

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran publik terhadap permasalahan lingkungan telah mendorong sebuah tren untuk menggunakan produk ramah lingkungan. Dalam merespon tren tersebut, UMKM turut memiliki peran penting dalam pemenuhan permintaannya. Dengan besarnya peluang UMKM untuk membangun sinergitas antara kinerja ekonomi dan kelestarian lingkungan, maka pemerintah pun merumuskan berbagai kebijakan untuk mendorong UMKM di Indonesia bertransformasi menjadi ramah lingkungan. Sayangnya banyak diantaranya belum siap. PT Greeneration Indonesia merupakan UMKM yang berkomitmen untuk mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan. Meskipun begitu, perusahaan belum menerapkan standar ramah lingkungan seutuhnya dikarenakan keterbatasan keuangan dan pengetahuan. Perusahaan pun merasakan adanya *trade-off* antara kepentingan ekonomi jangka pendek dengan upaya penyelamatan lingkungan serta adanya kekhawatiran akan kegagalan dalam pengembangan bisnisnya.

Pada penelitian ini dirumuskan strategi PT Greeneration Indonesia untuk bertransformasi menuju perusahaan ramah lingkungan yang unggul dengan pendekatan matriks *Boston Consulting Group* (BCG). Melalui matriks ini akan diketahui posisi bisnis perusahaan serta alternatif-alternatif strategi yang dapat dilaksanakan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 19 faktor lingkungan eksternal dan 15 faktor lingkungan internal yang memengaruhi strategi perusahaan. Dengan nilai EFAS 3.1867 serta IFAS 2.966 maka posisi bisnis perusahaan saat ini berada pada kuadran *Question Marks*. Sehingga strategi yang dapat diterapkan meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan divestasi. Berdasarkan analisis dan validasi diperoleh 12 alternatif strategi yang kemudian disusun ke dalam *roadmap* strategi dengan rentang waktu 5 tahun agar PT Greeneration Indonesia dapat bertransformasi menuju perusahaan ramah lingkungan yang unggul.

Kata Kunci: *Matriks Boston Consulting Group* (BCG), ramah lingkungan, strategi transformasi