

BAB I

PENDAHULUAN

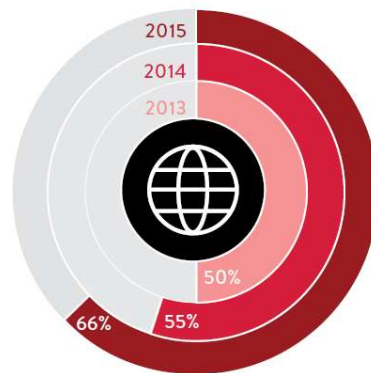
I.1 Latar Belakang

Penumpukan sampah plastik merupakan isu global yang semakin diperbincangkan oleh berbagai pihak belakangan ini. Penelitian yang telah dilakukan banyak lembaga menunjukkan bahwa produksi sampah kantong plastik di dunia sangatlah besar. Menurut Earth Policy Institute (2014) lebih dari 1 triliun kantong plastik digunakan setiap tahun di seluruh dunia. Hal yang mengejutkan pula diperoleh dari data Jambeck (2015) dimana Indonesia berada di peringkat kedua sebagai negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia yang mencapai 187,2 ton setelah Cina yang mencapai 262,9 juta ton. Pemerintah melalui kementerian dan badan terkait memiliki tanggung jawab terkait kelestarian lingkungan, akan tetapi capaian pada sektor ini masih belum dapat memberikan dampak signifikan terhadap perbaikan kualitas ekologis (Al Haq, 2014). Hal ini tentu sangat memprihatinkan, dimana kenyataan tersebut membuat Indonesia memiliki reputasi kurang baik berkaitan dengan komitmen pada kelestarian alam.

Namun di balik itu, isu-isu yang tengah mengemuka terkait lingkungan telah menumbuhkan kesadaran masyarakat global. Berdasarkan data Ipsos MORI (2014), lembaga riset asal Inggris, 72% dari 30 ribu lebih responden yang tersebar di 20 negara menyatakan setuju dengan pernyataan *We are heading for environmental disaster unless we change out habits quickly*. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat global telah cukup sadar bahwa perilakunya memengaruhi keberlanjutan lingkungan yang tengah mereka huni. Kesadaran itu pun telah didukung dan dibuktikan dengan banyaknya aktivitas yang diinisiasi untuk mencari solusi dampak lingkungan yang mengancam kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Konferensi-konferensi dengan tema lingkungan baik lingkup nasional maupun internasional, serta yang diperuntukkan bagi pemuda, akademisi, peneliti hingga pemerintah dari tahun ke tahun semakin gencar diadakan. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mencari solusi dalam penanggulangan masalah yang dianggap pelik dalam tatanan lingkungan global saat ini. Berbagai pertemuan antara negara yang diselenggarakan terkait masalah lingkungan hidup pun semakin menunjukkan betapa tingginya perhatian negara-negara di dunia dalam penanganan

isu ini, dimana isu lingkungan menjadi salah satu kajian kerjasama kontemporer dalam hubungan antar negara kini. Selain itu, kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk memberikan edukasi pelestarian lingkungan pun marak digalakkan. Para *public figure* diajak untuk menjadi duta peduli lingkungan, yang pada akhirnya diharapkan dapat memengaruhi dan mensosialisasikan aktivitas-aktivitas peningkatan kualitas ekologi melalui gaya hidup ramah lingkungan, misalnya kegiatan *Go Green*, diet kantong plastik, *Earth Hour* serta berbagai gerakan penyelamatan lingkungan lainnya.

Meningkatnya kesadaran manusia terhadap alam ini mendorong sebuah tren untuk menggunakan produk ramah lingkungan. Berdasarkan laporan IKEA (2014), dilaporkan bahwa pada tahun tersebut permintaan terhadap produk yang sejalan dengan keberlanjutan lingkungan adalah senilai €1.015 juta, meningkat 58% dari tahun sebelumnya. Adapun Nielsen (2015), mengemukakan hasil surveinya yang dilakukan kepada 30.000 responden dari 60 negara, bahwa 60% responden global mengatakan mereka bersedia membayar ekstra untuk produk ramah lingkungan. Jumlah ini meningkat 5% dari tahun 2014 dan meningkat 10% dari tahun 2013. Hal ini menandakan bahwa aspek ramah lingkungan telah menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk. Grafik dari data konsumen global tersebut ditunjukkan pada Gambar I.1.



Gambar I. 1 Grafik Presentase Konsumen yang Bersedia Membayar Ekstra untuk Produk Ramah Lingkungan
(Sumber : Nielsen, 2015)

Di Indonesia sendiri, produk ramah lingkungan sudah mulai mendapat perhatian dari para konsumen. Berdasarkan survei yang dilakukan Nielsen (2014), 64%

konsumen Indonesia bersedia membayar ekstra untuk produk dan jasa yang datang dari perusahaan yang berkomitmen untuk memberikan dampak positif terhadap sosial dan lingkungan. Hal ini pun disambut baik oleh sektor industri untuk memproduksi produk-produk ramah lingkungan. Banyak diantaranya telah berusaha menerapkan aspek lingkungan dalam kegiatan-kegiatan bisnis dan operasionalnya, seperti pemilihan material, produksi, pengelolaan limbah bahkan mengusahakan sertifikasi produk ramah lingkungan seperti sertifikasi *Forest Stewardship Council* (FSC) dan sertifikasi *Chain of Custody* (COC), namun hal ini baru dilakukan oleh pelaku industri berskala besar.

Dalam merespon minat masyarakat terhadap produk-produk ramah lingkungan, sektor produktif lain seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pun turut memiliki peran penting. Hal ini diperkuat Aqmal (2013) bahwa UMKM harus mampu mengambil setiap peluang dengan menyerap perkembangan ekspektasi konsumen terhadap suatu produk. Sebagai penggerak perekonomian Indonesia, UMKM adalah sektor yang potensial untuk dapat memenuhi tren permintaan produk-produk ramah lingkungan. Menurut data Badan Pusat Statistik (2014), jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 57,89 juta unit atau 99,99% dari total jumlah pelaku usaha nasional. Sisanya 0,01% adalah usaha besar. UMKM pun memberikan kontribusi terhadap kesempatan kerja sebesar 96,99% dan terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34%.

Oleh karena 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. Penyediaan skim pinjaman atau pembiayaan telah diprakarsai oleh Kementerian Lingkungan Hidup melalui pinjaman lunak ramah lingkungan. Hal ini pun telah didukung sektor perbankan dengan memasukkan aspek perlindungan terhadap kelestarian lingkungan hidup melalui pinjaman yang pro lingkungan (*green lending*) dan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab lembaga perbankan dalam melestarikan lingkungan hidup serta memudahkan akses keuangan bagi UMKM. Kebijakan ini diharapkan dapat mendorong UMKM agar lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan, namun tetap mampu menjaga kinerja UMKM

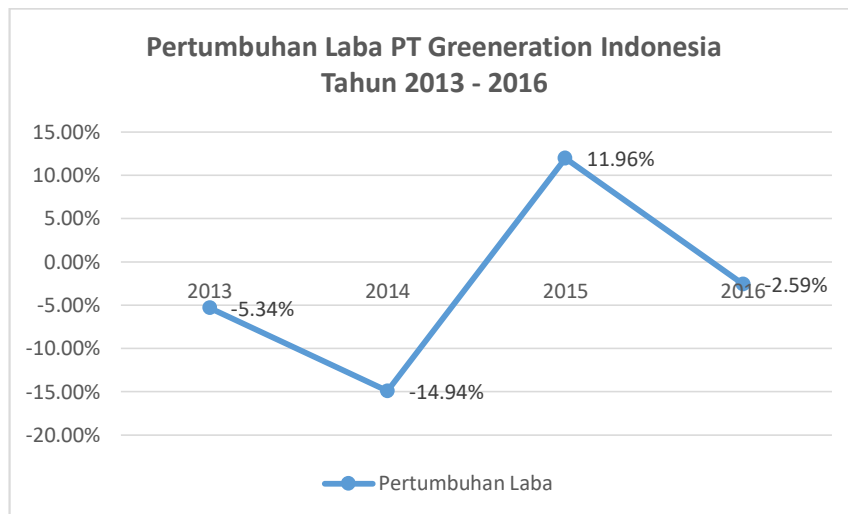
dalam menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat dalam situasi persaingan yang ketat (Bank Indonesia, 2012). Namun sayangnya kebijakan ini belum diiringi oleh kesiapan UMKM. Kendala yang dihadapi dalam mendorong UMKM agar ramah lingkungan masih cukup berat, terutama terkait dengan minimnya pengetahuan akan kelestarian lingkungan, lemahnya aspek manajemen, aspek teknis yang tidak menunjang, serta terbatasnya sumber pembiayaan yang berorientasi pada ramah lingkungan (Bank Indonesia, 2012). Program lain yang dilakukan oleh pemerintah adalah menjalin kerja sama dengan pemerintah Korea melalui *Green Business Center* pada pertengahan tahun 2011 untuk mengembangkan bisnis hijau serta saling bertukar informasi untuk mendukung industri hijau serta mengembangkan bisnis ramah lingkungan secara terpadu. Namun hingga akhir tahun 2012, belum ada aktivitas nyata yang direalisasikan karena kurangnya minat pelaku UMKM terkait program tersebut.

Pada kenyataannya, memang masih sedikit UMKM yang memproduksi produk-produk ramah lingkungan. Menurut Bank Indonesia (2012) kondisi yang ada justru UMKM sebagai pelaku usaha yang menghasilkan berbagai kebutuhan hidup, tanpa disadari menjadi salah satu kontributor penyebab kerusakan lingkungan hidup. Dampak negatif yang disebabkan oleh UMKM terjadi mulai dari upaya memperoleh bahan baku, proses produksi dan limbah yang dihasilkannya. Padahal apabila diterapkan industri hijau di semua sektor, termasuk UMKM akan membawa manfaat seperti: (a) meningkatkan profitabilitas (keuntungan) melalui peningkatan efisiensi sehingga dapat mengurangi biaya operasi, (b) pengurangan biaya pengelolaan limbah dan tambahan pendapatan dari produk hasil samping, (c) meningkatkan image perusahaan, (d) meningkatkan kinerja perusahaan, (e) mempermudah akses pendanaan, (f) fleksibilitas dalam regulasi, (g) terbukanya peluang pasar baru, (h) menjaga kelestarian fungsi lingkungan (Kementerian Perindustrian, 2012).

Salah satu UMKM yang bercita-cita dan berkomitmen dalam mendukung kelestarian lingkungan dalam kegiatan bisnisnya adalah PT Greeneration Indonesia. PT Greeneration Indonesia merupakan UMKM yang memproduksi beragam tas *reusable* dengan tujuan mengurangi dan menggantikan penggunaan kantong plastik

dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 2008 dan terus berinovasi dalam membuat produk dan memasarkannya. Walaupun demikian, sebenarnya PT Greeneration Indonesia belum menerapkan aspek ramah lingkungan seutuhnya dalam kegiatan bisnisnya dikarenakan banyaknya keterbatasan yang menghalangi serta ketakutan akan risiko kegagalan dan kerugian.

Jika melihat kondisi pertumbuhan laba yang diperoleh PT Greeneration dalam jangka waktu 2013 hingga 2016 seperti yang ditunjukkan pada Gambar I.2 pun, terlihat bahwa pertumbuhan laba perusahaan sangat fluktuatif dan cenderung tidak sehat. Tren positif hanya terjadi ketika tahun 2014 sebesar 11.96%. Akan tetapi di tahun lainnya tercatat pertumbuhan laba menurun dan perusahaan justru mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan kinerja bisnis perusahaan belum optimal. Pihak perusahaan pun belum memahami sepenuhnya bagaimana menerapkan strategi bisnis ramah lingkungan yang efektif. Semua kondisi ini menyebabkan sulitnya bagi PT Greeneration Indonesia untuk berkembang secara pesat apalagi bertransformasi menjadi perusahaan yang ramah lingkungan seutuhnya.



Gambar I. 2 Grafik Pertumbuhan Laba PT Greeneration Indonesia Tahun 2013-2016

Bermain di pasar dengan produk ramah lingkungan serta bercita-cita menjadi perusahaan yang ramah lingkungan yang unggul merupakan tantangan bagi PT Greeneration Indonesia. Dalam pengembangannya, perusahaan mengaku merasakan ada tarik-menarik (*trade-off*) antara kepentingan ekonomi jangka

pendek dengan upaya penyelamatan lingkungan yang berdampak panjang. Perusahaan memiliki dua pilihan antara menikmati keuntungan ekonomi jangka pendek yang boleh jadi tidak akan tersedia di masa mendatang atau memilih mengorbankan sumber daya untuk pengembangan bisnis ramah lingkungan dengan tingkat keberhasilan yang belum pasti. Sebab pengembangan bisnis ramah lingkungan membutuhkan upaya mengadopsi strategi-strategi yang tidak memberikan dampak buruk terhadap lingkungan serta perlu menciptakan pola baru dalam permintaan pasar, dimana konsumen perlu diberikan edukasi.

Selaras dengan hal tersebut, untuk merespon berbagai kondisi yang ada menuntut PT Greeneration Indonesia untuk melakukan perubahan secara mendasar dalam upaya menjadi perusahaan yang ramah lingkungan. Namun hal ini akan dipandang kurang bijaksana karena dapat berakibat kegagalan dikarenakan berbagai keterbatasan yang dimiliki usahanya. Oleh karena itu, diperlukan strategi melalui proses manajemen strategi yang tepat, yang diorientasikan pada lingkungan eksternal dan internal perusahaan agar transformasi PT Greeneration menjadi perusahaan ramah lingkungan berjalan dengan baik serta diiringi kinerja bisnis yang baik pula. Manajemen strategi untuk industri ramah lingkungan tidak jauh berbeda dengan manajemen strategi secara umum, hanya saja ia memiliki tujuan yang jelas yaitu kontribusi terhadap perbaikan lingkungan (Negelescu, 2016). Strategi merupakan hal yang penting karena akan menentukan bagaimana sebuah perusahaan menjalankan kegiatan bisnisnya. Strategi adalah cara-cara yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya melalui pengintegrasian segala keunggulan organisasi dalam menghadapi tantangan dan ancaman yang dihadapi dan potensial untuk dihadapi di masa mendatang oleh organisasi yang bersangkutan (Yossida, 2006).

Dalam penentuan alternatif-alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan, digunakan pendekatan dengan matriks *Boston Consulting Group* (BCG). Matriks BCG merupakan metode perumusan strategi yang sederhana, mudah dan memberikan pilihan-pilihan strategi yang jelas. Melalui pendekatan ini akan diketahui dimana posisi bisnis perusahaan, sehingga dapat ditentukan alternatif-alternatif strategi yang paling ideal untuk dilakukan perusahaan secara bertahap dan

sistematis agar menunjang pencapaian perusahaan untuk menjadi perusahaan ramah lingkungan yang unggul. Harapannya penelitian ini tidak hanya membantu manajemen dalam mengembangkan perusahaannya, tetapi juga memberikan implikasi penting dalam upaya untuk melestarikan lingkungan.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor lingkungan eksternal dan internal yang memengaruhi strategi PT Greeneration Indonesia?
2. Bagaimana posisi bisnis PT Greeneration Indonesia saat ini?
3. Bagaimana alternatif strategi yang dapat digunakan oleh PT Greeneration Indonesia dalam bertransformasi menuju perusahaan ramah lingkungan yang unggul?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal yang memengaruhi strategi PT Greeneration Indonesia
2. Merumuskan posisi bisnis PT Greeneration Indonesia saat ini
3. Menentukan alternatif strategi yang dapat digunakan oleh PT Greeneration Indonesia dalam bertransformasi menuju perusahaan ramah lingkungan yang unggul

I.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang harus dibatasi untuk memberi fokus kerja pada objek dan penelitian yang dilakukan, diantaranya :

1. Penelitian hanya dilakukan pada lingkup PT Greeneration Indonesia
2. Penciptaan alternatif strategi menggunakan pendekatan matriks *Boston Consulting Group (BCG)*
3. Strategi yang dirumuskan merupakan strategi tingkat perusahaan
4. Penelitian hanya dilakukan sampai perumusan strategi, tidak sampai tahap implementasi serta evaluasi dan kontrol

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain :

1. Untuk keperluan akademik sebagai referensi karya ilmiah yang membahas strategi transformasi untuk menjadi perusahaan ramah lingkungan yang unggul
2. Sebagai pertimbangan dan pengetahuan bagi berbagai UMKM yang ingin bertransformasi menjadi perusahaan ramah lingkungan yang unggul

I.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan pada penelitian. Bab ini membahas hubungan antar konsep dengan kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci berupa model konseptual dan sistematika pemecahan masalah penelitian.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan mengenai proses pengumpulan data, proses pengolahan data, dan hasil pengolahan data yang diperlukan untuk penyelesaian masalah penelitian.

Bab V Analisis dan Rekomendasi

Pada bab ini ditampilkan analisis secara komprehensif dari hasil pengolahan data yang telah didapatkan pada bagian sebelumnya untuk kemudian dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi perusahaan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk penelitian selanjutnya dengan tujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.