahi et al., 2019).

Dengan demikian, pertimbangan keberlanjutan harus menjadi bagian integral dari tugas pokok rantai pasokan, mencakup pengadaan, produksi, distribusi, penyimpanan, pergudangan, serta penggunaan, daur ulang, dan pembuangan. Di tengah tren globalisasi kontemporer, pergeseran pasar, fluktuasi permintaan, dan tantangan ekonomi, perusahaan-perusahaan bisnis menghadapi tekanan besar untuk menjaga keberlanjutan rantai pasokan mereka. Untuk meraih keunggulan kompetitif, perhatian tidak bisa hanya difokuskan pada efisiensi rantai pasokan internal. Sebuah perusahaan bisnis dapat memperoleh posisi pasar yang tangguh dalam skenario global apabila prinsip-prinsip keberlanjutan diintegrasikan ke dalam fungsi dasar rantai pasokan (Khodakarami et al., 2015).

Pemahaman interaksi antara keberlanjutan dengan Manajemen Rantai Pasokan (SCM) menjadi krusial dalam operasi bisnis karena cakupannya yang luas. Selain perubahan dalam

struktur tata kelola lingkungan bisnis, Konsep Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan (SSCM) melibatkan perspektif terpadu dari aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam rantai pasokan. Perusahaan komersial perlu bekerja sama dengan seluruh pihak terkait dan memanfaatkan sumber daya, informasi, dan dana secara efisien untuk mengoptimalkan nilai yang mereka tawarkan kepada konsumen dan keuntungan rantai pasokan. Pendekatan ini juga meningkatkan keadilan sosial serta kesejahteraan semua pemangku kepentingan sambil mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Mengingat dinamika SSCM yang terus berubah, para peneliti di bidang ini perlu secara rutin meneliti literatur untuk mengidentifikasi potensi area penelitian yang baru (Winter dan Knemeyer, 2013).

4.6 Sustainable Supply Chain Management and Standardization Management Systems

Audit lingkungan dan sistem manajemen standar, seperti ISO 14000 dan Eco-Management, memberikan dukungan bagi bisnis dalam mengendalikan kualitas proses dan produk (Kleindorfer et al., 2005; Curkovic dan Sroufe, 2011). Untuk mencapai tingkat kinerja keberlanjutan yang optimal, standarisasi dan ketelusuran perlu dipertimbangkan secara bersamaan dengan prinsip lean dan green saat merancang produk dan berkolaborasi dengan pemasok (Ching dan Moreira, 2014). Rangkaian langkah untuk mencapai kinerja keberlanjutan yang tinggi melibatkan audit terhadap pemasok, evaluasi dan pemantauan risiko, sertifikasi oleh pihak ketiga, dan pelatihan bagi pemasok (Grosvold et al., 2014).

Dalam implementasinya, standarisasi dan audit dapat mengurangi risiko serta meningkatkan kinerja berkelanjutan (Roehrich et al., 2014). Saat meninjau laporan keberlanjutan, ditemukan bahwa ketaatan, pemantauan, dan audit merupakan elemen kunci dalam Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan (SSCM) untuk meningkatkan kinerja, menghindari risiko, dan memilih pemasok. (Turker dan Altuntas, 2014).

4.7 External Pressure on Environmental Outcomes and Manufacturing Performance

Dengan memeriksa pabrikan di tiga negara Asia – Malaysia, India, dan China diketahui tentang evaluasi dampak tekanan eksternal terhadap hasil lingkungan dan kinerja manufaktur. Beberapa penelitian sebelumnya, dengan menganalisis variabel seperti profitabilitas, pangsa pasar, pengurangan limbah, dan produktivitas, telah menyelidiki efek Manajemen Rantai Pasokan Hijau (GSCM) pada kinerja organisasi, terutama dari perspektif hasil ekonomi (De Giovanni, 2012; Eltayeb et al., 2011). Untuk banyak perusahaan, kinerja manufaktur menjadi indikator kunci keberhasilan dan struktur biaya mereka (Adebanjo et al., 2016)..

Berdasarkan Zhu et al. (2005), organisasi perlu menyadari signifikansi meraih keunggulan kompetitif melalui penyesuaian terhadap tekanan eksternal untuk praktik berkelanjutan. Untuk memahami keterkaitan antara penerapan program keberlanjutan formal, tekanan eksternal terkait berkelanjutan, serta efisiensi produksi dan dampak lingkungan. Meskipun terdapat korelasi yang substansial antara tekanan eksternal, implementasi program keberlanjutan formal, dan dampak lingkungan, korelasi tersebut tidak sebesar dengan kinerja industri. Ketidakadaan keterkaitan antara praktik berkelanjutan dan kinerja manufaktur tidak selalu menyiratkan bahwa organisasi tidak dapat meraih keuntungan finansial dari menerapkan praktik berkelanjutan. Sebaliknya, keuntungan finansial mungkin bersumber dari aspek kinerja lain yang terkait dengan dampak lingkungan (Adebanjo et al., 2016).

4.8 BSC as a Strategic Management System in Green Marketing

Keberlanjutan dipandang sebagai domain yang kompleks, mengintegrasikan berbagai disiplin ilmu dan pengetahuan. Pembangunan berkelanjutan memerlukan penyesuaian dan kemajuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, industri, dan berbagai pemangku kepentingan, mengingat banyaknya tantangan sosial-lingkungan saat ini. Universitas memegang peran penting dalam mempromosikan pembangunan berkelanjutan karena

mereka tidak hanya menganalisis dan menilai arah masyarakat secara kritis, tetapi juga membantu masyarakat mengejar tujuan tersebut. Selain itu, universitas bertindak sebagai model dan laboratorium kehidupan untuk menerapkan praktik yang lebih ramah lingkungan di lingkungan kota. Penerapan strategi pemasaran hijau, yang mencakup berbagai praktik yang melibatkan pemasaran konvensional dengan tujuan mengurangi dampak negatif atau mempromosikan dampak positif dalam hubungan antara institusi dan lingkungan, merupakan salah satu upaya yang berkontribusi pada pembentukan universitas yang lebih berkelanjutan dan pengembangan kampus hijau. Penerapan kebijakan lingkungan baru dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif manusia terhadap lingkungan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan konsumsi dan produksi yang berkelanjutan secara signifikan (Kuo dan Smith, 2018; Sima et al., 2019).

Selain itu, sebagai hasil dari kerusakan berkelanjutan pada kondisi lingkungan, muncul budaya yang lebih berkelanjutan di sebagian besar lapisan masyarakat (Symeonidou dan Vagiona, 2018). Mengingat bahwa universitas memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan dan/atau menyebarkan informasi dan pengetahuan ilmiah, upaya promosi keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi (HEIs) memberikan dampak langsung pada masyarakat tempat mereka beroperasi (Sachs, 2008). Keterlibatan dan komitmen HEIs terhadap pembangunan berkelanjutan dapat diamati di seluruh dunia (Morais et al., 2014; Oliveira et al., 2016). HEIs telah mengidentifikasi diri mereka sebagai pemangku kunci dalam menciptakan dunia yang berorientasi pada pencapaian tujuan ini.

Dalam pandangan Leal Filho (2015), pembentukan kampus hijau memberikan manfaat bagi masyarakat karena perguruan tinggi tidak hanya berperan sebagai tempat berkembangnya pemimpin masa depan, tetapi juga sebagai entitas terpadu yang mendorong kesadaran lingkungan di berbagai sektor. Pendidikan tinggi harus beroperasi secara terkoordinasi pada empat dimensi utama, yakni lingkungan kampus, pengajaran, penelitian, dan manajemen kampus..

Untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan menghasilkan solusi yang dapat membantu mengatasi tantangan, baik di lingkungan akademis maupun di kehidupan sehari-hari di luar kampus, perlu memahami berbagai metode berkelanjutan guna meningkatkan kesadaran terhadap isu lingkungan (Thomashow, 2014).

Guerra et al. (2018) menempatkan perspektif pembangunan berkelanjutan di tingkat paling atas dalam peta strategis perguruan tinggi publik, diikuti oleh perspektif pengajaran dan pengelolaan lingkungan, lalu pembelajaran dan pertumbuhan lingkungan, dan akhirnya, perspektif tanggung jawab ekonomi dan keuangan di tingkat terbawah. Kekurangsepakatan mengenai model ideal yang harus diterapkan di perguruan tinggi publik, seperti tercermin dalam literatur, mendorong setiap institusi untuk mengadaptasi perspektifnya sesuai dengan realitas dan fokusnya. Penggunaan Balanced Scorecard (BSC) di lembaga pendidikan muncul sebagai alat manajemen yang dapat berperan dalam perencanaan strategis, pencapaian misi dan visi, serta pengendalian kinerja

Jalur mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) secara signifikan diperluas melalui suatu kerangka yang terdiri dari universitas, komunitas, dan SDGs (Zhu et al., 2020). Rencana strategis untuk perguruan tinggi seharusnya mencakup berbagai kegiatan yang mendukung SDGs, termasuk partisipasi masyarakat, pengajaran, penelitian, dan pengelolaan operasional kampus. Salah satu kontribusi nyata dari universitas terhadap SDGs adalah melalui penyediaan pendidikan berkualitas tinggi. SDG lainnya juga dapat diaktifkan oleh institusi pendidikan tinggi, termasuk lembaga pembelajaran jarak jauh (Mawonde dan Togo, 2019).

Dapat dibentuk suatu Balanced Scorecard (BSC) yang membantu dalam mengevaluasi keberlanjutan lingkungan terkait dengan tindakan pemasaran. Dalam penelitian ini, empat universitas asing dieksplorasi, dan untuk setiap universitas, lima kategori dan indikator utama terkumpul. Hubungan antara pemasaran hijau dan pembangunan berkelanjutan dapat dipahami melalui analisis aspek-aspek ini. Inisiatif khusus dalam pemasaran dihargai ketika bisnis mencapai hasil yang signifikan. Pemasaran memiliki potensi untuk mendorong generasi ide baru, kolaborasi,

dan proyek. Untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pelestarian lingkungan yang efektif, penting untuk mengintegrasikan strategi hijau ke dalam rencana strategis, yang mencerminkan praktik yang diperlukan untuk mengakomodasi intervensi di lembaga dan masyarakat (Fuchs et al., 2020).

4.9 Green, Sustainable and SR-HRM

Dalam upaya memberikan arah, struktur, dan bentuk bagi pengembangan dan kemajuan domain penelitian, penelitian ini bertujuan untuk memajukan integrasi studi yang menganalisis Manajemen Sumber Daya Manusia Berkelanjutan (*sustainable HRM*) secara umum, dengan fokus utama pada *Green Human Resource Management* (GHRM) dan *Socially Responsible Human Resource Management* (SR-HRM). Melalui analisis faktor bibliometrik terkait penelitian tentang HRM berkelanjutan dan subbidang GHRM dan SR-HRM, penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam output ilmiah terkait topik ini. Hal ini disebabkan oleh perubahan dalam pasar dan konteks sosiopolitik bisnis, serta meningkatnya minat untuk mengkaji hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), HRM, dan keberlanjutan. Khususnya, penelitian menyoroti bagaimana langkah-langkah HRM dapat mendorong perilaku berkelanjutan proaktif di kalangan karyawan. Wilayah Asia Pasifik, yang menghadapi kesulitan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, dan Eropa, di mana HRM mengadopsi pemikiran jangka panjang dan pendekatan multipihak, muncul sebagai wilayah geografis yang paling mempromosikan pengembangan pengetahuan ini. GHRM dan HRM Berkelanjutan mendapatkan perhatian lebih besar dalam jurnal dibandingkan dengan SR HRM. Studi sebelumnya telah kurang memperhatikan esensi HRM Berkelanjutan dengan tidak mempertimbangkan berbagai faktor keberlanjutan secara bersamaan. Peran penting pelatihan hijau dalam konteks GHRM telah diselidiki secara menyeluruh. Namun, metode yang digunakan untuk mengukur efek penerapannya dianggap tidak tepat, dan penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi hambatan yang mungkin membatasi kemajuannya. Studi lebih lanjut yang bersifat multidisiplin tentang bagaimana GHRM memengaruhi *Green Supply*

Chain Management (GSCM) dan mendukung pengembangan Industri 4.0 akan memberikan wawasan yang lebih mendalam. Kontribusi praktis dari penelitian ini dapat membantu manajer dan profesional perusahaan dalam memahami peran strategis HRM berkelanjutan dalam menghadapi tantangan bisnis saat ini, khususnya dalam hal manajemen bakat dan kemampuan kerja. Kontribusi ini diperoleh melalui pemahaman evolusi HRM berkelanjutan dan pendekatannya yang beragam (Murillo-Ramos et al., 2023)

DAFTAR PUSTAKA

- Adebanjo, D., Teh, P. L., & Ahmed, P. K. (2016). The impact of external pressure and sustainable management practices on manufacturing performance and environmental outcomes. *International Journal of Operations and Production Management*, 36(9), 995–1013. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-11-2014-0543>
- Aleixo, A.M., Azeiteiro, U. and Leal, S. (2018). “The implementation of sustainability practices in portuguese higher education institutions”, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 19 No. 1, pp. 146-178
- Amaral, L.P., Martins, N. and Gouveia, J.B. (2015). “Quest for a sustainable university: a review”, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 16 No. 2, pp. 155-172.
- Andriansyah. (2022) <https://medium.com>
- Berchin, I.I., Grando, V.S., Marcon, G.A., Corseuil, L. and Guerra, J.B.S.O.A. (2017). “Strategies to promote sustainability in higher education institutions: a case study of a federal institute of higher education in Brazil”, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 18 No. 7, pp. 1018-1038
- Bizerril, M.X.A., Rosa, M.J. and Carvalho, T. (2018). “Construindo uma universidade sustentavel: uma discussão baseada no caso de uma universidade Portuguesa”, *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, Vol. 23 No. 2, pp. 424- 447.
- Ching, H.Y. and Moreira, M.A. (2014). “Management systems and good practices related to the sustainable supply chain management”, *Journal of Management and Sustainability*, Vol. 4 No. 2, pp. 34-45.
- Curkovic, S. and Sroufe, R. (2011). “Using ISO 14001 to promote a sustainable supply chain strategy”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 20 No. 2, pp. 71-93
- De Giovanni, P. (2012). “Do internal and external environmental management contribute to the triple bottom line?”,

International Journal of Operations & Production Management, Vol. 32 No. 3, pp. 265-290

- Disterheft, A., Caeiro, S.S.F.S., Ramos, M.R. and Azeiteiro, U.M.M. (2012). "Environmental management systems (EMS) implementation processes and practices in European higher education institutions–Top-down versus participatory approaches", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 31, pp. 80-90
- Eltayeb, T.K., Zailani, S. and Ramayah, T. (2011). "Green supply chain initiatives among certified companies in Malaysia and environmental sustainability: investigating the outcomes", *Resources, Conservation and Recycling*, Vol. 55 No. 5, pp. 495-506.
- Genovese, A., Acquaye, A.A., Figueroa, A. and Koh, S.L. (2017). "Sustainable supply chain management and the transition towards a circular economy: evidence and some applications", *Omega*, Vol. 66, Special Issue, pp. 344-357.
- Grosvold, J., Hojmosse, S.U. and Roehrich, J.K. (2014). "Squaring the circle: management, measurement and performance of sustainability in supply chains", *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 19 No. 3, pp. 292-305.
- Gualandris, J. and Kalchschmidt, M. (2016). "Developing environmental and social performance: the role of suppliers' sustainability and buyer-supplier trust", *International Journal of Production Research*, Vol. 54 No. 8, pp. 2470-2486.
- Guerra, J.B.S.O., Garcia, J., de Andrade Lima, M., Barbosa, S.B., Heerdt, M.L. and Berchin, I.I. (2018). "A proposal of a balanced scorecard for an environmental education program at universities", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 172, pp. 1674-1690.
- Harlem, G. (1987). Report of The World Commission on Environment and Development: Our Common Future. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Khodakarami, M., Shabani, A., Saen, R.F. and Azadi, M. (2015). "Developing distinctive two-stage data envelopment analysis models: an application in evaluating the sustainability of

- supply chain management”, *Measurement*, Vol. 70, June, pp. 62-74.
- Kleindorfer, P.R., Singhal, K. and Wassenhove, L.N. (2005). “Sustainable operations management”, *Production and Operations Management*, Vol. 14 No. 4, pp. 482-492.
- Kuo, T.C. and Smith, S. (2018). “A systematic review of technologies involving eco-innovation for enterprises moving towards sustainability”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 192, pp. 207-220.
- Leal Filho, W., Shiel, C., do Paço, A. and Brandli, L. (2015). “Putting sustainable development in practice: campus greening as a tool for institutional sustainability efforts”, *Sustainability in Higher Education*, Chandos Publishing, 1-19.
- Mawonde, A. and Togo, M. (2019). “Implementation of SDGs at the university of South Africa”, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 20 No. 5, pp. 932-950
- Morais, D.O.C., Oliveira, N.Q.S. and Souza, E.M. (2014). “As praticas de sustentabilidade ambiental e suas influências na nova formatação institucional das organizações”, *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, Vol. 3 No. 3, pp. 90-10.
- Nugraha, G. (2022). *Pengertian Sustainability Management*. <https://www.jurnal.id>
- Oliveira, P.F.R., Oliveira, B.F. and Rohrich, S.S. (2016). “Sustentabilidade em instituições de ensino superior: Uma revisão sobre as conferencias internacionais Para a sustentabilidade em IES”, *Promoting sustainable development 1503 ENGEMA 2016*, ISSN: 2359-1048, available at: engemasp.submissao.com.br/18/anais/download.php?cod_trabalho=242
- Panigrahi, S. S., Bahinipati, B., & Jain, V. (2019). Sustainable supply chain management: A review of literature and implications for future research. In *Management of Environmental Quality: An International Journal* (Vol. 30, Issue 5, pp. 1001–1049). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/MEQ-01-2018-0003>
- Roehrich, J.K., Lewis, M.A. and George, G. (2014). “Are public–private partnerships a healthy option? A systematic literature

- review", *Social Science and Medicine*, Vol. 113, July, pp. 110-119. Sachs, I. (2008). *Desenvolvimento: incluindo, sustentavel, sustentado*, 151p. Garamond, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. ISBN X, 85761704.
- Schermerhorn, J. M. (2013). *Sustainable Management: Principles and Practices*. John Wiley & Sons.
- Silitonga. (2020). *Green Management Strategy*. CV. Media Sains Indonesia. Bandung
- Sima, M., Grigorescu, I. and Balteanu, D. (2019). "An overview of campus greening initiatives at universities in Romania", *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 20 No. 3, pp. 410-422.
- Symeonidou, S. and Vagiona, D. (2018). "The role of the water footprint in the context of green marketing", *Environmental Science and Pollution Research*, Vol. 25 No. 27, pp. 26837-26849.
- Thomashow, M. (2014). "The nine elements of a sustainable campus", *Sustainability: The Journal of Record*, Vol. 7 No. 3, pp. 174-175.
- Trisna. (2022). *Manajemen berkelanjutanBisnis: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya*. <https://bisnismiracle.id>
- Turker, D. and Altuntas, C. (2014). "Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: an analysis of corporate reports", *European Management Journal*, Vol. 32 No. 5, pp. 837-849.
- Winter, M. and Knemeyer, A.M. (2013). "Exploring the integration of sustainability and supply chain management: Current state and opportunities for future inquiry", *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, Vol. 43 No. 1, pp. 18-38.
- Zain. (2020). *Green Management Strategy*. CV. Media Sains Indonesia. Bandung
- Zhu, B., Zhu, C. and Dewancker, B. (2020). "A study of development mode in green campus to realize the sustainable development goals", *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 21 No. 4, pp. 799-818

Zhu, Q., Sarkis, J. and Geng, Y. (2005). "Green supply chain management in China: pressures, practices and performance", International Journal of Operations and Production Management, Vol. 25 No. 5, pp. 449-468
<https://www.fuchs.com/sea/id/perusahaan/kesinambungan/manajemen-berkelanjutan/> Aktivitas ekonomi, ekologi, dan sosial berjalan selaras
<https://www.sumitomocorp.com/id/asia-oceania/sustainability/management> Masalah sosial utama dan tujuan jangka menengah dan panjang Sumitomo Corporation Group

BAB 5

ORGANISASI BERKELANJUTAN (GREEN ORGANIZATION)

Oleh Gracelia Maharani

5.1 Definisi Organisasi Berkelanjutan

Organisasi berkelanjutan adalah entitas bisnis, lembaga, atau badan usaha yang bertujuan untuk menjalankan operasinya dengan memperhatikan keseimbangan antara kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Organisasi ini tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhitungkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan. Pendekatan berkelanjutan dalam operasi organisasi berusaha untuk memastikan bahwa kebutuhan generasi saat ini terpenuhi tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), organisasi berkelanjutan adalah organisasi yang memperhatikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan mereka, dan bertujuan untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan mereka dan masyarakat secara keseluruhan.

5.2 Tujuan dan Filosofi Organisasi Berkelanjutan

1. Menciptakan Nilai Jangka Panjang

Organisasi berkelanjutan memiliki tujuan utama untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, masyarakat, dan lingkungan.

2. Pertimbangan Terhadap Dampak

Filosofi organisasi berkelanjutan melibatkan pertimbangan yang cermat terhadap dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan operasional mereka. Ini mencakup

meminimalkan dampak negatif dan meningkatkan dampak positif.

3. Keseimbangan Antar Tiga Pilar Keberlanjutan

Organisasi berkelanjutan berusaha untuk mencapai keseimbangan yang seimbang antara kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Mereka menyadari bahwa ketiga aspek ini saling terkait dan harus dikelola secara holistik.

4. Kepemimpinan dan Inovasi

Organisasi berkelanjutan sering menjadi pionir dalam inovasi dan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial. Mereka memimpin dengan contoh, mendorong perubahan positif dalam industri mereka dan melampaui batas kewajiban peraturan.

5. Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Organisasi berkelanjutan mengutamakan keterlibatan pemangku kepentingan (*stakeholder engagement*) dalam pengambilan keputusan. Mereka mengakui pentingnya mendengarkan dan memahami kebutuhan dan harapan berbagai pihak yang terpengaruh oleh operasi mereka.

5.3 Prinsip Organisasi Berkelanjutan

1. Penggunaan Sumber Daya Secara Bijaksana

Prinsip penggunaan sumber daya secara bijaksana dalam organisasi berkelanjutan mencakup pendekatan yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam, energi, dan material. Ini melibatkan:

- a. Efisiensi Energi: Mengadopsi teknologi dan praktik operasional yang mengurangi konsumsi energi, seperti penggunaan peralatan hemat energi, peningkatan efisiensi proses, dan pemilihan sumber energi terbarukan.
- b. Konservasi Sumber Daya Alam: Mengurangi pemakaian sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, seperti air, kayu, dan mineral, melalui penggunaan alternatif yang lebih ramah lingkungan dan praktik konservasi.

- c. Daur Ulang dan Penggunaan Kembali: Meminimalkan limbah dengan mendorong daur ulang material, mengimplementasikan praktik penggunaan kembali, dan memprioritaskan penggunaan bahan ramah lingkungan dan mudah didaur ulang.
2. Reduksi Emisi dan Limbah

Prinsip reduksi emisi dan limbah bertujuan untuk mengurangi dampak negatif organisasi terhadap lingkungan dengan membatasi emisi gas rumah kaca, polutan udara, dan limbah padat serta cair. Langkah-langkah yang terkait antara lain:

 - a. Pengendalian Emisi Gas Rumah Kaca: Mengurangi emisi gas rumah kaca seperti karbon dioksida (CO_2), metana (CH_4), dan nitrogen oksida (NO_x) melalui peningkatan efisiensi energi, penggunaan energi terbarukan, dan investasi dalam teknologi ramah lingkungan.
 - b. Manajemen Limbah: Mengimplementasikan praktik manajemen limbah yang bertanggung jawab, termasuk pemantauan dan pengendalian pencemaran, pengolahan limbah, dan penanganan limbah berbahaya sesuai dengan regulasi dan standar lingkungan yang berlaku.
 - c. Produksi Bersih (*Clean Production*): Mendorong adopsi proses produksi yang mengurangi limbah dan polusi sejak awal, dengan mengoptimalkan penggunaan bahan baku dan energi, serta meminimalkan limbah dan polutan pada tahap produksi.
3. Pengembangan Produk dan Layanan Berkelanjutan

Prinsip pengembangan produk dan layanan berkelanjutan mengarahkan organisasi untuk memproduksi dan menyediakan produk serta layanan yang memperhitungkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat, serta memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa mengorbankan keberlanjutan lingkungan. Ini mencakup:

 - a. Desain Produk Berkelanjutan: Mengintegrasikan prinsip-prinsip desain berkelanjutan, seperti penggunaan bahan

baku ramah lingkungan, umur pakai yang panjang, dan kemudahan daur ulang, dalam pengembangan produk baru.

- b. Labeling dan Sertifikasi: Mempertimbangkan sertifikasi dan label lingkungan seperti "*Energy Star*" atau "*Organic*" untuk menunjukkan keberlanjutan produk kepada konsumen, serta menyediakan informasi transparan tentang dampak lingkungan produk.
- c. Inovasi Layanan Berkelanjutan: Mengembangkan model bisnis dan layanan yang mengurangi jejak lingkungan, seperti solusi berbasis berbagi (*sharing economy*), pelayanan servisasi, atau pemeliharaan dan perbaikan produk.

4. Keterlibatan Stakeholder

Prinsip keterlibatan stakeholder menekankan pentingnya memperhatikan dan melibatkan berbagai pihak yang terpengaruh oleh atau memengaruhi operasi organisasi, termasuk karyawan, konsumen, komunitas lokal, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah. Hal ini mencakup:

- a. Dialog dan Konsultasi: Mendengarkan kebutuhan, kekhawatiran, dan harapan stakeholder melalui dialog terbuka, konsultasi, dan pertemuan rutin, serta memperhatikan masukan mereka dalam pengambilan keputusan.
- b. Kemitraan dan Kolaborasi: Membangun kemitraan strategis dengan stakeholder untuk menciptakan nilai bersama, memecahkan masalah bersama, dan menghasilkan solusi inovatif yang menguntungkan semua pihak terlibat.
- c. Transparansi dan Akuntabilitas: Memastikan transparansi dalam pelaporan kinerja sosial dan lingkungan, serta bertanggung jawab atas dampak organisasi terhadap stakeholder dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat.

5.4 Manfaat Organisasi Berkelanjutan

1. Manfaat Lingkungan

Organisasi berkelanjutan memberikan sejumlah manfaat lingkungan yang signifikan, yang mencakup:

- a. Pengurangan Emisi dan Polusi: Dengan mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan, organisasi berkelanjutan dapat mengurangi emisi gas rumah kaca, limbah toksik, dan polutan lainnya ke udara, air, dan tanah.
- b. Konservasi Sumber Daya Alam: Organisasi berkelanjutan berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam dengan meminimalkan pemakaian bahan baku, air, dan energi, serta mendorong praktik konservasi dan daur ulang.
- c. Pemulihan dan Konservasi Habitat: Beberapa organisasi berkelanjutan terlibat dalam program pemulihan dan konservasi habitat alam, termasuk hutan, lahan basah, dan terumbu karang, untuk mempertahankan keanekaragaman hayati dan ekosistem.
- d. Penggunaan Energi Terbarukan: Memanfaatkan sumber energi terbarukan seperti matahari, angin, dan air untuk meminimalkan ketergantungan pada bahan bakar fosil dan mengurangi jejak karbon organisasi.

2. Manfaat Sosial

Organisasi berkelanjutan juga memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat dan komunitas, termasuk:

- a. Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat: Melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), organisasi berkelanjutan dapat memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat, termasuk melalui pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur.
- b. Penciptaan Lapangan Kerja: Organisasi berkelanjutan sering kali menciptakan peluang kerja lokal, baik melalui ekspansi bisnis maupun melalui investasi dalam program pengembangan keterampilan dan pelatihan.

- c. **Pemberdayaan Komunitas:** Dengan melibatkan komunitas lokal dalam proses pengambilan keputusan dan pembangunan proyek, organisasi berkelanjutan dapat meningkatkan kemandirian dan pemberdayaan masyarakat setempat.
- d. **Peningkatan Akses Kesehatan dan Pendidikan:** Melalui investasi dalam program kesehatan masyarakat dan pendidikan, organisasi berkelanjutan dapat membantu meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan dan pendidikan yang berkualitas.

3. Manfaat Ekonomi

Manfaat ekonomi dari organisasi berkelanjutan meliputi:

- a. **Efisiensi Operasional:** Praktik berkelanjutan sering kali mengarah pada peningkatan efisiensi operasional dan pengurangan biaya jangka panjang, termasuk melalui penggunaan energi yang lebih efisien, pengurangan limbah, dan pengoptimalan rantai pasok.
- b. **Diferensiasi Produk dan Merek:** Organisasi berkelanjutan dapat mencapai diferensiasi pasar dengan menawarkan produk dan layanan yang ramah lingkungan atau dengan reputasi positif dalam tanggung jawab sosial perusahaan.
- c. **Akses ke Modal dan Pasar:** Organisasi berkelanjutan sering kali lebih mudah mendapatkan akses ke modal dari investor yang peduli lingkungan atau sosial, serta mendapat dukungan dari konsumen yang semakin menyadari dampak lingkungan dan sosial dari pembelian mereka.
- d. **Manfaat Jangka Panjang:** Dengan mengadopsi strategi berkelanjutan, organisasi dapat menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan, dengan membangun hubungan yang kuat dengan komunitas, mengurangi risiko reputasi, dan memperkuat daya saing mereka di pasar global.

5.5 Strategi untuk Mencapai Keberlanjutan

1. Penilaian Dampak Lingkungan

Penilaian dampak lingkungan adalah proses evaluasi terhadap dampak yang dihasilkan oleh aktivitas organisasi terhadap lingkungan, termasuk penggunaan sumber daya alam, emisi polutan, dan pengelolaan limbah. Beberapa teknik yang digunakan dalam penilaian dampak lingkungan termasuk:

- a. Analisis Siklus Hidup (*Life Cycle Assessment*, LCA): LCA digunakan untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari suatu produk atau layanan dari tahap awal produksi hingga pemakaian dan pembuangan akhir. Ini membantu organisasi untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat mengurangi dampak lingkungan.
- b. Analisis Risiko Lingkungan: Proses ini melibatkan identifikasi dan evaluasi risiko potensial bagi lingkungan yang dihasilkan oleh kegiatan organisasi, seperti polusi udara atau tumpahan limbah. Ini membantu organisasi untuk mengembangkan strategi mitigasi dan manajemen risiko.
- c. Pemantauan dan Pelaporan Lingkungan: Organisasi dapat menerapkan sistem pemantauan lingkungan yang terus-menerus untuk memantau kinerja lingkungan mereka dan melacak kemajuan terhadap target berkelanjutan. Pelaporan lingkungan yang transparan memungkinkan organisasi untuk mempertanggungjawabkan tindakan mereka kepada pemangku kepentingan.

2. Inovasi Produk dan Proses

Inovasi produk dan proses melibatkan pengembangan produk dan teknologi baru serta peningkatan proses produksi yang bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan keberlanjutan. Beberapa strategi inovasi yang umum dilakukan oleh organisasi berkelanjutan termasuk:

- a. Desain Produk Berkelanjutan: Mengintegrasikan prinsip-prinsip desain berkelanjutan, seperti penggunaan bahan baku ramah lingkungan, umur pakai yang panjang, dan kemudahan daur ulang, dalam pengembangan produk baru.
- b. Penerapan Teknologi Hijau: Menerapkan teknologi yang lebih ramah lingkungan dalam proses produksi, seperti teknologi penghemat energi, penggunaan bahan baku daur ulang, dan pengolahan limbah yang efisien.
- c. Optimisasi Proses Produksi: Meningkatkan efisiensi operasional dengan mengurangi pemborosan, meminimalkan penggunaan sumber daya, dan memperbaiki manajemen rantai pasok untuk mengurangi dampak lingkungan.

3. Pengelolaan Rantai Pasok Berkelanjutan

Pengelolaan rantai pasok berkelanjutan melibatkan memastikan bahwa seluruh rantai pasok organisasi beroperasi dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Strategi untuk mencapai rantai pasok berkelanjutan meliputi:

- a. Pemantauan Kinerja Rantai Pasok: Memastikan pemasok dan mitra bisnis mematuhi standar etika, lingkungan, dan sosial melalui audit reguler dan pemantauan kinerja.
- b. Kolaborasi dengan Pemasok: Berkolaborasi dengan pemasok untuk meningkatkan praktik berkelanjutan dalam rantai pasok, termasuk penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan dan pemantauan emisi karbon.
- c. Pengembangan Rantai Pasok Lokal: Mendukung pengembangan rantai pasok lokal untuk mengurangi jejak karbon yang dihasilkan oleh transportasi, mempromosikan pertumbuhan ekonomi lokal, dan memperkuat hubungan dengan komunitas setempat.

4. Pendidikan dan Pelatihan Karyawan

Pendidikan dan pelatihan karyawan merupakan strategi penting dalam mencapai keberlanjutan, karena karyawan yang terampil dan terlatih dapat berkontribusi secara efektif dalam mengimplementasikan praktik berkelanjutan. Ini meliputi:

- a. Pendidikan Kesadaran Lingkungan: Melakukan pelatihan dan program pendidikan untuk meningkatkan kesadaran karyawan tentang isu-isu lingkungan dan pentingnya praktik berkelanjutan dalam aktivitas sehari-hari.
- b. Pengembangan Keterampilan Berkelanjutan: Memberikan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam menerapkan praktik berkelanjutan dalam pekerjaan mereka, seperti pengelolaan energi, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan manajemen limbah.
- c. Peningkatan Keterlibatan Karyawan: Mendorong partisipasi aktif karyawan dalam program keberlanjutan organisasi, termasuk melalui penghargaan dan insentif untuk karyawan yang berkontribusi pada upaya berkelanjutan.

5.6 Studi Kasus Organisasi Berkelanjutan

1. Unilever: Perusahaan yang Mengimplementasi Program Berkelanjutan

Unilever adalah perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produk konsumen, seperti makanan, minuman, dan barang konsumen lainnya. Beberapa langkah yang diambil oleh Unilever untuk mengimplementasikan program berkelanjutan termasuk'

- a. Sumber Daya Bahan Baku yang Berkelanjutan: Unilever telah mengambil komitmen untuk memperoleh bahan baku dari sumber yang berkelanjutan. Mereka bekerja sama dengan petani dan pemasok untuk memastikan praktik pertanian yang ramah lingkungan dan sosial.

- b. Pengurangan Jejak Karbon: Unilever berkomitmen untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dalam operasinya. Mereka telah mengadopsi energi terbarukan dan meningkatkan efisiensi energi dalam rantai pasok mereka.
- c. Inovasi Produk Berkelanjutan: Unilever terus mengembangkan produk-produk yang ramah lingkungan, seperti produk pembersih yang lebih efisien dan produk makanan dengan jejak karbon yang lebih rendah.
- d. Pendidikan Konsumen: Unilever melakukan kampanye pendidikan kepada konsumen tentang pentingnya memilih produk berkelanjutan dan memberikan informasi tentang praktik berkelanjutan yang mereka terapkan.



Gambar 5.1. Logo Unilever dalam Green Campaign
 (sumber: <https://www.strategyzer.com/library/how-unilever-aligns-its-portfolio-actions-with-its-long-term-vision-for-the-future>)

- 2. Tesla Inc: Organisasi yang Menekankan pada Energi Terbarukan.
 Tesla, Inc. adalah perusahaan mobil listrik dan penyimpanan energi yang dikenal karena penekanannya

pada energi terbarukan. Beberapa langkah yang diambil oleh Tesla untuk menekankan pada energi terbarukan termasuk:

- a. Mobil Listrik Berkinerja Tinggi: Tesla memproduksi mobil listrik berkinerja tinggi dengan nol emisi, yang membantu mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil dan mengurangi polusi udara.
- b. Pengembangan Baterai Penyimpanan Energi: Tesla mengembangkan teknologi baterai penyimpanan energi yang memungkinkan penyimpanan energi terbarukan, seperti dari panel surya atau turbin angin, untuk digunakan saat dibutuhkan.
- c. Penggunaan Energi Terbarukan dalam Operasi: Tesla berkomitmen untuk menggunakan energi terbarukan dalam operasinya sendiri, termasuk melalui penggunaan panel surya dan program peningkatan efisiensi energi.
- d. Jaringan Pengisian Kendaraan Elektrik: Tesla membangun jaringan pengisian kendaraan elektrik yang luas, memfasilitasi penggunaan mobil listrik dengan memperluas infrastruktur pengisian di seluruh dunia.



Gambar 5.2. Mobil Model S Tesla dengan Zero-Emission
(sumber: <https://www.energy.gov/lpo/tesla>)

3. Inisiatif Pemerintah dalam Mendorong Keberlanjutan: Program Rencana Aksi Iklim Uni Eropa

Uni Eropa telah mengadopsi serangkaian inisiatif untuk mendorong keberlanjutan dan mengurangi emisi gas rumah kaca di seluruh wilayahnya melalui Program Rencana Aksi Iklim. Beberapa langkah yang diambil oleh Uni Eropa dalam inisiatif ini termasuk:

- a. Target Emisi Karbon: Uni Eropa telah menetapkan target untuk mengurangi emisi gas rumah kaca secara signifikan pada tahun-tahun mendatang, dengan target mencapai emisi netral karbon pada tahun 2050.
- b. Energi Terbarukan dan Efisiensi Energi: Uni Eropa mendorong penggunaan energi terbarukan dan peningkatan efisiensi energi melalui berbagai insentif fiskal, subsidi, dan kebijakan pengembangan infrastruktur.
- c. Regulasi Lingkungan: Uni Eropa telah mengeluarkan sejumlah regulasi lingkungan yang mengatur penggunaan sumber daya alam, pengelolaan limbah, emisi polutan, dan perlindungan habitat alam untuk memastikan keberlanjutan lingkungan.
- d. Program Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat: Uni Eropa mendukung program pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan dan pentingnya tindakan untuk mengatasi perubahan iklim, termasuk melalui kampanye media dan program pendidikan di sekolah.



Gambar 5.3. Bendera Uni Eropa

(sumber:<https://mediaindonesia.com/internasional/616015/uni-eropa-akan-bantu-indonesia-atasi-perubahan-iklim>)

5.7 Tantangan dan Hambatan

1. Biaya Implementasi

Tantangan biaya implementasi merupakan salah satu hambatan utama dalam menerapkan praktik keberlanjutan di dalam organisasi. Beberapa aspek yang menjadi penyebabnya termasuk:

- a. **Investasi Awal yang Besar:** Penerapan teknologi hijau atau infrastruktur berkelanjutan sering kali memerlukan investasi awal yang besar. Misalnya, investasi dalam panel surya, peralatan hemat energi, atau sistem daur ulang bisa mengharuskan organisasi untuk mengalokasikan sumber daya yang signifikan.
- b. **Biaya Operasional Lebih Tinggi:** Meskipun pada akhirnya praktik berkelanjutan dapat menghemat biaya jangka panjang, biaya operasional awal untuk mengadopsi teknologi baru atau memperbaiki proses bisa lebih tinggi. Misalnya, penggunaan bahan baku ramah lingkungan atau penggunaan energi terbarukan mungkin lebih mahal daripada metode konvensional.
- c. **Ketergantungan pada Sistem Energi Konvensional:** Ketergantungan yang telah mapan pada energi fosil dan

sistem produksi konvensional dapat membuat transisi ke solusi berkelanjutan menjadi sulit dan mahal.

- d. Perubahan dalam Rantai Pasok: Menerapkan praktik berkelanjutan mungkin mengharuskan organisasi untuk melakukan perubahan dalam rantai pasok mereka, termasuk mencari pemasok yang memenuhi standar berkelanjutan. Perubahan semacam ini seringkali membutuhkan penyesuaian biaya dan waktu.

2. Perubahan Budaya Organisasi

Perubahan budaya organisasi merupakan tantangan lain dalam mencapai keberlanjutan, karena memerlukan transformasi sikap, nilai, dan perilaku yang melekat dalam organisasi. Beberapa hambatan yang mungkin dihadapi termasuk:

- a. Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman: Kurangnya pemahaman tentang keberlanjutan dan pentingnya perubahan budaya dapat menyebabkan resistensi terhadap adopsi praktik berkelanjutan.
- b. Perlawanan terhadap Perubahan: Budaya organisasi yang mapan dan perlawanan terhadap perubahan dapat menghambat upaya untuk memperkenalkan praktik baru yang berkelanjutan.
- c. Ketidaksesuaian dengan Norma Organisasi yang Ada: Ketika praktik berkelanjutan bertentangan dengan norma dan nilai yang ada dalam budaya organisasi, ini dapat menghambat penerimaan dan implementasi praktik baru.
- d. Kekurangan Dukungan dari Pimpinan: Kurangnya dukungan dari pimpinan dan manajemen senior dalam mempromosikan budaya berkelanjutan dapat menghalangi upaya untuk mengubah budaya organisasi.

3. Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan sumber daya, baik dalam hal keuangan, manusia, maupun teknologi, juga merupakan tantangan

dalam mewujudkan keberlanjutan di dalam organisasi. Beberapa masalah yang muncul antara lain:

- a. Keterbatasan Keuangan: Organisasi mungkin memiliki keterbatasan anggaran yang menghambat kemampuan mereka untuk melakukan investasi dalam teknologi hijau atau program berkelanjutan lainnya.
- b. Kurangnya Tenaga Kerja Terlatih: Implementasi praktik berkelanjutan seringkali membutuhkan keahlian khusus yang tidak dimiliki oleh staf yang ada. Kurangnya tenaga kerja terlatih dapat menjadi hambatan dalam memperkenalkan perubahan berkelanjutan.
- c. Keterbatasan Teknologi: Teknologi hijau mungkin belum matang atau terjangkau, terutama bagi organisasi yang beroperasi di negara berkembang atau sektor industri tertentu.
- d. Perubahan Regulasi dan Kebijakan: Keterbatasan sumber daya juga dapat timbul dari perubahan dalam regulasi dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi operasi dan strategi bisnis organisasi.

5.8 Peran Individu dan Kolaborasi dalam Mewujudkan Keberlanjutan

Keberlanjutan tidak hanya tanggung jawab organisasi, tetapi juga bergantung pada kontribusi individu dan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai peran individu dan kolaborasi dalam mewujudkan keberlanjutan:

1. Peran Individu:
 - a. Kesadaran dan Pendidikan: Individu memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran akan isu-isu keberlanjutan dan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat. Pendidikan dan peningkatan kesadaran akan pentingnya praktik berkelanjutan dapat mendorong individu untuk mengambil tindakan yang lebih berkelanjutan.

- b. **Perubahan Gaya Hidup:** Individu dapat mengadopsi gaya hidup yang lebih berkelanjutan dengan mempertimbangkan konsumsi energi, penggunaan transportasi, pola makan, dan keputusan pembelian. Tindakan seperti mengurangi konsumsi air dan listrik, menggunakan transportasi publik atau bersepeda, serta memilih produk yang ramah lingkungan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberlanjutan.
- c. **Pemimpin Opini:** Individu yang memiliki pengaruh dan otoritas dalam masyarakat, seperti tokoh masyarakat, selebriti, dan pemimpin bisnis, dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku dan keputusan orang lain terkait keberlanjutan. Mereka dapat menggunakan platform mereka untuk mempromosikan praktik berkelanjutan dan menginspirasi tindakan positif.
- d. **Partisipasi dalam Inisiatif Berkelanjutan:** Individu dapat berpartisipasi dalam inisiatif dan program berkelanjutan, baik sebagai sukarelawan, anggota organisasi nirlaba, atau peserta dalam acara dan kampanye lingkungan. Dengan bergabung dalam kegiatan ini, individu dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung keberlanjutan.

2. Kolaborasi:

- a. **Kemitraan Antar-Industri:** Kolaborasi antara perusahaan, pemerintah, organisasi nirlaba, dan akademisi dapat mempercepat kemajuan dalam mencapai tujuan keberlanjutan. Kemitraan ini memungkinkan berbagi sumber daya, pengetahuan, dan keahlian untuk mengatasi tantangan lingkungan dan sosial yang kompleks.
- b. **Jaringan dan Forum Berkelanjutan:** Jaringan dan forum berkelanjutan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, memungkinkan pertukaran ide, praktik terbaik, dan pembelajaran antar pemangku

kepentingan. Kolaborasi dalam konteks ini dapat membantu memperluas pengaruh dan dampak upaya keberlanjutan.

- c. Inisiatif Investasi Berkelanjutan: Investasi dan dana bersama untuk proyek-proyek berkelanjutan, seperti energi terbarukan, pengelolaan limbah, dan konservasi lingkungan, memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien dan mencapai skala yang lebih besar dalam upaya keberlanjutan.
- d. Advokasi dan Peningkatan Kebijakan: Kolaborasi antara organisasi, kelompok advokasi, dan pemerintah dapat memperkuat suara bersama dalam memperjuangkan kebijakan dan regulasi yang mendukung keberlanjutan. Bersatu dalam advokasi, mereka dapat menciptakan tekanan politik yang lebih besar untuk perubahan yang positif.

****"What we are doing to the forests of the world is a mirror reflection of what we are doing to ourselves and to one another." - Mahatma Gandhi****

DAFTAR PUSTAKA

- Benn, S., & Dunne, D. (2011). The Role of Learning and Knowledge in the Climate Change Debate: A Synthesis of Literature. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 3(4), 392–411.
- Charter, M., & Hart, S. W. (2019). *Green Marketing*. Routledge.
- Curran, M. A., et al. (2013). *Environmental Life Cycle Assessment*. McGraw-Hill Education.
- European Commission. (n.d.). Climate Action. Diakses dari https://ec.europa.eu/clima/policies_en
- Marrewijk, M. van. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 95–105.
- Schaltegger, S., et al. (2003). *Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting*. Springer.
- Tesla, Inc. (n.d.). Tesla's Mission. Diakses dari <https://www.tesla.com/about>
- UNEP. (2001). *Integrated Environmental Management: The Report of the Task Force on Integrated Environmental Management*. United Nations Environment Programme.
- Unilever. (n.d.). Sustainable Living. Diakses dari <https://www.unilever.com/sustainable-living/>
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (n.d.). *Vision 2050: The New Agenda for Business*. Diakses dari <https://www.wbcsd.org/Vision2050.aspx>

BAB 6

PERILAKU BERKELANJUTAN (GREEN BEHAVIOR)

Oleh Humairoh

6.1 Pendahuluan

Konsep perilaku hijau semakin populer di era kesadaran lingkungan saat ini. Istilah ini mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh individu dan masyarakat untuk menjaga alam dan mengurangi dampak negatif yang ditimbulkannya terhadap lingkungan. Di seluruh dunia, kemajuan teknologi menghasilkan transformasi sosial, ekonomi, dan industri yang berkembang pesat. Dalam hal pemanfaatan sumber daya energi alam, kemajuan teknologi ini menyebabkan munculnya sejumlah masalah di seluruh dunia (Litvinenko *et al.*, 2022). Salah satu masalah lingkungan yang muncul di abad ke-21 adalah kerusakan lingkungan yang berasal dari berbagai sumber, termasuk perilaku manusia. Beberapa isu lingkungan yang relevan meliputi:

1. Polusi udara
Disebabkan oleh kendaraan bermotor yang berlebihan dan asap dari pabrik yang tidak diolah sebelum dibuang.
2. Pencemaran air
Disebabkan oleh kebiasaan sembarangan membuang sampah dan limbah ke sungai.
3. Pemanasan global
Terjadi diakibatkan oleh penggunaan AC berlebihan, pemanfaatan minyak bumi tanpa batas, dan batu bara sebagai penggerak utama pembangun.
4. Bencana banjir
Terjadi diakibatkan oleh penumpukan sampah, deforestasi hutan, dan pengalihan fungsi lahan.

Sangat penting untuk membangun kembali hubungan antara manusia dan alam dalam jejaring kehidupan sosial agar perilaku manusia berubah dari perusak menjadi pelestari alam. Saat ini, menjadi strategis untuk menggabungkan kelestarian lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan dan kelestarian lingkungan sangat berhubungan satu sama lain. Melindungi lingkungan dan keanekaragaman hayati, bersama dengan keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan, dianggap sebagai komponen penting dari pembangunan sosio-ekonomi (Ziaul and Shuwei, 2023).

Masyarakat harus peduli dengan lingkungan untuk membuat lingkungan sehat. Keterampilan ekologis, juga dikenal sebagai literasi ekologi, dapat membantu meningkatkan kesadaran dan kebiasaan untuk melakukan tindakan yang ramah lingkungan. Tekanan pelanggan untuk memenuhi persyaratan lingkungan dapat mendorong bisnis untuk melakukan inisiatif lingkungan, meningkatkan daya saing mereka di pasar internasional. Namun, di negara-negara berkembang, kepatuhan lingkungan dapat menjadi tantangan (Onjewu *et al.*, 2023). Simbiosis industri dapat mempercepat pergeseran ke arah ekonomi sirkuler dan mendorong penggunaan sumber daya yang lebih efektif dan berkelanjutan (Babkin *et al.*, 2023).

Mengatasi degradasi lingkungan harus menjadi gerakan masyarakat yang nyata, bukan hanya "wacana". Untuk menjadi pionir dalam mengatasi krisis lingkungan hidup, para ahli dari bidang sosial, ekonomi, bisnis, politik, dan budaya harus bersatu. Istilah "eco" dan "hijau", yang sering digunakan di masyarakat, muncul sebagai gaya hidup baru sebagai bagian dari gerakan moral untuk pelestarian lingkungan.

Semakin banyak orang di seluruh dunia menggunakan istilah "eco" atau "hijau". Ini dapat dikaitkan dengan gagasan Arne Naess, seorang filsuf dari Norwegia, pada tahun 1973, tentang cara hidup ekologi mendalam. Untuk mengatasi masalah lingkungan hidup, etika dalam ekologi mendalam ini harus berfokus pada makhluk hidup secara keseluruhan daripada pada manusia (Vikrant, 2019). (Hendro and Bowo Pranogyo, 2023) mengekspresikan dalam

perilaku hijau juga penting dalam penggunaan kekuatan normatif dan memetik selain kekuatan paksa untuk mendorong orang untuk berpartisipasi dalam inisiatif lingkungan. Selain kekuatan paksa, kekuatan normatif dan memetik juga dapat dengan efektif memengaruhi perilaku individu yang berkaitan dengan lingkungan. (Lam *et al.*, 2019).

6.2 Pengertian Perilaku Hijau

(Tapia-Fonllem *et al.*, 2013) mengatakan bahwa perilaku berkelanjutan, atau perilaku hijau, adalah perilaku yang ditanamkan lebih dahulu atau diantisipasi, yang berorientasi pada masa depan karena mempertimbangkan kebutuhan generasi mendatang sambil memenuhi kebutuhan masa kini. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa dalam pembangunan berkelanjutan, perlindungan sumber daya alam dan kelangsungan sumber daya manusia sama pentingnya dengan perlindungan ekosistem.

Menurut pendapat (Tapia-Fonllem *et al.*, 2013) ada empat jenis perilaku berkelanjutan: *pro-ecological*, *frugal*, *altruistic* dan *equitable actions behavior*.

6.2.1 Pro-ecological behavior

Perilaku pro-ekologis adalah tindakan bermanfaat dan efektif yang dapat melindungi sumberdaya alam. Peneliti psiko-lingkungan telah mempelajari berbagai perilaku pro-ekologis, termasuk daur ulang, pembuatan kompos, pengendalian sampah padat, konservasi air, perilaku hemat energi, membaca topik lingkungan, persuasi pro-ekologis kepada orang lain, lobi pro-lingkungan, pro-desain dan bangunan ekologi, dan konservasi ekosistem (Pimentel and Pimentel, 2006), antara lain. Studi mengenai tindakan-tindakan ini merupakan pendekatan klasik terhadap perilaku pro-lingkungan selama tahun-tahun pertama penelitian di bidang ini. Sejumlah instrumen telah dibuat dan divalidasi untuk menilai perilaku pro-ekologis, termasuk laporan mandiri dan pencatatan tindakan ramah lingkungan pada serangkaian perilaku, seperti skala Perilaku Lingkungan Umum (GEB), yang dikembangkan oleh Kaiser [17].

6.2.2 Frugal behavior

Perilaku berhemat adalah karakteristik perilaku mendasar dari gaya hidup berkelanjutan. Hal ini mengacu pada penurunan tingkat konsumsi atau perilaku keras yang dimaksudkan untuk mengurangi dampak perilaku manusia terhadap ketersediaan dan pembaruan sumber daya alam. Perilaku hemat merupakan antagonis terhadap konsumerisme, gaya hidup yang lazim di masyarakat modern, terutama di negara-negara industri (Jackson, 2008). Konsumerisme adalah salah satu penyebab penting masalah lingkungan. Tindakan hemat mencakup tindakan mengurangi konsumsi sehari-hari serta jenis barang yang dibeli, aktivitas yang dilakukan individu, dan cara limbah dibuang atau dibuang. Sejumlah peneliti (Balderjahn *et al.*, 2020)(Balderjahn and Appenfeller, 2023)(Balderjahn and Hoffmann, 2023) telah membuat dan mengatur instrumen untuk menilai perilaku hemat. Hasil penelitian mereka mengungkapkan bahwa perilaku-perilaku ini berkorelasi dengan beragam contoh gaya hidup berkelanjutan dan juga dengan sejumlah faktor penentu perilaku pro-lingkungan.

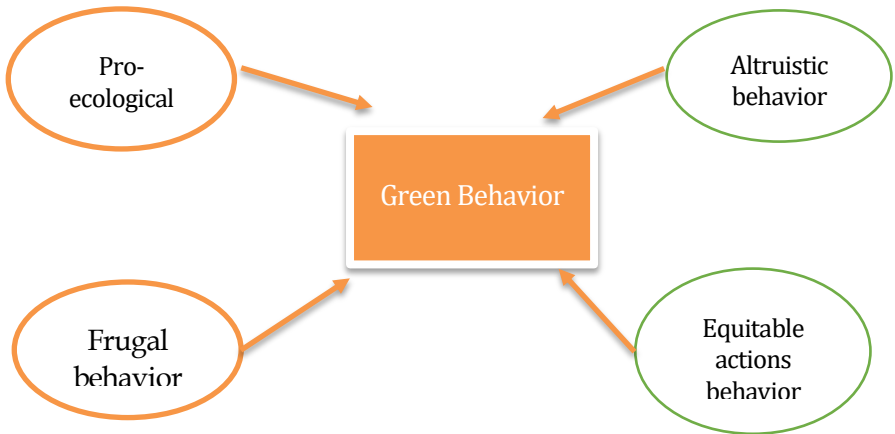
6.2.3 Altruistic behavior

Tindakan pro-lingkungan dianggap berdampak pada integritas dan kesejahteraan orang lain (Wesley Schultz, 2001). Altruisme, pada kenyataannya, telah didefinisikan sebagai keadaan motivasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain atau kecenderungan untuk memaksimalkan keuntungan orang lain dengan sedikit atau tidak ada minat terhadap keuntungan diri sendiri (Schroeder *et al.*, 1995). Altruisme juga terkait dengan pertimbangan konsekuensi masa depan dan tanggung jawab pribadi dalam Model Aktivasi Norma, salah satu pendekatan teoretis yang paling banyak digunakan dalam menjelaskan perilaku pro-lingkungan. Dalam memanfaatkan model ini, beberapa penulis telah menemukan hubungan yang signifikan antara altruisme dan perilaku berkelanjutan lainnya (Joireman *et al.*, 2001).

6.2.2 Equitable actions behavior

Definisi pembangunan berkelanjutan secara implisit mempertimbangkan gagasan intra dan antar generasi ekuitas.

Dengan membagi kepuasan kebutuhan antara generasi sekarang dan masa depan, pembangunan berkelanjutan mengupayakan keseimbangan antara manfaat yang diperoleh masyarakat yang hidup saat ini dan manfaat yang diperoleh kelompok manusia di masa depan (Böhme, Walsh and Wamsler, 2022). Selain itu, SD menyatakan bahwa kepuasan kebutuhan semua individu yang hidup di planet ini harus terjamin. Keadilan juga menyiratkan keseimbangan antara kesejahteraan manusia dan integritas ekosistem, sehingga memungkinkan akses sumber daya bagi masyarakat dan pelestarian lingkungan fisik. (Corral-Verdugo *et al.*, 2008) menghasilkan ukuran psikologis perilaku adil, yang telah digunakan dalam studi SB. Instrumen ini mencakup penilaian kesetaraan sosial, ras, ekonomi, usia, dan gender. Studi mereka menunjukkan hubungan yang signifikan antara tindakan adil dan gaya hidup berkelanjutan lainnya.



Gambar 6.1. Ukuran Tindakan Perilaku Hijau
(sumber : (Tapia-Fonllem *et al.*, 2013))

6.3 Prinsip-Prinsip Perancangan dan Implementasi Program Efisiensi dan Perilaku Berkelanjutan

Menurut (Malone *et al.*, 2013), ada banyak pengetahuan yang bisa diperoleh mengenai modifikasi perilaku individu dan institusi. Namun, sejumlah besar penelitian menunjukkan kumpulan konsep yang dapat digunakan untuk menciptakan dan melaksanakan proyek efisiensi energi berkelanjutan.

Untuk mendukung tujuan efisiensi dan keberlanjutan energi tertentu, prinsip-prinsip ini merupakan bukti mendasar yang digunakan dalam menentukan teknik penerapannya. Namun, hal tersebut belum tentu menunjukkan perubahan. Berikut ini adalah garis besar prinsip-prinsip tersebut:

6.3.1 *The Social Network and Communications Principle*

Institusi dan komunitas mengalami transformasi sebagai hasil pengamatan atau penerimaan informasi dari pihak lain (termasuk individu, kelompok, institusi, perusahaan, dll) yang menunjukkan perilaku berbeda.

Deskripsi: Dalam dimensi kelembagaan, prinsip ini menangkap pengamatan bahwa orang-orang menyelaraskan nilai-nilai, keyakinan, dan tindakan mereka dengan nilai-nilai, keyakinan, dan tindakan orang lain. Kita adalah makhluk sosial yang berperilaku dengan cara yang sangat, terkadang tanpa disadari, dipengaruhi oleh ekspektasi dan tindakan orang lain. Ketika kondisi berubah, kita memperhatikan apa yang dilakukan orang lain dan sering kali kita terdorong untuk melakukan tindakan serupa.

Saran Praktis untuk Desain dan Implementasi Program: Singkatnya, pastikan staf melihat atau mendengar tentang orang lain yang telah mengubah pengaturan atau pola perilaku kantor mereka. Implikasi dari prinsip ini terhadap program keberlanjutan adalah bahwa program akan jauh lebih efektif jika program tersebut menunjukkan kepada seluruh lembaga bahwa lembaga dan masyarakat lain telah mengadopsi perilaku yang relevan dengan keberlanjutan. Cara yang berhasil: melibatkan staf dalam diskusi mengenai usulan perubahan, memastikan bahwa manajer dan pemimpin mencontohkan perilaku yang diinginkan (lihat Prinsip Kepemimpinan) dan terus menyampaikan cerita tentang keberhasilan orang lain.

6.3.2 The Multiple Motivations Principle

Institusi dan masyarakat sering kali mengubah praktik mereka karena berbagai faktor.

Deskripsi: Sasaran keberlanjutan mungkin tidak mendapat banyak perhatian dalam suatu organisasi. Hal ini mungkin

dipandang sebagai mandat lain yang tidak didanai atau “tugas lain yang diberikan” – kecuali ada manfaat lain yang bisa diperoleh seiring dengan pencapaian tujuan keberlanjutan. Salah satu manfaat bagi kelompok dan individu mungkin adalah bahwa tujuan keberlanjutan merupakan perluasan atau selaras dengan upaya yang telah mereka lakukan, seperti membeli kopi fair trade serta komputer dan peralatan Energy Star, mencari sertifikasi LEED untuk gedung baru mereka, atau mengendarai sepeda ke tempat kerja. Himbuan lain yang, sendiri atau bersama-sama, terbukti memotivasi masyarakat mencakup keinginan untuk “melakukan hal yang benar”, meningkatkan kenyamanan, menjadi sehat, memberikan contoh yang baik kepada anak-anak, menjadi keren/trendi, membantu negara berinovasi, bekerja bersama-sama dalam sebuah proyek, bahkan menghemat uang. Namun, masyarakat pada umumnya tidak membeli kompor yang efisien, mobil hibrida, atau makanan rendah karbon karena harganya yang murah. Orang memilih produk tersebut karena keren, sesuai dengan gaya hidup, memiliki fitur yang menarik – dan karena teman atau kenalan memiliki produk tersebut (alasan utama banyak pembelian – lihat Prinsip Jaringan Sosial dan Komunikasi).

Saran Praktis untuk Desain dan Implementasi Program: Pada intinya, prinsip ini menyarankan untuk membuat seruan-seruan yang berbeda dan digabungkan. Tanyakan kepada masyarakat – staf di semua tingkatan – mengapa mereka mungkin terlibat dalam kegiatan keberlanjutan. Ketika mereka mengidentifikasi manfaat lain, baik berupa sinergi atau timbal balik, gabungkan manfaat tersebut ke dalam perancangan dan komunikasi program. Rancang daya tarik yang berhubungan dengan misi lembaga, kenyamanan tempat kerja, kemudahan, fitur-fitur khusus (seperti informasi tipe dasbor) di luar efisiensi energi, program olahraga, tren, memberikan contoh yang baik, atau sekadar “melakukan hal yang benar.” Gunakan berbagai motivasi, sebaiknya dalam kombinasi.

6.3.3 *The Leadership Principle*

Institusi dan masyarakat mengalami transformasi seiring dengan berkembangnya peraturan di tempat kerja dan para

pemimpin memperlihatkan dedikasi mereka dengan mengkomunikasikan secara efektif dan dukungan manajerial.

Deskripsi: Kepemimpinan aktif, baik dari manajer maupun anggota staf lainnya, memberikan sinyal kepada kelompok tempat kerja bahwa keberlanjutan adalah sesuatu yang perlu mereka perhatikan, daripada mengabaikan apa yang dapat dilihat sebagai pengalihan dari pekerjaan “nyata” lembaga tersebut. Selain sekedar “menyetujui” upaya tersebut, individu tingkat tinggi dan terhormat juga harus memperjuangkan keberlanjutan. Keterlibatan pejabat tinggi menunjukkan pentingnya upaya ini, serta komitmen top-down. Jika komitmen tertulis atau publik diminta, para pemimpin harus menjadi pihak pertama yang membuat komitmen tersebut (lihat Prinsip Komitmen).

Saran Praktis untuk Rancangan dan Implementasi Program: Singkatnya, tampillah nyata dan tunjukkan komitmen. Hadir dan tindak lanjuti untuk menunjukkan bahwa lembaga dan tempat kerja Anda serius terhadap keberlanjutan. Pengawas di setiap tingkat perlu dilibatkan dan diberikan motivasi dan alat (bantuan teknis, pendanaan, waktu analisis) untuk mengatasi masalah yang teridentifikasi; ini adalah investasi kelembagaan yang penting.

6.3.4 The Commitment Principle

Institusi dan masyarakat mengalami transformasi ketika mereka secara aktif menerima perubahan, khususnya ketika komitmen tersebut berkaitan dengan keadaan yang akan datang.

Deskripsi: Orang yang membuat komitmen untuk melakukan sesuatu cenderung memiliki tingkat tindak lanjut dan kesuksesan yang lebih tinggi dibandingkan orang yang tidak berkomitmen, terlepas dari sikap positif mereka. Temuan ini tersebar luas di seluruh penelitian ilmu sosial. Sejumlah penelitian telah menunjukkan prinsip perilaku berkelanjutan ini. Tanpa komitmen awal, orang cenderung menunda-nunda.

Saran Praktis untuk Desain dan Implementasi Program: Mintalah komitmen khusus. Misalnya, pada rapat staf di mana tujuan dan kegiatan keberlanjutan dibahas, bagikan kartu dengan kata-kata yang sesuai dengan budaya tempat kerja dan

undang anggota staf untuk mendefinisikan perubahan perilaku atau tujuan mereka sendiri. Contoh kata-kata untuk tempat kerja yang menghargai kerja sama tim dan hubungan dengan rekan kerja yang kuat dapat berupa, “Bersama rekan kerja saya, saya akan menerapkan praktik berikut:” diikuti dengan beberapa baris kosong. Potensi tujuan bersama harus didiskusikan dalam pertemuan. Anggota staf baru dapat diminta untuk menandatangani pernyataan bahwa dia akan bergabung dalam upaya kantor untuk menjadi lebih berkelanjutan (bersama dengan tujuan spesifik yang berlaku).

6.3.5 *The Information and Feedback Principle*

Institusi dan masyarakat mengalami transformasi ketika mereka diberikan informasi dan mendapatkan umpan balik yang membangun.

Deskripsi: Perbandingan dan bahkan persaingan dapat menjadi motivator yang kuat, seperti yang ditunjukkan dalam beberapa program terkini yang memberikan umpan balik secara real-time (di internet) atau perbandingan tagihan listrik. Program-program ini menurunkan penggunaan energi. “Informasi yang dapat ditindaklanjuti” berarti kebalikan dari daftar tindakan umum yang biasa; sebaliknya, item-item tersebut harus dapat diterapkan di tempat kerja sebenarnya dimana item-item tersebut disarankan. Artinya, masyarakat harus mampu melihat diri mereka sendiri mengambil tindakan tersebut; jika tidak, akibatnya adalah keputusan, dan kemungkinan terburuknya adalah tidak mengikuti keseluruhan program.

Saran Praktis untuk Desain dan Implementasi Program: Sediakan alat dan sumber daya yang disesuaikan dengan situasi tempat kerja tertentu. Penggunaan dan penghematan energi harus terlihat jelas, sehingga memberikan tujuan dan motif yang sebelumnya tidak ada. Menghitung jejak karbon fasilitas, kelompok, atau individu dapat dilakukan dengan cara yang menarik, memberdayakan (lihat Prinsip Pemberdayaan Sosial), dan efektif. Informasi lain yang dapat ditindaklanjuti harus mencakup hanya aktivitas-aktivitas yang dapat diterapkan dalam situasi tertentu di tempat kerja

6.3.6 The Infrastructure Principle

Institusi dan masyarakat mengalami transformasi akibat perubahan infrastruktur yang memfasilitasi penerapan perilaku baru, baik dengan membuatnya lebih nyaman atau dengan menciptakan harapan untuk penerapannya.

Deskripsi: Bagaimana ruang bangunan dikonfigurasi dan bagaimana pilihan disajikan membuat perbedaan besar dalam perilaku masyarakat – dan oleh karena itu menyelaraskan perilaku tersebut dengan teknologi dan kebijakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan keberlanjutan lembaga. Contoh: Dengan menghadirkan pilihan vegetarian yang lebih ramah lingkungan sebagai yang pertama dan bukan yang kedua pada jamuan pertemuan/konferensi. etika sebuah perusahaan memberikan manfaat untuk angkutan umum tetapi tidak untuk parkir, maka lebih banyak orang yang menggunakan angkutan umum. “Kerusakan” lingkungan fisik juga dapat mendorong atau menghambat perilaku penghematan energi. Karakteristik lingkungan yang dibangun (misalnya apakah suatu kota dapat dilalui dengan berjalan kaki) dan teknologi (misalnya apakah termostat yang dapat diprogram intuitif untuk digunakan) dapat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku. Di dalam ruangan, pengelola gedung yang menerapkan proses “kenyamanan adaptif” (misalnya, memperluas kisaran penerimaan suhu yang dirancang dan memberikan kelonggaran bagi penghuni untuk beradaptasi) melihat permintaan energi yang lebih rendah, kepuasan staf yang lebih tinggi, dan pengoperasian yang lebih mudah. Untuk pilihan peralatan baru, ketika pemerintah Denmark membujuk produsen jendela untuk menampilkan jendela berbiaya rendah terlebih dahulu dalam materi pemasaran mereka, penjualan jendela berbiaya rendah melonjak.

Saran Praktis untuk Rancangan dan Implementasi Program: Ubah standar (suhu dalam ruangan, pengaturan printer, kemudahan berjalan di aula dan tangga, ketentuan parkir, dll.) dan tawarkan motivasi serta insentif untuk menggunakan infrastruktur secara berbeda (misalnya, status/manfaat khusus untuk mobil van pengguna kolam renang dan angkutan umum). Periksa apakah perubahan tersebut efektif. Misalnya, ketika mengubah pengaturan

default untuk sistem pemanas dan pendingin udara, pastikan untuk berkonsultasi dengan staf dan menyesuaikan kembali seperlunya untuk menghindari perilaku kontraproduktif seperti pemanas ruangan atau kipas angin. Jika memungkinkan, izinkan staf untuk menyesuaikan pengaturan, yang sering kali mengurangi penggunaan energi dan memberdayakan staf. Identifikasi, dengan masukan dari staf, fitur apa dari program bekerja di rumah, insentif transportasi umum atau carpooling yang akan memfasilitasi penerapannya. Buatlah rencana untuk mengubah/meningkatkan pencahayaan dan peralatan agar lebih hemat energi.

6.3.7 The Social Empowerment Principle

Institusi dan masyarakat yang memiliki kepercayaan diri untuk mencapai tujuan sosialnya sering kali berhasil mencapai tujuan tersebut.

Deskripsi: Daniel Pink, dalam *Drive*, mengacu pada berbagai penelitian ilmu sosial yang sudah mapan untuk menunjukkan bahwa pekerja tidak termotivasi oleh sticks and carrots, melainkan oleh tiga keinginan: otonomi, (orang ingin memiliki kendali atas pekerjaan mereka), penguasaan (orang ingin menjadi lebih baik pada apa yang mereka lakukan), dan tujuan (orang ingin menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri mereka sendiri). Memanfaatkan motivasi-motivasi ini akan jauh lebih efektif dibandingkan menerapkan peraturan dan sanksi dan/atau penghargaan bagi kinerja terbaik dalam efisiensi energi atau keberlanjutan.

Saran Praktis untuk Desain dan Implementasi Program: Libatkan orang-orang dalam desain dan proses program. Identifikasi kategori orang mana yang penting bagi keberhasilan program dan konsultasikan dengan mereka selama proses perancangan dan implementasi program.

6.3.8 The Continuous Change Principle

Proses penerapan perubahan institusi dan masyarakat memerlukan waktu.

Deskripsi: Literatur perubahan organisasi menekankan bahwa upaya manajemen perubahan sering kali gagal karena

perubahan tidak berkelanjutan. Kunci untuk mencapai dan mempertahankan perubahan yang signifikan adalah mengubah cara berpikir dasar dalam organisasi, sesuatu yang sulit untuk dicapai dan dipertahankan; Peralihan ke nilai-nilai dan praktik keberlanjutan mungkin tidak mencapai tingkat “transformatif besar”, namun harus dianggap sebagai proses multi-tahun. Perubahan harus “dimasukkan” ke dalam organisasi sehingga, seiring berjalannya waktu, keberlanjutan dapat diintegrasikan ke dalam prosedur operasi standar formal dan informal.

Saran Praktis untuk Rancangan dan Implementasi Program: Rencanakan proses multi-tahun dari awal, dengan aktivitas yang dapat dilaksanakan saat ini dan aktivitas lain yang direncanakan untuk tahun-tahun mendatang (acara awal ditambah aktivitas lanjutan; pelatihan keberlanjutan untuk saat ini karyawan ditambah sebagai komponen standar orientasi karyawan baru). Mintalah masukan dari staf secara berkala tentang apa yang mereka lakukan dan bagaimana meningkatkan keberlanjutan.

Upaya untuk membangun keberlanjutan hanya akan berhasil jika lembaga-lembaga dan pihak lain mengadopsi strategi yang mengintegrasikan teknologi dan perubahan kelembagaan, terutama dalam program untuk mengurangi penggunaan energi. Tinjauan literatur kami menunjukkan hal itu efisien dan perilaku kelembagaan dan individu yang berkelanjutan akan bertahan dalam organisasi ketika didukung oleh budaya dan infrastruktur organisasi tersebut. Prinsip-prinsip ini menyediakan sebuah pendekatan, bukan daftar periksa, bagi lembaga-lembaga untuk mengembangkan suatu proses yang memastikan tujuan keberlanjutan menjadi bagian dari struktur misi, pekerjaan, dan aktivitas sehari-hari lembaga mereka. Jika efisiensi dan keberlanjutan energi tidak menjadi “cara kita berbisnis”, maka hal-hal tersebut akan berumur pendek dan tidak efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Babkin, A. *et al.* (2023) 'Framework for assessing the sustainability of ESG performance in industrial cluster ecosystems in a circular economy', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), p. 100071. doi: 10.1016/j.joitmc.2023.100071.
- Balderjahn, I. *et al.* (2020) 'A Sustainable Pathway to Consumer Wellbeing. The Role of Anticonsumption and Consumer Empowerment', *Journal of Consumer Affairs*, 54(2), pp. 456–488. doi: 10.1111/joca.12278.
- Balderjahn, I. and Appenfeller, D. (2023) 'A Social Marketing Approach to Voluntary Simplicity: Communicating to Consume Less', *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). doi: 10.3390/su15032302.
- Balderjahn, I. and Hoffmann, S. (2023) 'The Effectiveness of Consume-less Appeals in Social Marketing', *Sage Journal*. doi: 10.1177/02761467231205448.
- Böhme, J., Walsh, Z. and Wamsler, C. (2022) 'Sustainable lifestyles: towards a relational approach', *Sustainability Science*, 17(5), pp. 2063–2076. doi: 10.1007/s11625-022-01117-y.
- Corral-Verdugo, V. *et al.* (2008) 'Equity And Sustainable Lifestyles'.
- Hendro, J. and Bowo Pranogyo, A. (2023) 'Inovasi Berkelanjutan: ESG Initiatives Untuk Masa Depan Yang Bertanggung Jawab', *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 4(4), pp. 135–147. doi: 10.47747/jismab.v4i4.1445.
- Jackson, T. (2008) *The challenge of sustainable lifestyles*, *WWW.WORLDPWATCH.ORG*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/313392443_The_challenge_of_sustainable_lifestyles (Accessed: 7 February 2024).
- Joireman, J. A. *et al.* (2001) 'Integrating social value orientation and the consideration of future consequences within the extended norm activation model of proenvironmental behaviour', *British Journal of Social Psychology*, 40(1), pp. 133–155. doi: 10.1348/014466601164731.

- Lam, M. M. L. *et al.* (2019) 'Effects of institutional environmental forces on participation in environmental initiatives', *Resources, Conservation and Recycling*, 150, p. 104402. doi: 10.1016/J.RESCONREC.2019.06.036.
- Litvinenko, V. *et al.* (2022) 'Global guidelines and requirements for professional competencies of natural resource extraction engineers: Implications for ESG principles and sustainable development goals', *Journal of Cleaner Production*, 338. doi: 10.1016/j.jclepro.2022.130530.
- Malone, E. L. *et al.* (2013) 'Implementing Sustainability: the Behavioral-Institutional Dimension', *Sustainable Behavior*, (January).
- Onjewu, A. K. E. *et al.* (2023) 'The catalyzing role of customer pressure on environmental initiatives and export intensity: A study of family firms', *Journal of Business Research*, 166(November 2021), p. 114134. doi: 10.1016/j.jbusres.2023.114134.
- Pimentel, D. and Pimentel, M. (2006) 'Global environmental resources versus world population growth', *Ecological Economics*, 59(2), pp. 195–198. doi: 10.1016/J.ECOLECON.2005.11.034.
- Schroeder, D. A. *et al.* (1995) *The psychology of helping and altruism: Problems and puzzles.*, McGraw-Hill. Available at: <https://psycnet.apa.org/record/1996-06319-000> (Accessed: 8 February 2024).
- Tapia-Fonllem, C. *et al.* (2013) 'Assessing sustainable behavior and its correlates: A measure of pro-ecological, frugal, altruistic and equitable actions', *Sustainability (Switzerland)*, 5(2), pp. 711–723. doi: 10.3390/su5020711.
- Vikrant, P. (2019) 'Innovation: The Key to Achieve Sustainable Development', *International Journal of Sustainable Development*. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3555387.
- Wesley Schultz, P. (2001) 'The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere', *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), pp. 327–339. doi:

10.1006/JEVP.2001.0227.

Ziaul, I. M. and Shuwei, W. (2023) 'Enviromental Sustainability: A Major Component Of Sustainable Development', 4(3), pp. 900–907.

BAB 7

MANAJEMEN SDM BERKELANJUTAN (GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT)

Oleh I Made Sondra Wijaya

7.1 Pendahuluan

Manajemen Sumber Daya Manusia Berkelanjutan, atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Green Human Resources Management* (GHRM), adalah konsep yang berkaitan dengan integrasi dari praktik-praktik Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang ramah lingkungan dalam operasional sehari-hari suatu organisasi atau perusahaan. Kata berkelanjutan atau hijau memberikan makna atau mengacu pada upaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mendukung keberlanjutan ekologi. Contoh dari dampak negatif adalah mengurangi jejak karbon dan emisi gas dari aktivitas SDM seperti perjalanan dinas, penggunaan kertas, konsumsi energi pada gedung kantor, praktik ramah lingkungan seperti daur ulang, efisiensi energi, penghematan air dan lainnya.

GHRM didefinisikan sebagai kebijakan, praktik dan sistem SDM yang membantu organisasi berkelanjutan dimulai dari merekrut, mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang memiliki kompetensi hijau dan motivasi untuk terlibat dalam tindakan yang berpihak pada lingkungan untuk meningkatkan efisiensi organisasi (Renwick et al. 2013). GHRM bertujuan untuk menciptakan dan memelihara keseimbangan antara kebutuhan SDM dan tanggung jawab lingkungan, dengan memastikan bahwa

kebijakan dan proses SDM mendukung tujuan pembangunan SDM berkelanjutan. Selain itu GHRM bertujuan untuk mengintegrasikan praktik-praktik berkelanjutan atau ramah lingkungan ke dalam fungsi-fungsi SDM di dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Pada dasarnya GHRM dapat melibatkan pengenalan elemen-elemen lingkungan dan sosial ke dalam fungsi-fungsi SDM, seperti perekrutan, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, kompensasi, dan pengembangan karir. Hal tersebut mencakup pemahaman akan dampak organisasi terhadap lingkungan, mengelola sumber daya alam dengan arif dan bijaksana, meminimalkan limbah dan emisi, serta hemat atau meningkatkan efisiensi energi. Beberapa hal penting tentang GHRM:

7.1.1 Mengurangi Jejak Karbon Operasional

Penerapan GHRM dapat membantu dalam mengurangi jejak karbon operasional suatu organisasi (Ramasamy, A., Inore, I. and Sauna, R., 2017). Dengan mengadopsi praktik-praktik MSDM yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, seperti pengurangan penggunaan energi, daur ulang, dan transportasi yang lebih efisien, organisasi dapat secara signifikan mengurangi emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh operasional mereka. Selain itu, implementasi sistem penilaian kinerja yang mengakui dan memberi penghargaan pada kontribusi lingkungan positif karyawan juga dapat mendorong partisipasi aktif dalam upaya pengurangan jejak karbon. Penekanan tambahan pada pengembangan kebijakan dan prosedur yang mendukung inisiatif lingkungan secara keseluruhan juga dapat membantu dalam mengurangi jejak karbon operasional. Contoh konkret dari praktik GHRM yang dapat membantu mengurangi jejak karbon operasional adalah dengan mempromosikan kerja fleksibel dan bekerja dari rumah, penggunaan teknologi yang ramah lingkungan, dan peningkatan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam hal pengelolaan energi yang efisien. Dengan demikian, implementasi GHRM dapat berkontribusi secara signifikan dalam mengurangi jejak karbon operasional suatu organisasi dan mendorong keberlanjutan lingkungan.

7.1.2 Rekrutmen dan Seleksi Hijau

Penerapan GHRM dalam proses rekrutmen dan seleksi dapat membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan menarik karyawan yang memiliki kesadaran dan komitmen terhadap lingkungan (Ali, C, M. et al., 2020). Sebagai bagian dari praktik rekrutmen dan seleksi hijau, organisasi dapat mempertimbangkan faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya dalam lingkungan yang berkaitan dengan keberlanjutan, kepedulian terhadap masalah lingkungan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang terkait dengan praktik hijau. Dalam proses seleksi, organisasi dapat menggunakan metode penilaian tambahan, seperti tes pengetahuan lingkungan, wawancara berbasis nilai-nilai lingkungan, dan pertanyaan terkait komitmen terhadap keberlanjutan dalam rangka mengidentifikasi karyawan yang memiliki kesesuaian dengan nilai dan tujuan lingkungan organisasi. Implementasi GHRM dalam proses rekrutmen dan seleksi juga dapat melibatkan penggunaan teknologi yang ramah lingkungan, seperti penggunaan platform digital untuk melaksanakan wawancara atau penilaian secara online sehingga mengurangi penggunaan kertas dan emisi karbon yang dihasilkan oleh perjalanan fisik.

7.1.3 Pelatihan dan Pengembangan Hijau

Dalam konteks GHRM, pelatihan dan pengembangan hijau bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam mempraktikkan praktik yang ramah lingkungan dalam pekerjaan mereka sehari-hari. Ini dapat mencakup pelatihan tentang praktik pengelolaan energi yang efisien, pengurangan limbah, penggunaan sumber daya yang berkelanjutan, dan penggunaan teknologi hijau (Citta, B, A. and Fattah, H., 2020). Selain itu, pelatihan dan pengembangan hijau juga dapat melibatkan pendidikan tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam konteks pekerjaan mereka, serta memberikan pengetahuan tentang dampak positif yang dapat dihasilkan dari menerapkan praktik hijau. Dalam pelatihan dan pengembangan hijau, organisasi juga dapat memperkenalkan program kemitraan dengan lembaga pendidikan atau organisasi lingkungan untuk memberikan

pengetahuan tambahan kepada karyawan tentang isu-isu lingkungan dan mengembangkan keterampilan yang berhubungan dengan praktik hijau. Pelatihan dan pengembangan hijau juga dapat melibatkan pendekatan praktis, seperti workshop atau kegiatan lapangan di mana karyawan dapat secara langsung terlibat dalam implementasi praktik hijau di tempat kerja.

7.1.4 Kompensasi dan Insentif Hijau

Kompensasi dan insentif hijau dalam Green Human Resource Management adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk mendorong dan menghargai karyawan yang melakukan tindakan berkelanjutan dan ramah lingkungan. Hal ini dapat dilakukan melalui penyesuaian struktur kompensasi dan insentif yang mempertimbangkan kontribusi karyawan dalam mencapai tujuan keberlanjutan lingkungan. Organisasi dapat memberikan insentif keuangan kepada karyawan yang mengadopsi perilaku hijau, misalnya dengan memberikan bonus atau peningkatan gaji bagi karyawan yang berpartisipasi dalam program penghematan energi, daur ulang limbah, atau proyek-proyek berkelanjutan lainnya (Saputro, A. and Nawangsari, C, L., 2021). Selain insentif keuangan, organisasi juga dapat memberikan insentif non-keuangan seperti pengakuan publik atas kontribusi karyawan dalam praktik hijau, kesempatan untuk berpartisipasi dalam acara dan kegiatan lingkungan, atau kesempatan untuk mengembangkan keterampilan yang berhubungan dengan keberlanjutan lingkungan. Kompensasi dan insentif hijau dapat mendorong motivasi karyawan untuk mengadopsi perilaku ramah lingkungan.

7.1.5 Kesehatan dan Keselamatan Hijau

Keselamatan dan kesehatan hijau dalam GHRM mencakup tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk memastikan kondisi kerja yang aman dan sehat bagi karyawan mereka, dengan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan. Ini dapat mencakup penggunaan material ramah lingkungan dalam tempat kerja, pengelolaan limbah yang aman, penerapan protokol pengendalian bahaya lingkungan, dan peningkatan kesadaran karyawan akan praktik keselamatan dan kesehatan yang berkelanjutan (Sakharina,

K. et al., 2020). Organisasi dapat melibatkan karyawan dalam kegiatan pelatihan dan pembinaan terkait keselamatan dan kesehatan hijau, seperti pelatihan pengelolaan limbah yang aman atau penggunaan bahan kimia ramah lingkungan. Dalam praktik GHRM, organisasi juga dapat memberikan insentif kepada karyawan yang berperilaku hijau dalam hal keselamatan dan kesehatan, misalnya dengan memberikan penghargaan atau bonus kepada karyawan yang mencapai target keselamatan dan kesehatan lingkungan, atau dengan memberikan kesempatan pengembangan keterampilan dalam bidang keselamatan dan kesehatan lingkungan.

7.1.6 Hubungan Industrial Hijau

Hubungan Industrial Hijau dalam GHRM mengacu pada kolaborasi antara manajemen perusahaan dan serikat pekerja dalam upaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang berkelanjutan secara lingkungan. Dalam konteks ini, serikat pekerja dapat berperan dalam memperjuangkan kebijakan keselamatan dan kesehatan yang ramah lingkungan, mempromosikan partisipasi karyawan dalam kegiatan hijau, dan mendukung inisiatif perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungan. Serikat pekerja juga dapat berperan dalam memastikan bahwa kebijakan dan praktik yang dilakukan oleh perusahaan mendukung tujuan pekerja dan lingkungan yang sehat. Dalam hubungan industrial hijau, terjadi kolaborasi dan koordinasi antara manajemen perusahaan dan serikat pekerja untuk mencapai tujuan bersama dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih hijau dan berkelanjutan. Hubungan industrial hijau juga dapat melibatkan negosiasi antara manajemen perusahaan dan serikat pekerja mengenai kebijakan lingkungan, perlindungan pekerja, dan perlakuan adil terhadap karyawan yang terlibat dalam praktik keselamatan dan kesehatan lingkungan (Siregar, A. S., Napitupulu, H. and Ginting, R., 2020). Dalam praktik GHRM, hubungan industrial hijau dapat memperkuat komitmen perusahaan terhadap pengelolaan sumber daya manusia yang ramah lingkungan dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih hijau. Hubungan Industrial Hijau dalam GHRM menciptakan kolaborasi dan koordinasi antara manajemen perusahaan dan serikat pekerja dalam upaya untuk mencapai tujuan bersama

dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih hijau dan berkelanjutan.

7.2 Fungsi-fungsi SDM Berkelanjutan

MSDM Ramah Lingkungan melibatkan penerapan praktik yang mendorong keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan dalam suatu organisasi. Untuk mencapai hal ini, organisasi dapat menggunakan berbagai strategi seperti pelatihan dan pengembangan ramah lingkungan, kompensasi dan insentif, langkah-langkah keselamatan dan kesehatan, dan membina hubungan industrial yang ramah lingkungan. Strategi-strategi ini merupakan komponen penting dari MSDM Ramah Lingkungan dan memainkan peran penting dalam mempromosikan tempat kerja yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

7.2.1 Melaksanakan Pelatihan dan Pengembangan Ramah Lingkungan

Memasukkan program pelatihan dan pengembangan ramah lingkungan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman karyawan tentang praktik berkelanjutan. Inisiatif ini dapat mencakup pengetahuan teoretis tentang pelestarian lingkungan, serta pendekatan praktis seperti lokakarya atau kegiatan lapangan di mana karyawan dapat terlibat langsung dalam penerapan praktik ramah lingkungan di tempat kerja. Dengan memberikan peluang ini, organisasi dapat memberdayakan karyawannya untuk berkontribusi aktif pada inisiatif ramah lingkungan perusahaan dan menumbuhkan budaya kepedulian terhadap lingkungan (Udin, M, N. et al., 2018).

7.2.2 Mempromosikan Kompensasi dan Insentif Ramah Lingkungan

Kompensasi dan insentif ramah lingkungan berfungsi sebagai alat motivasi untuk mengakui dan memberi penghargaan kepada karyawan yang menunjukkan perilaku berkelanjutan dan ramah lingkungan. Organisasi dapat menyesuaikan struktur kompensasi mereka untuk mengakui kontribusi karyawan terhadap kelestarian lingkungan. Hal ini dapat mencakup insentif keuangan

seperti bonus atau kenaikan gaji untuk partisipasi dalam program penghematan energi, inisiatif daur ulang sampah, atau proyek berkelanjutan lainnya. Selain itu, insentif non-moneter seperti pengakuan publik atas kontribusi ramah lingkungan yang dilakukan karyawan, peluang untuk berpartisipasi dalam acara lingkungan hidup, atau pengembangan keterampilan terkait kelestarian lingkungan dapat lebih memotivasi karyawan untuk menerapkan praktik ramah lingkungan (Zhou, Z., Li, Y. dan Guo, S., 2020).

7.2.3 Memberdayakan Praktik Keselamatan dan Kesehatan Ramah Lingkungan

Mendorong praktik keselamatan dan kesehatan ramah lingkungan berarti memastikan lingkungan kerja yang aman dan sehat dengan tetap mempertimbangkan faktor lingkungan. Hal ini mencakup penggunaan bahan ramah lingkungan di tempat kerja, penerapan pengelolaan limbah yang benar, kepatuhan terhadap protokol pengendalian bahaya lingkungan, dan peningkatan kesadaran karyawan akan praktik keselamatan dan kesehatan berkelanjutan. Organisasi dapat melibatkan karyawan dalam pelatihan dan pembinaan terkait pengelolaan limbah yang aman atau penggunaan bahan kimia ramah lingkungan. Dalam ranah GHRM, organisasi juga dapat memberikan insentif kepada karyawan yang menunjukkan perilaku ramah lingkungan di bidang keselamatan dan kesehatan, seperti penghargaan atau bonus atas pencapaian target keselamatan dan kesehatan lingkungan, atau peluang pengembangan keterampilan di bidang keselamatan dan kesehatan lingkungan (Adriana, D, T, L. dkk., 2020).

7.2.4 Memelihara Hubungan Industrial yang Ramah Lingkungan

Hubungan industrial yang ramah lingkungan memerlukan kolaborasi antara manajemen perusahaan dan serikat pekerja untuk menciptakan lingkungan kerja yang ramah lingkungan. Dalam konteks ini, serikat pekerja dapat mengadvokasi kebijakan keselamatan dan kesehatan yang ramah lingkungan, mendorong partisipasi karyawan dalam kegiatan ramah lingkungan, dan mendukung inisiatif perusahaan untuk mengurangi dampak

lingkungan. Mereka juga berperan dalam memastikan bahwa kebijakan dan praktik perusahaan mendukung tujuan pekerja dan lingkungan yang sehat. Hubungan industrial ramah lingkungan melibatkan kolaborasi dan koordinasi antara manajemen perusahaan dan serikat pekerja untuk mencapai tujuan bersama dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih hijau dan berkelanjutan (Citta, B, A. dan Fattah, H., 2020).

7.2.5 Mengintegrasikan Fungsi SDM yang Berkelanjutan

Fungsi SDM berkelanjutan dalam GHRM meliputi rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, evaluasi kinerja dan penghargaan, serta kompensasi dan tunjangan. Fungsi-fungsi ini bertujuan untuk mencari karyawan yang memiliki kesadaran dan kemampuan lingkungan untuk berkontribusi pada praktik ramah lingkungan perusahaan, memberikan pelatihan untuk membekali karyawan dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk praktik berkelanjutan dan ramah lingkungan, mengevaluasi kinerja karyawan dalam aspek lingkungan, memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi. dalam praktik ramah lingkungan, dan menawarkan kompensasi dan manfaat yang mendorong partisipasi aktif dalam praktik ramah lingkungan yang dilakukan perusahaan. Penting untuk diketahui bahwa penerapan GHRM tidak semata-mata menjadi tanggung jawab manajemen perusahaan tetapi juga melibatkan partisipasi aktif serikat pekerja dan karyawan dalam menciptakan lingkungan kerja yang hijau dan berkelanjutan. GHRM juga melibatkan serikat pekerja dalam proses pengambilan keputusan terkait kebijakan lingkungan dan praktik ramah lingkungan perusahaan (Ali, C, M. et al., 2020).

7.3 Manfaat Perusahaan Menerapkan GHRM

Menerapkan GHRM memberikan sejumlah manfaat bagi perusahaan/ organisasi. Dalam konteks keberlanjutan, GHRM dapat membantu Perusahaan dapat mencapai tujuan lingkungan, ekonomi, dan social yang berkelanjutan. Berikut ini adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh oleh Perusahaan yang menerapkan GHRM:

7.3.1 Meningkatkan Efisiensi Operasional

Mengurangi biaya operasional jangka panjang melalui efisiensi sumber daya seperti pengurangan penggunaan atau konsumsi kertas, listrik dan bahan bakar minyak. Dalam proses SDM dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, penggunaan teknologi hijau dan manajemen limbah yang baik akan dapat mengurangi biaya operasional.

7.3.2 Pengelolaan SDM yang lebih baik

GHRM membantu perusahaan dalam pengelolaan dan pengembangan karyawan dengan berfokus pada keberlanjutan melalui pendidikan dan pelatihan yang akan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan untuk menghadapi tantangan lingkungan dan sosial yang semakin berkembang.

7.3.3 Meningkatkan Citra Perusahaan

Perusahaan yang menerapkan GHRM akan mendapat citra yang lebih positif dari konsumen, masyarakat, dan mitra bisnis. Keterlibatan perusahaan dalam praktik keberlanjutan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan membedakannya dengan perusahaan lain yang tidak menerapkan GHRM di pasar.

7.3.4 Meningkatkan Daya Saing Perusahaan

Di era ekonomi hijau ini, tren dan permintaan produk dan jasa yang ramah lingkungan atau berkelanjutan. Pelaku bisnis dan konsumen semakin menyadari akan isu lingkungan seperti perubahan iklim, kerusakan ekosistem, dan kelangkaan sumber daya alam. Perusahaan yang menerapkan GHRM akan dapat keunggulan kompetitif seperti diferensiasi dari pesaing, karena dengan GHRM perusahaan memungkinkan membangun citra dan reputasi sebagai perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Konsumen cenderung memilih produk dan layanan dari perusahaan yang memiliki praktik ramah lingkungan. Efisiensi biaya operasional seperti penghematan energi, pengurangan limbah, dan daur ulang dapat menurunkan biaya operasional secara signifikan. Perusahaan dapat menghemat

hingga 20% biaya dengan menetapkan praktik GHRM berkelanjutan. GHRM juga akan membangun budaya dan kompetensi karyawan yang berfokus pada keberlanjutan, sehingga dapat mendorong inovasi produk/jasa ramah lingkungan yang sesuai dengan permintaan pasar hijau. Patuh terhadap regulasi lingkungan dapat membantu perusahaan mematuhi peraturan lingkungan dengan lebih mudah, menghindari denda dan risiko hukum. Kepatuhan terhadap undang-undang lingkungan dapat meningkatkan reputasi dan kinerja finansial perusahaan. Lingkungan kerja hijau dapat meningkatkan motivasi, retensi, dan produktivitas karyawan, terutama generasi milenial yang sadar lingkungan.

7.3.5 Membuka Peluang Akses Pendanaan dan Investasi

Semakin banyak lembaga keuangan dan investor yang mengadopsi kriteria *Environmental, Social, and Governance* (ESG) atau lingkungan, sosial dan tata kelola dalam mengevaluasi perusahaan untuk investasi dan pendanaan. Bagi mereka, kinerja perusahaan tidak hanya dinilai dari aspek finansial saja, tapi juga dampak dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan menerapkan GHRM, perusahaan dapat meningkatkan peluang akses pendanaan dan investasi dari lembaga/investor yang mempertimbangkan kriteria ESG tersebut. Manakala perusahaan memenuhi standar dan regulasi lingkungan GHRM akan membantu perusahaan memenuhi peraturan dan standar lingkungan yang berlaku. Tentunya hal ini menjadi pertimbangan penting bagi lembaga keuangan/investor dalam memberikan pendanaan. Hal menarik dari investor biasanya menganggap bahwa menerapkan GHRM seperti efisiensi energi, pengurangan emisi, pengelolaan limbah dan lainnya dapat mengurangi risiko lingkungan. Perusahaan yang membangun SDM berkualitas dengan GHRM, akan dapat membangun tenaga kerja yang kompeten dan produktif terkait isu berkelanjutan, hal ini dianggap aset berharga oleh investor. Selain itu, akuntabilitas dan transparansi lingkungan GHRM mendorong perusahaan untuk mengukur, melaporkan, dan transparan terhadap kinerja

lingkungannya, hal ini sesuai dengan tuntutan akuntabilitas ESG investor.

7.4 Strategi Penerapan Praktik GHRM

Implementasi GHRM memerlukan strategi yang terencana dan berkelanjutan. Berikut adalah strategi yang dapat diadopsi untuk menerapkan GHRM dalam suatu organisasi/perusahaan.

7.4.1 Audit dan Evaluasi Berkelanjutan

Melakukan audit lingkungan untuk mengidentifikasi bidang-bidang atau unit-unit organisasi yang dapat dilakukan perbaikan. Melakukan audit dan evaluasi secara berkala terhadap program dan praktik-praktik GHRM untuk memastikan kesesuaian dan keberlanjutan. Audit SDM hijau merupakan langkah awal yang penting dalam implementasi GHRM. Audit ini melibatkan penilaian menyeluruh terhadap praktik-praktik SDM saat ini di perusahaan untuk mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan dari sisi keberlanjutan lingkungan. Menurut Mandip (2012), “Audit SDM hijau adalah inventarisasi berbagai praktik SDM saat ini di organisasi untuk mengidentifikasi aspek-aspek ramah lingkungan dan tidak ramah lingkungan”. Dengan melakukan audit, perusahaan dapat merumuskan rencana aksi untuk memperbaiki praktik yang tidak ramah lingkungan. Beberapa area yang perlu dievaluasi seperti penggunaan kertas dan digitalisasi dokumen, konsumsi energi di gedung kantor, kebijakan perjalanan dinas untuk keperluan bisnis, pelatihan dan pengembangan karyawan terkait isu lingkungan, dan kriteria rekrutmen dan seleksi karyawan berbakat serta berfokus keberlanjutan lingkungan. Hal ini untuk mencari pengakuan eksternal dari lembaga atau badan yang menghargai praktik bisnis berkelanjutan.

7.4.2 Pengintegrasian Praktik Berkelanjutan dalam Kebijakan SDM

Memformulasikan kebijakan SDM yang ramah lingkungan dan mendorong perilaku berkelanjutan di kalangan karyawan merupakan strategi penting dalam GHRM. Seperti yang dikemukakan oleh Widodo, Agus Purbo, Fachrudiy Asj'ari, and Bagas

Putra Arlansyach Hartono 2019, "Kebijakan SDM hijau bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai dan perilaku pro-lingkungan dalam budaya organisasi dan rutinitas kerja karyawan". Kebijakan ini mencakup berbagai area dan fungsi SDM seperti rekrutmen, seleksi, pelatihan, kompensasi, dan hubungan industrial. Kebijakan lain SDM ramah lingkungan seperti kebijakan kantor tanpa kertas, kebijakan transportasi karyawan ramah lingkungan, panduan pembangunan gedung/kantor hijau, pengadaan material/peralatan ramah lingkungan, dan kebijakan penghargaan/insentif untuk karya dan ide-ide berkelanjutan. Dengan merancang kebijakan SDM dengan memasukkan pertimbangan lingkungan, perusahaan akan dapat mengembangkan tenaga kerja/karyawan yang tidak hanya kompeten tetapi juga termotivasi untuk terlibat dalam perilaku yang berpihak pada lingkungan. Dalam mengevaluasi kinerja dapat menambahkan indikator berkelanjutan dalam penilaian kinerja karyawan seperti pengetahuan tentang praktik berkelanjutan atau pengalaman dalam proyek-proyek berkelanjutan.

7.4.3 Fleksibilitas Kerja dan Pengurangan Jejak Karbon

Fleksibilitas kerja merupakan salah satu cara untuk mengurangi jejak karbon operasional SDM dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Strategi ini mencakup beberapa inisiatif seperti: Menurut Peters et al. (2020), "Kebijakan bekerja dari rumah dapat secara signifikan mengurangi emisi karbon dioksida yang terkait dengan perjalanan ke kantor.". Selain itu, produktivitas dan kepuasan kerja karyawan juga dapat meningkat. Dengan menawarkan jam kerja fleksibel memungkinkan karyawan untuk mengatur jadwal agar lebih efisien dan mengurangi waktu perjalanan serta konsumsi bahan bakar. Telekonferensi melalui audio atau video dapat menggantikan sebagian perjalanan bisnis yang menghasilkan emisi. Teknologi telekonferensi ini memungkinkan kolaborasi jarak jauh sambil mengurangi jejak karbon organisasi/perusahaan. Bekerja dengan perangkat mobile memungkinkan karyawan dapat bekerja dekat proyek, sehingga mengurangi perjalanan bolak-balik dari kantor ke lokasi proyek atau sebaliknya. Untuk mengurangi konsumsi energi gedung kantor

dan infrastruktur, perusahaan dapat mengadopsi konsep berbagi di ruangan sewa yang lebih hemat energi.

7.5 Peran SDM Dalam Mempromosikan Kelestarian Lingkungan Hijau

Peran SDM dalam mendorong kelestarian lingkungan memiliki banyak aspek. SDM memainkan peran penting dalam mendorong kelestarian lingkungan dengan mengembangkan dan menerapkan kebijakan dan praktik yang mendorong perilaku berkelanjutan di kalangan karyawan (Sloan, K. and Gavin, H, J., 2010). SDM juga berperan dalam membina keterlibatan dan komitmen karyawan terhadap tujuan kelestarian lingkungan (Ferris, R, G. et al., 1999). Hal ini dapat dilakukan melalui komunikasi, pelatihan, dan insentif yang mendorong perilaku pro lingkungan. Beberapa tanggung jawab SDM dalam mendorong kelestarian lingkungan meliputi:

7.5.1 Program Pelatihan dan Pengembangan Ramah Lingkungan Hijau

Melaksanakan program pelatihan dan pengembangan ramah lingkungan yang mendidik karyawan tentang praktik dan inisiatif berkelanjutan. Ini adalah inisiatif yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan hidup melalui pelatihan dan pengembangan. Sebagian besar program ini mencakup berbagai aspek, seperti penghematan energi, pengurangan penggunaan plastik, pengolahan sampah, dan pengurangan emisi gas rumah kaca. Program ini dapat berupa pelatihan langsung, seperti kursus, seminar, atau workshop, atau dapat berupa program pengembangan yang lebih terpadu, seperti program pengembangan, ekonomi dan lingkungan. Program ini dapat membantu perusahaan atau lembaga mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, yang dapat menjadi contoh bagi lembaga pelatihan lainnya. Kriteria sukses faktor (KPI = *Key Performance Indikator*) dari program pelatihan dan pengembangan ramah lingkungan hijau seperti peningkatan efisiensi penggunaan energi, dan peningkatan kinerja pelatihan yang ramah lingkungan.

7.5.2 Pengembangan Budaya Organisasi Berkelanjutan

SDM dapat memegang peran kunci dalam membangun budaya organisasi yang berkelanjutan, dimana nilai-nilai lingkungan hijau menjadi bagian integral dari identitas perusahaan atau lembaga. Hal ini didapatkan dari mempromosikan sikap dan perilaku yang mendukung keberlanjutan di semua tingkatan organisasi, mulai dari manajemen hingga karyawan lini depan. Pengembangan budaya organisasi yang berkelanjutan mengacu pada upaya untuk membangun lingkungan kerja di mana praktik-praktik dan nilai-nilai yang berkelanjutan secara ekologis, sosial, dan ekonomis menjadi bagian integral dari identitas dan perilaku kolektif organisasi. Serangkaian penelitian telah menyoroti dampak signifikan budaya organisasi terhadap berbagai aspek kinerja dan komitmen karyawan. Meryati (2020) menemukan bahwa budaya organisasi yang positif dapat meningkatkan kinerja karyawan, sementara itu dalam mengidentifikasi kerja tim, komunikasi, pengakuan, dan pelatihan sebagai dimensi kunci budaya organisasi yang mempengaruhi komitmen karyawan. Eriyanto (2020) memperluas hal ini dengan menunjukkan pengaruh iklim organisasi, budaya, dan kepercayaan terhadap kualitas berbagai pengetahuan di kalangan karyawan. Temuan-temuan ini secara kolektif menggarisbawahi pentingnya peran budaya organisasi dalam membentuk perilaku dan kinerja karyawan.

7.5.3 Pengembangan Kebijakan dan Prosedur Berkelanjutan

SDM memiliki peran dalam mengembangkan kebijakan dan prosedur yang mendukung praktik keberlanjutan di tempat kerja. Ini termasuk kebijakan terkait pengelolaan limbah, penggunaan energi, mobilitas berkelanjutan, serta kebijakan-kebijakan lain yang mengintegrasikan prinsip-prinsip lingkungan hijau ke dalam kegiatan operasional sehari-hari. Pengembangan kebijakan dan prosedur berkelanjutan dalam konteks GHRM mengacu pada upaya untuk menyusun dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur operasional di bidang SDM yang terintegrasi dengan prinsip-prinsip keberlanjutan lingkungan.

7.6 Tantangan dan Solusi dalam GHRM

Tantangan dalam GHRM meliputi:

7.6.1 Resistensi dalam Perubahan

Beberapa karyawan atau bahkan pemangku kepentingan mungkin menolak atau ragu untuk mengadopsi dalam menerapkan praktik-praktik baru yang berkelanjutan. Mengubah budaya organisasi dan perilaku karyawan seringkali menghadapi resistensi atau penolakan. Membangun kesadaran dan memotivasi karyawan berpartisipasi dalam inisiatif GHRM dapat menjadi tantangan.

7.6.2 Kurang Kesadaran dan Pengetahuan

Karyawan mungkin saja tidak memiliki kesadaran dan pemahaman yang tentang isu-isu lingkungan atau pentingnya SDM yang ramah lingkungan, dan keberlanjutan di kalangan karyawan dan manajemen.

7.6.3 Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan sumber daya, baik dalam hal waktu, anggaran, teknologi, infrastruktur, atau kompetensi tenaga kerja, dapat menjadi tantangan sekaligus hambatan dalam menerapkan GHRM secara efektif.

7.6.4 Kurangnya Komitmen Manajemen

Komitmen dari manajemen puncak menjadi faktor kunci yang sangat penting untuk kesuksesan inisiatif GHRM dalam sebuah organisasi. Namun sayangnya, di banyak organisasi atau lembaga masih kurangnya komitmen dari tingkat manajemen dalam mendukung penerapan praktik-praktik GHRM.

Solusi dalam GHRM meliputi:

Untuk menerapkan MSDM ramah lingkungan secara efektif, organisasi atau lembaga harus memprioritaskan transparansi dalam komunikasi mereka tentang praktik berkelanjutan dan membuat perubahan organisasi strategis yang selaras dengan prinsip-prinsip HRM ramah lingkungan (Masri, A, H. dan Jaaron, A, A., 2017). Hal ini dapat dicapai dengan mendorong keterlibatan dan partisipasi karyawan dalam inisiatif ramah lingkungan, mengatasi keterbatasan

sumber daya, mengatasi penolakan terhadap perubahan, berkolaborasi dengan departemen dan pemangku kepentingan lain, memupuk budaya keberlanjutan, dan memberikan peluang untuk pengembangan karir dan penyesuaian keterampilan dengan kebutuhan organisasi (Dimitrov , K., 2021). Selain itu, organisasi harus menerapkan praktik perekrutan dan seleksi yang ramah lingkungan untuk menarik karyawan yang berkomitmen terhadap kelestarian lingkungan. Selain itu, organisasi harus menyediakan program pelatihan dan pengembangan ramah lingkungan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran karyawan terhadap isu-isu lingkungan. Upaya-upaya ini akan membantu menumbuhkan tenaga kerja yang selaras dengan tujuan ramah lingkungan organisasi, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja lingkungan. Secara keseluruhan Untuk sepenuhnya memanfaatkan potensi manfaat pengelolaan sumber daya manusia yang ramah lingkungan, organisasi harus berinvestasi dalam pembelajaran dan pengembangan individu untuk menyesuaikan keterampilan mereka dengan kebutuhan organisasi.

7.7 Case Study : PT. GreesTech Solutions Indonesia

Penelitian terbaru mengenai MSDM ramah lingkungan di Indonesia menyoroti pentingnya memahami isu-isu terkait MSDM ramah lingkungan dan kinerja lingkungan berkelanjutan. Penelitian ini menyarankan agar organisasi-organisasi di Indonesia harus memprioritaskan penerapan praktik MSDM ramah lingkungan sebagai cara untuk meningkatkan kelestarian lingkungan hidup. Praktik-praktik ini termasuk mendorong keterlibatan dan partisipasi karyawan dalam inisiatif ramah lingkungan, mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam budaya organisasi, dan menarik serta mempertahankan talenta yang sadar lingkungan.

PT GreenTech Solutions Indonesia, sebagai Studi kasus yang dilakukan di Indonesia menunjukkan pentingnya penerapan praktik MSDM ramah lingkungan dalam mendorong kinerja lingkungan yang berkelanjutan. Studi ini menemukan bahwa PT GreenTech Solutions Indonesia berhasil mengintegrasikan praktik SDM ramah lingkungan ke dalam budaya organisasi mereka, sehingga

menghasilkan peningkatan kelestarian lingkungan (Saeed, B, B. et al., 2018).

PT GreenTech Solutions Indonesia memprioritaskan keterlibatan dan partisipasi karyawan dalam inisiatif ramah lingkungan melalui program pelatihan reguler dan kampanye kesadaran. Mereka juga menerapkan sistem penilaian kinerja yang mengakui dan menghargai kontribusi terhadap lingkungan, sehingga secara efektif memotivasi karyawan untuk terlibat dalam perilaku pro lingkungan. Secara keseluruhan, SDM ramah lingkungan sangat penting bagi organisasi untuk mempromosikan kelestarian lingkungan dan menyelaraskan praktik SDM dengan inisiatif ramah lingkungan (Irani, F. dan Kılıç, H., 2022).

Studi ini menyarankan agar organisasi harus memprioritaskan kandidat yang memiliki komitmen kuat terhadap keberlanjutan dan menerapkan program pelatihan dan pengembangan untuk mendidik karyawan mengenai isu-isu lingkungan. Selain itu, studi ini menekankan pentingnya dukungan dan komitmen kepemimpinan terhadap praktik MSDM yang ramah lingkungan. Dukungan ini sangat penting dalam membentuk budaya organisasi dan menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap keberlanjutan di kalangan karyawan. Kesimpulannya, praktik MSDM ramah lingkungan memainkan peran penting dalam mendorong kelestarian lingkungan dan meningkatkan kinerja lingkungan organisasi. Praktik-praktik ini melibatkan pengintegrasian kelestarian lingkungan ke dalam kebijakan SDM, mendorong perilaku pro lingkungan di kalangan karyawan, dan mempertimbangkan dampak praktik SDM ramah lingkungan terhadap perilaku pro lingkungan karyawan.



Gambar 7.1. PT. GreenTech Solution Indonesia

(Sumber :

https://greentechsolutionsgroup.com/case_studies/luxfer-gas-cylinders/)

7.8 Pertimbangan Hukum dan Etika dalam GHRM

Pertimbangan hukum dan etika memainkan peran penting dalam penerapan praktik MSDM ramah lingkungan.

Organisasi harus memastikan bahwa praktik MSDM ramah lingkungan mereka mematuhi semua undang-undang dan peraturan lingkungan hidup yang berlaku. Mereka juga harus mempertimbangkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika ketika mengambil keputusan terkait MSDM ramah lingkungan, seperti mendorong keadilan sosial, perlakuan adil terhadap karyawan, dan transparansi dalam pelaporan kinerja lingkungan. Selain itu, organisasi harus mewaspadaai potensi risiko dan kewajiban yang terkait dengan praktik MSDM ramah lingkungan, seperti memastikan pembuangan bahan berbahaya dengan benar dan menghindari pencucian ramah lingkungan atau klaim menyesatkan tentang kelestarian lingkungan (Yong, Y, J. et al., 2019).

Peran kepemimpinan sangat penting dalam mendorong dan menerapkan praktik MSDM ramah lingkungan. Para pemimpin perlu menjadi panutan dalam perilaku berkelanjutan dan memperjuangkan praktik MSDM ramah lingkungan seluruh lini

organisasi. Mereka harus memberikan komunikasi yang jelas dan konsisten tentang pentingnya kelertarian lingkungan dan komitmen organisasi terhadap SDM ramah lingkungan. Para pemimpin juga harus mengalokasikan sumber daya, memberikan pelatihan dan dukungan yang diperlukan, dan menciptakan budaya organisasi yang mendukung dan menghargai perilaku ramah lingkungan. Dengan menciptakan budaya perusahaan yang selaras dengan tujuan kelestarian lingkungan, organisasi dapat memotivasi karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam inisiatif ramah lingkungan dan menerapkan kebijakan berkelanjutan praktik ramah lingkungan ke dalam rutinitas kerja sehari-hari (Jackson, E. S. et al., 2011). Keterlibatan kepemimpinan ini sangat penting untuk mengintegrasikan MSDM ramah lingkungan ke dalam organisasi dan mencapai pembangunan berkelanjutan jangka panjang (Shafaei, A., Nejati, M. dan Yusoff, Y., 2020).

GHRM dapat memberikan dampak positif pada tingkat organisasi maupun tingkat individu. Pada tingkat organisasi, hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja lingkungan dan membutuhkan penerapan budaya berkelanjutan. Pada tingkat individu, hal ini dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, kepuasan kerja, dan kesejahteraan dengan memberikan pekerjaan yang bermakna dan tujuan yang jelas (Jackson, E. S. et al., 2011). Secara keseluruhan, peran kepemimpinan dalam GHRM adalah untuk mendorong dan menerapkan praktik kelestarian lingkungan, menjadi teladan bagi perilaku berkelanjutan, memberikan komunikasi yang jelas dan mengalokasikan sumber daya, serta menciptakan budaya organisasi yang mendukung agar berhasil mengintegrasikan praktik GHRM dan mencapai pembangunan berkelanjutan.

7.9 Tren Masa Depan dalam GHRM

Masa depan MSDM yang ramah lingkungan kemungkinan besar akan melibatkan integrasi lebih lanjut prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam praktik dan proses SDM. Hal ini mencakup memasukkan pertimbangan keberlanjutan ke dalam proses rekrutmen dan seleksi, memasukkan program pelatihan dan

pendidikan lingkungan, dan menerapkan kebijakan tempat kerja yang ramah lingkungan.

Selain itu, mungkin terdapat peningkatan penggunaan teknologi dan analisis data untuk melacak dan mengukur dampak lingkungan dari praktik SDM, serta untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan dioptimalkan. Penelitian dan pengembangan di bidang GHRM akan terus mengeksplorasi bagaimana organisasi dapat mengurangi dampak negatif keberlanjutan melalui praktik manajemen yang inovatif. Masa depan GHRM akan fokus pada penciptaan budaya keberlanjutan dalam organisasi dan menyelaraskan praktik SDM dengan tujuan lingkungan. Ringkasnya, sumber-sumber tersebut menyatakan bahwa terdapat peningkatan minat dalam bidang MSDM dan hubungannya dengan faktor-faktor strategis (Ferris, R, G. et al., 1999).

Ketertarikan ini didorong oleh pengakuan bahwa SDM dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Praktik GHRM sangat penting bagi organisasi untuk mempertahankan karyawan yang kompeten dan berbakat. Dengan memberikan peluang pengembangan karir dan lingkungan kerja yang baik, organisasi dapat meningkatkan retensi karyawan dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka (Karami, A., Analoui, F. dan Cusworth, J., 2004).

Integrasi keberlanjutan ke dalam praktik MSDM dapat menghasilkan efektivitas organisasi dan peningkatan kinerja di industri seperti industri manufaktur elektronik. Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah dapat menjadikan diri mereka lebih ramah lingkungan dengan menerapkan perubahan strategis dan organisasi.

7.10 Mengukur Dampak GHRM Terhadap Kinerja Organisasi

Mengukur dampak GHRM terhadap kinerja organisasi sangat penting bagi organisasi untuk memahami efektivitas upaya keberlanjutan mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui penggunaan indikator kinerja utama yang secara khusus mengukur dampak

lingkungan dari praktik MSDM, seperti konsumsi energi dan sumber daya, pengurangan limbah, dan emisi karbon (Lee, H, K., 2009).

Organisasi dapat melakukan survei atau wawancara dengan karyawan untuk mengumpulkan persepsi mereka mengenai praktik GHRM dan dampaknya terhadap pekerjaan dan lingkungan. Informasi ini dapat digunakan untuk menilai efektivitas inisiatif GHRM saat ini dan membuat keputusan yang tepat mengenai area yang perlu ditingkatkan. Organisasi juga dapat menganalisis kinerja keuangan mereka untuk menentukan apakah ada penghematan biaya atau keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari praktik GHRM yang mereka lakukan. Dengan mengukur secara cermat dampak GHRM terhadap kinerja organisasi, selanjutnya dapat mengidentifikasi area yang menjadi kekuatan dan area yang perlu ditingkatkan dalam upaya keberlanjutannya. Penelitian ini menyoroti pentingnya penerapan praktik MSDM yang ramah lingkungan, tidak hanya untuk kelestarian lingkungan tetapi juga untuk kinerja organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, D, T, L. et al. (2020) "A Review the Important of Green Human Resource Management Practices toward Employee Green Behaviour in Organization," Journal of International Conference Proceedings, 3(1),p. 124-135. Available at: <https://doi.org/10.32535/jicp.v2i4.787>.
- Agus Purbo Widodo, (Chams dan Garcia-Blandon (2019)), The Effect of Sustainable Human Resource Management on Innovation Capability Through Employment Experience <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i7-59>
- Ali, C, M. et al. (2020) A Study of Green Human Resources Management (GHRM) and Green Creativity for Human Resources Professionals. Available at: <https://doi.org/10.46281/ijbmfv4i2.857>.
- Al-Swidi, A. K., Gelaidan, H. M., & Saleh, R. M. (2021a). The joint impact of green human resource management, leadership and organizational culture on employees' green behaviour and organisational environmental performance. Journal of Cleaner Production, 316. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128112>.
- Citta, B, A. and Fattah, H. (2020) Implementation of green human resource management based on triple bottom line theory to support sustainability development (study at PT. Semen Tonasa, South Sulawesi). Available at: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/575/1/012183>.
- Dimitrov, K. (2021) GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT: LINKING AND USING GREEN PRACTICES FOR SUSTAINABLE BUSINESS ORGANIZATIONS. Available at: <https://doi.org/10.15547/tjs.2021.s.01.040>.
- Eriyanto 2020 " DETERMINATION OF DISCIPLINE, COMMUNICATION AND COMPETENCE WITH WORK SATISFACTION AS A VARIABLE MEDIATOR OF THE ORGANIZATION'S COMMITMENT TO HOUSING, RESIDENTIAL AREA AND CLEANLINESS KARIMUN DISTRICT". Available at: DOI: <https://doi.org/10.37776/zm.v10i1.564>

- Ferris, R. G. et al. (1999) Human Resources Management: Some New Directions. Available at: <https://doi.org/10.1177/014920639902500306>.
- Irani, F. and Kılıç, H. (2022) An assessment of implementing green HRM practices on environmental performance: The moderating role of green process innovation. Available at: <https://doi.org/10.5038/2771-5957.1.1.1001>.
- Jackson, S.E., Renwick, D.W.S., Jabbour, J.C., Muller-Camen, M. (2011). State-of-the-Art and Future Directions for Green Human Resource Management: Introduction to the Special Issue, German Journal of Research in Human Resource Management, 25, pp. 99-116.
- Lee, H, K. (2009) Why and how to adopt green management into business organizations?. Available at: <https://doi.org/10.1108/00251740910978322>.
- Mandip (2012) Green HRM: People Management Commitment to Environmental Sustainability. Available online at: www.isca.in
- Masri, A, H. and Jaaron, A, A. (2017) Assessing green human resources management practices in Palestinian manufacturing context: An empirical study. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.087>.
- Meryati, Meryati., Siti Laela, Rista Handayani (2020). KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI BERPENGARUH TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT AMANAH MEDDIS TANGERANG. <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v17i1.400>.
- Peters et al. 2020 "Updated methodological guidance for the conduct of scoping reviews". Available at: <https://doi.org/10.11124/JBIES-20-00167>
- Ramasamy, A., Inore, I. and Sauna, R. (2017) A Study on Implications of Implementing Green HRM in the Corporate Bodies with Special Reference to Developing Nations. Available at: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n9p117>.
- Saeed, B, B. et al. (2018) Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices. Available at: <https://doi.org/10.1002/csr.1694>.

- Sakharina, K. et al., 2020 " THE IMPACT OF GREEN HUMAN RESOURCE PRACTICES ON ENVIRONMENTAL PERFORMANCE", Available at: DOI: 10.17512/pjms.2020.22.2.31
- Saputro, A. and Nawangsari, C. L. (2021) "The Effect of Green Human Resource Management on Organization Citizenship Behaviour for Environment (OCBE) and Its Implications on Employee Performance at Pt Andalan Bakti Niaga," *European journal of business and management research*, 6(1),p. 174-181. Available at: <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.1.716>.
- Shafaei, A., Nejati, M. and Yusoff, Y. (2020) Green human resource management. Available at: <https://doi.org/10.1108/ijm-08-2019-0406>.
- Siregar, A. S., Napitupulu, H. and Ginting, R., 2020 "Identification of factors affecting a green industry: a literature review", Available at: doi:10.1088/1757-899X/801/1/012097
- Sloan, K. and Gavin, H. J. (2010) Human Resource Management: Meeting the Ethical Obligations of the Function. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2009.00357.x>.
- Udin, M, N. et al. (2018) "Employee Pro-Environmental Behaviour: A Systematic Review and Suggestions for Future Research," *The øjournal of social sciences research*,p. 272-280. Available at: <https://doi.org/10.32861/jssr.spi2.272.280>.
- Widodo, Agus Purbo, Fachrudiy Asj'ari, and Bagas Putra Arlansyach Hartono (2019) "The Effect of Sustainable Human Resource Management on Innovation Capability Through Employment Experience"
- Yong, Y. J. et al. (2019) Pathways towards sustainability in manufacturing organizations: Empirical evidence on the role of green human resource management. Available at: <https://doi.org/10.1002/bse.2359>.
- Zhou, Z., Li, Y. and Guo, S. (2020) "Feasibility Research on Incentive Measures for Adopting Environmental Friendly Technology," *DEStech transactions on social science, education and human science*. Available at: <https://doi.org/10.12783/dtssehs/ssme2019/34764>.

BAB 8

MANAJEMEN PEMASARAN BERKELANJUTAN (GREEN MARKETING)

Oleh Wayan Ardani

8.1 Pendahuluan

Kepekaan masyarakat yang terus meningkat berkaitan dengan isu-isu tentang masalah lingkungan serta cepat habisnya sumber daya, menyebabkan perusahaan terus melanjutkan aktivitas ramah lingkungan sesuai dengan peraturan hukum dan harapan konsumen. Dewasa ini strategi berbisnis hijau juga prestise bagi perusahaan. Perusahaan menunjukkan betapa mereka menghormati lingkungan dan merefleksikannya dalam aktivitas perusahaan dalam bentuk mengorganisir iklan, kampanye dan organisasi (Ottman, 2017). Hambatan yang dihadapi dalam implementasi *Green marketing* adalah biaya dan waktu yang cukup lama untuk dilaksanakan pada divisi lain perusahaan. Perubahan proses produksi ramah lingkungan mencerminkan budaya perusahaan baik pada proses produksi maupun pasca produksi membutuhkan biaya dan waktu yang lama. Perusahaan-perusahaan yang menyatakan bahwa produk dan layanan mereka ramah lingkungan harus mampu membuktikan kepada konsumen dan *stakeholder* bahwa mereka benar-benar memiliki kualitas ramah lingkungan secara konsisten. Pemasaran hijau merupakan tanggapan pemasaran terhadap dampak lingkungan yang terjadi dari proses desain, produksi, pengemasan, pelabelan, penggunaan, dan pembuangan barang atau jasa (Ardani, 2019).

8.2 Pengertian Pemasaran Hijau

Pemasaran hijau merupakan pemasaran produk dengan mengurangi pengaruh negatif terhadap lingkungan yang mencakup

berbagai kegiatan perusahaan, seperti modifikasi produk, melakukan proses produksi, modifikasi kampanye iklan, pengemasan produk, yang bertujuan pada hal yang ramah lingkungan ((The American Marketing Association/AMA, 1975). Sedangkan Dahlstrom (2011) mendefinisikan manajemen pemasaran hijau sebagai proses perencanaan serta pelaksanaan bauran pemasaran yang bertujuan memfasilitasi produksi, pengemasan, promosi, distribusi, reklame produk dan konsumsi dengan cara yang sensitif atau responsif terhadap lingkungan. Dangelico dan Vocalelli (2017) mendefinisikan pemasaran hijau merupakan perancangan, pengembangan dan promosi produk serta jasa bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, mencakup kualitas, harga dan pelayanan yang mudah diakses, tanpa menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, meliputi pemakaian material dan konsumsi energi. Pemasaran hijau adalah strategi promosi bertujuan untuk mendapatkan manfaat dengan menggunakan klaim produk-produk ramah lingkungan serta proses produksi berkelanjutan. Pengelolaan aktivitas pemasaran ramah lingkungan terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran perusahaan menerapkan pemikiran baru tentang perubahan iklim pada organisasi mereka. Upaya pemasaran ramah lingkungan awalnya berfokus pada daur ulang produk seperti kaleng aluminium dan *cartridge toner* mesin fotokopi.

8.3 Strategi Bauran Pemasaran Hijau

Maichum *et al.* (2016) menyatakan pemasaran hijau merupakan strategi promosi bertujuan membuat perubahan sebagai pemenuhan hierarkis serta harapan individu dalam menjaga, melindungi, dan mengatur iklim yang sebenarnya. *Green marketing* mangacu pada konsep pemasaran holistik dimana produksi, pemasaran, konsumsi, pembuangan residu serta pelayanan dapat dikurangi pengaruh negatif terhadap lingkungan sertapeningkatan kesadaran terkait implikasi pemanasan global (Mishra & Sharma, 2014)

Kotler (2011) mendeskripsikan bauran pemasaran hijau atau *Green marketing mix* merupakan komitmen perusahaan untuk menghasilkan barang serta jasa yang tidak berbahaya serta dapat

terurai secara hayati dengan pemakaian kemasan daur ulang dan bersertifikasi ramah lingkungan, proses produksi berkelanjutan, dan penggunaan energi secara efisien. Kotler & Armstrong, (2014) mendefinisikan bauran pemasaran hijau terdiri dari *green product*, *green price*, *green place*, *green promotion*.

1. *Green product*

Ansar (2013) mendeskripsikan barang-barang yang tidak berbahaya terhadap ekosistem adalah barang-barang yang dalam proses produksi dan pemeliharaan dbatasi dampak negatif terhadap lingkungan baik secara pada saat distribusi maupun konsumsi, contoh pemanfaatan bahan mentah yang dapat di daur ulang. Produk hijau adalah produk yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi manusia dan lingkungannya, menggunakan sumber daya dengan efektif, tidak menghasilkan limbah yang dapat merugikan, dan tidak terjadi kekejaman pada binatang. Biswas dan Roy (2015) mendeskripsikan kriteria produk hijau adalah tidak gampang rusak, tahan lama, kualitas premium, tidak mengandung bahan yang dapat membahayakan Kesehatan, tidak beracun, serta pemakaian bahan yang dapat didaur ulang. Produk hijau harus mampu mempertahankan kelangsungan ekosistem dan ramah lingkungan. Produk hijau berguna untuk mengurangi sampah atau limbah berbahaya ketika proses produksi, peningkatan kualitas produk yang dibuat serta dapat memenuhi syarat yang ramah lingkungan (Sdrolia dan Zarotiadis, 2019). Manfaat dari produk harus ditingkatkan agar mampu menjual harga premium *green product* dibandingkan biaya yang murah dari produk biasa (Paul et al., 2016). Konsumen bersedia membayar lebih mahal produk yang tidak berbahaya bagi ekosistem apabila produk tersebut memberikan manfaat (*value added*), kualitas, kenyamanan dan aksesibilitas yang diharapkan. Dewasa ini perusahaan menawarkan produk dan jasa yang lebih ramah lingkungan sebagai pilihan yang ditawarkan kepada pelanggan mereka. Salah satu alternatif yang paling populer adalah produk daur ulang.

2. *Green Price*

Harga merupakan indikator kualitas sebuah produk dan sebagai unsur penting dalam bauran pemasaran. Pelanggan

bersedia membayar harga premium apabila nilai dan manfaat produk memenuhi harapannya. Harga hijau adalah jumlah yang dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh produk hijau. Sebagian besar konsumen bersedia membeli dengan harga lebih tinggi dari biasanya apabila mereka mendapatkan manfaat lebih banyak dibandingkan produk biasa. Keinginan konsumen untuk membayar sejumlah tertentu untuk produk ramah lingkungan menunjukkan keprihatinan mereka tentang masalah lingkungan. Penerimaan harga lebih mahal (premium) produk ramah lingkungan ini sering disebut sebagai *green pricing*.

3. *Green Place*

Interaksi antara penyedia produk dengan pelanggan dapat dibedakan menjadi 2 sebagai berikut.

a. Interaksi langsung di antara pelanggan dengan penyedia produk/jasa. Pelanggan berkunjung ke penyedia produk/jasa atau sebaliknya penyedia produk mendatangi pelanggan.

b. Penyedia produk menjalankan bisnis dari jarak jauh.

Perusahaan mengintegrasikan saluran distribusi dan teknologi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Peningkatan kualitas hubungan distribusi merupakan hasil dari sinergi yang baik antara kemampuan perusahaan dengan sumber daya. Saluran pemasaran adalah persyaratan mutlak untuk aktivitas apa pun yang bertujuan mengirimkan produk atau jasa kepada pelanggan. Kualitas hubungan distribusi merupakan faktor sangat penting dalam proses penjualan, dan keuntungan utama dalam penjualan adalah menjaga hubungan antara pemasok dan pelanggan (Moreaj dan Qureshi, 2020).

Saluran penjualan ramah lingkungan merupakan proses pendistribusian produk ramah lingkungan yang tidak berdampak negatif terhadap lingkungan dan dapat mencegah polusi udara yang berlebihan. Perusahaan yang ingin sukses menjual produk ramah lingkungan perlu menempatkan produk secara luas di pasar sehingga diakui oleh masyarakat luas. Distribusi terpusat mengurangi waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menemukan toko dan berpindah dari toko

ke toko, menyediakan tempat yang nyaman untuk berbelanja, dan membuat layanan terkait produk lebih mudah digunakan. Dengan meningkatnya intensitas penjualan, pelanggan memiliki waktu dan ruang untuk menemukan nilai tambah (*added value*) dalam sebuah produk.

4. *Green promotion*

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan manfaat produk dan membuat konsumen tertarik untuk membeli. Promosi produk dan jasa dapat dilakukan melalui iklan, hubungan masyarakat, dan promosi pemasaran langsung. Pemasar dapat mempromosikan produk ramah lingkungan dengan menggunakan alat dan praktik pemasaran dan komunikasi yang berkelanjutan. Promosi ramah lingkungan merupakan proses yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasa ramah lingkungan kepada publik dengan berbagai cara secara terus menerus untuk memberikan informasi terkait produk dan jasa ramah lingkungan. Iklan hijau bertujuan memberikan konsumen data lingkungan dunia nyata yang terkait dengan kegiatan bisnis. Pengembangan pendekatan komunikasi terpadu dilakukan dengan menggabungkan aspek spesifik perusahaan dan detail produk dan jasa terkait tanggung jawab lingkungan dan sosial.

8.4 Implikasi Green Marketing Terhadap Sustainable Development

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) merupakan kebutuhan untuk mengintegrasikan pertimbangan ekonomi dan ekologi dalam pengambilan keputusan, dengan membuat kebijakan yang melestarikan kualitas pembangunan dan perlindungan lingkungan. Tujuan pembangunan berkelanjutan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemerataan pembangunan antar generasi pada masa kini maupun yang akan datang. Pengembangan konsep pembangunan berkelanjutan mempertimbangkan sosial, kultural dan lingkungan dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi.

Pemasaran hijau diharapkan dapat memberikan perlindungan lingkungan baik untuk saat ini maupun generasi masa depan. Aktivitas pemasaran hijau mencakup operasional efisien energi, pencegahan polusi, pemilihan kemasan produk daur ulang, dan produk ramah lingkungan. Semua kegiatan pemasaran hijau tersebut bertujuan untuk pembangunan berkelanjutan. Konsep pemasaran ramah lingkungan atau green marketing semakin populer, terutama di kalangan perusahaan sebagai strategi dalam mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Pemasaran ramah lingkungan juga mempengaruhi strategi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya melalui inovasi ramah lingkungan (J. Chen & Liu, 2018). Di dalam kegiatan inovasi hijau, proses penciptaan nilai dapat melalui rantai pemasok yang diciptakan oleh eksekutif perusahaan dan pemanfaatan teknologi. Penelitian terdahulu menunjukkan green marketing mampu meningkatkan kinerja bisnis berkelanjutan. Kinerja bisnis berkelanjutan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengurangi emisi berbahaya dan meningkatkan inovasi hijau untuk mewujudkan keunggulan kompetitif jangka Panjang. Perusahaan berusaha mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang hijau untuk mewujudkan kinerja bisnis berkelanjutan (Haseeb, et.al., 2019). Perusahaan dengan orientasi hijau yang kuat akan mampu mengadopsi strategi hijau secara sadar (Fernando, et.al, 2019). Orientasi lingkungan hijau dapat membuat perusahaan mengadopsi strategi yang memperhatikan lingkungan. Penelitian terdahulu juga menemukan penerapan pemasaran hijau (green marketing) merupakan strategi yang efektif dalam rangka meningkatkan citra destinasi wisata (Chung, 2019) dan mewujudkan pariwisata berkelanjutan (Chung, 2019; Nguyen, 2021; Patwary, et al., 2022). Konsep *Triple Bottom line* yang ditemukan oleh Elkington (1994), menyatakan pengembangan berkelanjutan mencakup tiga hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, sosial dan lingkungan. *Triple bottom line* sebagai pertemuan dari tiga pilar pembangunan yaitu people, planet, dan propit (3P). 3 Pilar keberlanjutan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Perlindungan Lingkungan**
Perlindungan lingkungan diperlukan untuk mencapai keberlanjutan masa depan yang baik untuk generasi berikutnya. Contoh perlindungan lingkungan adalah mengurangi penggunaan bahan bakar fosil yang menyebabkan polusi dan menggunakan sumber energi bersih seperti energi terbarukan, pengolahan limbah baik cair maupun padat agar tidak mencemari lingkungan.
2. **Kelayakan Ekonomi**
Kelayakan ekonomi sering menjadi pilar yang paling diutamakan karena dalam menjalankan suatu proyek maupun bisnis, keuntungan secara ekonomi itu adalah hal wajib. Perusahaan perlu menyelamatkan ekonominya terlebih dahulu untuk selanjutnya dapat menyeimbangkan dua pilar lainnya.
3. **Kesetaraan Sosial**
Pilar kesetaraan sosial sering bertujuan untuk memberikan kesetaraan antara kehidupan sosial. Contohnya, dalam sebuah proyek yang harus menggusur rumah-rumah warga. Pemilik proyek terlebih dahulu meminta izin, melakukan sosialisasi, terlebih lagi jika dan memberikan warga ganti rugi yang layak sesuai dengan hak mereka atas penggusuran tersebut.

8.5 Manfaat Digital Marketing Pada Kinerja Perusahaan

Pemasaran hijau memberikan beberapa keuntungan atau peluang bagi perusahaan:

1. **Pasar baru**
Wacana inovasi dan ekonomi hijau berkembang pesat dewasa ini. Pada sektor keuangan dan pariwisata, perusahaan yang berbasis produk hijau merupakan bisnis yang sangat berkelanjutan (*sustainable*).
2. **Diferensiasi**
Strategi pemasaran hijau dapat digunakan perusahaan sebagai diferensiasi, yang terbukti di beberapa perusahaan efektif dalam meningkatkan penjualan, contohnya, iklan yang menekankan bahwa produk mereka merupakan produk efisiensi energi dan ramah lingkungan.

3. Mitigasi biaya produksi

Manfaat yang paling utama adalah mitigasi biaya produksi. Produksi ramah lingkungan akan membantu mengurangi limbah, mengurangi penggunaan bahan mentah, dan menghemat biaya energi. Dengan mengurangi semua ini, keuntungan bisnis akan meningkat secara signifikan. Selain itu, pemasaran ramah lingkungan akan membantu dalam loyalitas merek.

4. Ceruk pasar (*niche market*)

Produk ramah lingkungan seperti makanan organik dan kosmetik mempunyai ceruk pasar yang terdiri dari konsumen yang sadar lingkungan dan bersedia membayar harga premium. Produk tersebut dapat dengan cepat berkembang untuk mencakup pasar yang lebih luas.

8.6 Inovasi Hijau

Inovasi hijau dapat mengubah pengetahuan menjadi ide dan ide menjadi produk ramah lingkungan, yang dapat digunakan di berbagai sektor perekonomian, seperti industri, pertanian, dan sektor jasa, serta dapat membawa kemakmuran ekonomi ramah lingkungan. Inovasi hijau adalah strategi yang memperhitungkan efek yang akan timbul pada lingkungan, dan peningkatan kinerja ekonomi dengan efisiensi penggunaan bahan baku dan energi, penciptaan pangsa pasar baru dan memiliki produk unggulan untuk mewujudkan keunggulan bersaing. Inovasi ramah lingkungan dapat berupaya menciptakan proses, teknologi, atau pendekatan organisasi baru di banyak sektor ekonomi untuk meningkatkan efisiensi sumber daya dalam suatu perekonomian (Sun *et al.*, 2023). Inovasi hijau terdiri dari inovasi produk hijau dan inovasi proses hijau. Inovasi produk hijau merupakan inovasi pada produk yang mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan, contoh: penggunaan material ramah lingkungan, desain hijau, meminimalisir pemakaian barang tidak berguna, dan produk yang menggunakan barang didaur ulang) untuk peningkatan kinerja perusahaan. Inovasi produk hijau merupakan strategi produksi dengan memperhatikan dampak terhadap lingkungan dalam setiap proses manufakturnya. Perusahaan melakukan adopsi teknologi

dan informasi sebagai konsekuensi dari proses inovasi dalam perusahaan (Wang & Yu, 2021).

Keunggulan inovasi hijau menurut Sun *et al.* (2023) sebagai berikut:

1. Membangun ekonomi hijau berbasis pengetahuan, sehingga dapat mengarah pada penciptaan produk atau teknologi yang berharga untuk mencapai tujuan transisi energi.
2. Inovasi hijau dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan sebagai faktor endogen atau eksogen.
3. Inovasi ramah lingkungan yang berujung pada terciptanya paten ilmiah dapat meningkatkan posisi negara di tingkat internasional dan mendatangkan aliran modal untuk pembelian paten oleh negara lain.
4. Inovasi hijau dapat menghasilkan tingkat efisiensi sumber daya yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani W. (2019). Strategi Bisnis Bauran Pemasaran Berwawaskan Pemasaran Hijau. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1), 289-301.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp289-301>
- Chen, J., & Liu, L. (2018). Profiting from green innovation: The moderating effect of competitive strategy. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–23 <https://doi.org/10.3390/su11010015>.
- Chung C K. Green marketing orientation (2019). Achieving Sustainable Development in Green Hotel Management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2019. Pp 1-19. DOI: 10.1080/19368623.2020.1693471
- Dahlstrom, R. 2010. *Green Marketing Management*. South-Western, a part of Cengage Learning. OH 45040, United States of America.
- Elkington, J. 1994. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development," *California Management Review*. Vol.36. No. 2. pp. 90–100.
- Haseeb M, Hussain HI, Kot S, Androniceanu A, Jermisittiparsert K. (2019). Role of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance. *Sustainability*. 11(14) pp:3811.
- Fernando Y, Jabbour C J, Wah WX. (2019). Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: does service capability matter?. *Resources, Conservation and Recycling*. 1(14). Pp:1-8
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.-C. (2016). Application of the extended theory of planned behavior model to investigate purchase intention of green products among Thai consumers. *Sustainability*, 8(10), 1077.
- Mishra, P., & Sharma, P. (2014). Green marketing: Challenges and opportunities for business. *BVIMR Management Edge*, 7(1).

- Nguyen, P H. (2021) Green Marketing Strategy as a Sustainable Solution to Tourism Development in Vietnam. Vol. 18. pp. 116-132.
- Ottman, J. (2017). The new rules of green marketing: Strategies, tools, and inspiration for sustainable branding. Academic Press.
- Patwary, A.K., Mohamed, M., Rabiul, M.K., Mehmood, W., Ashraf, M.U., Adamu, A.A. (2022) Green purchasing behaviour of international tourists in Malaysia using green marketing tools: theory of planned. Vol. 13 (2), pp. 246-265
- Sun,Y., Gao, P., Tian, W., Guan, W. 2023. Innovation for resource efficiency and sustainability: Empirical analysis and policy. Vol. 81

BAB 9

MANAJEMEN OPERASIONAL BERKELANJUTAN (GREEN OPERATION MANAGEMENT)

Oleh Rizki Risanto Bahar

9.1 Pendahuluan

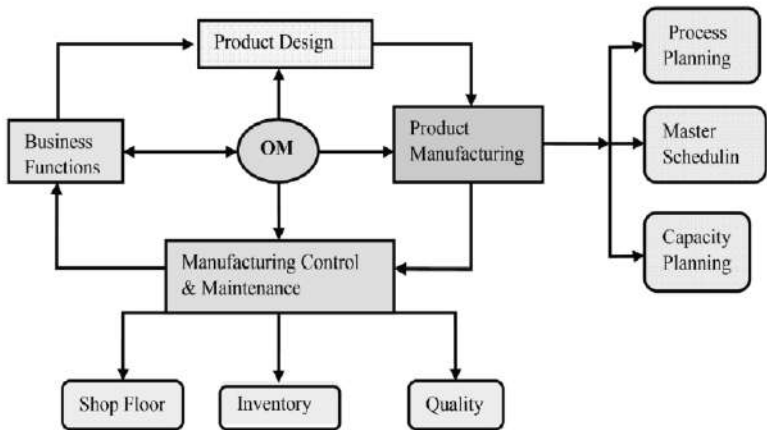
Manajemen operasi memegang peran yang sangat penting dalam menjalankan fungsi-fungsi kunci organisasi. Secara khusus, manajemen operasi berfokus pada berbagai aspek yang meliputi perancangan produk, perencanaan proses manufaktur, pengendalian kualitas, serta pemeliharaan infrastruktur operasional. Dengan memperhatikan elemen-elemen ini secara cermat, organisasi dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tingkat produktivitas yang maksimal. Melalui strategi dan praktik yang tepat dalam manajemen operasi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Saat ini, sumber daya non-terbarukan yang dapat kita peroleh dari alam semakin cepat habis. Hal ini diperparah dengan industrialisasi yang menyebabkan peningkatan polusi, pencemaran limbah, deforestasi hingga pemanasan global akibat efek rumah kaca sehingga mengancam kelangsungan ekosistem. Krisis alam secara global ini telah memaksa perusahaan untuk memiliki visi yang bukan hanya sekedar perolehan keuntungan namun lebih kepada strategi jangka panjang untuk melindungi ekosistem. Untuk itu dalam konteks manajemen operasi saat ini munculah konsep *green operation management*.

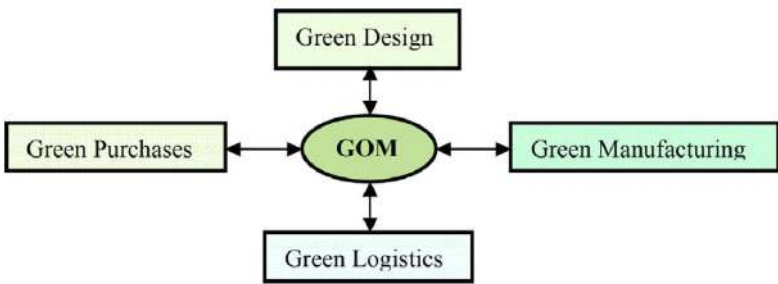
Pada dasarnya, *green operation management* memiliki komponen yang hampir sama dengan manajemen operasi konvensional. Perbedaan keduanya terletak pada tujuan pencapaian

produktivitas yang meminimalisir dampak buruk atau kerusakan pada lingkungan. (Chawla dkk, 2021)

Perbedaan kedua konsep tersebut dapat dilihat pada Gambar 9.1 dan Gambar 9.2 berikut :



Gambar 9.1. Aktivitas dalam Manajemen Operasi Konvensional
Sumber : Chawla dkk (2021)



Gambar 9.2. Aktivitas dalam *Green Operation Management*
Sumber : Chawla dkk (2021)

Green operation management mencakup beragam bidang yang bertujuan untuk menjaga keselarasan antara kegiatan operasional perusahaan dengan upaya pelestarian lingkungan. Salah satu aspek utamanya adalah *green design*, Watz dan Hallstedt (2020) mendefinisikan *green design* sebagai proses perencanaan inovatif yang menekankan penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan dalam pembuatan produk. Dengan mempertimbangkan

faktor-faktor seperti daur ulang dan efisiensi penggunaan material, *green design* bertujuan untuk memastikan bahwa setiap komponen produk dapat didaur ulang atau diuraikan dengan minimal dampak lingkungan.

Apske kedua adalah *green manufacturing* yaitu konsep yang melibatkan renovasi proses produksi untuk memastikan bahwa operasi perusahaan berjalan dengan memperhatikan prinsip-prinsip lingkungan. Hal ini termasuk penggunaan teknologi yang lebih ramah lingkungan, pengurangan limbah, dan pengelolaan energi yang efisien. (Panda dkk, 2016)

Selanjutnya terdapat aspek *green logistics* yang didefinisikan oleh Stolka dan Kubicka (2019) sebagai upaya untuk mengurangi dampak ekologis dari proses pengiriman dan distribusi barang. Dengan memprioritaskan penggunaan transportasi yang lebih ramah lingkungan, pengoptimalan rute pengiriman, dan penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang, logistik hijau bertujuan untuk mengurangi jejak karbon perusahaan dalam rantai pasokan.

Terakhir, *green purchasing* merupakan strategi pembelian yang berfokus pada produk dan layanan yang lebih ramah lingkungan. Hal ini melibatkan pemilihan pemasok yang mematuhi standar lingkungan, pengurangan penggunaan bahan kimia berbahaya, dan peningkatan kesadaran terhadap praktik pembelian yang berkelanjutan. (Joshi dan Rahman, 2015)

9.2 Green Procurement

Green Procurement atau Pengadaan Hijau, telah menjadi sorotan utama dalam keberlanjutan bisnis dan perlindungan lingkungan di era modern. Konsep *Green Procurement* menyoroti pentingnya mempertimbangkan dampak lingkungan dalam setiap tahap proses pengadaan barang dan jasa. *Green Procurement* mewakili sebuah paradigma baru dalam manajemen operasi, di mana keberlanjutan tidak lagi dianggap sebagai aspek terpisah, melainkan menjadi faktor integral dalam pengambilan keputusan bisnis.

Menurut Nuryanto (2023) *Green procurement* adalah konsep baru yang muncul sebagai respons terhadap kepedulian terhadap

lingkungan. Ini melibatkan penilaian risiko atas bahan baku yang dibeli sebagai input dalam proses, dengan memperhatikan bahan dari sumber daya yang dapat diperbaharui dan proses yang mempertimbangkan aspek lingkungan. Sementara itu, menurut LKPP (2012) Pengadaan Hijau (*Green Procurement*) merupakan bentuk pengadaan yang lebih cerdas, dimana hal tersebut mengacu pada peningkatan efisiensi dalam pengadaan publik serta memanfaatkan kekuatan pasar untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan, baik secara lokal maupun global.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Green Procurement* merupakan sebuah konsep atau strategi yang berkembang sebagai tanggapan terhadap kepedulian terhadap lingkungan. Konsep ini mencakup penilaian risiko terhadap bahan baku yang dibeli dengan mempertimbangkan aspek lingkungan dan penggunaan sumber daya yang dapat diperbaharui. *Green Procurement* juga diidentifikasi sebagai strategi efektif untuk mengubah ketidakefisienan dalam penggunaan energi, lahan, dan bahan industri menjadi efisiensi dalam ketiga aspek tersebut. Selain itu, *Green Procurement* juga dianggap sebagai bentuk pengadaan yang lebih cerdas, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam pengadaan publik sambil memanfaatkan kekuatan pasar untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan, baik secara lokal maupun global. Dengan demikian, *Green Procurement* menjadi landasan penting dalam upaya mewujudkan praktek bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

9.3 Green Design

Dalam era modern yang ditandai dengan kepedulian terhadap lingkungan dan keberlanjutan, konsep desain hijau semakin menjadi fokus utama dalam berbagai bidang, mulai dari arsitektur hingga produk konsumen. Desain hijau, juga dikenal sebagai desain berkelanjutan atau ekodesain, tidak hanya mencakup aspek lingkungan, tetapi juga mencakup aspek ekonomi dan sosial.

Pada dasarnya, desain hijau bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan alam, seperti polusi udara dan air, pemanasan global, serta penurunan kualitas lingkungan hidup. Lebih dari sekadar meminimalkan kerusakan, desain hijau berupaya

untuk menciptakan solusi yang benar-benar memperbaiki lingkungan dan mempromosikan keberlanjutan.

Menurut Watz & Hallstedt (2020) *green design* merupakan sebuah proses dalam menciptakan desain geometris produk yang inovatif dengan menggunakan bahan yang ramah terhadap lingkungan.

Maka dari itu, menurut Utama (2019) dalam proses pembuatan *green design* perlu memperhatikan beberapa aspek diantaranya :

1. Mentransformasikan keinginan dan keperluan konsumen menjadi produk dan layanan yang diperlukan
2. Memperbaiki produk dan layanan yang telah ada
3. Inovasi dan pengembangan produk dan layanan baru
4. Menetapkan kriteria kualitas yang diinginkan.
5. Menetapkan sasaran biaya
6. Menyusun dan menguji prototipe
7. Membuat dokumentasi tentang spesifikasi produk dan layanan yang dihasilkan

Dalam pandangan yang lebih luas, desain hijau juga melibatkan upaya untuk memperhitungkan siklus hidup suatu produk atau bangunan, dari produksi hingga pemusnahan atau daur ulang, sehingga meminimalkan limbah dan penggunaan sumber daya yang tidak terbarukan.

Tren global menuju desain hijau tidak hanya didorong oleh kepedulian akan kesejahteraan lingkungan, tetapi juga oleh keuntungan ekonomi yang dapat diperoleh. Perusahaan dan individu yang mengadopsi desain hijau sering kali menemukan bahwa ini juga berujung pada efisiensi energi yang lebih baik, biaya operasional yang lebih rendah dalam jangka panjang, dan citra merek yang lebih positif.

9.4 Green Manufacturing

Konsep *green manufacturing* atau manufaktur hijau telah menjadi fokus utama dalam industri. Manufaktur hijau, juga dikenal sebagai manufaktur berkelanjutan adalah pendekatan yang bertujuan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan

lingkungan ke dalam seluruh rantai nilai produksi. Menurut Zhang (2019) *green manufacturing* adalah sebuah proses manufaktur yang tidak menimbulkan kerusakan pada lingkungan atau bahkan mampu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Sementara itu menurut Nuryanto (2023) *green manufacturing* merupakan sebuah bentuk praktik industri yang memperhitungkan siklus hidup produk serta mengacu pada indeks kehijauan, yang dapat berperan sebagai panduan bagi perusahaan dalam merancang strategi *green manufacturing*.

Tujuan *green manufacturing* adalah menggabungkan upaya yang berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja lingkungan dalam proses dan produk industri guna mengurangi atau mencegah pencemaran udara, air, dan tanah, mengurangi limbah dari sumbernya, serta meminimalkan risiko terhadap manusia dan spesies lainnya (Berkel et al., 1997).

Dari pemahaman yang disajikan oleh Zhang (2019) dan Nuryanto (2023), serta kontribusi teori yang disampaikan oleh Van Berkel et al. (1997), dapat disimpulkan bahwa Green Manufacturing bukan hanya sekadar sebuah proses produksi, tetapi juga merupakan suatu paradigma yang memperhitungkan dampak lingkungan secara holistik. Konsep ini menekankan pada pengurangan atau pencegahan pencemaran dan penggunaan sumber daya secara efisien dalam semua tahap siklus hidup produk, mulai dari perencanaan hingga pembuangan. Tujuan utamanya adalah menciptakan proses dan produk industri yang tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan kualitas hidup manusia serta keseimbangan ekosistem secara keseluruhan. Dengan demikian, Green Manufacturing menjadi landasan penting dalam upaya menuju industri yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Selain manfaat lingkungan, manufaktur hijau juga menghadirkan berbagai keuntungan ekonomi. Penggunaan sumber daya yang lebih efisien sering kali mengarah pada pengurangan biaya produksi dalam jangka panjang. Selain itu, adopsi praktik manufaktur hijau dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan memenuhi tuntutan pasar yang semakin memperhatikan keberlanjutan.

Dengan demikian, manufaktur hijau bukan hanya tentang mengurangi dampak negatif, tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam pandangan yang lebih luas, manufaktur hijau memainkan peran penting dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan yang lebih sehat bagi generasi mendatang. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan konsep manufaktur hijau menjadi kunci dalam memandu masa depan industri menuju arah yang lebih berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

9.5 Green Logistic

Green logistic atau logistik hijau merujuk pada pendekatan dalam manajemen rantai pasok yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sepanjang proses pengadaan, produksi, distribusi, dan pembuangan barang.

Menurut Seroka & Ociepa (2018) *green logistic* merupakan gagasan dalam ranah logistik yang bertujuan untuk meminimalkan jejak ekologis dalam seluruh proses pengiriman barang, tanpa mengesampingkan kebutuhan dan tuntutan konsumen.

Tujuan utama dari logistik hijau adalah untuk meminimalkan emisi gas rumah kaca, mengurangi konsumsi bahan bakar fosil, mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam, serta mengurangi jumlah limbah dan polusi yang dihasilkan dalam operasi logistik. Ini dilakukan dengan mengadopsi teknologi dan praktik-praktik inovatif, seperti penggunaan kendaraan ramah lingkungan, penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang, dan optimasi rute pengiriman.

Manfaat lingkungan, logistik hijau juga dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi perusahaan. Efisiensi dalam penggunaan energi dan sumber daya dapat mengurangi biaya operasional, sedangkan reputasi perusahaan yang peduli lingkungan dapat meningkatkan citra merek dan daya tarik pelanggan.

Banyak penelitian telah mengkaji implikasi dari *green logistic*, dan hasilnya menunjukkan sebuah terobosan di mana penerapan green logistic secara signifikan telah mengurangi emisi

karbon dan mendukung manajemen limbah secara efektif (Joshi & Rahman, 2015)

Dalam pandangan yang lebih luas, *green logistic* memiliki peran penting dalam mempercepat peralihan menuju ekonomi berkelanjutan. Dengan mengurangi jejak lingkungan dari kegiatan logistik, kita dapat menciptakan lingkungan yang lebih bersih, lebih sehat, dan lebih berkelanjutan bagi generasi mendatang.

Dengan demikian, pemahaman dan penerapan konsep *green logistic* tidak hanya penting bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Panda, A. Sahoo, A.K. Rout, A.K. 2016. *Multi-attribute decision making parametric optimization and modeling in hard turning using ceramic insert through grey relational analysis: a case study*, Jurnal Decision Sci. Letters. 5 (4) 581–592.
- Chawla, Vk., dkk. 2021. *Evaluation of Green Operation Management by Fuzzy Analytical Process*. Materials Today: Proceedings Elsevier 38 274–279.
- Stolka, Oksana dan Kubicka, Agnieszka. 2019. *Green logistics and circular economy*. Transportation Research Procesia 39 471–479.
- Watz, Matilda dan Hallstedt S.I. 2020. *Profile model for management of sustainability integration in engineering design requirements*. Jurnal Cleaner Production 247 119155.
- Joshi, Y dan Rahman, Zillur. 2015. *Factors affecting green purchase behaviour and future research directions*. International Strategic Management Review. 3 (1–2) 128–143.
- Nuryanto, UW., dkk. 2023. *Teori & Aplikasi Green Operation Management (Sebuah Pendekatan Green Management System di Era 4.0)*. Penerbit Adab. Jawa Barat.
- LKPP. 2012. *Pengadaan Publik Yang Ramah Lingkungan*.
- Watz, M. and Hallstedt, S. I. (2020) “Group Model Building With Causal Loop Diagrams To Foster Capabilities For Sustainable Design And Product Development,” Proceedings of the Design Society: DESIGN Conference. Cambridge University Press, 1, pp. 2207–2216. doi: <https://doi.org/10.1017/dsd.2020.53>
- Utama, RE., dkk. 2019. *Manajemen Operasi*. UM Jakarta Press. Jakarta.
- Zhang, et al. 2019. *Green Manufacturing Strategy Considering Retailers Fairness Concerns*. Journal Sustainability Volume 11. China.
- Berkel, et al. 1997. *Development of an industrial ecology toolbox for the introduction of industrial ecology in enterprises*. Journal of Cleaner Production Volume 5, Issues 1–2, 1997, Pages 11–25. [https://doi.org/10.1016/S0959-6526\(97\)00004-8](https://doi.org/10.1016/S0959-6526(97)00004-8).

- Seroka & Ociepa. 2018. *Green logistics and circular economy*. Transportation Research Procedia 39 (2019) 471–479.
- Joshi, Y dan Rahman, Z. (2015). *Factors Affecting Green Purchase Behaviour and Future Research Directions*. Journal Elsevier. (128–143).

BAB 10

WIRUSAHA BERKELANJUTAN (ECOPRENEURSHIP)

Oleh Michelle Azista Nabila Casandra

10.1 Tentang Wirausaha Berkelanjutan dan Pentingnya Ecopreneurship dalam Konteks Global

Ecopreneurship merupakan konsep kewirausahaan yang menggabungkan kesadaran terhadap lingkungan dalam kegiatan bisnis mereka dengan tujuan untuk mengubah dasar pengembangan ekonomi yang awalnya hanya mencari keuntungan, menuju cara yang lebih ramah lingkungan. Ecopreneurship sangat penting dalam meningkatkan peran individu dan organisasi yang inovatif sebagai agen perubahan untuk mewujudkan modernisasi yang lebih ramah lingkungan (Beveridge & Guy, 2005).

Istilah 'Ecopreneurship' adalah gabungan dari dua kata, yaitu 'ekologis' ('eco') dan '*entrepreneurship*'. Oleh karena itu, Ecopreneurship dapat didefinisikan sebagai '*entrepreneurship* dengan sudut pandang lingkungan'. Ini ditandai oleh beberapa aspek fundamental dari kegiatan kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada sistem manajemen atau prosedur teknis saja, namun juga lebih berfokus pada inisiatif pribadi dan keterampilan individu atau tim kewirausahaan untuk mencapai kesuksesan melakukan penetrasi pasar dengan inovasi lingkungan (Schaper, 2016).

Pemikiran tentang isu lingkungan yang ingin diselesaikan biasanya diawali dari keresahan pribadi atau individu. Keresahan yang ada di dalam pikiran bisa dianggap sebagai tantangan (*challenge*) yang harus diselesaikan, bukan hanya sebuah masalah (*problem*) (Senge, 2006).

Seorang Ecopreneur dapat memengaruhi visi perusahaan mereka secara signifikan berdasarkan tujuan dan preferensi pribadi

sehingga hal ini akan tercermin dalam visi, misi, dan tujuan perusahaan. Hal ini lebih sering terjadi pada start-up dan usaha kecil menengah daripada pada perusahaan besar. Pada perusahaan besar, seorang manajer lingkungan dapat meninggalkan perusahaan tanpa perusahaan harus kehilangan karakter yang substansial, sedangkan ecopreneur akan membangun dan membentuk 'wajah' perusahaan mereka. Kepribadian pemimpin perusahaan akan memberikan pengaruh yang kuat pada tujuan perusahaan. Sebagai konsekuensinya, ecopreneurship berurusan dengan pendirian perusahaan yang sangat inovatif yang menyediakan produk dan layanan lingkungan (Beveridge & Guy, 2005).

Ecopreneurship memiliki peran yang sangat penting dalam konteks global karena menciptakan platform bagi inovasi bisnis yang berfokus pada keberlanjutan dan keseimbangan lingkungan. Ecopreneur, sebagai agen perubahan, mendorong pengembangan solusi yang lebih ramah lingkungan, mengurangi dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan, dan membentuk tren positif dalam industri. Keberlanjutan yang diusung oleh ecopreneurship juga menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan mendukung transformasi menuju model bisnis yang lebih ramah lingkungan.

Selain itu, dalam era di mana kesadaran lingkungan semakin meningkat di kalangan konsumen, perusahaan yang menganut *ecopreneurship* memiliki daya tarik lebih besar bagi pasar global. Dengan mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, perusahaan dapat memenuhi tuntutan konsumen yang semakin memilih produk dan layanan yang berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Secara keseluruhan, ecopreneurship bukan hanya menjadi pendorong inovasi dan daya saing, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap keseimbangan ekologis dan keberlanjutan ekonomi di tingkat global.

10.2 Hubungan antara Ekonomi dan Ekologi

Hubungan antara ekonomi dan ekologi membentuk interaksi kompleks antara kegiatan manusia dalam mencapai pertumbuhan ekonomi dan dampaknya terhadap lingkungan. Meskipun ekonomi bergantung pada sumber daya alam untuk memproduksi barang

dan jasa, peningkatan aktivitas ekonomi seringkali menyebabkan eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam dan polusi. Hal ini berpotensi merusak ekosistem dan menciptakan tantangan lingkungan yang mendalam. Oleh karena itu, pertimbangan ekologis semakin mendapat perhatian dalam pengembangan ekonomi, dengan diakui bahwa keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan merupakan kunci untuk menciptakan masa depan yang berkelanjutan.

Fokus utama dalam pembahasan pembangunan berkelanjutan adalah pentingnya ketergantungan ekonomi pada ekosistem yang sehat. Kegiatan ekonomi, seperti pertanian dan pariwisata, sangat tergantung pada keberlanjutan ekosistem untuk mendukung produksi dan daya tarik. Oleh karena itu, pendekatan pembangunan berkelanjutan menganjurkan integrasi kebijakan yang mempertimbangkan aspek ekologis, ekonomis, dan sosial. Sebagai respons terhadap tantangan ini, inovasi dan solusi berkelanjutan muncul, termasuk pengembangan teknologi ramah lingkungan dan praktik pertanian berkelanjutan yang berpotensi mengurangi dampak negatif pada lingkungan.

Konsep ekonomi hijau menunjukkan arah menuju harmoni antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan. Dengan mengadopsi kebijakan yang mendukung praktik ekonomi yang ramah lingkungan, masyarakat dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan tanpa merusak ekosistem. Kesadaran akan pentingnya merawat lingkungan sebagai bagian dari aktivitas ekonomi menjadi landasan untuk menciptakan masa depan yang seimbang dan berkelanjutan bagi generasi mendatang.

Jika kita ingin meningkatkan kesadaran akan pentingnya ekologi pada para pelaku ekonomi, maka kegiatan lingkungan yang dilakukan juga harus bermanfaat secara ekonomi. Hal ini akan lebih meyakinkan para pebisnis untuk mempertimbangkan dampak ekologis dari kegiatan mereka, seperti yang diterapkan dalam konsep *Pollution Prevention Pays* yang sukses. Sebaliknya, jika hubungan positif seperti itu tidak ada, kita menghadapi tantangan besar karena kita tidak memiliki alasan yang kuat untuk memperhatikan dampak ekologi (Boons & Wagner, 2009).

Pollution Prevention Pays merupakan suatu pendekatan atau konsep yang mendorong praktik-praktik bisnis yang bertujuan untuk mencegah atau mengurangi pencemaran lingkungan, dan pada akhirnya, memberikan manfaat finansial kepada perusahaan yang mengimplementasikannya. Ide dasar di balik *Pollution Prevention Pays* adalah bahwa langkah-langkah untuk mencegah polusi dapat menghasilkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan keberlanjutan jangka panjang.

Konsep ini menekankan bahwa tindakan pencegahan pencemaran dapat menghasilkan keuntungan ekonomi jangka panjang bagi perusahaan, selain juga memberikan manfaat lingkungan. Adopsi praktik-praktik ramah lingkungan dapat mencakup penggunaan teknologi yang lebih bersih, manajemen limbah yang lebih efisien, dan pengoptimalan proses produksi untuk mengurangi dampak negatif bagi lingkungan.

10.3 Prinsip Dasar Ecopreneurship

Prinsip dasar *ecopreneurship* mendasari suatu pendekatan yang tidak hanya fokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mengakui tanggung jawab terhadap lingkungan dan keberlanjutan alam. Dengan memusatkan perhatian pada inovasi berkelanjutan, Ecopreneur dapat mengembangkan solusi yang menciptakan dampak positif pada planet ini. Berikut adalah beberapa prinsip dasar *ecopreneurship*:

1. Keberlanjutan ekonomi

Ecopreneurship menekankan pentingnya pengembangan bisnis yang bertahan lama dan mampu mempertahankan pertumbuhan ekonomi tanpa mengorbankan sumber daya alam dan lingkungan. Contohnya adalah perusahaan manufaktur yang beralih sepenuhnya ke energi terbarukan untuk operasionalnya. Dengan menginvestasikan dalam pembangkit listrik tenaga surya atau turbin angin, perusahaan ini tidak hanya mengurangi ketergantungannya pada sumber energi fosil, tetapi juga mengurangi jejak karbonnya. Dalam jangka panjang, langkah ini tidak hanya memberikan keberlanjutan ekonomi dengan menghemat biaya energi, tetapi juga menciptakan dampak positif terhadap lingkungan.

2. Inovasi Berkelanjutan

Ecopreneurs mencari solusi inovatif untuk masalah lingkungan dengan menciptakan produk atau layanan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Contohnya adalah perusahaan yang mengembangkan teknologi daur ulang baru untuk mengelola limbah plastik. Dengan menciptakan metode inovatif untuk mendaur ulang plastik yang sulit terurai, perusahaan ini memberikan solusi konkret terhadap masalah lingkungan. Inovasi ini tidak hanya mengurangi jumlah limbah plastik yang mencemari lingkungan, tetapi juga menciptakan peluang bisnis baru di sektor daur ulang.

3. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran akan dampak lingkungan dari kegiatan bisnis adalah prinsip kunci dalam ecopreneurship. Ecopreneurs berusaha untuk memahami dan mengelola dampak ekologis dari setiap aspek bisnis mereka. Contohnya adalah perusahaan ritel yang aktif melibatkan pelanggan dalam upaya pelestarian lingkungan.

Misalnya, perusahaan tersebut dapat memberikan informasi tentang jejak karbon produk mereka dan memberikan insentif kepada pelanggan yang menggunakan metode pembelian yang ramah lingkungan, seperti menggunakan kantong belanja kain atau memilih produk dengan kemasan minimal.

4. Pengelolaan Sumber Daya

Ecopreneurs mengutamakan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana, termasuk energi, air, dan bahan baku, untuk meminimalkan jejak ekologis. Contohnya adalah perusahaan pertanian organik yang menerapkan sistem irigasi hemat air dan praktik pengelolaan tanah berkelanjutan. Dengan memprioritaskan penggunaan air secara efisien dan menghindari penggunaan pestisida berbahaya, perusahaan ini tidak hanya menjaga kualitas tanah dan air, tetapi juga menghasilkan produk pertanian yang lebih sehat dan berkelanjutan.

5. Penerapan Etika dan Tanggung Jawab Sosial

Penerapan etika dan tanggung jawab sosial dalam prinsip ecopreneur sangat penting untuk memastikan bahwa usaha bisnis tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi positif terhadap lingkungan dan masyarakat. Seorang ecopreneur harus memiliki komitmen terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Contohnya, dalam pengelolaan sumber daya, seorang ecopreneur dapat mengimplementasikan praktik daur ulang, mengurangi limbah, dan memilih bahan baku yang bersumber dari sumber yang berkelanjutan. Selain itu, dalam hal tanggung jawab sosial, seorang ecopreneur dapat berinvestasi dalam inisiatif sosial, seperti program pendidikan atau pelatihan untuk komunitas lokal, menciptakan peluang kerja, dan memberdayakan masyarakat setempat.

Melalui prinsip ecopreneur ini, bisnis tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak positifnya terhadap lingkungan dan masyarakat secara luas.

Tujuan Ecopreneurship dapat dibagi menjadi dua yaitu *Social Ecopreneurs* dan *Commercial Entrepreneurs*. *Social Ecopreneurs* adalah individu yang bertujuan mempromosikan ide, produk, atau teknologi ramah lingkungan (*eco-friendly*) baik melalui pasar maupun nonpasar. Sedangkan, organisasi yang memiliki tujuan yang sama dikenal sebagai *Social Ecopreneurial Organization*. *Commercial ecopreneurs* atau *ecopreneurial corporations* adalah individu, kelompok, atau perusahaan yang bertujuan memaksimalkan keuntungan pribadi, baik itu untuk organisasi maupun perusahaan. Mereka melakukan ini dengan mengidentifikasi peluang bisnis hijau (produk dan proses yang ramah lingkungan) dan mengubahnya menjadi bisnis yang menguntungkan (Murdiningtyas, 2014).

Dengan dasar tersebut, manusia dapat mengambil keuntungan dari lingkungan hidup dengan memanfaatkannya sebagai ladang usaha yang dapat menghasilkan keuntungan. Selain itu, keuntungan lain yang dapat diperoleh dari lingkungan adalah

kemampuan untuk menyelamatkannya dari kerusakan dan mengurangi dampak global warming. Oleh karena itu, terdapat saling ketergantungan antara manusia dan lingkungan (Soemarwoto, 2004).

Perlu adanya keseimbangan antara makhluk hidup dan lingkungan. Sebagai manusia, kita perlu memiliki rasa cinta terhadap lingkungan. Dengan memiliki rasa cinta tersebut, kita akan sadar akan pentingnya melestarikan lingkungan agar tidak terjadi kerusakan. Kerusakan yang terjadi di dunia disebabkan oleh tingkah laku manusia itu sendiri.

10.4 Tantangan dalam Ecopreneurship

Ecopreneurship menghadapi sejumlah tantangan yang kompleks dalam menjalankan operasional bisnis yang berkelanjutan. Pengelolaan limbah dan emisi menjadi fokus utama, dengan upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Keterbatasan sumber daya alam menjadi hambatan serius, mendorong ecopreneurs untuk mencari solusi inovatif dan alternatif dalam pemilihan bahan baku. Selain itu, kesadaran konsumen dan pendidikan memainkan peran penting dalam mengubah perilaku konsumtif menuju pola hidup yang lebih berkelanjutan, menuntut perusahaan untuk lebih transparan dan berkomunikasi secara efektif mengenai praktik bisnis berwawasan lingkungan mereka.

10.5 Peluang dalam Ecopreneurship

Ecopreneurship di Indonesia menawarkan peluang yang besar, terutama dalam konteks inovasi teknologi hijau. Dukungan dari pemerintah melalui kebijakan pro-lingkungan cenderung mendorong perkembangan bisnis yang berkelanjutan. Peluang ini semakin diperkuat oleh munculnya teknologi hijau, seperti energi terbarukan, efisiensi energi, dan solusi ramah lingkungan lainnya. Pemerintah Indonesia terus mendorong inisiatif ekonomi hijau, memberikan insentif, dan menciptakan regulasi yang mendukung pertumbuhan sektor ini. Sehingga, ecopreneurs memiliki peluang besar untuk mengintegrasikan inovasi teknologi hijau dalam bisnis mereka dan bersinergi dengan kebijakan pemerintah untuk

menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan.

10.6 Strategi Bisnis Ecopreneurship

Dari sudut pandang ekonomi, peran kewirausahaan dalam pembangunan berkelanjutan dianggap sebagai sebuah proses *discovery* (penemuan), *creating* (penciptaan), dan *exploiting* (eksploitasi) peluang untuk mendukung terciptanya barang dan jasa di masa depan yang sekaligus menjaga kelestarian alam dan sosial, serta memberikan manfaat ekonomi dan non-ekonomi bagi masyarakat (Muñoz & Cohen, 2018).

Ada lima faktor inti yang mempengaruhi pemilihan strategi bisnis dalam kewirausahaan berkelanjutan dan bioekonomi yaitu ekonomi-keuangan, pasar, teknologi, ekologi, organisasi dan sumber daya manusia, serta hukum. Dari kelima faktor ini, ekonomi-keuangan dan pasar menjadi faktor yang paling signifikan dalam penentuan strategi inovatif dan pengambilan keputusan pada perusahaan yang menerapkan ecopreneurship (Urbaniec, et al., 2021).

Dalam konteks ini, Ecopreneur harus mempertimbangkan aspek-aspek keuangan dalam mengimplementasikan praktik bisnis berkelanjutan. Sebagai contoh, keputusan untuk menggunakan bahan baku daur ulang atau mengadopsi teknologi hijau dapat dipandang dari sudut pandang ekonomi, melibatkan pertimbangan terhadap biaya produksi, efisiensi, dan keberlanjutan finansial jangka panjang. Selain itu, aspek pasar menjadi kunci, di mana ecopreneurs harus memahami permintaan konsumen terhadap produk atau layanan yang berkelanjutan. Keputusan dalam merancang strategi bisnis ecopreneurship sering kali dipengaruhi oleh peluang pasar yang dapat diakses dan respons konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, integrasi antara faktor ekonomi-keuangan dan dinamika pasar menjadi landasan dalam merumuskan strategi yang tidak hanya berkelanjutan secara lingkungan, tetapi juga ekonomis dan sesuai dengan tuntutan pasar.

Strategi bisnis ecopreneurship dapat meningkatkan profitabilitas melalui berbagai cara. Pertama-tama, dengan

mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, seperti penggunaan bahan baku daur ulang dan efisiensi energi, Ecopreneur dapat mengurangi biaya produksi jangka panjang.

Meskipun investasi awal mungkin diperlukan untuk mengimplementasikan teknologi hijau atau proses berkelanjutan, penghematan operasional jangka panjang dapat menjadi faktor peningkatan profitabilitas. Selain itu, makin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan dapat mengakibatkan peningkatan permintaan terhadap produk dan layanan yang ramah lingkungan.

Ecopreneur yang memahami dan merespons dengan cepat terhadap tren ini dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan menghasilkan peningkatan penjualan. Penerapan strategi pemasaran yang menyoroti nilai-nilai lingkungan juga dapat menciptakan loyalitas pelanggan, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis jangka panjang. Dengan demikian, strategi bisnis ecopreneurship bukan hanya memberikan manfaat lingkungan, tetapi juga dapat menciptakan peluang untuk meningkatkan profitabilitas melalui efisiensi operasional, peningkatan penjualan, dan keunggulan pasar.

10.7 Contoh Wirausaha Berkelanjutan

TaniHub, Sayurbox, Waste4Change, dan Avani Eco adalah contoh start-up berkelanjutan di Indonesia yang masing-masing berfokus pada solusi yang berbeda untuk meningkatkan keberlanjutan dalam industri pertanian, pengelolaan limbah, dan produk ramah lingkungan. Berikut adalah penjelasan singkat tentang masing-masing perusahaan:

TaniHub:

TaniHub adalah platform digital yang menghubungkan petani dengan konsumen, termasuk restoran, hotel, dan rumah tangga. Mereka memungkinkan petani untuk memasarkan produk-produk pertanian mereka secara langsung kepada pelanggan, mengurangi ketergantungan pada rantai pasokan tradisional yang sering kali tidak efisien dan menyisakan sedikit keuntungan bagi petani. Dengan memfasilitasi transaksi langsung, TaniHub

membantu meningkatkan pendapatan petani dan mengurangi pemborosan makanan di Indonesia.

Sayurbox:

Sayurbox adalah platform e-commerce yang menyediakan akses mudah untuk mendapatkan produk-produk pertanian organik dan lokal. Mereka bekerja sama dengan petani-petani lokal untuk mengumpulkan produk-produk mereka dan menjualnya secara online kepada pelanggan di berbagai kota. Dengan fokus pada produk organik, Sayurbox tidak hanya membantu mendukung pertanian berkelanjutan tetapi juga mempromosikan gaya hidup sehat di kalangan masyarakat.

Waste4Change:

Waste4Change adalah perusahaan yang berfokus pada pengelolaan limbah yang berkelanjutan. Mereka menyediakan layanan pengumpulan, pemilahan, dan daur ulang limbah untuk berbagai jenis organisasi, termasuk bisnis, sekolah, dan pemerintah. Melalui pendekatan ini, Waste4Change membantu mengurangi dampak negatif limbah terhadap lingkungan dan mendorong sikap peduli terhadap masalah lingkungan di kalangan masyarakat.

Avani Eco:

Avani Eco adalah perusahaan yang memproduksi produk-produk ramah lingkungan, terutama berfokus pada pengganti plastik yang ramah lingkungan. Mereka menawarkan berbagai produk, termasuk kantong belanja, sedotan, dan wadah makanan, yang terbuat dari bahan-bahan alami dan mudah terurai. Dengan menyediakan alternatif yang ramah lingkungan, Avani Eco berusaha mengurangi penggunaan plastik sekali pakai yang merusak lingkungan dan mengarahkan masyarakat ke pola konsumsi yang lebih berkelanjutan.

Kesemuanya adalah contoh bagaimana inovasi dan teknologi dapat digunakan untuk memecahkan masalah-masalah lingkungan dan sosial yang penting di Indonesia, serta menyediakan solusi-solusi yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Beveridge, R. & Guy, S., 2005. The rise of the eco-preneur and the messy world of environmental innovation. *Local Environ*, 10(6), pp. 665-676.
- Boons, F. & Wagner, M., 2009. Assessing the relationship between economic and ecological performance: Distinguishing system levels and the role of innovation. *Ecological Economics*, 68(7), pp. 1908-1914.
- Muñoz, P. & Cohen, B., 2018. Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), pp. 300-322.
- Murdiningtyas, E., 2014. *Prakarsa Strategis Pengembangan Konsep Green Economy*. Jakarta: DEPUTI Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup.
- Schaper, M., 2016. *Making Ecopreneurs : Developing Sustainable Entrepreneurship*. Taylor & Francis.
- Senge, P. M., 2006. *The Fifth Discipline: The Art & Practice Of The Learning Organization*. New York: Doubleday.
- Soemarwoto, 2004. *Ekologi, Lingkungan Hidup, dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan.
- Urbaniec, M. et al., 2021. Fostering sustainable entrepreneurship by business strategies: An explorative approach in the bioeconomy. *Business Strategy and The Environment*, pp. 1-17.

BAB 11

ECOPRENEURSHIP DAN PANDEMI COVID-19

Oleh Roni Tua

11.1 Pendahuluan

Penyebaran virus COVID-19 di akhir 2019 dan awal 2020 menyebabkan krisis khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial di hampir seluruh negara di dunia. Tidak hanya menyebabkan korban sakit dan meninggal dalam jumlah yang besar, namun juga menyebabkan penurunan produktivitas dunia, khususnya akibat penerapan pembatasan sosial (*lockdown*) dan merebaknya ketidakpastian. Pada saat itu, banyak orang harus membuat keputusan yang sulit seperti pembatalan acara penting dan menjaga jarak dengan orang-orang terkasih. Bagi pelaku usaha, keputusan mendesak harus dilakukan termasuk menunda negosiasi bisnis dan investasi baru, mengurangi jumlah pekerja dan bahkan menutup usahanya, baik secara sementara maupun permanen.

Pandemi Covid-19 telah membawa dampak signifikan bagi berbagai sektor di Indonesia, termasuk sektor kewirausahaan. Berbagai pembatasan sosial dan mobilitas yang diberlakukan berakibat pada penurunan daya beli masyarakat, gangguan rantai pasokan, dan disrupsi aktivitas bisnis. Walaupun dampak pandemi di Indonesia lebih ringan dibandingkan di Tingkat global, dampak tersebut di Indonesia tidak lah ringan. Lebih dari 80% entitas usaha mengalami penurunan penjualan, dan 8% harus menutup usahanya (BPS, 2020). Dampak pandemi semakin parah di daerah yang bergantung ke sektor pariwisata, khususnya Bali. Hal ini mengkonfirmasi data BPS lainnya yang mencatat tingkat kunjungan wisatawan hanya 20% dibandingkan tahun sebelum pandemi.

Banyak pihak yang menyadari bahwa bumi terlihat lebih biru di kala pandemi merebak (Khan, Shah, & Shah, 2021). Pembatasan sosial memaksa kendaraan pengangkut penumpang,

baik kendaraan pribadi maupun umum, tidak beroperasi. Walaupun kendaraan pengangkut logistik tetap harus beroperasi, jalanan yang jauh lebih lengang berarti polusi udara yang jauh lebih sedikit dan konsumsi yang berkurang menyebabkan lebih sedikit sampah yang dihasilkan manusia (Rume & Islam, 2020). Polusi udara yang lebih sedikit juga membuat kualitas perairan dan ekosistem di dalamnya menjadi lebih baik (Khan, Shah, & Shah, 2021). Terlepas dari berbagai dampak positif tersebut terdapat juga peningkatan limbah jenis baru, yaitu yang terkait dengan protokol kesehatan, khususnya masker bekas, alat pelindung diri, dan sampah kemasan cairan sanitasi (Rume & Islam, 2020).

Pandemi Covid selain meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya Kesehatan juga meningkatkan dorongan untuk melestarikan lingkungan, khususnya di kelompok pelajar. Hal ini merupakan temuan dari studi Karimi (2020) yang mengamati intensi kewirausahaan di kala pandemi. Temuan ini mendukung dugaan akan berkembangnya kewirausahaan ekologis, yang disebut *ecopreneurship*, di periode paska pandemi.

Ecopreneurship, atau wirausaha ekologis, merupakan perpaduan antara prinsip kewirausahaan dengan kepedulian terhadap lingkungan (Santini, 2017). Para *ecopreneur* didorong oleh motivasi untuk menciptakan solusi inovatif yang tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kelestarian lingkungan dan sosial (Dixon & Clifford, 2007). Konsep *ecopreneurship* ini sejalan dengan prinsip ekonomi hijau, yang menekankan pada keseimbangan antara pembangunan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan (UNEP, 2011). Para *ecopreneur* memanfaatkan berbagai pendekatan, seperti mengembangkan dan memperkenalkan produk dan layanan ramah lingkungan, yang disebut inovasi hijau (Rodríguez-García et al., 2019). Selain itu ia juga menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian (Rodrigues & Franco, 2023).

Ecopreneur yang menerapkan inovasi hijau dapat menghasilkan banyak keuntungan, tidak hanya bagi dirinya sendiri namun juga lingkungannya. Selain mengurangi jejak lingkungan,

entitas *ecopreneurship* mampu menghemat biaya yang signifikan melalui pengurangan konsumsi sumber daya dan produksi limbah sehingga memiliki keunggulan kompetitif (Luo&Zhang, 2021; Rodrigues & Franco, 2023). Inovasi hijau dapat diklasifikasi menjadi 2, yaitu inovasi dalam proses bisnis dan dalam produk (Castellacci & Lie, 2017). Dengan cara itu *ecopreneurship* menawarkan solusi yang tepat untuk menjawab tantangan lingkungan yang semakin kompleks di masa kini. Rodríguez-García et al. (2019) menegaskan bahwa, terlepas dari berbagai manfaat tersebut, solusi dan perubahan yang ditawarkan oleh *ecopreneur* tidak akan menjadi sebuah inovasi yang meluas tanpa adanya kebijakan ekonomi dan politik yang mendukung.

Bagaimana *ecopreneure* melewati periode krisis akibat pandemi Covid-19, merupakan sebuah pertanyaan yang perlu dijawab mengingat pentingnya peran tersebut. Kewirausahaan ketika virus Covid-19 merebak merupakan periode yang sangat berbeda (Stor et al., 2022). *Pandemic Entrepreneurship* (behr & Storr, 2022) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan aktivitas kewirausahaan yang muncul sebagai respons terhadap tantangan dan peluang yang diciptakan oleh pandemi Covid-19. Kewirausahaan pandemi fokus pada pengembangan solusi inovatif untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul akibat pandemi, seperti keterbatasan akses terhadap barang dan jasa, kebutuhan akan layanan kesehatan dan edukasi online, dan disrupsi ekonomi. Para wirausahawan banyak yang memanfaatkan *platform online* untuk menjangkau pelanggan, memasarkan produk dan layanan mereka, dan mengelola operasi bisnis mereka. Selain itu kolaborasi dengan berbagai pihak merupakan cara wirausahawan seperti ini untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang di era krisis (Liñán & Jaén, 2022).

Peradaban manusia membutuhkan banyak pembelajaran dari krisis yang disebabkan oleh pandemi Covid-19, dan salah satu bidang akademis yang masih kurang adalah dampak pandemi terhadap *ecopreneurship* di Indonesia. Artikel ini sepenuhnya didedikasikan untuk tujuan tersebut, yaitu menghadirkan sebuah studi kasus usaha ekologis yang baru dimulai ketika beradaptasi dalam lingkungan bisnis yang mengalami krisis.

11.2 Pandemi Covid dan kewirausahaan di Indonesia

Pandemi COVID-19 tiba di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020, dengan konfirmasi dua kasus positif pada seorang instruktur tari dan ibunya setelah berinteraksi dengan seorang warga negara asing. Virus kemudian menyebar dengan cepat, mencapai semua 34 provinsi pada tanggal 9 April 2020. Sebagai respons terhadap krisis COVID-19 yang meningkat, pemerintah Indonesia menerapkan serangkaian langkah pembatasan sosial, yang secara kolektif dikenal sebagai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan ini bervariasi dalam intensitasnya di berbagai wilayah, mencakup pembatasan pada pertemuan publik, perjalanan, dan operasi bisnis. Meskipun langkah-langkah ini berperan penting dalam membatasi penyebaran virus, namun tak terelakkan menyebabkan dampak negatif pada ekonomi negara.

Dampak PSBB terutama parah pada sektor-sektor yang bergantung pada interaksi tatap muka, seperti pariwisata, perhotelan, Pendidikan dan ritel. Bisnis-bisnis terpaksa tutup atau beroperasi dengan kapasitas terbatas, menyebabkan banyaknya kehilangan pekerjaan dan pengurangan pendapatan secara luas. Sektor informal, yang mempekerjakan sebagian besar tenaga kerja Indonesia, juga terdampak secara tidak proporsional. Rantai pasokan terganggu, dan banyak pekerja informal kesulitan menemukan sumber penghasilan alternatif. Dampak ekonomi dari PSBB semakin diperparah oleh perlambatan ekonomi global yang dipicu oleh pandemi. Saat perdagangan dan investasi internasional menurun, industri-industri Indonesia yang berorientasi ekspor menghadapi tantangan signifikan, termasuk sektor pertambangan dan pertanian.

Terdapat dua studi, yaitu di Tingkat global dan nasional, yang dipublikasikan di medio 2020 menunjukkan bahwa dampak Pandemi Covid-19 di Tingkat global jauh lebih besar dibandingkan di Tingkat nasional. Dengan merujuk data startup genome, studi De Kuyper et al. (2022) menemukan bahwa 70% usaha baru mengurangi jumlah pekerja, khususnya yang berstatus kontrak, sementara, berdasarkan survey yang dilakukan BPS (2020), 35% entitas usaha di Indonesia yang mengurangi jumlah pekerja. Terkait

dengan perbedaan tingkat pemutusan hubungan dalam kedua survey itu, terdapat dua catatan yang perlu diperhatikan. Pertama, 85% responden studi De Kuyper et al. (2022) merupakan usaha yang berumur kurang dari 1 tahun dan berdomisili di negara maju. Alasan kedua, seperti yang dinyatakan dalam laporan BPS (2020), sektor usaha di Indonesia masih menyimpan optimisme bahwa pandemi tidak akan berlangsung lama. Hal ini membuat pemberi kerja lebih banyak mengurangi jam kerja dibandingkan melakukan pengurangan jumlah pekerja.

Walaupun Tingkat pemutusan hubungan kerja di tingkat global lebih tinggi, dampak pandemi di Indonesia tidaklah ringan. Merujuk studi yang sama, 80 % dari entitas usaha di Indonesia mengalami penurunan penjualan. Temuan ini mirip dengan Studi Rosid et al. (2022) yang menemukan bahwa 64% pelaku usaha mengalami penurunan penjualan lebih dari 25%, sementara 22% responden penurunannya kurang dari 25%. Selain itu lebih dari setengah entitas usaha yang menjadi responden mengalami kendala keuangan karena *counterpart* bisnis mereka, baik konsumen, supplier, kreditur dan debitur, terdampak sangat parah.

Penurunan skala bisnis di kala pandemi ternyata tidak berlaku di seluruh entitas usaha. Hal ini tercermin dalam data studi Rosid et al.(2022) di mana terdapat sekitar 7% pelaku usaha yang mengalami kenaikan penjualan di periode krisis ini. Selain itu studi BPS (2020) juga merekam bahwa 2% pelaku usaha menambah jumlah pekerja mereka. “*Outliers*” dalam ekosistem bisnis di periode pandemi ini mungkin meliputi bisnis yang terkait dengan Kesehatan dan merepresentasikan kemunculan *pandemic entrepreneurship*.

Pandemic Entrepreneurship, atau Kewirausahaan Pandemi adalah istilah yang didiskusikan oleh Behr & Storr (2022) untuk menggambarkan aktivitas kewirausahaan yang muncul sebagai respons terhadap tantangan dan peluang yang diciptakan oleh pandemi Covid-19. Kewirausahaan pandemi merupakan model yang mirip dengan kewirausahaan krisis lainnya, yaitu kemampuan untuk beradaptasi dan tahan uji (*resilient*) dari tekanan lingkungan bisnis yang sedang mengalami krisis. Berdasarkan studi terhadap penerima penghargaan Ernst & Young Entrepreneur of the Year tahun 2021, Behr & Storr (2022) melihat keunikan kewirausahaan

pandemi adalah kemampuan untuk memberikan inovasi, baik produk maupun jasa, yang membantu konsumennya untuk dapat beradaptasi dengan situasi pandemi.

Terdapat empat karakteristik wirausaha pandemi, di mana yang pertama adalah Fokus pada Solusi. Para wirausahawan pandemi fokus pada pengembangan solusi inovatif untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul akibat pandemi, seperti keterbatasan akses terhadap barang dan jasa, kebutuhan akan layanan kesehatan dan edukasi online, dan disrupsi ekonomi. Kedua, terkait pemanfaatan teknologi, para wirausahawan banyak memanfaatkan platform online untuk menjangkau pelanggan, memasarkan produk dan layanan mereka, dan mengelola operasi bisnis mereka. Ketiga, terkait kecepatan dan kelincahan, yaitu kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat dan berputar sesuai dengan perubahan situasi menjadi kunci kesuksesan dalam *pandemic entrepreneurship*. Keempat, terkait kolaborasi, di mana wirausaha menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperkenalkan jasa dan produk barunya.

Kemunculan fenomena kewirausahaan ini juga sebenarnya muncul dalam studi De Kuyper et al., (2020) di awal merebaknya pandemi. Walaupun pandemi Covid-19 menimbulkan dampak yang destruktif dan parah terhadap kewirausahaan, mereka menemukan bahwa terdapat sebagian wirausahawan yang menunjukkan sikap yang lebih berorientasi pada peluang untuk mengatasi kebutuhan baru yang muncul di masa pandemi. De Kuyper et al.(2020) menyebutkan salah satu bentuk inovasi di masa *lock down* yang teridentifikasi adalah penjualan masker oleh bisnis usaha kecil dan bisnis pengiriman barang. De Kuyper et al.(2020) mencuatkan sebuah pertanyaan yang tidak terjawab dalam laporannya yaitu bagaimana para wirausahawan secara cepat mendapatkan legitimasi di mata konsumen untuk model bisnis termodifikasi yang baru mereka adopsi. Pertanyaan tersebut muncul karena keyakinan bahwa tidak semua perubahan yang terjadi merupakan proses yang mulus (De Kuyper et al., 2020).

Kewirausahaan pandemi juga terpotret dalam survei yang dilakukan BPS (2020) di awal pandemi. Walaupun tidak berfokus terhadap usaha baru yang terbentuk di kala pandemi, BPS (2020)

mencatat bahwa sekitar 15% dari pelaku usaha melakukan diversifikasi dalam produk dan jasa yang dihasilkan. 21% dari industri pengolahan, 19% industri makanan dan minuman, dan 16% dari industri perdagangan dan reparasi kendaraan melakukan perubahan ini. Bahkan, sebagaimana temuan BPS (2020), 5% entitas bisnis melakukan perpindahan ke sektor yang baru. Terkait dengan transformasi digital, terdapat 5% entitas bisnis yang memulai pemasaran online ketika pandemi terjadi, sementara 47% lainnya sudah memulai sebelum pandemi merebak. 75% dari entitas yang melakukan pemasaran online ini merasakan bahwa digitalisasi yang dilakukan berdampak positif terhadap penjualan di masa pandemi.

11.3 *Ecopreneurship*

Ecopreneurship, yang merupakan gabungan kata *ecology* dan *entrepreneurship*, merupakan konsep yang lebih banyak dibahas di literatur akademis yang kemudian berkembang menjadi terminologi populer (Santini, 2017). Akademisi mengenal konsep *ecopreneur* sejak tahun 1990-an, dimulai dengan studi yang dilakukan Bennet (1991), dan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap Pembangunan yang berkelanjutan (Pastakia, 2006; Holt, 2010; Santini, 2017). Setyawati et al.(2018) melihat konsep ini memiliki kesamaan dengan “kewirausahaan hijau” dan “kewirausahaan lingkungan” yang sudah dikenal sejak tahun 1978, dan merupakan varian dari kewirausahaan berkelanjutan (Ljunksvist & Andersen, 2020).

Studi Setyawati et al. (2018) juga menemukan bahwa trilogi kewirausahaan ini: hijau-ekologis-lingkungan, mengalami peningkatan eksponensial di tahun 2000-an. Namun, terlepas dari perkembangan yang sudah dicapai, Santini (2016) masih melihat pemahaman tentang kewirausahaan ekologis baru dalam tahap embrio. Hal ini disebabkan masih banyaknya daerah yang belum menjelaskan serta perdebatan yang terselesaikan, khususnya terkait dengan proses terbentuknya kewirausahaan ekologis.

Ketidakjelasan lain yang fundamental yang dicatat oleh Santini (2017) adalah mengenai definisi *ecopreneurship* yang salah satunya disebabkan ambiguitas konsep induknya, yaitu

entrepreneurship (Gartner, 1990; Aldrich, 2005; Bygrave, 2007). Mengacu kepada definisi formal yang sudah ada (Isaak, 1998; Pastakia, 2002; Walley & Taylor, 2002), Santini (2017) menyatakan bahwa karakteristik utama dari ecopreneur adalah “adanya DNA yang mewariskan tanggung jawab sosial dan ekologis” (hal. 492). Selaras dengan pendapat tersebut, Setyawati et al.(2018) mendefinisikan ecopreneur sebagai wirausaha yang membangun bisnis yang selaras dengan prinsip ekologi dan keberlanjutan (hal.1).

Ljungkvis (2020) melihat bahwa besar kecilnya skala sebuah usaha berbasis ekologis menentukan pola terbentuknya inovasi dan perubahan yang mau diterapkan. Para ahli di bidang *entrepreneurship*, khususnya yang mendukung pandangan *Schumpeterian* (Schumpeter, 1934), setuju bahwa kewirausahaan lebih mungkin terjadi di sebuah entitas usaha yang kecil dibandingkan besar (Audretsch, 2012). Entitas yang besar, walaupun memiliki sumber daya yang lebih banyak, lebih sulit untuk berubah (Aldrich&Auster, 1986). Hal ini berbeda dengan entitas kecil yang lebih memiliki kelincahan walaupun lebih rentan terhadap dampak di lingkungan eksternal (Shapero, 1984). Keterbatasan sumber daya sebagai dimensi internal, dan besar atau kecilnya kesempatan yang ingin dieksploitasi sebagai unsur eksternal, menuntut kemampuan kolaborasi yang lebih tinggi di entitas kecil dibandingkan yang besar (Shafi et al., 2022).

Proses sebuah entitas usaha menerapkan inovasi hijau yang berdampak positif terhadap lingkungan juga bergantung kepada skala usahanya. Sependapat dengan temuan di bidang kewirausahaan, Ljungkvis (2020) melihat bahwa entitas kecil lebih mampu untuk menghasilkan inovasi, dan sangat bergantung kepada pribadi yang menjadi pemimpin atau pendiri usaha tersebut. Dalam studinya, Ljungkvis (2020) meninjau empat variabel: pengembangan produk, rantai pasok, residu, dan produksi hijau untuk mencari klusterisasi 312 entitas kecil berorientasi ekologis yang menjadi respondennya. Studi tersebut menghasilkan empat tipe kewirausahaan ekologis, yaitu *overlookers*, *green dumpers*, *pioneers* dan *recylers*. Setiap varian memiliki perbedaan pada skor keempat variabel yang diteliti.

Ecopreneur yang menerapkan inovasi hijau dapat memiliki banyak keuntungan. Tidak hanya mengurangi jejak lingkungan mereka, tetapi juga dapat menghasilkan penghematan biaya yang signifikan melalui pengurangan konsumsi sumber daya dan produksi limbah sehingga memiliki keunggulan kompetitif (Luo&Zhang, 2021; Rodrigues & Franco, 2023). Inovasi hijau dapat diklasifikasi menjadi 2, yaitu inovasi dalam proses bisnis dan dalam produk (Castellacci & Lie, 2017). Studi yang dilakukan di 3.900 perusahaan di Korea menjabarkan inovasi proses ke dalam 5 variabel dan inovasi produk menjadi 3, dan ditemukan 4 kluster Perusahaan inovator hijau yaitu pengurang karbondioksida, pengurang sampah, inovator daur ulang dan pengurang polusi (Castellacci & Lie, 2017).

Walaupun sedikit, terdapat beberapa temuan yang menarik yang menunjukkan hubungan antara *Ecopreneurship* dan kewirausahaan pandemi. Meskipun berbeda dalam fokus utama, keduanya memiliki kesamaan dalam menangani kebutuhan mendesak masyarakat dan ekonomi. Perbedaan ada pada waktunya, di mana tipe pertama memiliki *timeframe* yang lebih Panjang sementara yang kedua hanya pada periode pandemi. Keduanya menjawab kebutuhan dengan menghadirkan inovasi, baik dalam proses bisnis maupun produk (Castellacci & Lie, 2017) di mana setiap skala bisnis memiliki karakteristik yang berbeda. Walaupun entitas skala kecil memiliki kerapuhan yang lebih tinggi terhadap krisis yang ada di lingkungan bisnis lokal (Shapero, 1984), Shapero (1985) juga menjelaskan bahwa inovasi hijau yang dilakukan oleh usaha kecil lebih sensitive terhadap kebutuhan lokal dan bahkan lebih personal.

Studi yang dilakukan Wang et al. (2021) menemukan bahwa pandemi Covid-19 meningkatkan intensi calon wirausaha baru untuk memulai bisnis yang berorientasi lingkungan. Hal ini mendukung dugaan bahwa pandemi meningkatkan peluang meningkatnya *ecopreneurship* di era paska pandemi. survey yang dilakukan BPS (2020) di awal pandemi juga mengandung temuan yang unik, di mana pebisnis di bidang pengolahan sampah merupakan pihak yang paling optimis akan pemulihan krisis di era pandemi, sementara *fear of failure* meningkat dalam ekosistem

kewirausahaan di seluruh dunia (Wang et al., 2021; Games, Sari, Khairiyyah, & Shaikh, 2023)

11.4 Metodologi

Single case study merupakan metodologi yang sering digunakan dalam penelitian *ecopreneurship* (Setyawati et al., 2018), karena metode ini memberikan pemahaman mendalam terhadap sebuah fenomena sosial (Eisenhardt, 1989; Woodside, 2010). Temuan BPS (2020) dan De Gruyter (2020) menunjukkan bahwa *pandemic entrepreneurship* yang dapat bertumbuh di era pandemi merupakan *outliers* dalam ekosistem kewirausahaan, dan karakteristik ini cocok dengan metodologi studi kasus tunggal (Woodside, 2010).

Kewirausahaan ekologis di sebuah entitas usaha Bernama A1 (*pseudonym*) akan digunakan dalam studi ini untuk mengetahui proses adaptasi *ecopreneurship* pandemi. A1 merupakan sebuah bisnis yang mengumpulkan dan mengolah sampah organik untuk dijadikan pupuk yang sebagian dijual Kembali dan sisanya diaplikasikan di kebun mitra-mitra bisnisnya yang banyak berlokasi di Kabupaten Bandung. A1 tidak diragukan lagi merupakan bentuk *ecopreneurship* karena, selain ditujukan untuk menghasilkan keuntungan, juga berorientasi pelestarian lingkungan, baik perkotaan yang menghasilkan sampah rumah tangga, dan pedesaan yang menghasilkan limbah peternakan. Adaptasi dan diversifikasi yang dilakukan A1 selama pandemi menunjukkan profil ini sebagai bentuk kewirausahaan pandemi.

Dengan mengadopsi metodologi studi kasus tunggal, diskusi grup terpusat (*Focused Group Discussion/FGD*) dilakukan bersama dengan pihak-pihak yang terlibat dalam pendirian dan pengembangan A1. FGD Bersama tiga orang ini dilakukan secara kasual dan mengakomodasi fleksibilitas (Yin, 2011; Watson & Newby, 2012), sambil tetap menjaga konsistensi tujuannya yaitu menelusuri pengalaman dan cerita *ecopreneurial* dalam membangun dan mengembangkan usaha berorientasi lingkungan hidup selama pandemi Covid-19. Analisis dilakukan menggunakan pengkodean terstruktur (Saldaña, 2016) berdasarkan tema-tema

yang muncul untuk menghasilkan paparan deskriptif yang akan menjadi temuan.

11.5 Temuan

Bisnis yang dikembangkan A1 berawal dari *biocompound* berbentuk likuid yang oleh pemiliknya telah dibuktikan keefektifannya untuk mengolah sampah menjadi pupuk organik. Formula mikro organisme local (MOL) yang ada dalam produk tersebut merupakan modal intelektual yang dimiliki oleh A1 dan pemanfaatannya merupakan bentuk inovasi hijau yang diterapkan dalam proses bisnis maupun menjadi produk yang dijual langsung. Pendiri A1 mengenal cairan MOL tersebut dari seorang innovator lokal yang merupakan rekan bisnis orang tuanya. Awalnya Pendiri A1 masih ragu untuk serius menekuni bisnis pemanfaatan MOL tersebut. Namun seiring waktu, ia menemukan banyak bukti keunggulan formula MOL tersebut dibandingkan produk-produk sejenis. Ia juga mengembangkan sebuah rencana bisnis yang kemudian menjadi tugas akhir untuk studi lanjut yang ia jalani di sebuah sekolah bisnis di Eropa. Profesor yang menjadi pembimbing tugas akhir tersebut mengkonfirmasi efektivitas formula MOL untuk dikembangkan dalam sebuah bisnis agro. Proyek tugas akhir tersebut mempertebal *perceived feasibility* (Shapero, 1984 ; Tua, 2022) peluang usaha yang sudah dipikirkan sejak lama yang kemudian dikembangkan setelah ia Kembali ke Indonesia.

Dalam bentuk yang sederhana, A1 memproduksi, dan menjual cairan MOL tersebut secara *online*. Dalam bentuk yang lebih kompleks, A1 mengembangkan sebuah ekosistem bisnis dengan menghubungkan peternak, petani dan investor. Bahan baku berupa kotoran ternak dibutuhkan untuk mengembangkan MOL dan menghasilkan pupuk yang selanjutnya diaplikasikan di kebun-kebun petani yang menjadi mitra mereka yang berlokasi di Kabupaten Bandung. A1 juga memanfaatkan *personal network* untuk mendapatkan modal untuk menggerakkan usaha ekologis tersebut. Karena itu, seperti yang diakui dan ditegaskan oleh pendiri A1, bisnis tersebut lebih banyak dimulai dari modal sosial, yaitu kepercayaan (*trust*) dan jaringan sosial, serta modal intelektual yaitu formula MOL yang dikembangkan menjadi inovasi hijau. Lebih

lanjut, pendiri A1 juga menegaskan bahwa bisnis tersebut tidak dibangun dengan modal pribadi yang besar.

Inovasi hijau yang dikembangkan A1 dimulai di awal 2019, yaitu tepat sebelum pandemi. Saat itu, dan masih hingga saat ini, terjadi peningkatan jumlah *coffee shop* di kota-kota besar di Indonesia. Pendiri A1 melihat bisnis tersebut sudah terlalu kompetitif, namun merupakan peluang untuk memproduksi dan memasok biji kopi. Bisnis A1 dimulai dengan mengaplikasikan MOL dan pupuknya di kebun-kebun kopi petani yang menjadi mitra mereka. Penggiat A1 puas dengan peningkatan volume produksi kopi yang menggunakan pupuk organik tersebut, khususnya karena panen kopi petani yang awalnya hanya sekali setahun dapat meningkat menjadi dua kali. A1 juga telah rutin melakukan ekspor untuk produk biji kopi tersebut. Namun, bisnis dengan siklus panen yang hanya enam bulan sekali dirasakan masih belum memuaskan.

Pendiri A1 kemudian melakukan diversifikasi dengan menghasilkan produk pertanian dengan siklus yang lebih cepat, yaitu sayur dan buah-buahan. Pendiri A1 puas dengan produktivitas buah ceri yang selalu mencapai target setelah diaplikasikan pupuk yang diproduksi menggunakan MOL di tangannya. Diversifikasi lain adalah dengan menyediakan jasa *waste management* dan menawarkannya ke industri makanan di Kota Bandung. Beberapa produsen makanan olahan di Kota Bandung menjadi konsumen mereka yang memberikan *fee* untuk setiap volume sampah organik yang dijemput. Sampah tersebut juga menjadi bahan baku untuk diolah menjadi pupuk untuk digunakan di kebun dan juga dijual langsung.

Ketika pandemi merebak, A1 merasakan kesulitan karena penurunan penghasilan dari jasa pengelolaan sampah. Selain itu pengelola A1 juga merasakan ketidakpastian suplai sampah yang dibutuhkan untuk memproduksi pupuk. Ketakutan ini muncul karena Sebagian besar *user* mereka adalah restoran dan pengusaha makanan yang terdampak oleh kebijakan pembatasan sosial yang diterapkan pemerintah. Namun, di sisi lain A1 menikmati *windfall* dari penjualan sayuran yang meningkat karena banyak konsumen di Kota Bandung yang tidak bisa ke luar rumah untuk berbelanja. Selain itu penggiat A1 juga menyadari bahwa di kala pandemi,

kesadaran Masyarakat untuk mengonsumsi pangan yang sehat semakin berkembang. Hal ini menambah legitimasi untuk produk sayuran A1 yang diproduksi menggunakan pupuk organik dan dijual dengan label produk pertanian sehat. Penggiat A1 tidak dapat menjual produk mereka dengan label organik karena belum memegang sertifikat produk organik yang resmi.

Pandemi Covid-19 menyebabkan terganggunya rantai pasok di seluruh dunia yang menyebabkan meningkatnya harga komoditas. Harga pupuk juga ikut melejit dan hal ini dirasakan sebagai keberuntungan baru bagi bisnis A1 karena petani mitra semakin merasakan manfaat pupuk organik yang mereka produksi. Perang Rusia-Ukraina di periode paska pandemi semakin meningkatkan harga komoditas pupuk yang membuat bisnis mengolah sampah menjadi pupuk semakin menguntungkan. Lebih lanjut, terbakarnya tempat pembuangan akhir (TPA) Sari Mukti memberikan dampak positif terhadap bisnis A1. Mengingat TPA tersebut merupakan muara dari sampah rumah tangga dan industri rumah tangga dari Kota Bandung, penutupan TPA tersebut meningkatkan permintaan jasa *waste management* A1 yang sebenarnya sudah pulih seiring dengan relaksasi pembatasan sosial di tahun 2022.

11.6 Pembahasan

Pandemi Covid-19 lebih banyak memberikan dampak positif dibandingkan negatif, merupakan temuan yang dapat dilihat dari kasus *ecopreneur* A1. Meskipun terjadi penurunan permintaan jasa pengelolaan sampah terdapat tiga hal yang mendukung A1 untuk bertumbuh. Pertama, kesadaran Masyarakat yang meningkat terhadap Kesehatan (termasuk pangan) dan pembatasan orang untuk keluar rumah berbelanja, direspon oleh A1 untuk lebih fokus memasok sayur dan buah-buahan. Di saat pandemi, terjadi pergeseran paradigma untuk lebih memperhatikan kesehatan, tidak hanya dalam hal pemulihan dari COVID tetapi juga untuk mengadopsi gaya hidup sehat. Ini menciptakan peluang bagi produk segar bagi rumah tangga, terutama di Bandung, sebuah kota besar di Indonesia. Permintaan di bidang ini meng-*offset* penurunan di bidang yang lain.

Kedua, di periode paska pandemi, relaksasi yang diberlakukan menyebabkan mulai menggeliatnya permintaan, termasuk pupuk, yang menyebabkan harga serta *profit* wirausahaan ekologis meningkat. Ketiga, di periode paska pandemi juga, harga semakin meningkat akibat perang yang terjadi di Eropa Timur.

Dalam studi kasus ini terdapat Ketangkasan untuk memfokuskan kembali bisnis mereka dalam situasi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, penyesuaian tersebut berkembang secara bertahap, di mana jalur baru, yaitu produksi dan pemasaran pangan segar dan sehat, telah disiapkan sebelum peristiwa disruptif datang. Diversifikasi yang dilakukan tidak dimulai sekejab, namun merupakan sebuah proses yang bertahap. Yang dilakukan oleh *ecopreneur* pandemi adalah menambah proporsi alokasi sumber daya yang ada di satu bidang (pangan sehat) dan mengurangi di bidang yang lain (pengelolaan sampah). Hal ini dilakukan untuk merespon kebutuhan pasar yang berubah dengan cepat di masa pandemi.

Kasus ini juga memberikan pembelajaran untuk *ecopreneurship* lokal memiliki portofolio produk dan layanan yang proporsinya dapat beradaptasi dengan permintaan pasar, baik local maupun global. Namun, mengingat kapasitas terbatas yang dimiliki oleh *ecopreneur* lokal, portofolio tersebut saling mendukung satu sama lain, seperti yang ditunjukkan oleh A1, dan bukan bisnis yang beragam dan tidak terkait.

Cerita kewirausahaan ekologis A1 juga menghadirkan pertanyaan untuk penelitian *pandemic entrepreneurship* selanjutnya. Apakah kewirausahaan pandemi hanya dilihat dari sisi dampak langsung pandemi, yaitu fenomena *lockdown* dan krisis di bidang Kesehatan, sementara di periode paska pandemi terjadi dampak ekonomi yang menjadi runtutan peristiwa tersebut yaitu meningkatnya harga barang dan jasa akibat disrupsi rantai pasok global. *Event* lanjutan ini terjadi pada fase yang berbeda dibandingkan ketika pandemi merebak, yang masih berhubungan dengan dampak pembatasan sosial. Berdasarkan kasus yang diangkat, permintaan pupuk telah mengalami peningkatan di Tingkat lokal sementara produksi dan suplai masih belum normal.

Lebih lanjut, disrupsi di Tingkat global ini diperparah oleh *event* terakhir yaitu invasi Rusia ke Ukraina.

Fenomena paska pandemi ini tentu harus dilihat sebagai hal yang berbeda dengan periode pandemi. Kenaikan harga komoditas yang terjadi bisa menjadi peluang maupun masalah besar bagi keberlangsungan kewirausahaan, khususnya yang berorientasi ekologis. Dalam kasus di studi ini, disrupsi rantai pasok di Tingkat global tersebut menjadi peluang bagi *ecopreneur* untuk memenuhi permintaan, yaitu pupuk, di Tingkat local. Hal ini mengkonfirmasi Shapero (1985) tentang kesatuan wirausaha skala kecil dengan lingkungannya. Walaupun perusahaan kecil lebih rentan dengan perubahan, tekanan dan krisis di Tingkat local, di sisi yang lain, ia juga lebih mampu adaptif dan responsive dengan permintaannya. Hal yang berbeda mungkin dialami oleh Perusahaan dengan skala yang lebih besar. Hal ini menghadirkan pertanyaan dan masukan untuk pengembangan konsep dan teori tentang kewirausahaan pandemi ke depan apakah juga akan melihat pengaruh tidak langsung dari pandemi terhadap ekosistem kewirausahaan, mengingat konsep *status quo* yang terbentuk melihat dengan lensa yang lebih sempit yang hanya *concern* dengan dampak langsung dari pandemi, yaitu pembatasan sosial dan krisis Kesehatan.

11.7 Kesimpulan

Pandemi Covid-19 menghasilkan krisis kemanusiaan di seluruh dunia. Peristiwa *unprecedented* ini menghadirkan bentuk kewirausahaan yang berbeda yang disebut kewirausahaan pandemi. Ecopreneurship merupakan salah satu bentuk kewirausahaan yang menghasilkan banyak keuntungan terhadap Masyarakat karena berorientasi untuk menciptakan value terhadap lingkungan. Pandemi Covid-19 memberikan tantangan yang berbeda kepada ecopreneurship local.

Studi kasus ini memberikan deskripsi proses kewirausahaan ekologis yang dimulai sebelum pandemi. Diversifikasi juga telah dilakukan sebelum pandemi yang menjadi jalan untuk melakukan transformasi strategi yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan krisis. Beberapa momen paska-pandemi, yaitu krisis rantai pasok

global setelah dikurangnya pembatasan sosial, serta perang di Timur Tengah memberikan *windfall* terhadap ecopreneur local.

Seperti kajian studi kasus lainnya, keterbatasan penelitian ini tidak terhindari sesuai dengan spesifikasi kasus yang dihadirkan. Mengingat pandemi merupakan periode yang unik dalam peradaban manusia dibutuhkan lebih banyak lagi cerita-cerita kewirausahaan dalam transisi sebelum dan setelah krisis akibat pandemi Covid-19. Karena itu diharapkan muncul studi lainnya untuk menjawab dampak pandemi terhadap kewirausahaan ekologis, termasuk di kota, subsektor maupun skala bisnis yang berbeda.

Mengingat waktu yang terus berjalan dan pandemi telah resmi dinyatakan berakhir menjelang penutupan tahun kemarin, yaitu melalui Keputusan Presiden No.73 tahun 2023, memori entrepreneur dan *ecopreneur*, baik yang gagal maupun berhasil melewatinya, diharapkan masih dapat menceritakan pengalaman dan refleksi selama melewati krisis tersebut. Studi ini merupakan studi kasus Tunggal dari seorang ecopreneur yang *insight*-nya dapat dipadukan dengan cerita di kasus yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrich, H. (2005). Entrepreneurship. In N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *Handbook of Economic Sociology*. New Jersey: Princeton University Press.
- Audretsch, D. (2012). Entrepreneurship research. *Management decision*, 50(5), 755-764. doi:10.1108/00251741211227384
- Behr, R., & Storr, V. H. (2022). Understanding pandemic entrepreneurship as a unique form of crisis entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 11(4), 309-331. doi:10.1108/JEPP-07-2022-0074
- Aldrich, H., & Auster, E. R. (1986). Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications. *Research in organizational behavior*.
- Bennett, S. J. (1991). *Ecopreneuring the Complete Guide to Small Business Opportunities From the Environmental Revolution*. New York: Wiley.
- BPS. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/publication/2020/09/15/9efe2fbda7d674c09ffd0978/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha.html>
- Bygrave, W. D. (2007). The entrepreneurship paradigm (I) revisited. In *Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship* (pp. 17-48). Northampton, MA: Edward Elgar.
- Castellacci, F., & Lie, C. M. (2017). A taxonomy of green innovators: Empirical evidence from South Korea. *Journal of Cleaner Production*, 143, 1036-1047. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.016
- De Cuyper, L., Kucukkeles, B., & Reuben, R. (2020). Discovering the real impact of COVID-19 on entrepreneurship. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/how-covid-19-will-change-entrepreneurial-business/>
- Dixon, S. E. A., & Clifford, A. (2007). Ecopreneurship – a new approach to managing the triple bottom line. *Journal of*

- organizational change management, 20(3), 326-345. doi:10.1108/09534810710740164
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.
- Games, D., Sari, D. K., Khairiyyah, N., & Shaikh, H. A. (2023). Entrepreneurial fear of failure and well-being of incubated and non-incubated startups during crises. *Journal of Science and Technology Policy Management*, ahead-of-print(ahead-of-print). doi:10.1108/JSTPM-03-2022-0052
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28. doi:10.1016/0883-9026(90)90023-M
- Isaak, R. (1998). *Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics*. Sheffield, UK: Greenleaf.
- Karimi, S. (2020). The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions. *Applied Economics*, 52(3), 331-344. doi:10.1080/00036846.2019.1645287
- Khan, I., Shah, D., & Shah, S. S. (2021). COVID-19 pandemic and its positive impacts on environment: an updated review. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 18(2), 521-530. doi:10.1007/s13762-020-03021-3
- Liñán, F., & Jaén, I. (2022). The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: some reflections. *International journal of emerging markets*, 17(5), 1165-1174. doi:10.1108/IJOEM-05-2020-0491
- Ljungkvist, T., & Andersén, J. (2020). A taxonomy of ecopreneurship in small manufacturing firms: A multidimensional cluster analysis. *Business Strategy and the Environment*, 30. doi:10.1002/bse.2691
- Pastakia, A. (2002). Assessing Ecopreneurship in the Context of a Developing Country: The Case of India. *Greener Management International*(38), 93-108. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/greemanainte.38.93>
- Pastakia, A. (2005). Assessing Ecopreneurship in the Context of a Developing Country The Case of India. *Greener Management*

- International, 2002. doi:10.9774/GLEAF.3062.2002.su.00010
- Rodrigues, M., & Franco, M. (2023). Green Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): A Qualitative Approach. *Sustainability*, 15(5), 4510. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/5/4510>
- Rodríguez-García, M., Guijarro-García, M., & Carrilero-Castillo, A. (2019). An Overview of Ecopreneurship, Eco-Innovation, and the Ecological Sector. *Sustainability*, 11(10), 2909. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/10/2909>
- Rosenlund, J. (2021). The Environmental Concerns of Food Ecopreneurs. *Sustainability*, 13(11), 6211. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/11/6211>
- Rume, T., & Islam, S. M. D. (2020). Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability. *Heliyon*, 6(9), 1-8. doi:10.1016/j.heliyon.2020.e04965
- Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers*. London: SAGE.
- Santini, C. (2017). Ecopreneurship and Ecopreneurs: Limits, Trends and Characteristics. *Sustainability*, 9(4), 492. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/4/492>
- Shapero, A. (1984). The Entrepreneurial Event. In C. Kent, A. (Ed.), *The Environment for Entrepreneurship* (pp. 21-40). Lexington, MA: Lexington Books.
- Shapero, A. (1985). Why entrepreneurship? A worldwide perspective. *Journal of small business management*, 23(4), 1.
- Storr, V. H., Haeffele, S., Lofthouse, J. K., & Hobson, A. (2022). Entrepreneurship during a pandemic. *European Journal of Law and Economics*, 54(1), 83-105. doi:10.1007/s10657-021-09712-7
- Tri, B. S., Rosid, A., & Ardin, G. (2022). Dampak Ekonomi Pandemi Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha di Indonesia. *Jurnal Anggaran dan Keuangan Negara Indonesia*, 4(1), 88-96.
- Tua, R. (2022). Peristiwa entrepreneurial: Tinjauan dan pengembangan pemikiran Shapero dalam cerita tiga wirausaha di Bali. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18, 138-152. doi:10.26593/jab.v18i2.6224.138-152

- Walley, E. E., & Taylor, D. W. (2002). Opportunists, Champions, Mavericks ...? A Typology of Green Entrepreneurs. *Greener Management International*(38), 31-43. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/greemanainte.38.31>
- Wang, W., Cao, Q., Zhuo, C., Mou, Y., Pu, Z., & Zhou, Y. (2021). COVID-19 to Green Entrepreneurial Intention: Role of Green Entrepreneurial Self-Efficacy, Optimism, Ecological Values, Social Responsibility, and Green Entrepreneurial Motivation. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:10.3389/fpsyg.2021.732904
- Watson, J., & Newby, R. (2012, 2012). Using focus groups in entrepreneurship research, Washington.
- Woodside, A. G., & Wilson, E. J. (2003). Case study research methods for theory building. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(6/7), 493-508. doi:10.1108/08858620310492374
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. New York: Guilford Publications.

BAB 12

STUDI KASUS: TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN UMKM

Oleh I Nyoman Wahyu Widiana

12.1 Konsep Umkm

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Konsep UMKM merujuk pada sektor usaha yang memiliki ciri khas berikut:

1. Usaha Mikro: Usaha yang memiliki aset tidak lebih dari Rp 50 juta (atau sesuai definisi yang berlaku di negara masing-masing).
2. Usaha Kecil: Usaha yang memiliki aset lebih dari Rp 50 juta hingga Rp 500 juta (atau sesuai definisi yang berlaku di negara masing-masing).
3. Usaha Menengah: Usaha yang memiliki aset lebih dari Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar (atau sesuai definisi yang berlaku di negara masing-masing).

Konsep UMKM penting karena UMKM merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara. Mereka memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan distribusi ekonomi. Selain itu, UMKM juga seringkali menjadi lokomotif inovasi dan kreativitas dalam perekonomian lokal. Pemerintah dan lembaga ekonomi seringkali memberikan perhatian khusus terhadap sektor UMKM melalui kebijakan, program pelatihan, bantuan modal, serta fasilitas dan dukungan lainnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan UMKM dalam menghadapi persaingan global serta perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari perekonomian di banyak negara di seluruh

dunia. Konsep UMKM mencakup sejumlah karakteristik yang membedakannya dari perusahaan besar. Berikut adalah beberapa poin kunci dalam konsep UMKM:

1. Skala Usaha: UMKM memiliki skala usaha yang relatif kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Mereka biasanya memiliki jumlah karyawan yang terbatas dan omset yang lebih rendah.
2. Modal: UMKM biasanya dimulai dengan modal yang terbatas. Modalnya bisa berasal dari tabungan pribadi, pinjaman kecil, atau sumber modal lain yang mudah diakses.
3. Pemilikan dan Pengelolaan: UMKM sering kali dimiliki dan dijalankan oleh satu orang atau sekelompok kecil individu. Pemilik UMKM sering bertanggung jawab atas berbagai aspek operasional dan manajemen bisnis.
4. Inovasi dan Kreativitas: UMKM sering menjadi pusat inovasi dan kreativitas di tingkat lokal. Mereka mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang berubah dan menghasilkan produk atau layanan yang unik.
5. Keterlibatan Komunitas: UMKM sering memiliki hubungan yang erat dengan komunitas lokal tempat mereka beroperasi. Mereka mungkin menggunakan sumber daya lokal dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial di daerah tersebut.
6. Fleksibilitas: UMKM cenderung lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan dan tantangan pasar. Mereka dapat dengan cepat menyesuaikan model bisnis mereka dan merespons perubahan kondisi eksternal.
7. Pentingnya Dukungan: Meskipun memiliki potensi besar, UMKM sering kali membutuhkan dukungan eksternal, baik dari pemerintah, lembaga keuangan, atau lembaga pendukung lainnya. Dukungan tersebut bisa berupa akses ke modal, pelatihan, dan bantuan teknis.
8. Kontribusi Ekonomi: UMKM memiliki kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan mempromosikan inklusi sosial dan ekonomi.

Penting untuk dicatat bahwa UMKM memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi kemiskinan di banyak negara. Oleh karena itu, dukungan dan pengembangan UMKM sering menjadi prioritas bagi banyak pemerintah dan organisasi pembangunan.

12.2 Manfaat Umkm

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki sejumlah manfaat yang signifikan, baik bagi perekonomian, masyarakat, maupun pembangunan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa manfaat utama UMKM:

1. **Penciptaan Lapangan Kerja:** UMKM adalah penyumbang utama dalam penciptaan lapangan kerja di banyak negara. Mereka memberikan kesempatan kerja bagi berbagai tingkat keterampilan dan pendidikan, termasuk untuk mereka yang tidak memiliki keterampilan khusus atau pengalaman kerja yang luas.
2. **Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat:** UMKM sering kali didirikan oleh warga lokal dan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat setempat. Mereka memungkinkan warga lokal untuk mengambil peran aktif dalam perekonomian mereka sendiri, meningkatkan kemandirian ekonomi, dan mengurangi tingkat pengangguran.
3. **Pembangunan Lokal:** UMKM berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal dengan menghasilkan produk dan layanan yang dibutuhkan dalam komunitas setempat. Hal ini membantu mempertahankan keberlangsungan ekonomi lokal dan mengurangi ketergantungan pada impor dari luar daerah.
4. **Inovasi dan Kreativitas:** UMKM sering menjadi pusat inovasi dan kreativitas di tingkat lokal. Mereka memiliki fleksibilitas untuk menguji ide-ide baru, mengadaptasi produk dan layanan terhadap kebutuhan pasar yang berubah, dan memperkenalkan solusi-solusi baru untuk tantangan ekonomi dan sosial.

5. Peningkatan Pendapatan: UMKM memberikan kesempatan kepada pemiliknya untuk meningkatkan pendapatan mereka, memperbaiki taraf hidup, dan memperluas peluang ekonomi bagi mereka dan keluarganya.
6. Peningkatan Akses ke Barang dan Jasa: UMKM sering menyediakan akses kepada barang dan jasa yang mungkin tidak tersedia dari perusahaan besar. Mereka memenuhi kebutuhan lokal dan menciptakan variasi dalam pilihan konsumen.
7. Pemberdayaan Perempuan dan Komunitas Marginal: UMKM sering memberikan kesempatan kepada perempuan dan kelompok-kelompok marginal untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi dan sosial, meningkatkan peran mereka dalam pembangunan masyarakat.
8. Peningkatan Keberlanjutan: UMKM sering memiliki jejak lingkungan yang lebih rendah daripada perusahaan besar. Karena skala operasinya yang lebih kecil, mereka cenderung lebih fleksibel dalam menerapkan praktik-praktik yang ramah lingkungan.

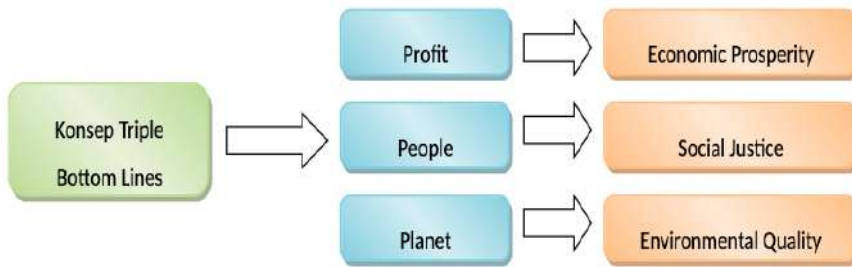
Penting untuk diakui bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, serta dalam menciptakan masyarakat yang lebih berdaya. Oleh karena itu, dukungan terhadap UMKM menjadi kunci bagi pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

12.3 Konsep CSR

Saat ini konsep manajemen bisnis mengalami perubahan. Konsep bisnis yang harus diambil oleh perusahaan dalam mengelola kegiatannya telah berubah seiring dengan adanya keharusan bagi perusahaan untuk memikul tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap masyarakatnya, baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Operasional atau kegiatan usaha yang dilakukan oleh suatu usaha juga harus mempertimbangkan dampak yang mungkin timbul terhadap kondisi sosial dan lingkungan sekitar usaha tersebut. Pada hakikatnya perusahaan tidak hanya harus memikirkan keuntungan internal perusahaan tetapi juga

memikirkan komunitas operasi perusahaan, apakah produksi, distribusi atau operasional selalu memerlukan faktor sosial. Adanya faktor-faktor sosial inilah yang menjadikan manajemen perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang harus diemban oleh para aktor sosial pendukung operasional perusahaan. Arshad dkk (2012), meningkatnya kesadaran akan peran bisnis dalam komunitas sosial dan sifat tanggung jawab sosial perusahaan telah menyebabkan perubahan peran sosial dan lingkungan sekolah bisnis. Kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan menimbulkan tuntutan sosial dan politik bagi manajemen perusahaan untuk memperkuat aktivitas sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan harus didasarkan pada konsep yang disebut konsep triple bottom line. Secara keseluruhan, konsep triple bottom line mencakup keuntungan, planet, dan manusia. Konsep triple bottom line kemudian dikembangkan menjadi konsep kesejahteraan ekonomi, kualitas lingkungan hidup, dan keadilan sosial.

Konsep triple bottom line mempunyai arti bahwa tanggung jawab perusahaan berkaitan dengan tujuan ekonomi, aspek kualitas lingkungan dan aspek keadilan sosial, sehingga setiap perusahaan wajib mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan dituntut tidak hanya memikirkan tingginya keuntungan yang perlu diperoleh, namun juga memikirkan manfaat sosial dan lingkungan dari kegiatan perusahaannya. Konsep triple bottom line berasumsi bahwa perusahaan harus melakukan analisis terhadap dampak kegiatannya terhadap lingkungan perusahaan dan masyarakat. Nuryaman (2013), pelaku sosial perusahaan berarti badan usaha atau perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial (social kesejahteraan) dari para pemangku kepentingan suatu perusahaan, profitabilitas berarti perusahaan tidak sekedar mencari keuntungan bagi masyarakat.



Gambar 12.1. Konsep triple bottom lines

Tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia pada dasarnya diatur dalam UU no. 40 Tahun 2007. UU No. 40 Tahun 2007 merupakan undang-undang yang mengatur tentang perseroan terbatas. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengatur perusahaan atau perusahaan yang bidang kegiatan utamanya berkaitan dengan sumber daya alam harus mematuhi Undang-undang Nomor 40. Naraduhita dan Sawarjuwono (2012) berpendapat bahwa dengan diundangkannya sejumlah peraturan yang mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan belum menjadi pilihan bagi dunia usaha yang sudah menjadi suatu keharusan untuk dilaksanakan.

Dua teori yang umum digunakan dalam konteks tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan adalah teori legitimasi dan teori pemangku kepentingan. Retno dan Priantinah (2012) berpendapat bahwa manajemen suatu perusahaan akan memperoleh legitimasi yang kuat jika berpihak pada masyarakat sosial dan lingkungan. Pimpinan perusahaan tidak perlu memikirkan keuntungan yang tinggi tetapi juga harus memastikan bahwa kegiatan tidak berdampak pada sosial masyarakat dan lingkungan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa manajemen harus berupaya meminimalkan konflik yang mungkin timbul agar legitimasi perusahaan kuat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dalam komunitas sosial dan lingkungan sekolah Anda. Teori pemangku kepentingan menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah suatu organisasi yang dapat berdiri sendiri dan memikirkan kepentingannya sendiri, namun keberadaan suatu

perusahaan juga harus membawa manfaat bagi pihak eksternal perusahaan. Terzaghi (2012) menjelaskan bahwa tanggung jawab manajemen perusahaan pada awalnya hanya diukur dari keberhasilan indikator ekonomi (orientasi ekonomi) yang dicapai perusahaan, saat ini tanggung jawab manajemen Faktor sosial (aspek sosial) juga harus diperhitungkan dari dalam dan di luar perusahaan. Teori pemangku kepentingan ini dapat digunakan dalam konteks tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Semakin kuat keinginan para pemangku kepentingan perusahaan agar manajemen perusahaan memikul tanggung jawab sosial dan lingkungan, semakin besar kemungkinan manajemen perusahaan akan memenuhi harapannya. Apabila manajemen perusahaan tidak memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan perusahaan yang ada, hal ini dapat melemahkan legitimasi manajemen perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah konsep di mana perusahaan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari operasi bisnis mereka, serta bertanggung jawab atas kontribusi mereka terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Konsep ini berarti bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan pengaruh mereka terhadap stakeholders dan lingkungan di sekitarnya. Beberapa prinsip dan tujuan utama dari CSR meliputi:

1. Pertanggungjawaban terhadap Masyarakat: Perusahaan diharapkan untuk bertanggung jawab atas dampaknya terhadap masyarakat, termasuk kesejahteraan ekonomi, sosial, dan lingkungan.
2. Pertanggungjawaban terhadap Lingkungan: Perusahaan diharapkan untuk mengelola dampak lingkungan mereka dengan cara yang bertanggung jawab, termasuk mengurangi emisi, meminimalkan limbah, dan menjaga sumber daya alam.
3. Transparansi dan Akuntabilitas: Perusahaan harus transparan tentang praktik CSR mereka dan bertanggung jawab atas tindakan mereka.

4. Kepatuhan terhadap Hukum dan Norma: Perusahaan diharapkan untuk mematuhi semua hukum dan regulasi yang berlaku, serta mengikuti norma-norma etika dalam bisnis.
5. Keseimbangan antara Profit dan Tanggung Jawab: Konsep CSR menekankan pentingnya mencapai keseimbangan antara mencari keuntungan dan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis.
6. Pertanggungjawaban terhadap Stakeholder: Perusahaan diharapkan untuk mempertimbangkan kebutuhan, kepentingan, dan pandangan dari berbagai pihak yang terpengaruh oleh operasi mereka, bukan hanya pemegang saham atau pemilik perusahaan.
7. Dampak Sosial dan Lingkungan: Perusahaan diharapkan untuk mengelola dampak mereka terhadap masyarakat dan lingkungan dengan cara yang bertanggung jawab, termasuk meminimalkan polusi, memperhatikan hak asasi manusia, dan mempromosikan keadilan sosial.

Beberapa contoh kegiatan CSR meliputi:

1. Program Pendidikan: Perusahaan dapat memberikan beasiswa, mendukung sekolah-sekolah lokal, atau menyediakan program pelatihan untuk meningkatkan akses pendidikan.
2. Program Lingkungan: Perusahaan dapat berinvestasi dalam praktik ramah lingkungan seperti penggunaan energi terbarukan, daur ulang, atau penanaman pohon.
3. Keterlibatan Komunitas: Perusahaan dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal, mendukung proyek-proyek infrastruktur, atau menyediakan layanan kesehatan masyarakat.
4. Keadilan dan Kesejahteraan Karyawan: Perusahaan harus memastikan bahwa karyawan mereka diperlakukan dengan adil dan mendapatkan manfaat seperti asuransi kesehatan, program kesejahteraan, dan lingkungan kerja yang aman.

Keseluruhan, CSR bukan hanya tentang mematuhi peraturan atau memenuhi kewajiban hukum, tetapi lebih tentang memperluas kontribusi positif perusahaan dalam masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi.

12.4 Konsep Tanggung Jawab Lingkungan

Konsep tanggung jawab lingkungan (TJL) mengacu pada kewajiban moral dan etika yang dimiliki oleh individu, perusahaan, organisasi, dan pemerintah untuk menjaga, melindungi, dan memperbaiki kondisi lingkungan alam sekitarnya. TJL muncul sebagai tanggapan terhadap masalah-masalah lingkungan yang berkembang, termasuk perubahan iklim, polusi udara dan air, kehilangan keanekaragaman hayati, deforestasi, dan masalah lingkungan lainnya.

Beberapa aspek utama dari konsep tanggung jawab lingkungan meliputi:

1. Pencegahan Polusi : Tanggung jawab untuk mencegah atau meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, termasuk mengurangi emisi gas rumah kaca, limbah industri, dan pencemaran air.
2. Konservasi Sumber Daya Alam : Memastikan penggunaan sumber daya alam secara bertanggung jawab dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa sumber daya tersebut dapat dinikmati oleh generasi mendatang.
3. Pembangunan Berkelanjutan : Memastikan bahwa kegiatan ekonomi dan pembangunan dilakukan dengan memperhitungkan dampaknya terhadap lingkungan alam dan mempertimbangkan kebutuhan generasi masa depan.
4. Kepedulian terhadap Kesehatan Lingkungan : Memastikan bahwa kegiatan manusia tidak merusak lingkungan hidup atau kesehatan manusia.
5. Transparansi dan Akuntabilitas : Membangun kepercayaan dengan menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan atau organisasi.

Banyak perusahaan dan organisasi telah mengadopsi konsep tanggung jawab lingkungan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Hal ini tidak hanya memenuhi tuntutan etika dan moral, tetapi juga dapat membantu meningkatkan citra perusahaan, meminimalkan risiko hukum, dan memperluas peluang pasar. Pemerintah juga memainkan peran penting dalam mempromosikan tanggung jawab lingkungan melalui pembuatan regulasi, insentif, dan program-program dukungan untuk industri dan organisasi yang berupaya untuk meningkatkan kinerja lingkungan mereka. Konsep Tanggung Jawab Lingkungan (TJL) mengacu pada kewajiban moral, etika, dan legalitas yang dimiliki oleh individu, perusahaan, organisasi, dan pemerintah untuk memelihara, melindungi, dan memperbaiki kelestarian lingkungan alam serta kehidupan makhluk hidup di dalamnya. Berikut adalah beberapa poin kunci dalam konsep Tanggung Jawab Lingkungan:

1. Pencegahan Pencemaran: Organisasi memiliki tanggung jawab untuk mencegah atau meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, seperti polusi udara, air, dan tanah.
2. Konservasi Sumber Daya Alam: Tanggung jawab untuk menggunakan sumber daya alam secara bijaksana dan berkelanjutan, serta memastikan agar sumber daya tersebut tersedia untuk generasi mendatang.
3. Prinsip Pembangunan Berkelanjutan: Organisasi harus memperhitungkan dampak lingkungan dari kegiatan ekonomi mereka dan berusaha untuk mempromosikan pembangunan yang berkelanjutan, yang mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.
4. Pengelolaan Limbah: Organisasi harus mengelola limbah produksi dan konsumsi mereka dengan cara yang bertanggung jawab dan sesuai dengan peraturan lingkungan yang berlaku.
5. Konservasi Keanekaragaman Hayati: Tanggung jawab untuk melindungi dan mempertahankan keanekaragaman hayati serta habitat alami makhluk hidup di bumi.
6. Kepedulian terhadap Perubahan Iklim: Organisasi harus menyadari dan berusaha mengurangi dampak mereka

- terhadap perubahan iklim dan menyesuaikan praktik bisnis mereka dengan kondisi lingkungan yang berubah.
7. **Transparansi dan Akuntabilitas:** Organisasi harus memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang dampak lingkungan dari kegiatan mereka, serta siap dipertanggungjawabkan atas tindakan mereka terhadap lingkungan.

Implementasi Tanggung Jawab Lingkungan bukan hanya merupakan kewajiban moral, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang dalam keberlanjutan lingkungan dan reputasi bisnis. Banyak organisasi mengakui bahwa prinsip-prinsip TJL tidak hanya mendukung pelestarian lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan kinerja bisnis, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mengurangi risiko hukum dan reputasi.

12.5 Implementasi Tanggung Jawab Lingkungan

Implementasi tanggung jawab lingkungan (*Environmental Responsibility*) merupakan bagian integral dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ini melibatkan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan dampak negatif dari kegiatan operasional mereka terhadap lingkungan dan mempromosikan praktik yang berkelanjutan. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam implementasi tanggung jawab lingkungan:

1. **Penilaian Dampak Lingkungan:** Perusahaan harus melakukan penilaian menyeluruh terhadap dampak lingkungan dari operasi mereka. Ini mencakup penilaian terhadap penggunaan sumber daya alam, produksi limbah, emisi, dan dampak lainnya terhadap ekosistem lokal.
2. **Pengembangan Kebijakan Lingkungan:** Berdasarkan penilaian dampak, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan lingkungan yang jelas dan terukur. Kebijakan ini harus mencakup komitmen untuk mematuhi regulasi lingkungan yang berlaku dan untuk terus meningkatkan kinerja lingkungan.

3. Pengurangan Emisi dan Limbah: Perusahaan harus mengadopsi praktik-praktik yang mengurangi emisi gas rumah kaca, limbah toksik, dan polusi lainnya. Ini bisa termasuk investasi dalam teknologi yang lebih bersih, penerapan proses produksi yang lebih efisien, dan penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan.
4. Konservasi Sumber Daya Alam: Perusahaan harus mengadopsi praktik yang mendukung konservasi sumber daya alam, termasuk penghematan energi, penggunaan air yang bijaksana, dan pengelolaan hutan yang berkelanjutan.
5. Pengelolaan Limbah: Perusahaan harus memiliki sistem pengelolaan limbah yang efektif untuk memastikan bahwa limbah yang dihasilkan dikelola dengan aman dan ramah lingkungan. Ini termasuk penerapan daur ulang dan pengolahan limbah yang sesuai.
6. Pengukuran dan Pelaporan Kinerja Lingkungan: Penting bagi perusahaan untuk mengukur kinerja lingkungan mereka secara teratur dan melaporkannya kepada stakeholders. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi dampak dari kegiatan mereka dan menetapkan target untuk perbaikan berkelanjutan.
7. Pendidikan dan Kesadaran Karyawan: Perusahaan harus melibatkan karyawan dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan mendorong partisipasi dalam praktik-praktik berkelanjutan.
8. Keterlibatan dengan Komunitas Lokal: Perusahaan juga dapat terlibat dalam inisiatif lingkungan di komunitas lokal mereka, seperti program pembersihan sungai atau penanaman pohon, untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran lingkungan.

Dengan mengimplementasikan tanggung jawab lingkungan, perusahaan dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan alam, meminimalkan dampak negatif terhadap ekosistem, dan membangun citra perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

12.6 Studi Kasus

Berikut adalah studi kasus tentang tanggung jawab lingkungan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

Studi Kasus: Penyulingan Minyak Atsiri Skala Kecil

Latar Belakang:

Di sebuah desa di Indonesia, terdapat beberapa UMKM yang bergerak dalam penyulingan minyak atsiri dari tumbuhan lokal seperti lavender dan jeruk nipis. Proses penyulingan ini telah menjadi sumber pendapatan utama bagi penduduk desa, namun dampak lingkungan dari kegiatan ini perlu dievaluasi dan dikelola.

Tantangan Lingkungan:

1. Penggunaan Bahan Bakar Fosil: Proses penyulingan saat ini menggunakan bahan bakar fosil seperti kayu dan batu bara, menyebabkan emisi gas rumah kaca dan polusi udara di lingkungan sekitar.
2. Pengelolaan Limbah: Limbah cair dari proses penyulingan tidak dikelola dengan baik dan mengalir ke dalam aliran sungai lokal, mengancam keberlangsungan ekosistem air dan kehidupan biota air.

Tanggung Jawab Lingkungan:

1. Mengadopsi Energi Terbarukan: UMKM ini dapat mempertimbangkan penggunaan energi terbarukan seperti tenaga surya atau biomassa sebagai alternatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca.
2. Pengelolaan Limbah: Perlu membangun sistem pengelolaan limbah yang efektif, seperti pengolahan limbah cair dengan metode filtrasi dan penjernihan sebelum dibuang ke lingkungan.
3. Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM dan karyawan tentang pentingnya praktik bisnis yang ramah lingkungan dan cara mengimplementasikannya dengan efektif.
4. Partisipasi Komunitas: Melibatkan masyarakat lokal dalam upaya pelestarian lingkungan, seperti kampanye

pembersihan sungai dan penanaman pohon di sekitar area penyulingan.

Manfaat:

1. Peningkatan Citra dan Keberlanjutan: Dengan mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, UMKM dapat memperbaiki citra mereka di mata konsumen dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang.
2. Pembangunan Ekonomi Lokal: Dengan memperhatikan dampak positif terhadap lingkungan, UMKM dapat menjadi motor penggerak untuk pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kesimpulan:

Dengan memperhatikan tanggung jawab lingkungan, UMKM penyulingan minyak atsiri dapat berperan sebagai agen perubahan positif dalam upaya pelestarian lingkungan dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di desa mereka.

Studi kasus ini menunjukkan pentingnya UMKM dalam memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan bisnis mereka serta bagaimana tanggung jawab lingkungan dapat diterapkan dalam skala usaha yang lebih kecil. Dengan tindakan yang tepat, UMKM dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan sambil meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka.

Studi Kasus: Produsen Kerajinan Tangan Skala Kecil di Desa X

Latar Belakang:

Di Desa X, terdapat sejumlah UMKM yang menghasilkan kerajinan tangan dari bahan-bahan lokal seperti bambu, kayu, dan kain tenun. Meskipun produk-produk ini diminati oleh wisatawan lokal dan internasional, ada beberapa masalah lingkungan yang perlu ditangani.

Tantangan Lingkungan:

1. Penggunaan Bahan Baku : Beberapa UMKM menggunakan bahan baku yang tidak ramah lingkungan, seperti pemakaian kayu yang berasal dari hutan yang tidak lestari.
2. Pengolahan Limbah : Proses produksi menghasilkan limbah yang tidak terkelola dengan baik, termasuk sisa-sisa kayu dan plastik yang dibuang begitu saja ke lingkungan.

Tanggung Jawab Lingkungan:

1. Pemilihan Bahan Baku Berkelanjutan : UMKM dapat bekerja sama dengan organisasi konservasi atau kehutanan untuk mendapatkan bahan baku dari sumber yang berkelanjutan, seperti hutan tanaman atau daur ulang bahan.
2. Pengelolaan Limbah : Perlu dibangun sistem pengelolaan limbah yang efisien, seperti daur ulang atau pemrosesan limbah organik untuk digunakan kembali sebagai pupuk.
3. Pendidikan Lingkungan : Memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM dan pekerjanya tentang praktik-praktik ramah lingkungan dan cara mengurangi jejak lingkungan dari proses produksi mereka.

Manfaat:

1. Keberlanjutan Lingkungan : Dengan mengadopsi praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan, UMKM dapat membantu melindungi lingkungan alam sekitar mereka, termasuk hutan dan sumber daya alam lainnya.
2. Peningkatan Citra : Tanggung jawab lingkungan dapat meningkatkan citra UMKM di mata konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan.
3. Kemitraan Berkelanjutan : Dengan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, UMKM dapat membangun kemitraan yang berkelanjutan untuk mendukung lingkungan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Kesimpulan:

UMKM di Desa X memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan positif dalam melestarikan lingkungan sekitar mereka.

Dengan memperhatikan tanggung jawab lingkungan, UMKM dapat memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan pelestarian lingkungan di desa mereka.

Studi kasus ini menunjukkan bahwa UMKM dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan bisnis mereka dan memainkan peran penting dalam pelestarian lingkungan. Dengan memperhatikan tanggung jawab lingkungan, UMKM dapat membangun masa depan yang lebih berkelanjutan bagi bisnis mereka dan komunitas lokal mereka.

Studi Kasus: Produsen Kertas Daur Ulang Skala Mikro di Kota Y

Latar Belakang:

Di Kota Y, terdapat sebuah UMKM yang memproduksi kertas daur ulang dari kertas bekas dan serat alami lainnya. Meskipun usaha ini memberikan kontribusi positif terhadap pengelolaan limbah, ada beberapa masalah lingkungan yang perlu ditangani.

Tantangan Lingkungan:

1. **Penggunaan Air:** Proses produksi kertas membutuhkan konsumsi air yang cukup besar, dan limbah cair dari proses produksi dapat mencemari lingkungan air.
2. **Energi:** Produksi kertas memerlukan konsumsi energi yang signifikan, terutama dari sumber-sumber non-terbarukan seperti listrik dari pembangkit tenaga berbahan bakar fosil.
3. **Penggunaan Bahan Kimia:** Beberapa proses dalam produksi kertas melibatkan penggunaan bahan kimia yang dapat memiliki dampak negatif terhadap lingkungan jika tidak dikelola dengan baik.

Tanggung Jawab Lingkungan:

1. **Konservasi Air:** UMKM dapat mengimplementasikan sistem daur ulang air dan teknologi yang lebih efisien untuk mengurangi konsumsi air dalam proses produksi kertas.
2. **Energi Terbarukan:** Pemakaian energi terbarukan seperti panel surya atau tenaga air dapat mengurangi ketergantungan pada sumber daya non-terbarukan.

3. Penggunaan Bahan Kimia Ramah Lingkungan: UMKM harus mempertimbangkan penggunaan bahan kimia yang lebih ramah lingkungan atau mengadopsi teknologi produksi yang lebih bersih dan aman bagi lingkungan.
4. Pengelolaan Limbah: Memperkenalkan sistem pengelolaan limbah yang efisien, termasuk daur ulang limbah kertas dan pemusnahan yang aman bagi lingkungan bagi limbah berbahaya.

Manfaat:

1. Peningkatan Kredibilitas: Dengan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi dampak lingkungan, UMKM dapat meningkatkan kredibilitas mereka di mata pelanggan dan pihak-pihak berkepentingan lainnya.
2. Efisiensi Operasional: Langkah-langkah untuk mengurangi konsumsi air dan energi serta mengelola limbah secara efisien juga dapat membantu UMKM menghemat biaya operasional dalam jangka panjang.
3. Pemenuhan Regulasi Lingkungan: Dengan mematuhi regulasi lingkungan yang berlaku dan bertindak secara proaktif untuk melindungi lingkungan, UMKM dapat menghindari sanksi hukum dan masalah regulasi.

Kesimpulan:

UMKM produsen kertas daur ulang di Kota Y memiliki peluang besar untuk meningkatkan tanggung jawab lingkungan mereka sambil menjaga keberlanjutan bisnis mereka. Dengan mengadopsi praktik-produksi yang ramah lingkungan, mereka dapat menjadi model bagi UMKM lainnya dan membantu mengurangi jejak lingkungan dari industri kertas.

Studi kasus ini menunjukkan bahwa UMKM dapat memainkan peran yang signifikan dalam pelestarian lingkungan jika mereka memperhatikan tanggung jawab lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan mengambil langkah-langkah konkret untuk mengurangi dampak negatif mereka.

Studi Kasus: Pabrik Kecil Pengolahan Makanan Organik di Kota X

Latar Belakang:

Di Kota X, terdapat sebuah pabrik kecil yang mengolah makanan organik, termasuk susu kedelai, tahu, dan tempe. Usaha ini telah memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat, namun ada tantangan lingkungan yang perlu diatasi.

Tantangan Lingkungan:

1. **Penggunaan Energi:** Proses produksi membutuhkan konsumsi energi yang tinggi, terutama dari sumber non-terbarukan seperti listrik dari pembangkit listrik berbahan bakar fosil.
2. **Pengelolaan Limbah:** Limbah padat dan cair dari proses produksi belum dikelola dengan baik, yang dapat mencemari lingkungan sekitar.

Tanggung Jawab Lingkungan:

1. **Energi Terbarukan:** Pabrik dapat mempertimbangkan untuk menggunakan energi terbarukan seperti panel surya atau turbin angin untuk mengurangi ketergantungan pada sumber energi fosil.
2. **Efisiensi Energi:** Melakukan audit energi dan mengadopsi teknologi yang lebih efisien untuk mengurangi konsumsi energi selama proses produksi.
3. **Pengelolaan Limbah:** Membangun sistem pengelolaan limbah yang efektif, termasuk daur ulang limbah organik dan pengolahan limbah cair sebelum dibuang.
4. **Pendidikan Lingkungan:** Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pentingnya praktik-produksi yang ramah lingkungan dan cara mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan pabrik.

Manfaat:

1. **Pelestarian Lingkungan:** Dengan mengadopsi praktik-produksi yang ramah lingkungan, pabrik dapat membantu

- melestarikan sumber daya alam dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekitar.
2. Kepatuhan Regulasi: Memastikan bahwa pabrik memenuhi standar lingkungan yang ditetapkan oleh pemerintah dan lembaga terkait, serta meminimalkan risiko sanksi hukum atau penutupan usaha.
 3. Peningkatan Citra: Tanggung jawab lingkungan dapat meningkatkan citra pabrik di mata konsumen dan masyarakat, serta meningkatkan kepercayaan terhadap merek mereka.

Kesimpulan:

Pabrik kecil pengolahan makanan organik di Kota X memiliki kesempatan untuk memainkan peran penting dalam pelestarian lingkungan sekitar mereka. Dengan memperhatikan tanggung jawab lingkungan, pabrik dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya dan membantu mempromosikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Studi kasus ini menunjukkan bahwa UMKM dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan bisnis mereka dan memainkan peran penting dalam pelestarian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arshad, R., S. M. Mansor, and R. Othman. 2012. Market Orientation, Firm Performance and The Mediating Effect of Corporate Social Responsibility. *The Journal of Applied Business Research*. Vol. 28, No. 5: 851-860.
- Choi, F.D.S. dan G.G. Mueller. 1998. *Akuntansi Internasional*. Buku Dua Edisi Ke- 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Nuryaman. 2013. The Effect of Corporate Social Responsibility Activities on Profitability and Stock Price (Studies on The Companies Listed on Indonesia Stock Exchange). 4th International Conference on Business and Economic Research (4th ICBER 2013) Proceeding: 756-769.
- Retno, Reny Dyah dan Denies Priantinah. 2012. Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012: 84-103.
- Terzaghi, Muhammad Titan. 2012. Pengaruh Earnings Management dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*. Vol. 2, No. 1 Januari 2012

BAB 13

STUDI KASUS: ORGANISASI BERKELANJUTAN DALAM PRAKTIKNYA

Oleh Renita Kawuryan

13.1 Pengantar Organisasi Berkelanjutan

Berkelanjutan adalah konsep penting dalam konteks organisasi saat ini, dan penting bagi dunia usaha untuk memahami relevansi-nya (Ben-Eli, 2018a). Dengan menerapkan praktik berkelanjutan, organisasi tidak hanya dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan masyarakat tetapi juga mendorong keberhasilan dan ketahanan jangka Panjang (Ben-Eli, 2018a). Organisasi berkelanjutan di-implementasikan dengan mematuhi prinsip-prinsip dan kerangka kerja inti yang mengarahkan pengembangannya. Prinsip-prinsip ini memberikan landasan bagi organisasi yang ingin mengadopsi praktik berkelanjutan. Berikut adalah beberapa prinsip dan kerangka kerja utama:

1. *Triple Bottom Line* (TBL): adalah prinsip dasar dalam organisasi berkelanjutan. Ini menekankan pertimbangan tiga pilar: manusia (*people*), lingkungan (*planet*), dan keuntungan (*profit*). Dengan berfokus pada aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi, organisasi dapat mencapai pendekatan yang seimbang terhadap keberlanjutan (Alexandra Jonker, 2023).
2. *Sustainable Development Goals* (SDGs): Pembangunan Berkelanjutan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa, memberikan kerangka kerja pembangunan berkelanjutan yang diakui secara global. Terdiri dari 17 tujuan yang saling berhubungan termasuk Tidak Ada Kemiskinan, Tanpa Kelaparan, Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan, Pendidikan Berkualitas, Kesetaraan *Gender*, Air Bersih dan Sanitasi, Energi Terjangkau dan Bersih,

Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, Industri Inovasi dan Infrastruktur, Mengurangi Ketidaksetaraan, Kota dan Komunitas yang Berkelanjutan, Konsumsi dan Produksi yang Berkelanjutan, Tindakan Terhadap Perubahan Iklim, Kehidupan di Bawah Air, Kehidupan di Bumi, Perdamaian Keadilan dan Institusi yang Kuat, Kemitraan untuk Mencapai Tujuan. SDGs mengatasi berbagai tantangan sosial-ekonomi dan lingkungan. Organisasi yang menyelaraskan praktik mereka dengan SDGs berkontribusi terhadap pencapaian tujuan *global* ini (United Nations, 2015).

3. *Circular Economy*: Kerangka ekonomi sirkular focus pada minimalisasi limbah dan memaksimalkan efisiensi sumber daya. Hal ini mendorong transisi dari model mengambil, membuat, membuang menjadi model yang berfokus pada membuat, menggunakan, mendaur ulang. Penerapan ekonomi sirkular dapat meningkatkan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif bagi organisasi (Geissdoerfer et al., 2017).
4. *The Natural Step Framework* (TNS): TNS menawarkan pendekatan strategis terhadap keberlanjutan dengan menguraikan serangkaian prinsip panduan. Hal ini memberikan cara sistematis bagi organisasi untuk mengenali dan mengatasi tantangan ekologi dan sosial. Dengan mengikuti perinsip TNS, organisasi dapat menyelaraskan aktivitas mereka dengan prinsip keberlanjutan (Ben-Eli, 2018b).
5. *The Global Reporting Initiative* (GRI): GRI adalah kerangka pelaporan yang banyak digunakan yang memungkinkan organisasi mengukur, mengelola, dan melaporkan kinerja keberlanjutan. Panduan ini memberikan seperangkat indikator keberlanjutan dan pedoman pelaporan yang terstandarisasi, sehingga memungkinkan organisasi untuk mengomunikasikan upaya keberlanjutan mereka secara efektif (Global Reporting Initiative (GRI), 2023).

Dengan memasukkan prinsip-prinsip dan kerangka kerja tersebut ke dalam operasi bisnis, organisasi dapat membangun landasan yang kuat untuk praktik berkelanjutan. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat tetapi juga meningkatkan reputasi, ketahanan, dan keberhasilan jangka panjang organisasi.

13.2 Mengukur dan Evaluasi Kinerja Keberlanjutan

Ketika mengukur dan evaluasi kinerja keberlanjutan, ada beberapa alat dan metrik yang dapat membantu organisasi melacak perkembangannya dari waktu ke waktu. Alat ini memberikan informasi penting tentang konsekuensi lingkungan, sosial, dan ekonomi dari aktivitas perusahaan, memungkinkan pengambilan keputusan yang bijaksana serta manajemen keberlanjutan yang efisien. Salah satu alat yang umum digunakan untuk penilaian kinerja keberlanjutan adalah *Sustainability Balanced Scorecard*. Alat ini memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja dalam beragam aspek keberlanjutan, seperti penggunaan energi, pengelolaan limbah, emisi gas rumah kaca, kesejahteraan karyawan, dan partisipasi dalam masyarakat. Dengan menetapkan standar dan tujuan yang jelas di setiap area, perusahaan dapat memantau kemajuan organisasi dan mengenali bidang yang membutuhkan perbaikan (Oliveira, 2023).

Alat lain yang banyak digunakan adalah Pedoman Pelaporan Keberlanjutan GRI (*Global Reporting Initiative*). Pedoman ini memberikan kerangka kerja bagi perusahaan untuk melaporkan upaya dan dampak keberlanjutan mereka secara terstandar dan transparan. Dengan mengikuti kerangka GRI, perusahaan dapat memastikan bahwa laporan keberlanjutan mereka komprehensif, dapat diandalkan, dan dapat dibandingkan (Global Reporting Initiative (GRI), 2023).

Selain itu, sebagian besar organisasi menggunakan *Life Cycle Assessment* (LCA) untuk menilai dampak lingkungan dari produk atau layanan sepanjang siklus hidupnya secara keseluruhan. LCA memperhitungkan ekstraksi bahan mentah, proses produksi, distribusi, penggunaan, dan pembuangan. Dengan menilai konsekuensi lingkungan di setiap fase, suatu perusahaan bisa

mengenali area yang memerlukan perbaikan dan menerapkan langkah-langkah untuk mengurangi dampak lingkungan secara keseluruhan (Laura Golsteijn, 2022).

Pengumpulan, analisis, dan pelaporan data merupakan aspek mendasar dari pengelolaan keberlanjutan yang efektif (Bosi et al., 2022). Dengan memperoleh data yang tepat dan dapat dipercaya, perusahaan dapat memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang kinerja keberlanjutan mereka saat ini dan menemukan area yang memerlukan peningkatan. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan perusahaan untuk menetapkan tujuan yang signifikan, memantau perkembangan, dan membuat keputusan yang sesuai untuk mendorong praktik-praktik yang berkelanjutan. (Mishra & Kumar, 2023).

Pengumpulan data sangatlah penting karena dapat menjadi dasar untuk mengukur kinerja keberlanjutan. Hal ini dapat mencakup data konsumsi energi (Rothausen & Conway, 2011), penggunaan air (Cardenes et al., 2020), produksi limbah (Kennes, 2023), emisi gas rumah kaca, dan indikator sosial seperti kepuasan karyawan dan keterlibatan masyarakat (Lambiasi et al., 2024). Dengan mengumpulkan data secara sistematis dari waktu ke waktu, bisnis dapat menetapkan tolok ukur, mengidentifikasi tren, dan membandingkan kinerja dengan standar industri atau pesaing.

Setelah data dikumpulkan, analisis yang cermat menjadi kunci untuk mendapatkan pemahaman yang signifikan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Teknik analisis data dapat mengenai perhitungan sederhana seperti menghitung intensitas karbon atau penggunaan air per unit *output* hingga analisis statistik yang lebih kompleks yang mengidentifikasi korelasi atau tren. Dengan menganalisis data, perusahaan dapat mengidentifikasi bidang-bidang yang tidak efisien atau berpotensi menimbulkan risiko, sehingga memungkinkan mereka mengembangkan strategi perbaikan yang di targetkan (Ahmed et al., 2023).

Pada akhirnya, pelaporan berkelanjutan memainkan peranan penting dalam pengelolaan organisasi karena meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Dengan melaporkan kinerja keberlanjutan, dunia usaha dapat menunjukkan komitmen

mereka terhadap praktik berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, investor, karyawan, dan masyarakat luas. Selain itu, pelaporan rutin memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kesenjangan dan mengkomunikasikan kemajuan, sehingga menumbuhkan budaya perbaikan berkelanjutan (Benameur et al., 2023).

13.3 Mengukur dan Evaluasi Kinerja Keberlanjutan (Studi Kasus)

13.3.1 PT Pertamina (Persero)

Berdasarkan Ringkasan Laporan Keberlanjutan PT Pertamina (Persero) Tahun 2022, PT Pertamina (Persero) telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan dan praktik bisnis yang beretika sepanjang tahun 2022, sebagaimana dirinci dalam Laporan Keberlanjutan komprehensif mereka. Laporan tersebut, diverifikasi oleh SGS (Badan Standardisasi Nasional) Indonesia dan dijamin oleh SGS Group, mematuhi standar internasional termasuk Prinsip Akuntabilitas AA1000, Inisiatif Pelaporan Global (GRI), Dewan Standar Akuntansi Keberlanjutan (SASB), dan Satuan Tugas Pengungkapan Keuangan Terkait Perubahan Iklim (TCFD). (PT Pertamina (Persero), 2022).

1. Fokus Utama Laporan Keberlanjutan PT Pertamina (Persero) Tahun 2022

- a. Tata Kelola dan Etika: Perusahaan menjaga standar tata kelola dan etika perusahaan yang tinggi, dengan Kode Etik dan Sistem Pelaporan Pelanggaran. Dewan Komisaris dan Direksi dievaluasi berdasarkan *Key Performance Indicator* (KPI), dengan fokus pada praktik bisnis yang beretika dan menghindari konflik kepentingan.
- b. Inisiatif Keberlanjutan: Pertamina secara aktif terlibat dalam inisiatif keberlanjutan, dengan fokus pada kesehatan dan keselamatan kerja, anti korupsi, efisiensi energi, pengurangan emisi, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Perusahaan telah menyelenggarakan lokakarya dan sesi pelatihan mengenai pembangunan

berkelanjutan bagi para direktur dan anggota dewan direksi.

- c. Kinerja Lingkungan: Perusahaan telah meningkatkan kinerja lingkungannya, memperoleh skor B dari CDP. Pertamina berkomitmen terhadap dekarbonisasi, berinvestasi pada proyek energi terbarukan, dan berpartisipasi dalam program Mekanisme Pembangunan Bersih untuk mengurangi emisi.
- d. Kontribusi Sosial dan Ekonomi: Pertamina telah melakukan investasi sosial yang signifikan, berkontribusi terhadap pengembangan energi terbarukan, dan memastikan kepatuhan terhadap manajemen perpajakan dan praktik anti-korupsi. Perusahaan juga berfokus pada retensi, keterlibatan, dan keberagaman karyawan.
- e. Tantangan dan Risiko: Pertamina menghadapi tantangan terkait kasus korupsi, gangguan keamanan siber, dan risiko perubahan iklim. Perusahaan mengatasi hal ini melalui program kesadaran anti-penipuan, langkah-langkah keamanan siber, dan kebijakan keberlanjutan yang bertujuan untuk mencapai target *Net Zero Emission*.

Laporan juga mencakup pengungkapan rinci mengenai kinerja keuangan, investasi sosial, pembayaran pajak, konsumsi energi, pengelolaan air dan limbah, dampak keanekaragaman hayati, emisi, pengelolaan limbah, dan penilaian lingkungan pemasok. PT Pertamina (Persero) mendorong pemangku kepentingan untuk memberikan masukan atas laporan tersebut dan tetap berkomitmen terhadap transparansi, keberlanjutan, dan kesejahteraan karyawan, komunitas, dan lingkungan (PT Pertamina (Persero), 2022).

2. Penerapan Standar Pelaporan Berkelanjutan

PT Pertamina (Persero) menerapkan standar pelaporan berkelanjutan. Standar yang digunakan antara lain *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards 2021* dan

GRI 11 Sektor Migas 2021. Selain itu, Pertamina juga telah mengadopsi standar *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) untuk Sektor Ekstraktif & Pengolahan Mineral – Minyak & Gas pada berbagai kategori industri. (Eksplorasi & Produksi, *Midstream*, Pengilangan & Pemasaran, dan Jasa) dan Satuan Tugas Pengungkapan Keuangan Terkait Perubahan Iklim (TCFD). Standar-standar ini membantu Pertamina mengkomunikasikan kinerja akuntansi keberlanjutannya kepada investor dan pemangku kepentingan secara efisien dan efektif (PT Pertamina (Persero), 2022).

3. Evaluasi Tingkat Kepatuhan Pengungkapan Umum Laporan Berkelanjutan

PT Pertamina (Persero) menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap berbagai standar dan kerangka pelaporan keberlanjutan internasional, yang dibuktikan dengan kepatuhan mereka terhadap serangkaian pedoman dan prinsip yang komprehensif. Pelaporan keberlanjutan perusahaan selaras dengan Standar *Global Reporting Initiative* (GRI) 2021, termasuk pengungkapan spesifik sektor untuk sektor minyak dan gas (GRI 11 Sektor Migas 2021). Penyelarasan ini memastikan bahwa praktik pelaporan Pertamina konsisten dengan tolok ukur pengungkapan keberlanjutan yang diakui secara global, sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja perusahaan berdasarkan standar internasional. Selain itu, komitmen Pertamina terhadap transparansi dan akuntabilitas dalam pengungkapan keuangan terkait perubahan iklim juga ditegaskan dengan penerapan kerangka *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD). Hal ini menunjukkan dedikasi perusahaan dalam memberikan informasi yang jelas dan relevan kepada pemangku kepentingan mengenai cara perusahaan mengatasi risiko dan peluang terkait perubahan iklim.

Perusahaan juga mematuhi standar Dewan Standar Akuntansi Keberlanjutan (SASB), yang dirancang khusus untuk Sektor Pengolahan Ekstraktif & Mineral – Minyak & Gas. Kepatuhan ini menyoroti fokus Pertamina dalam

mengungkapkan informasi keberlanjutan yang material secara finansial kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga memfasilitasi pemahaman yang lebih baik mengenai kinerja keberlanjutan perusahaan dalam konteks industrinya.

Selain itu, pelaporan keberlanjutan Pertamina didasarkan pada standar dan pedoman yang dikeluarkan oleh *International Petroleum Industry Environmental Conservation Association* (IPIECA), yang semakin menekankan komitmennya terhadap pelestarian lingkungan dan praktik industri berkelanjutan. Dimasukkannya standar dari *American Petroleum Institute* (API) dan *International Association of Oil & Gas Producers* (IOGP) dalam kerangka pelaporannya menggarisbawahi keterlibatan Pertamina dalam tantangan keberlanjutan dan praktik terbaik yang spesifik pada industry (PT Pertamina (Persero), 2022).

Secara keseluruhan, pelaporan keberlanjutan PT Pertamina (Persero) menunjukkan pendekatan komprehensif terhadap kepatuhan terhadap berbagai standar dan kerangka kerja internasional. Strategi kepatuhan multifaset ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas dan komparabilitas pengungkapan keberlanjutan yang dilakukan Pertamina namun juga mencerminkan sikap proaktif perusahaan dalam mengatasi tantangan keberlanjutan kompleks yang melekat di sektor minyak dan gas.

13.3.2 PT Pupuk Indonesia (Persero)

Laporan Keberlanjutan PT Pupuk Indonesia (Persero) tahun 2022 memberikan gambaran menyeluruh mengenai upaya perusahaan menuju pembangunan berkelanjutan, mencakup berbagai topik termasuk perlindungan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan kinerja ekonomi. Laporan tersebut menyoroti inisiatif perusahaan dalam mengurangi emisi gas rumah kaca, mempromosikan produk ramah lingkungan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan. Di dalamnya juga dirinci komitmen PT Pupuk Indonesia terhadap tata kelola, pengembangan sumber daya manusia, kesejahteraan masyarakat, serta kesehatan dan keselamatan kerja. Area fokus utama mencakup transformasi

menuju industri yang lebih ramah lingkungan, pengembangan produk berkelanjutan, pengurangan polusi air, penggunaan air yang efisien, dan perlindungan ekosistem. Perusahaan telah membentuk mekanisme untuk mencegah korupsi, mengelola konflik kepentingan, dan mengendalikan penipuan, dengan menekankan pelatihan rutin mengenai langkah-langkah anti-korupsi.

PT Pupuk Indonesia berperan aktif dalam industri pupuk untuk meningkatkan kapasitas dan ketahanan usaha. Laporan ini, yang disusun sesuai dengan Standar dan Jaminan GRI, bertujuan untuk memberikan informasi yang transparan kepada para pemangku kepentingan mengenai kinerja keberlanjutan perusahaan. Hal ini mencakup penjaminan independen oleh SBU KSP PT Sucofindo yang menegaskan kepatuhan perusahaan terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan dan keakuratan informasi kinerja keberlanjutannya. Selain itu, PT Pupuk Indonesia juga menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), dengan fokus pada keterlibatan masyarakat, sistem pengelolaan lingkungan untuk meminimalkan dampak operasional, dan dukungan terhadap usaha mikro dan kecil. Perusahaan memastikan tidak ada insiden pelanggaran hak-hak masyarakat adat di wilayah operasionalnya, yang menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan (PT Pupuk Indonesia (Persero), 2022).

1. Fokus Utama Laporan Keberlanjutan PT Pupuk Indonesia (Persero) Tahun 2022

- a. Keberlanjutan Ekonomi: Laporan tersebut menekankan komitmen perusahaan dalam mendukung pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan infrastruktur yang berkualitas. Hal ini mencakup upaya untuk memastikan akses terhadap layanan yang terjangkau dan adil serta meningkatkan efisiensi distribusi produk, yang bertujuan untuk ketahanan dan keberlanjutan ekonomi secara keseluruhan.
- b. Kelestarian Lingkungan: Sebagian besar laporan didedikasikan untuk proses bisnis yang ramah lingkungan. Hal ini mencakup penerapan sistem

pengelolaan lingkungan yang dirancang untuk meminimalkan dan memitigasi dampak negatif terhadap masyarakat dan ekosistem sekitar. Fokusnya adalah mempromosikan produk dan proses ramah lingkungan yang berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

- c. Keberlanjutan Sosial: Laporan ini menyoroti inisiatif perusahaan dalam pengembangan sumber daya manusia dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini mencakup kepuasan pelanggan yang unggul, sumber daya manusia yang unggul untuk keberlangsungan usaha, dan pengembangan kesejahteraan masyarakat. Tujuannya adalah untuk memastikan operasi perusahaan memberikan kontribusi positif terhadap tatanan sosial masyarakat di mana perusahaan beroperasi.
- d. Praktik Manajemen Keberlanjutan: Laporan ini merinci pendekatan strategis perusahaan terhadap keberlanjutan, yang melibatkan pengelolaan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam operasinya. Kerangka *Strategy House* memandu upaya-upaya ini, dengan fokus pada kepuasan pelanggan, penelitian dan inovasi, keunggulan operasional, dan manajemen rantai pasokan untuk menjamin ketahanan pangan, kelangsungan bisnis, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial.

Area fokus ini diprioritaskan berdasarkan dampaknya terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan pendekatan strategis yang menyeimbangkan tujuan operasional perusahaan dengan tujuan yang lebih luas yaitu berkontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) (PT Pupuk Indonesia (Persero), 2022).

2. Penerapan Standar Pelaporan Berkelanjutan

PT Pupuk Indonesia (Persero) menerapkan standar pelaporan berkelanjutan GRI Standards 2021 dalam

penyusunan Laporan Keberlanjutannya. Standar ini merupakan kerangka kerja global yang diakui untuk pelaporan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial. Selain itu, laporan tersebut juga disusun sesuai dengan regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu POJK 51/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik serta Surat Edaran OJK (SEOJK) No. 16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. Untuk memastikan kepatuhan laporan terhadap standar GRI dan OJK, PT Pupuk Indonesia menggunakan layanan *'In Accordance Check'* dari *National Center for Corporate Reporting* (NCCR) (PT Pupuk Indonesia (Persero), 2022).

3. Evaluasi Tingkat Kepatuhan Pengungkapan Umum Laporan Berkelanjutan

PT Pupuk Indonesia (Persero) menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap persyaratan Pengungkapan Umum Standar GRI 2021, yang dibuktikan dengan pelaporan terperinci di berbagai dimensi keberlanjutan. Laporan Keberlanjutan perusahaan tahun 2022 memberikan informasi komprehensif mengenai aspek ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola, sehingga memberikan landasan yang kokoh bagi para pemangku kepentingan untuk menilai kinerja keberlanjutan perusahaan dan kontribusinya terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Laporan ini disusun sesuai dengan Standar GRI 2021 dan juga sejalan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, serta Lembaga Keuangan. Surat Edaran Otoritas Jasa (SEOJK) No. 16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. Kepatuhan ganda ini memastikan bahwa laporan tersebut memenuhi standar pelaporan internasional dan nasional, sehingga meningkatkan kredibilitas dan relevansinya.

Untuk lebih memvalidasi kepatuhan laporan terhadap standar-standar ini, PT Pupuk Indonesia melibatkan *National Center for Corporate Reporting* (NCCR) untuk melakukan '*In Accordance Check*', yang memastikan bahwa laporan telah disusun sesuai dengan Standar GRI dan SEOJK 16/OJK.04/2021. Proses verifikasi eksternal ini menggarisbawahi komitmen perusahaan terhadap transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keberlanjutannya. Selain itu, perusahaan mengungkapkan informasi material dan relevan dengan cara yang memadai, cepat, jelas, akurat, dapat dibandingkan, dan mudah diakses oleh pemangku kepentingan, sehingga mendukung proses pengambilan keputusan yang tepat dan hati-hati. Pendekatan pengungkapan ini memastikan bahwa seluruh pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan masyarakat, memiliki informasi yang diperlukan untuk memahami praktik dan kinerja keberlanjutan perusahaan.

Singkatnya, Laporan Keberlanjutan PT Pupuk Indonesia tahun 2022 menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap persyaratan Pengungkapan Umum Standar GRI 2021, yang mencerminkan dedikasi perusahaan terhadap pelaporan yang transparan dan akuntabel mengenai inisiatif dan hasil keberlanjutannya (PT Pupuk Indonesia (Persero), 2022).

13.3.3 PT Unilever Indonesia Tbk

Laporan Keberlanjutan 2022 PT Unilever Indonesia Tbk menguraikan pendekatan komprehensif perusahaan terhadap keberlanjutan, menekankan komitmen mereka untuk menciptakan masa depan yang berkelanjutan melalui praktik dan inisiatif bisnis yang bertanggung jawab yang bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Laporan tersebut, yang mematuhi Standar *Global Reporting Initiatives* (GRI) 2021, menyoroti fokus perusahaan pada pertumbuhan berkelanjutan, aksi iklim, dan inklusivitas sosial (PT Unilever Indonesia Tbk, 2022).

1. Fokus Utama Laporan Keberlanjutan PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2022

- a. **Kelestarian Lingkungan:** Unilever Indonesia telah mengambil langkah signifikan dalam mengurangi jejak lingkungan, mencapai pengurangan emisi karbon sebesar 88,12% dari tahun 2015 hingga 2022. Perusahaan berkomitmen untuk mencapai emisi *net-zero* pada tahun 2039 dan telah menerapkan berbagai inisiatif seperti meningkatkan efisiensi energi, beralih ke sumber energi terbarukan, dan memperkenalkan solusi pengemasan berkelanjutan untuk produk-produknya.
- b. **Dampak Sosial dan Inklusivitas:** Perusahaan telah meluncurkan berbagai inisiatif yang bertujuan untuk mempromosikan kesetaraan gender, kesehatan, dan kesejahteraan, termasuk lokakarya, program beasiswa, dan peluncuran produk baru. Mereka juga fokus memperluas cakupan produk ke daerah pedesaan melalui program Nusa, memastikan akses terhadap produk mereka untuk semua.
- c. **Praktik Bisnis Berkelanjutan:** Unilever Indonesia berdedikasi untuk menjadikan kehidupan berkelanjutan sebagai hal biasa, selaras dengan prinsip-prinsip *Global Compact* PBB dan berfokus pada pengadaan sumber daya yang bertanggung jawab, pengelolaan limbah, dan pengurangan emisi gas rumah kaca. Tujuannya adalah menginspirasi tindakan untuk membangun budaya berkelanjutan di dalam dan di luar perusahaan.
- d. **Keterlibatan dan Pengembangan Masyarakat:** Melalui kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk Fakultas Ilmu Lingkungan Universitas Indonesia, Unilever Indonesia telah terlibat dalam proyek-proyek seperti merancang sistem pengelolaan air hujan di pesantren dan mendorong pemilahan sampah melalui *Reverse Vending Machines*.
- e. **Penghargaan dan Pengakuan:** Upaya perusahaan menuju keberlanjutan dan tata kelola perusahaan yang

baik telah diakui melalui beberapa penghargaan, yang menegaskan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang beretika, kesejahteraan karyawan, pengelolaan lingkungan, dan keterlibatan masyarakat.

Laporan Keberlanjutan Unilever Indonesia tahun 2022 menunjukkan komitmen teguh perusahaan terhadap keberlanjutan, praktik bisnis yang bertanggung jawab, dan upaya mencapai masa depan yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan. Melalui strategi keberlanjutan yang komprehensif, mereka bertujuan untuk mengatasi tantangan global seperti perubahan iklim, kesenjangan sosial, dan degradasi lingkungan, sambil terus mengembangkan bisnis mereka secara bertanggung jawab (PT Unilever Indonesia Tbk, 2022).

2. Penerapan Standar Pelaporan Berkelanjutan

PT Unilever Indonesia Tbk mematuhi Standar *Global Reporting Initiative* (GRI) 2021 untuk pelaporan keberlanjutannya, sebagaimana ditunjukkan dalam Laporan Keberlanjutan 2022 mereka. Standar GRI memberikan kerangka kerja yang diakui secara global bagi perusahaan untuk melaporkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kerangka kerja ini memungkinkan organisasi untuk mengomunikasikan dampaknya terhadap isu penting keberlanjutan seperti perubahan iklim, hak asasi manusia, tata kelola, dan kesejahteraan sosial dengan cara yang konsisten dan kredibel. Dengan mengikuti Standar GRI, Unilever Indonesia memastikan bahwa praktik pelaporannya transparan, sebanding, dan berkualitas tinggi, sehingga memungkinkan para pemangku kepentingan untuk membuat penilaian yang tepat mengenai kinerja keberlanjutan perusahaan (PT Unilever Indonesia Tbk, 2022).

3. Evaluasi Tingkat Kepatuhan Pengungkapan Umum Laporan Berkelanjutan

Pelaporan keberlanjutan Unilever Indonesia menunjukkan kepatuhan terhadap beberapa aspek utama pengungkapan umum sebagaimana diuraikan dalam Standar GRI. Laporan tersebut mencakup rincian organisasi (GRI 2-1, hal.48), entitas yang termasuk dalam pelaporan keberlanjutan (GRI 2-2, hal.48), dan memberikan informasi mengenai periode pelaporan, frekuensi, dan titik kontak (GRI 2-3). Selain itu, laporan ini mencakup pernyataan kembali informasi (GRI 2-4) dan rincian mengenai jaminan eksternal (GRI 2-5), serta diskusi mengenai aktivitas perusahaan, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya (GRI 2-6). Hal ini menunjukkan pendekatan komprehensif terhadap pelaporan keberlanjutan, yang selaras dengan Standar GRI untuk pengungkapan umum.

13.4 Upaya Berkelanjutan untuk Meningkatkan Praktik Berkelanjutan

Perbaikan berkelanjutan dalam praktik berkelanjutan merupakan komponen penting bagi perusahaan seperti PT Pertamina, PT Pupuk Indonesia, dan Unilever Indonesia dalam menghadapi kompleksitas permasalahan lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Masing-masing perusahaan menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan melalui berbagai inisiatif, standar pelaporan, dan strategi perbaikan berkelanjutan.

PT Pertamina (Persero) berfokus pada peningkatan kinerja lingkungan, tata kelola, dan etika, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan sosial dan ekonomi. Perusahaan telah menunjukkan kemajuan dalam upaya dekarbonisasi, berinvestasi pada proyek energi terbarukan, dan memperoleh skor yang lebih baik dari CDP, yang mencerminkan perbaikan dalam pengelolaan lingkungan. Tata kelola dan etika juga merupakan hal yang penting, dengan adanya Kode Etik dan Sistem Pelaporan Pelanggaran (*Whistleblowing System*) yang kuat untuk menjaga standar tinggi tata kelola perusahaan dan praktik bisnis yang beretika. Tantangan seperti kasus korupsi diatasi melalui langkah-

langkah anti korupsi yang komprehensif dan keterlibatan pemangku kepentingan (PT Pertamina (Persero), 2022).

PT Pupuk Indonesia menekankan keberlanjutan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan tanggung jawab sosial. Upaya keberlanjutan perusahaan termasuk mengurangi emisi gas rumah kaca, mempromosikan produk ramah lingkungan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan. Tata kelola, pengembangan sumber daya manusia, kesejahteraan masyarakat, serta kesehatan dan keselamatan kerja juga menjadi sorotan. PT Pupuk Indonesia menjalankan program CSR yang berfokus pada keterlibatan masyarakat dan sistem pengelolaan lingkungan untuk meminimalkan dampak operasional, yang menunjukkan komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan dalam praktik keberlanjutan (PT Pupuk Indonesia (Persero), 2022).

Unilever Indonesia telah mengambil langkah signifikan dalam mengurangi jejak lingkungannya, dengan mencapai pengurangan emisi karbon sebesar 88,12% dari tahun 2015 hingga 2022, dengan target emisi *net-zero* pada tahun 2039. Laporan keberlanjutan perusahaan mematuhi Inisiatif Pelaporan Global (GRI) Standar 2021, yang menekankan pertumbuhan berkelanjutan, aksi iklim, dan inklusivitas sosial. Inisiatif yang bertujuan untuk mendorong kesetaraan gender, kesehatan, dan kesejahteraan, serta pengadaan sumber daya yang bertanggung jawab, pengelolaan limbah, dan pengurangan emisi gas rumah kaca, menggambarkan pendekatan komprehensif Unilever Indonesia terhadap keberlanjutan (PT Unilever Indonesia Tbk, 2022).

Pendekatan setiap perusahaan terhadap keberlanjutan dan perbaikan berkelanjutan didasarkan pada standar internasional seperti Standar GRI, yang menunjukkan komitmen terhadap transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Dengan berfokus pada bidang-bidang utama seperti kelestarian lingkungan, dampak sosial, tata kelola, dan etika, PT Pertamina, PT Pupuk Indonesia, dan Unilever Indonesia tidak hanya mengatasi tantangan keberlanjutan yang ada, namun juga berkontribusi terhadap tujuan yang lebih luas dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. (SDG)

13.5 Kriteria kinerja keberlanjutan (KPI)

Indikator Kinerja (KPI) untuk keberlanjutan adalah metrik penting yang membantu organisasi seperti PT Pertamina, PT Pupuk Indonesia, dan Unilever Indonesia mengukur dan mengomunikasikan kemajuan mereka dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. KPI ini mencakup berbagai bidang termasuk kinerja lingkungan, kontribusi sosial, tata kelola, dan keberlanjutan ekonomi.

1. Kinerja Lingkungan

- a. PT Pertamina fokus pada KPI terkait efisiensi energi, pengurangan emisi, dan proyek energi terbarukan. Perusahaan ini bertujuan untuk meningkatkan skor lingkungannya, setelah memperoleh nilai B dari CDP, yang menunjukkan komitmennya terhadap dekarbonisasi dan pemeliharaan lingkungan.
- b. PT Pupuk Indonesia menekankan pengurangan emisi gas rumah kaca, mempromosikan produk ramah lingkungan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan. Keterlibatan perusahaan dalam sistem pengelolaan lingkungan dan program CSR yang ditujukan untuk perlindungan lingkungan merupakan metrik keberlanjutan yang utama.
- c. Unilever Indonesia telah menetapkan KPI yang ambisius untuk kelestarian lingkungan, termasuk mencapai pengurangan emisi karbon sebesar 88,12% dari tahun 2015 hingga 2022 dan menargetkan emisi net-zero pada tahun 2039. Perusahaan juga berfokus pada solusi pengemasan berkelanjutan dan peningkatan efisiensi energi.

2. Kontribusi Sosial dan Inklusivitas

- a. PT Pertamina berkomitmen terhadap investasi sosial, pengembangan energi terbarukan, dan memastikan kepatuhan terhadap manajemen perpajakan dan praktik antikorupsi. Retensi, keterlibatan, dan keberagaman karyawan juga merupakan KPI penting bagi perusahaan.

- b. KPI keberlanjutan PT Pupuk Indonesia mencakup kesejahteraan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, serta kesehatan dan keselamatan kerja. Program CSR perusahaan fokus pada keterlibatan masyarakat dan mendukung usaha mikro dan kecil.
- c. KPI Unilever Indonesia dalam bidang ini mencakup inisiatif yang bertujuan untuk mendorong kesetaraan gender, kesehatan, dan kesejahteraan. Perusahaan ini berdedikasi untuk memperluas cakupan produk ke wilayah pedesaan, memastikan akses terhadap produk mereka untuk semua orang, dan terlibat dalam proyek pengembangan masyarakat.

3. Tata Kelola dan Etika

- a. PT Pertamina maupun PT Pupuk Indonesia menekankan tata kelola dan etika dalam KPI mereka, dengan fokus pada pemeliharaan standar tinggi tata kelola perusahaan, etika, langkah-langkah anti-korupsi, dan manajemen konflik kepentingan. Pelatihan rutin mengenai langkah-langkah anti-korupsi adalah bagian penting dari strategi keberlanjutan mereka.
- b. Unilever Indonesia menyelaraskan KPI tata kelola dan etikanya dengan prinsip-prinsip *Global Compact* Perserikatan Bangsa-Bangsa, dengan fokus pada pengadaan sumber daya yang bertanggung jawab, pengelolaan limbah, dan pengurangan emisi gas rumah kaca sebagai bagian dari standar pelaporan keberlanjutannya, yang terlihat dalam pengungkapan rinci di berbagai bidang dimensi keberlanjutan. Hal ini mencakup upaya mereka untuk mengatasi gangguan keamanan siber, risiko perubahan iklim, dan komitmen mereka untuk mencapai target *Net Zero Emission*. Sifat komprehensif dari laporan keberlanjutan PT Pertamina menekankan dedikasi mereka terhadap transparansi, keberlanjutan, dan kesejahteraan karyawan, komunitas, dan lingkungan.

13.6 Pentingnya Benchmarking dan Best Practice

Tolok ukur dan praktik terbaik merupakan strategi penting bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kinerja keberlanjutan, efisiensi operasional, dan keunggulan kompetitif. PT Pertamina, PT Pupuk Indonesia, dan Unilever Indonesia masing-masing telah menunjukkan pentingnya strategi ini melalui upaya keberlanjutan dan pelaporannya.

PT Pertamina telah menunjukkan komitmen untuk melakukan *benchmarking* dan mengadopsi praktik terbaik dengan menyelaraskan pelaporan keberlanjutannya dengan standar internasional seperti *Global Reporting Initiative* (GRI), *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), dan *Task Force on Climate-related Pengungkapan Keuangan* (TCFD). Kepatuhan ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas dan komparabilitas pengungkapan keberlanjutan yang dilakukan Pertamina namun juga mencerminkan sikap proaktif perusahaan dalam mengatasi tantangan keberlanjutan kompleks yang melekat pada sektor minyak dan gas. Dengan melakukan tolak ukur terhadap standar-standar ini, Pertamina dapat mengidentifikasi kesenjangan dalam kinerjanya, menetapkan target perbaikan, dan mengadopsi praktik terbaik industri untuk memitigasi risiko terkait gangguan keamanan siber dan perubahan iklim.

PT Pupuk Indonesia menekankan transformasi menuju industri yang lebih ramah lingkungan, pengembangan produk berkelanjutan, dan penggunaan air yang efisien, yang menunjukkan komitmennya terhadap perlindungan lingkungan dan keberlanjutan ekonomi. Keterlibatan perusahaan dalam program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan upayanya untuk memastikan tidak ada insiden pelanggaran hak-hak masyarakat adat menunjukkan dedikasinya terhadap keberlanjutan sosial dan praktik terbaik tata kelola. Dengan menyiapkan laporan keberlanjutan sesuai dengan Standar GRI dan memperoleh jaminan independen, PT Pupuk Indonesia membandingkan kinerjanya dengan kerangka kerja yang diakui, memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam praktik keberlanjutannya.

Unilever Indonesia telah mengambil langkah signifikan dalam mengurangi dampak lingkungan, mencapai pengurangan

emisi karbon sebesar 88,12% dari tahun 2015 hingga 2022, dan berkomitmen untuk mencapai emisi nol bersih pada tahun 2039. Perusahaan ini fokus pada pertumbuhan berkelanjutan, aksi iklim, dan inklusivitas sosial terlihat jelas dalam pendekatan komprehensif terhadap keberlanjutan, yang mencakup inisiatif yang bertujuan untuk mendorong kesetaraan gender, kesehatan, dan kesejahteraan. Dengan mematuhi Standar GRI dalam pelaporan keberlanjutannya, Unilever Indonesia memastikan bahwa praktiknya transparan, sebanding, dan berkualitas tinggi, sehingga memungkinkan para pemangku kepentingan untuk membuat penilaian yang tepat mengenai kinerja keberlanjutan perusahaan. Komitmen terhadap tolok ukur dan praktik terbaik ini tidak hanya meningkatkan reputasi Unilever Indonesia namun juga mendorong perbaikan berkelanjutan dalam upaya keberlanjutannya.

Secara singkat, penetapan tolok ukur dan penerapan praktik terbaik sangat penting bagi PT Pertamina, PT Pupuk Indonesia, dan Unilever Indonesia dalam upaya mereka meningkatkan kinerja keberlanjutan, pengelolaan risiko, dan *Climate Association* (IPIECA), yang semakin menekankan komitmen mereka terhadap pelestarian lingkungan dan industri berkelanjutan. praktik. Dimasukkannya standar dari *American Petroleum Institute* (API) dan *International Association of Oil & Gas Producers* (IOGP) dalam kerangka pelaporannya menggarisbawahi keterlibatan Pertamina dalam tantangan keberlanjutan dan praktik terbaik yang spesifik pada industri.

13.7 Ringkasan

PT Pertamina (Persero), PT Pupuk Indonesia (Persero), dan PT Unilever Indonesia Tbk adalah contoh utama perusahaan yang menerapkan standar pelaporan keberlanjutan yang tinggi, dengan mematuhi kerangka kerja internasional seperti GRI, SASB, dan TCFD. Komitmen mereka terhadap keberlanjutan terlihat jelas dalam laporan mereka yang komprehensif, yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan hidup, sosial, dan tata kelola, yang menunjukkan kepatuhan yang tinggi terhadap standar-standar tersebut. Praktik-praktik ini tidak hanya meningkatkan reputasi mereka namun juga mendorong perbaikan berkelanjutan dalam

upaya keberlanjutan mereka. Unilever Indonesia, khususnya, telah mengambil langkah signifikan dalam mengurangi dampak lingkungan dan mendorong kesetaraan dan kesejahteraan gender melalui berbagai inisiatif. Perusahaan ini menargetkan emisi nol bersih pada tahun 2039 dan mematuhi standar GRI 2021, dengan fokus pada kinerja lingkungan, kontribusi sosial, tata kelola, dan etika.

Pentingnya organisasi yang berkelanjutan dalam konteks bisnis saat ini ditegaskan oleh potensi mereka untuk memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat sekaligus memastikan keberhasilan jangka panjang. Prinsip dan kerangka kerja utama seperti *Triple Bottom Line*, *Sustainable Development Goals* (SDGs), Ekonomi Sirkular, *The Natural Step Framework* (TNS), dan Inisiatif Pelaporan Global memandu praktik berkelanjutan. Alat pengukur *Sustainability* seperti *Balanced Scorecard*, *Global Reporting Initiative*, dan *Life Cycle Assessment* sangat penting untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja keberlanjutan dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Ahmed, T., Ahmed, H. N., Ali, S. M., Gonzalez, E. D. R. S., & Kabir, G. (2023). Modeling the nexus of data analytics, sustainability practices and quality management: Evidence of key enablers. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03881-y>
- Alexandra Jonker. (2023, December 1). *What is the triple bottom line?* IBM.
- Benameur, K. B., Mostafa, M. M., Hassanein, A., Shariff, M. Z., & Al-Shattarat, W. (2023). Sustainability reporting scholarly research: a bibliometric review and a future research agenda. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00319-7>
- Ben-Eli, M. U. (2018a). Sustainability: definition and five core principles, a systems perspective. *Sustainability Science*, 13(5), 1337–1343. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0564-3>
- Ben-Eli, M. U. (2018b). Sustainability: definition and five core principles, a systems perspective. *Sustainability Science*, 13(5), 1337–1343. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0564-3>
- Bosi, M. K., Lajuni, N., Wellfren, A. C., & Lim, T. S. (2022). Sustainability Reporting through Environmental, Social, and Governance: A Bibliometric Review. *Sustainability*, 14(19), 12071. <https://doi.org/10.3390/su141912071>
- Cardenes, I., Hall, J. W., Eyre, N., Majid, A., & Jarvis, S. (2020). Quantifying the energy consumption and greenhouse gas emissions of changing wastewater quality standards. *Water Science and Technology*, 81(6), 1283–1295. <https://doi.org/10.2166/wst.2020.228>
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- Global Reporting Initiative (GRI). (2023). *GRI - Standards*. Global Reporting Initiative (GRI).

- Kennes, C. (2023). The grand challenge of water, waste, wastewater and emissions engineering and valorization. *Frontiers in Environmental Engineering*, 2. <https://doi.org/10.3389/fenv.2023.1149950>
- Lambiasi, L., Ddiba, D., Andersson, K., Parvage, M., & Dickin, S. (2024). Greenhouse gas emissions from sanitation and wastewater management systems: a review. *Journal of Water and Climate Change*. <https://doi.org/10.2166/wcc.2024.603>
- Laura Golsteijn. (2022, July 17). *Life Cycle Assessment (LCA) explained*. PRé.
- Mishra, P., & Kumar, K. (2023). Uncovering the sustainability reporting: bibliometric analysis and future research directions. *International Journal of Disclosure and Governance*. <https://doi.org/10.1057/s41310-023-00216-1>
- Oliveira, J. (2023). Balanced Scorecard and Sustainability. In *Encyclopedia of Sustainable Management* (pp. 210–215). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25984-5_753
- PT Pertamina (Persero). (2022). *Pertamina Sustainability Report 2022*.
- PT Pupuk Indonesia (Persero). (2022). *Laporan Keberlanjutan Sustainability Report*.
- PT Unilever Indonesia Tbk. (2022). *Unilever Sustainability Report*.
- Rothausen, S. G. S. A., & Conway, D. (2011). Greenhouse-gas emissions from energy use in the water sector. *Nature Climate Change*, 1(4), 210–219. <https://doi.org/10.1038/nclimate1147>
- United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations.

BIODATA PENULIS



Dr. Luhgiatno, S.E., M.M., M.Si.

Dosen Program Studi Sarjana Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara

Penulis Lahir di Grobogan (1972). Studi di kampung halaman sampai tamat SMP. Selanjutnya merantau ke Semarang untuk melanjutkan studi di SMEA Pelita Nusantara Semarang. Riwayat studi di perguruan tinggi dilakukan secara bertahap. Dimulai dari studi di Jenjang Diploma III Akuntansi (1990 – 1993), Jenjang S1 Akuntansi (1997 – 1999), Jenjang S2 Magister Manajemen STIE Mitra Indonesia (2003 – 2005), Jenjang S2 Magister Akuntansi UNDIP (2006 – 2008), dan Jenjang S3 (Doktor Manajemen UKSW) lulus tahun 2020. Berprofesi sebagai Dosen serta menjabat sebagai Ketua STIE Pelita Nusantara Semarang (2009 – 2017) dilanjutkan (2021 – sekarang). Aktif dalam publikasi artikel jurnal (Internasional dan Nasional terakreditasi), menulis buku, sebagai Pimpinan Redaksi Jurnal Fokus Ekonomi dan Mitra Bestari beberapa jurnal ilmiah. Aktif dalam berbagai organisasi serta menjadi Ketua Komite Sekolah. Email: luhgiatno_smg@yahoo.co.id dan Hp. 08122930445.

BIODATA PENULIS



Dr. Eka Siskawati, SE., M. Sc, Fin., Ak., CA

Dosen Program Studi Akuntansi
Politeknik Negeri Padang

Dr. Eka Siskawati, SE., M. Sc, Fin., Ak., CA adalah seorang penulis dan Dosen Prodi Magister Terapan Sistem Informasi Akuntansi, Politeknik Negeri Padang. Lahir di Kota Padang, 13 Juni 1981, Sumatera Barat. Penulis menamatkan pendidikan Sarjana Ekonomi (S1) di Universitas Andalas Padang, menyelesaikan program Master of Science in Finance (S2) di International Islamic University Malaysia, dan menyelesaikan pendidikan Doktor (S3) di Program Doktor Ilmu Akuntansi, Universitas Brawijaya Malang. Buku yang pernah ditulis antara lain, AKUNTANSI DIGITAL: Transformasi pembukuan di era revolusi industri 4.0 menuju society 5.0 (2023); International Economy (2023); Inklusi keuangan : sejarah, teori, dan konsep (2023); Netnografi in action (2020).

BIODATA PENULIS



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M, CSCP, CHRP.

Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara

Penulis lahir di Sydney, Australia pada 12 Agustus 1974. Penulis lulus sebagai seorang Sarjana Terapan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung pada tahun 1997. Penulis meniti karir profesional di industri perhotelan dan beberapa perusahaan *food and beverage*. Pada tahun 2011, dalam kondisi masih aktif bekerja di sebuah perusahaan ritel multinasional, penulis meneruskan pendidikan ke jenjang magister di Universitas Mercu Buana Jakarta dan lulus pada tahun 2013. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang doktoral pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2019 di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Sejak tahun 2016 sampai sekarang penulis menjadi pengajar penuh waktu di Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Penulis fokus pada bidang *supply chain, logistic* dan pengembangan sumber daya manusia. Sebagai seorang akademisi yang juga sekaligus berlatar belakang praktisi, penulis aktif sebagai penulis artikel ilmiah baik skala nasional maupun internasional, termasuk di dalamnya aktif menjadi *reviewer* jurnal baik itu nasional maupun internasional. Penulis mendapatkan hibah penelitian dari Kemristek Dikti RI pada tahun 2017 dan 2018. Penulis juga berperan aktif dalam asosiasi industri diantaranya adalah Asosiasi Logistik Indonesia, pengurus harian di Asosiasi Profesi Produktivitas Indonesia, Forum Doktor Manajemen Pendidikan dan forum

industri lainnya. Penulis aktif berperan sebagai seorang asesor kompetensi Badan Nasional Sertifikasi Profesi Republik Indonesia (BNSP RI) untuk bidang logistik dan sumber daya manusia. Email Penulis: mohammad.annas@umn.ac.id/annasjom@gmail.com

BIODATA PENULIS



Dr. Yulia Nurendah, SE., MM., CDM

Dosen Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital
Fakultas Vokasi
Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

Penulis lahir di Malang tanggal 2 Juli 1972. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital Fakultas Vokasi, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Akuntansi. Melanjutkan S2 pada Program Studi Magister Manajemen. Menyelesaikan pendidikan S3 pada Program Studi Teknologi Industri Pertanian. Penulis menekuni bidang Manajemen Pemasaran dan Bisnis

BIODATA PENULIS



Gracelia Maharani, S.E., M.B.A.

Dosen Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ilmu Sosial dan
Ekonomi Kreatif Universitas Santo Borromeus Bandung

Penulis lahir di Tangerang tanggal 8 Desember 1996. Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Kreatif, Universitas Santo Borromeus di Bandung. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen dan melanjutkan pendidikan S2 di Institut Teknologi Bandung Fakultas *School of Business and Management*, Program Studi *Master of Business Administration*. Sebelum menjadi dosen, penulis sempat meniti karier selama 3 tahun di perusahaan TikTok Indonesia sebagai *E-Commerce Business Operation and Development Staff*, perusahaan GudangAda sebagai *Strategic Business Development Staff* dan perusahaan Bank Danamon sebagai *Relationship Customer Intern*. Penulis berkomitmen untuk berkontribusi dalam dunia pendidikan secara kontinuitas demi membantu negara Indonesia dalam mencerdaskan generasi bangsa.

BIODATA PENULIS



Humairoh, SP, MM.

Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Tangerang

Penulis lahir di Tangerang, 16 Juli 1970. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang. Menyelesaikan pendidikan S1 di Insitut Pertanian Bogor dan melanjutkan S2 di Universitas Muhammadiyah Tangerang pada jurusan marketing. Jabatan yang pernah diemban penulis selama berkarir antara lain sebagai peneliti pada Lembaga penelitian yang dikelola oleh Pascasarjana UMT. Berbagai tulisan karya ilmiah dan penelitian telah banyak dilakukan oleh penulis termasuk hibah penelitian dari Kemenristekdikti. Penulis juga aktif mengikuti seminar maupun pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi khususnya di bidang Marketing Management.

BIODATA PENULIS



Dr. I Made Sondra Wijaya, S.T., MT.

Dosen Program Studi Manajemen Rekayasa
Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Batam

Penulis lahir di Denpasar tanggal 30 November 1962. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Rekayasa Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam. Menyelesaikan Studi S-1 di Sekolah Tinggi Teknologi Telkom (sekarang Universitas Telkom) – STT Telkom/TelU Bandung (1999) Jurusan Informatika dan kemudian melanjutkan S-2 di Universitas Pasundan Bandung - Bandung (2005) dengan konsentrasi bidang Manajemen dan Teknologi Industri dan melanjutkan studi S-3 di Universitas Pasundan Bandung - Bandung (2018) konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia.

Mata kuliah yang Penulis ampu antara lain Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Dasar Teknologi Informasi dan Pemrograman, Pemrograman Komputer, Basis Data, Audit Sistem Informasi, Etika dan Profesi, Wawasan Kemaritiman, Perilaku Organisasi, Analisis Biaya, Ekonomi Manajerial dan strategi Bisnis, serta Kode Etik dan Etika Profesional. Email Penulis: desondra@gmail.com ; desondra@iteba.ac.id .

Penulis sebelumnya bekerja di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., pada Divisi Sistem Informasi menangani Jaringan Komputer, Data Center dan Project Teknologi Informasi khususnya Pembangunan Jaringan Fiber Optic, memiliki kepakaran dibidang Database (Data Center). Dan untuk mewujudkan karir sebagai

dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang Manajemen Teknologi Informasi. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain itu penulis juga terlibat aktif dalam organisasi profesi diantaranya Persatuan Insinyur Indonesia (PII), Masyarakat Ketenagalistrikan Indonesia (MKI) Cabang Kepulauan Riau, dan Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).

BIODATA PENULIS



Dr. Wayan Ardani, S.S., M.M.

Dosen Program Studi Magister Manajemen Inovasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mahendradatta

Penulis adalah praktisi dan saat ini juga merupakan dosen di Universitas Mahendradatta. Penulis menyelesaikan program pasca sarjana (S2 dan S3) di bidang manajemen pemasaran di Universitas Udayana di Bali. Penulis sudah ikut terlibat dalam menulis beberapa *book chapter* yang terkait dengan *corporate social responsibility* (CSR), Pemasaran, Pariwisata, perilaku konsumen, *womenpreneur* serta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Penulis juga sudah tersertifikasi BNSP pendampingan UMKM dan tertarik melakukan penelitian yang terkait dengan kinerja UMKM dan pemberdayaan perempuan. Penulis berharap keikutsertaan dalam menulis chapter “Manajemen Pemasaran Berkelanjutan (*Green Marketing*)” dapat memberikan kontribusi terkait *green marketing* dan *sustainability development* bagi pelajar, mahasiswa, manajer, maupun pengusaha dan pemangku kepentingan yang berupaya meningkatkan kinerja bisnis berbasis pada *sustainability*.

BIODATA PENULIS



Rizki Risanto Bahar, S.Tr., M.M.A.

Dosen Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi

Penulis lahir di Cianjur tanggal 11 Oktober 1993. Penulis merupakan dosen pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi. Penulis menyelesaikan pendidikan D4 pada program studi Budidaya Tanaman Perkebunan di Politeknik LPP Yogyakarta dan melanjutkan S2 pada program studi Manajemen Agribisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Penulis merupakan anggota Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI) yang menekuni bidang Manajemen Agribisnis konsentrasi Industri Pertanian dan Perkebunan serta memiliki pengalaman bekerja sebagai Asisten Tenaga Ahli Manajemen Produksi Tanaman di Lembaga Pendidikan Perkebunan dan *Sustainability Palm Oil Officer* di PT. Smart, Tbk (*Sinarmas Agribusiness and Food*).

BIODATA PENULIS



Michelle Azista Nabila Casandra, S.Si., M.Si

Dosen Program Studi Sarjana Gizi

Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Santo Borromeus

Penulis lahir di Bandung tanggal 4 Juli 1991. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Sarjana Gizi Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Santo Borromeus. Menyelesaikan pendidikan S1 dan S2 di Departemen Biologi, Universitas Padjadjaran. Sudah lebih dari satu dekade menekuni penelitian *Spirulina* sebagai bahan pangan yang berkelanjutan karena kaya akan nutrisi, dan dapat memberikan kontribusi penting dalam mengatasi tantangan global terkait ketahanan pangan. Hasil penelitiannya kemudian dikembangkan menjadi aneka produk kesehatan dan kecantikan yang inovatif dengan *brand* "AMORINA". Penulis berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam penelitian dan dunia usaha yang mempertimbangkan dampak positif bagi kelestarian lingkungan dan masyarakat.

BIODATA PENULIS



Roni Tua

Dosen di Universitas Katolik Parahyangan pada Program Studi
Administrasi Bisnis

Penulis adalah pengajar di Universitas Katolik Parahyangan pada Program Studi Administrasi Bisnis. Penulis menyelesaikan studi sarjana hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan dan magister Studi Pembangunan di Institut Teknologi Bandung. Saat ini penulis sedang menyelesaikan disertasi dalam bidang ekosistem kewirausahaan di Universitas Griffith di Australia di Departemen Strategi dan Inovasi Bisnis.

BIODATA PENULIS



I Nyoman Wahyu Widiana, S.E., M.Si.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
wahyuwidiana@unud.ac.id

I Nyoman Wahyu Widiana, pria kelahiran Sanur, 25 April 1994. Anak bungsu dari tiga bersaudara ini menamatkan S1 Ekonomi Pembangunan tahun 2015 dan S2 Ilmu Ekonomi tahun 2018 di Universitas Udayana, dengan predikat Cumlaude Lulusan Terbaik. Penulis kini tengah menyelesaikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Udayana. Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Penulis menyukai kesenian dan kebudayaan sejak remaja ini mengantarkannya mengikuti pertukaran pelajar dan kebudayaan mewakili Indonesia pada ajang Asia Student Summit di Seoul, Korea Selatan pada tahun 2018. Saat ini penulis menjabat menjadi Ketua BUMN CSR Provinsi Bali. Penulis aktif sebagai pembicara pada setiap kegiatan, termasuk Pembicara Nasional Literasi Digital Keminfo 2021. Penulis berkomitmen dapat berkontribusi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Besar harapan penulis untuk dapat memajukan generasi emas penerus bangsa melalui tulisannya.

BIODATA PENULIS



Renita Kawuryan, MBA.

Dosen Program Studi Bisnis Digital
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda

Penulis adalah seorang profesional yang memiliki ketertarikan mendalam pada bidang Frugal Innovation, Internet of Things dan Corporate Social Responsibility. Penulis dikenal sebagai individu yang cepat belajar, melek teknologi, berorientasi pada tujuan, disiplin, dan dapat beradaptasi di berbagai lingkungan kerja. Penulis menyelesaikan pendidikan Master of Business Administration di Providence University dan pendidikan Sarjana pada International Program on Business Administration di Brawijaya University.

Dalam perjalanan akademiknya, Renita juga memperoleh berbagai beasiswa, termasuk dari Providence University, Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara, dan Pegadaian. Pengalaman kerja meliputi; Business Development pada perusahaan konsultan, tutor di Universitas Terbuka, freelancer di English Corner untuk mahasiswa program sarjana di Providence University, serta pengalaman sebagai Customer Support di PT Ayopop Indonesia. Ia juga menjalankan bisnis dalam bidang akomodasi serta aktif dalam kegiatan akademik dan sosial. Pada tahun 2021 penulis berpartisipasi dalam rekrutmen calon pegawai negeri sipil untuk Pemerintah Indonesia dan ditempatkan di Politeknik Negeri Samarinda sebagai dosen tetap sampai saat ini.