

SEMARAKNYA “THE GREENING OF MANAGEMENT” DI INDONESIA

Noor Indah Rahmawati

STIE Muhammadiyah Jakarta
Jl. Minangkabau No. 60, South Jakarta

noorindah77@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perkembangan kegiatan industri yang semakin pesat diiringi dengan kemajuan yang luar biasa dibidang teknologi menyebabkan peningkatan pemakaian sumber daya alam, sumber energi dan meningkatnya limbah yang dihasilkan tanpa peduli pada lingkungan alam. Melihat dan merasakan kondisi itulah, saat ini kita harus mulai bergerak dan peduli terhadap lingkungan. Setiap perusahaan apapun jenis usahanya, mempunyai andil besar untuk memperbaiki lingkungan. Setiap kebijakan yang dibuat perusahaan harus berorientasi pada lingkungan alam atau *the greening of management*.

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif atau kajian pustaka.

The Greening of management atau manajemen yang ramah lingkungan adalah kesadaran akan eratnya kaitan antara keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan organisasi dengan dampaknya terhadap lingkungan. Robbins dan Coulter (Tj.1999).

Saat ini sudah banyak perusahaan yang menerapkan *the greening of manajemen*, beberapa diantaranya adalah The Body Shop Indonesia, Sofyan hotel, Indomaret, KFC, PT. Inalum (Persero), PT. Unilever Indonesia Tbk, Nokia Siemens Network Indonesia, BNI, PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, dan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Perusahaan yang melaksanakan *the greening of management* bukan hanya melestarikan lingkungan alam tetapi juga melestarikan kehidupan perusahaan.

ABSTRACT

The rapid development of industrial activities is accompanied by remarkable advances in technology leading to increased use of natural resources, energy sources and increased waste generated regardless of the natural environment. Seeing and feeling the condition that, now we have to start moving and care about the environment. Any company of any kind of business, has a big hand to improve the environment. Every policy made by the company must be oriented towards the natural environment or the greening of management.

The research methodology used in this research uses descriptive research methodology or literature review.

The Greening of management or eco-friendly management is the awareness of the close connection between organizational decisions and activities with their impact on the environment. Robbins and Coulter (Tj.1999).

Currently there are many companies that apply the greening of management, some of which are The Body Shop Indonesia, Sofyan hotel, Indomaret, KFC, PT. Inalum (Persero), PT. Unilever Indonesia Tbk, Nokia Siemens Network Indonesia, BNI, PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, and PT. Cement Indonesia (Persero) Tbk. Companies that implement the greening of management not only conserve the natural environment but also preserve the life of the company.

Keywords: *The Greening of Managemet*

1. PENDAHULUAN

Saat ini kita merasakan musibah bencana alam terjadi silih berganti di hampir seluruh pelosok negeri tiada henti. Bencana alam yang terjadi menyebabkan kerugian yang sangat besar bagi masyarakat, perusahaan bahkan negara. Kerugian yang terjadi bukan hanya harta dan benda, tetapi lebih dari itu, bencana alam yang terjadi telah memakan banyak korban jiwa. Bencana alam yang terjadi bukan hanya karena fenomena alam semata tetapi juga karena tingkah polah kita sebagai penduduk bumi. Kita terus menerus mengeruk isinya, merusak permukaannya, serta membebani dan menimbun bumi dengan sampah-sampah kita. Kondisi inilah yang menyebabkan udara, air, tumbuhan, hewan, dan kekayaan lain yang terkandung didalamnya makin berkurang kualitas maupun kuantitasnya.

Disadari atau tidak disadari perusahaan sebagai pelaku industri mempunyai andil besar terhadap penurunan kualitas maupun kuantitas isi bumi. Perkembangan kegiatan industri yang semakin pesat diiringi dengan kemajuan yang luar biasa dibidang teknologi menyebabkan peningkatan pemakaian sumber daya alam, sumber energi dan meningkatnya limbah yang dihasilkan tanpa peduli pada lingkungan alam. Ketidakpedulian itulah yang menyebabkan lingkungan menjadi rusak.

Kerusakan lingkungan yang pertama adalah udara, udara sebagai salah satu kebutuhan vital kita sudah semakin berkurang kuantitas maupun kualitasnya. Asap pabrik, asap kendaraan bermotor dan pencemaran udara lainnya terjadi karena perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya tidak peduli pada lingkungan alam. Asap pabrik dibuang begitu saja ke udara tanpa melalui proses pengelolaan limbah. Perusahaan memproduksi kendaraan bermotor dengan gas buang yang mengandung Co₂ tinggi serta kegiatan industri lainnya menyebabkan pencemaran udara. Udara yang tercemar sangat membahayakan kesehatan.

Kerusakan lingkungan yang kedua adalah rusaknya hutan. Hutan sebagai paru-paru dunia semakin berkurang jumlahnya. Penebangan pohon secara besar-besaran untuk memenuhi kebutuhan kertas, kebutuhan meubel dan kebutuhan kegiatan industri lainnya tanpa di ikuti dengan penanaman pohon kembali atau reboisasi menyebabkan gunung-gunung menjadi gundul, tanah longsor dimana-mana dan banjir menjadi agenda rutin disetiap musim penghujan. "Pohon makin sedikit bernafaspun makin sulit". (www.viva.co.id). Suatu slogan yang sangat miris dan menguatirkan.

Kerusakan lingkungan yang ketiga adalah terjadinya pemanasan global. Pemanasan global terjadi karena meningkatnya suhu permukaan bumi yang diakibatkan oleh produk yang mengandung CFC dan efek rumah kaca. Meningkatnya gas buang

seperti karbon dioksida, metana, uap air dan sulfur dioksida inilah yang disebut sebagai efek rumah kaca. Pemanasan global inilah yang menyebabkan perubahan iklim, sehingga iklim di bumi menjadi tidak menentu.

Kerusakan lingkungan yang keempat adalah rusaknya ekosistem. Ekosistem yang rusak menyebabkan beberapa musibah, diantara adalah wabah ulat bulu yang melanda beberapa daerah di Indonesia. Terjadinya wabah ini ditengarai karena berkurangnya burung sebagai predatornya. Burung yang hidup bebas di lingkungan ditangkap dan diperjual belikan karena keindahan bulu maupun suaranya. Ekosistem yang rusak sangat mengganggu keseimbangan seluruh penduduk bumi.

Kerusakan lingkungan yang kelima adalah rusaknya perairan kita. Sungai, laut dan isinya mengalami pencemaran yang sangat parah, akibat dari pembuangan limbah perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungan dan penangkapan ikan menggunakan bahan peledak menyebabkan biota laut menjadi rusak.

Kerusakan lingkungan yang keenam adalah gunung sampah yang semakin menjulang. Sampah-sampah yang tidak mudah terurai seperti *styrofoam* dan plastik sebagai produk perusahaan makin memberatkan beban bumi dan menutup permukaan bumi. Bumi yang semakin tua tidak sanggup lagi untuk terus menerus memenuhi ego kita sebagai penduduknya.

Melihat dan merasakan kondisi itulah, saat ini kita harus mulai bergerak dan peduli terhadap lingkungan. Setiap perusahaan apapun jenis usahanya, mempunyai andil besar untuk memperbaiki lingkungan. Setiap kebijakan yang dibuat perusahaan harus berorientasi pada lingkungan alam atau *the greening of management*. Kebijakan pemerintah Indonesia mengenai lingkungan alam diatur dalam Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Jenis Rencana Usaha dan atau Kegiatan yang Wajib Dilengkapi dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Nurjahjadi (2014) menunjukkan bahwa beberapa perusahaan sudah menerapkan sebagian dari prinsip pemasaran berkelanjutan, karena kepedulian perusahaan terhadap dampak industri terhadap lingkungan dan sebagian karena merasa bahwa perusahaan merasa mempunyai tanggung jawab dalam menjaga kelangsungan hidup lingkungan demi generasi mendatang.

Saat ini sudah banyak perusahaan yang menerapkan *the greening of management*, beberapa diantaranya adalah The Body Shop Indonesia (TBSI) dengan lima nilai yaitu *against animal testing, support community trade, activate self esteem, defend human right dan protect our planet. The greening of management* atau *go green* masuk pada nilai *protec our planet*. Sofyan hotel

menerapkan *the greening of management* melalui hotel hijau dan ramah lingkungan, Indomaret menerapkan *the greening of management* melalui peluncuran kantong plastik ramah lingkungan. KFC dengan mengangkat slogan “*We Care*” aksi kepedulian ini diwujudkan melalui tiga tema utama, yaitu *We Care Organic*, *We Care Green* dan *We Care Eco Friendly*. PT. Indonesia Asahan Aluminium PT. Inalum (Persero) sangat peduli dengan pengontrolan polusi untuk menghindari pengaruh dari operasi pabrik peleburan. PT. Unilever Indonesia Tbk secara terus menerus melakukan perbaikan dalam pengelolaan lingkungan antara lain *Green and Clean*, *Trashion (Trash Fashion)*, *Jakarta Green Office* dan *Jakarta Green School*. Nokia Siemens Network (NSN) Indonesia melakukan program *green* yang dilakukan lingkungan NSN, pada pelanggan dan pada masyarakat. PT. Bank Negara Indonesia membuat program “*BNI Go Green*”. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk terangkum dalam program *Telkom Go Green Action*. PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk melakukan pencegahan pencemaran, Efisiensi, Konservasi Sumber Daya dan *Biodiversity* serta penurunan *Greenhouse Gas (GHG)*.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Semaraknya “*The Greening of Management*” di Indonesia

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif atau kajian pustaka.

3. LANDASAN TEORI

The Greening of Management

The Greening of management atau manajemen yang ramah lingkungan adalah kesadaran akan eratnya kaitan antara keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan organisasi dengan dampaknya terhadap lingkungan. Robbins dan Coulter (Tj.1999)

Menurut Cronin et.al dalam Sugiarto dan Dewi (2016) salah satu konsep yang berhubungan dengan upaya penyelamatan lingkungan adalah konsep ramah lingkungan. Konsep ramah lingkungan banyak diterapkan sebagai strategi bisnis, baik dalam bidang produksi, pemasaran, bidang sumber daya manusia serta bidang lainnya.

Menurut perusahaan Samsung dalam Triastity (2011) *the greening of management*, pada aspek ini pihak manajemen membuat kebijakan, menentukan target jangka menengah/panjang atau target spesifik dibidang masing-masing dan menentukan visi perusahaan secara keseluruhan.

Perusahaan dapat pula mengadopsi praktik-praktik etis yang berkaitan dengan lingkungan, yang dapat membantu pembuatan program perusahaan agar dapat terus menerus berkembang. Dalam struktur organisasi dapat pula dibentuk *environment committee* atau individu/spesialis yang bertanggung jawab.

Menurut Triastity (2011) salah satu model pendekatan untuk mengevaluasi komitmen suatu perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan adalah Model Nuansa Hijau (*shades of green*). Perusahaan yang menggunakan pendekatan ini dapat dilihat komitmennya dengan berbagai tingkatan kedalaman aktivitas yang dilakukannya.

Pendekatan nuansa hijau dari Freeman dalam Triastity (2011) membagi menjadi empat tingkatan .

Gambar 1.
Nuansa Hijau Perusahaan



Hirarki pendekatan nuansa hijau :

1. Pendekatan legal :
Perusahaan cukup melakukan apa yang diperlukan untuk memenuhi ketentuan hukum
2. Pendekatan pasar :
Perusahaan menyediakan produk yang bersahabat dengan lingkungan karena pelanggan menginginkan produk semacam itu, bukan karena komitmen manajemen yang kuat terhadap lingkungan.
3. Pendekatan *stakeholder* :
Perusahaan berupaya merespons persoalan lingkungan yang diajukan *stakeholder*.
4. Pendekatan aktivitis :
Perusahaan secara aktif mencari cara untuk melakukan konservasi sumber daya di bumi.

Pendekatan *the greening of management* menurut Robbins dan Coulter (Tj.1999) adalah :

1. Pendekatan Legal :
Menurut pendekatan ini, organisasi memperlihatkan sedikit kepekaan lingkungan. Mereka akan mematuhi undang-undang, peraturan-peraturan, dan kaidah-

- kaidah secara sukarela dan tanpa tantangan hukum.
2. Pendekatan Pasar.
Menurut pendekatan ini, organisasi menanggapi kecenderungan lingkungan pelanggannya. Apa pun permintaan pelanggan dalam rangka produk yang bersahabat dengan lingkungan merupakan hal yang akan disediakan oleh organisasi tersebut.
 3. Pendekatan *stakeholder*.
Menurut pendekatan ini, organisasi yang menghijau akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, para pemasok, para investor atau masyarakat
 4. Pendekatan Aktivis.
Menampilkan tingkat kepekaan lingkungan paling tinggi dan merupakan contoh yang baik tentang tanggung jawab sosial.

Manfaat *Greening Management*

Menurut Business Resource Efficiency Guided dalam Sugiarto dan Dewi (2016) manfaat *greening management* adalah :

1. Mengurangi biaya.
2. Peningkatan efisiensi sumber daya.
3. Mengurangi jejak karbon.
4. Peningkatan kinerja lingkungan.
5. Peningkatan citra perusahaan.
6. Karyawan lebih memiliki kesadaran ramah lingkungan.

Beberapa cara untuk mengukur *green management*.

Menurut Triastity (2011) beberapa cara untuk mengukur green management antara lain :

1. EMS (*Environmental Management System*)-ISO 14001
2. Penilaian aktivitas siklus hidup.
3. *Waste disposal measures*.

ISO 14000

Menurut Siswanto (2011:204) ISO 14000 adalah standar pengelolaan lingkungan yang dikeluarkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO). Pada dasarnya, ISO 14000 adalah standar pengelolaan lingkungan yang sifatnya sukarela, namun mungkin beberapa konsumen mensyaratkannya. ISO 14000 merupakan desain dan implementasi dari kerangka kerja pengelolaan lingkungan untuk meminimumkan dampak atas kegiatan operasional terhadap lingkungan. Sistem pengelolaan lingkungan yang dibutuhkan, antara lain kebijakan sistem organisasi, pengelolaan, perencanaan, prosedur operasional, prosedur identifikasi hasil dan peraturan, tujuan, sasaran, pengendalian penjualan, pelaksanaan audit, penyimpanan catatan dan lain-lain.

Menurut Kuhre dalam Siswanto (2011) kedalam dan kompleksitas sistem pengelolaan lingkungan yang diperlukan akan bergantung pada variabel lokasi, tipe, dan kompleksitas kegiatan operasional. Semakin besar dampak organisasi terhadap lingkungan, semakin membutuhkan sistem yang mendalam dibandingkan dengan organisasi yang mempunyai dampak kecil.

Menurut Siswanto (2011:205) manfaat sertifikasi ISO 14000 antara lain :

1. Perlindungan terhadap lingkungan.
2. Dasar persamaan kompetitif.
3. Menunjukkan kesesuaian dengan peraturan.
4. Pembentukan sistem pengelolaan.
5. Penurunan biaya.
6. Penurunan kecelakaan kerja.
7. Peningkatan hubungan masyarakat.
8. Peningkatan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
9. Peningkatan perhatian manajemen puncak.

Sistem Manajemen Lingkungan (SML) menurut Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia.

SNI ISO 14001:2015

SNI ISO 14001:2015 adalah standar yang disepakati secara internasional dalam menerapkan persyaratan untuk Sistem Manajemen Lingkungan (SML).

Sistem Manajemen Lingkungan (SML)

SML membantu organisasi memperbaiki kinerja lingkungan melalui penggunaan sumber daya yang lebih efisien dan pengurangan limbah, sehingga mendapatkan keunggulan kompetitif dan kepercayaan pemangku kepentingan. SML membantu organisasi mengidentifikasi, mengelola, memantau dan mengendalikan isu lingkungan secara holistik. Seperti sistem manajemen yang lain yang dikeluarkan oleh ISO/*International Organization for Standardization* (seperti sistem manajemen mutu dan kesehatan dan keselamatan kerja), SML menggunakan "*High Level Structure*" yang sama. SML cocok untuk berbagai jenis dan ukuran organisasi, baik profit, non profit maupun pemerintah. SML mensyaratkan organisasi mempertimbangkan semua isu lingkungan yang relevan dalam organisasinya seperti pencemaran udara, isu air dan limbah cair, pengelolaan limbah, kontaminasi tanah, mitigasi dan adaptasi perubahan iklim, serta penggunaan dan efisiensi sumber daya. SML membutuhkan perbaikan berkelanjutan pada pengelolaan lingkungan organisasi dan pendekatannya terhadap masalah lingkungan. SML pada tahun 2015 telah diperbaiki, dengan perbaikan utama seperti peningkatan kepentingan pengelolaan lingkungan kedalam proses perencanaan strategis organisasi, masukan yang lebih besar dari

kepemimpinan dan komitmen yang lebih kuat untuk inisiatif yang proaktif dalam mendorong kinerja lingkungan.

Tujuan Sistem Manajemen Lingkungan.

Tujuan SML adalah :

1. Meningkatkan kinerja lingkungan.
2. Memenuhi kewajiban penataan.
3. Mencapai tujuan lingkungan.

Keuntungan perusahaan yang menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan.

1. Memperagakan ketaatan terhadap persyaratan peraturan perundang-undangan saat ini maupun masa datang.
2. Meningkatkan keterlibatan kepemimpinan dan keterlibatan karyawan.
3. Meningkatkan reputasi organisasi dan kepercayaan pemangku kepentingan melalui komunikasi strategis.
4. Mencapai tujuan strategis organisasi dengan memasukkan isu lingkungan kedalam manajemen bisnis.
5. Menyediakan keunggulan kompetitif dan *financial* melalui perbaikan efisiensi dan pengurangan biaya.
6. Mendorong perbaikan kinerja lingkungan dari pemasok dengan mengintegrasikan mereka kedalam sistem bisnis organisasi.

Syarat Sistem Manajemen Lingkungan

SML mensyaratkan :

1. Pengelolaan lingkungan lebih menonjol dalam arahan strategis organisasi.
2. Komitmen dan tanggung jawab yang lebih besar dari kepemimpinan. Tanggung jawab dapat didelegasikan tetapi akuntabilitas tetap ada pada pimpinan organisasi.
3. Implementasi dari inisiatif yang proaktif untuk melindungi lingkungan dari bahaya dan degradasi.
4. Fokus kepada perspektif daur hidup untuk memastikan pertimbangan aspek lingkungan dari awal pengembangan sampai dengan akhir produk/jasa.
5. Penambahan strategi komunikasi yang
6. terfokus pada pemangku kepentingan.
7. Kemudahan integrasi dengan sistem manajemen lain akibat struktur, istilah dan definisi yang sama.

Cara memulai penerapan Sistem Manajemen Lingkungan.

1. Mendefinisikan sasaran
2. Komitmen dari manajemen puncak.
3. Gambaran yang baik mengenai proses dan sistem yang ada dan relevan terhadap dampak lingkungan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerusakan lingkungan yang terjadi merupakan Pekerjaan Rumah (PR) bagi pemerintah, masyarakat maupun perusahaan. Kondisi ini merupakan tanggung jawab bersama dalam melestarikan alam untuk kehidupan berkelanjutan umat manusia. Peran pemerintah dalam melestarikan alam salah satunya tertuang dalam Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Jenis Rencana Usaha dan atau Kegiatan yang Wajib Dilengkapi dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup. Peran masyarakat dalam pelestarian lingkungan alam adalah dengan melakukan hemat energi serta melakukan tindakan-tindakan yang ramah lingkungan. Peran perusahaan dalam pelestarian lingkungan alam tertuang dalam *the greening of management*.

Tantangan kedepan perusahaan bukan hanya tantangan dalam persaingan global semata, tetapi tantangan lingkungan alam. Perkembangan kegiatan industri yang semakin pesat diiringi dengan kemajuan yang luar biasa dibidang teknologi menyebabkan peningkatan pemakaian sumber daya alam, sumber energi dan meningkatnya limbah yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan sebagai pelaku industri mempunyai andil besar terhadap kerusakan lingkungan. Kondisi inilah yang mendasari perusahaan untuk segera menerapkan *the greening of management*.

“Greening business management”

Menurut Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia, “*Greening business management*” adalah strategi pengelolaan lingkungan yang terpadu yang meliputi pengembangan struktur organisasi, sistem dan budidaya dalam suatu kompetensi hijau dengan cara menerapkan dan mentaati seluruh peraturan tentang pengelolaan lingkungan, termasuk pengelolaan bahan baku, pengelolaan limbah, penggunaan sumber daya alam yang efektif, penggunaan teknologi produksi yang menghasilkan limbah minimal serta menerapkan komitmen kesadaran lingkungan bagi seluruh karyawan dalam organisasinya.

Empat alasan industri meletakkan masalah lingkungan sebagai aspek yang penting dalam usaha :

1. Lingkungan dan efisiensi.

Dengan adanya kesadaran bahwa sumber daya alam (materi dan energi) sangat terbatas, maka apapun juga harus dilakukan untuk mengurangi penggunaannya. Oleh sebab itu industri harus mengupayakan daur ulang dan melakukan efisiensi dalam penggunaan setiap material dan energi dalam proses produksinya, yang mana hal tersebut mempunyai implikasi pada pengurangan

biaya produksi. Program “produksi bersih” harus segera dicanangkan, sehingga jumlah limbah yang dihasilkan seminimal mungkin, dan jika dimungkinkan “*zero emission*”. Hal ini yang cukup efektif adalah dengan menempelkan slogan-slogan yang mengingatkan hubungan antara efisiensi dengan lingkungan seperti SMART (*Save Money And Reduce Toxic*), WOW (*Wipe Out Waste*).

2. “Image” lingkungan

Mempunyai sikap positif terhadap lingkungan merupakan suatu hal yang baik untuk dapat menumbuhkan “*image*” yang selanjutnya untuk memperbesar “*market share*”. Memperluas pasar dengan “*greening image*” akan tercapai apabila konsumen telah bernaung “hijau” pula. Hal ini dapat dimulai dengan meng”hijau”kan karyawan dari perusahaan itu sendiri, sehingga muncul “*image*” perusahaan hijau”, kemudian mensosialisasikan kepada masyarakat dengan memasarkan “produk hijau”.

3. Lingkungan dan peluang pasar.

Dengan adanya tuntutan pasar terhadap pelaku bisnis dan dunia usaha dalam hal ini sistem manajemen lingkungan (SML) yang selanjutnya dikembangkan menjadi pemberian sertifikasi ISO 14001, maka hal ini memberikan dampak positif bagi dunia usaha. Bisnis dalam bidang instalasi pengelolaan limbah, peralatan pengendalian pencemaran udara, teknologi daur ulang, desain “*containers*” kemasan merupakan suatu peluang pada masa transisi pengelolaan lingkungan dari strategi “*end-off pipe treatment*” menjadi “*waste reduction at source*”.

4. Ketaatan terhadap peraturan lingkungan.

Meskipun “*law enforcement*” pemerintah masih lemah, namun demikian apabila terjadi pelanggaran dalam pengelolaan lingkungan ataupun adanya pengaduan masyarakat akibat dampak negatif terhadap reputasi industri tersebut. Selain itu organisasi lingkungan lokal dan internasional akan bereaksi keras apabila terjadi pelanggaran terhadap peraturan lingkungan.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis hijau :

1. Mengembangkan produk, kemasan dan sistem operasi sesuai dengan sumber daya alam yang tersedia.
2. Melakukan pemilihan lokasi fasilitas produksi yang dapat meminimumkan transportasi dalam setiap aktivitasnya serta

mengupayakan penggunaan sumber daya alam yang dapat diperbaharui (*renewable*).

3. Menggunakan teknologi yang dapat menggunakan sumber daya alam setempat dan hemat energi serta seminimal mungkin menghasilkan limbah.
4. Mengimplementasikan standar lingkungan, keselamatan kerja dan kesehatan yang biasa digunakan secara internasional maupun lokal.
5. Menyebarkan teknologi dan manajemen berwawasan lingkungan pada seluruh perusahaan diseluruh dunia terutama pada negara-negara berkembang.
6. Menciptakan “*safety zone*” yang dilengkapi dengan fasilitas infrastruktur untuk mendukung operasi perusahaan.

Keuntungan “bisnis hijau”

1. Mengurangi biaya operasi dengan mengefisiensikan eksploitasi sumber daya alam yaitu dengan mengurangi jumlah limbah yang terbentuk, memaksimalkan konservasi energi, melakukan daur ulang dan memperpanjang siklus bahan baku yang digunakan.
2. Menciptakan keunggulan bersaing dan dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan, karena dapat memenuhi keinginan pelanggan akan produk dan kemasan yang ramah lingkungan.
3. Dapat menciptakan strategi lingkungan yang unik dan sukar untuk ditiru, sehingga menjadi perusahaan yang berbeda dan menjadi pemimpin dalam perusahaan berwawasan lingkungan.
4. Membantu perusahaan melakukan ekspansi ke pasar global.
5. Meningkatkan “*image*” perusahaan dan hubungan baik dengan masyarakat.
6. Memperkecil resiko lingkungan jangka panjang yang berkaitan dengan kerusakan sumber daya alam, konservasi energi dan pengendalian pencemaran serta pengelolaan limbah.
7. Memberikan keuntungan bagi ekosistem dan komunitas dimana perusahaan itu beroperasi.
8. Jika dipandang dari sudut pandang etika merupakan sesuatu yang sangat diinginkan dan tidak dapat dihindari.
9. Menjadikan perusahaan selangkah lebih maju dalam mentaati peraturan lingkungan.

Perusahaan-perusahaan yang menerapkan “The Greening of Manajemen”

1. The Body Shop Indonesia

The Body Shop dikenal sebagai produsen kosmetik berbahan dasar alami, menentang keras uji coba pada binatang dan berkomitmen pada penyelamatan planet bumi. Warisan nilai ini terbentuk sejak perintis The Body Shop (TBS) almarhumah Anita Roddick, yang seorang aktivis lingkungan mendirikan The

Body Shop di London, Inggris. Komitmen kuat The Body Shop tampak pada tulisan besar yang terpampang di pintu masuk kantor pusat TBSI di gedung Sentosa Sektor 7 Bintaro, Banten, dengan tulisan “*Green Office Green Behavior*”. Penegakan ramah lingkungan juga ditunjukkan dengan melarang membawa *Styrofoam*.

Beberapa komitmen TBS adalah menghemat energi dan peduli pada persediaan listrik dan air adalah :

- a. Di kantor TBSI setiap hari pengumuman rutin sebelum jam 12 siang selalu berkumandang “Selamat siang penghuni gedung, sebentar lagi kita istirahat, pastikan computer anda mati dan pilah sampah anda sesuai kategori”.
- b. Khusus hari Jum’at, selama 1,5 jam semua listrik dimatikan.
- c. Operasional lift mulai pukul 8.15, bagi yang datang kurang dari jam 8.15 harus naik tangga ke lantai atas.
- d. Mematikan AC pada pukul 17.30 WIB, jika ada yang tugas sampai malam, memberi tahu terlebih dahulu.
- e. Jika akan ke lantai dua cukup menggunakan tangga, tidak menggunakan lift. (portalhr.com)

2. Sofyan Hotel

Hotel Sofyan merupakan salah satu hotel yang menerapkan prinsip hotel hijau yang ramah lingkungan, karena sejalan dengan prinsip syariah. Salah satu prinsip syariah adalah kita harus menjadi rahmatan lil alamin, janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi.

Beberapa langkah yang sudah dilakukan hotel Sofyan adalah :

- a. Menghemat penggunaan kertas
- b. Mengadakan *Waste Management*, sisa pencucian berupa detergen dan sampah dapur tidak merusak *drainase* umum
- c. Hemat energi
- d. Memisahkan sampah antara organik dan an organik.
- e. Menggunakan *laundry bag* yang terbuat dari kain atau kantung tas yang ramah lingkungan.
- f. Menghimbau kepada pelanggan untuk menghemat air dan menghemat penggunaan handuk yang tidak perlu dicuci setiap hari bila dirasa masih bersih.
- g. Mengganti pemanas air yang sebelumnya menggunakan listrik dengan menggunakan solar sel dari sinar matahari
- h. mengganti sistem kamar dengan *key tag system*, jadi ketika tamu mengunci kamar dengan kartu maka semua listrik dalam ruangan padam. (portalhr.com)

3. Indomaret

Menggunakan kantong plastik yang ramah lingkungan guna menekan jumlah kantong plastik yang mencemari lingkungan dan mengganggu kesehatan. Penggunaan kantong plastik ramah lingkungan *oxium (oxi degradable)* yang mudah terurai telah mulai secara bertahap di Indomaret sejak bulan Juli 2009. Program ini merupakan komitmen Indomaret menjaga kelestarian alam dan mendukung program pemerintah dengan dikeluarkannya UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah. Kantong plastik *oxium* terbuat dari campuran zat *degradable* dimana plastik akan hancur dalam kurun waktu 2 (dua) tahun. Periode kehancurannya tergantung dari panas dan kelembaban penyimpanannya serta berlaku untuk semua jenis ketebalan plastik. Indomaret sebagai tempat yang menjual kebutuhan pokok dan sehari-hari setiap bulan membutuhkan kantong plastik rata-rata 48 kg per toko. Dengan jumlah toko mencapai 3.624 toko dibutuhkan 173.952 kg per bulan. Kebutuhan tersebut akan terus meningkat seiring dengan perkembangan toko. Oleh karena itu sebagai pengganti pemakaian kantong plastik konvensional dengan plastik *degradable* sangat mendesak dan tidak dapat ditunda-tunda lagi. Bukan hanya akan membantu mengurangi penggunaan minyak bumi, gas alam dan sumber alam lainnya, upaya ini wujud nyata dari upaya menyelamatkan lingkungan. (www.indomaret.com)

4. KFC

Program *Green action* merupakan aksi nyata KFC dalam mengembangkan dan meningkatkan kepedulian masyarakat dalam menjaga kelestarian bumi pertiwi. Dengan mengangkat slogan “*We Care*” aksi kepedulian ini diwujudkan melalui tiga tema utama, yaitu *We Care Organic*, *We Care Green* dan *We Care Eco Friendly*.

a. *We Care Organic*.

Sebagai negara agraris, sektor pertanian di Indonesia masih menjadi salah *one leading sector* dalam perekonomian Indonesia. Sebagai wujud kepedulian KFC terhadap sektor pertanian, memberdayakan pertanian pangan tanaman padi (terutama yang dihasilkan dari pembudidayaan organik) telah menjadi bagian dalam program CSR yang kini dikenalkan dengan program “*Green Action*”. Tujuan Pemberdayaan pertanian organik ini selain untuk menghadirkan menu pangan yang prima juga sekaligus meningkatkan penghasilan dan

kesejahteraan para petani binaan, melalui alih pengetahuan dan keterampilan pembudidayaan padi secara organik.

b. *We Care Green*

Dalam rangka mendukung program pemerintah, KFC terus memberikan bantuan penghijauan di daerah gersang dan kumuh, yang telah dirintis sejak tahun 2007. Hingga saat ini, KFC telah menanam lebih dari satu juta pohon yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia.

c. *We Care Eco Friendly*

Program “*Green Action*” yang dipelopori KFC ini juga diterapkan melalui penggunaan *bio degradable packaging* yang saat ini sedang digalakkan di lingkungan KFC. *Packaging* yang mampu terurai hanya dalam beberapa tahun ini terbuat dari bahan-bahan ramah lingkungan dan tidak merusak tanah. (forum.kfcku.com)

5. **PT. Indonesia Asahan Aluminium (Inalum).**

PT. Inalum (Persero) sangat peduli dengan pengontrolan polusi untuk menghindari pengaruh dari operasi pabrik peleburan. Investasi yang cukup besar untuk manajemen lingkungan, khususnya sistem control emisi sebagai satu bagian dengan operasional pabrik peleburan. Pabrik peleburan dilengkapi dengan sistem pembersih gas untuk menghindari polusi udara yang disebabkan oleh gas buang florida dan abu dari pabrik peleburan dan juga SOx dan tar dari pabrik pemanggang anoda. Sistem pembersih gas tersebut memiliki 27 units *Dry Scrubbing* yang terhubung dengan ketiga gedung reduksi. Pada saat mengolah emisi gas, alumina disemprotkan ke dalam gas stream yang berisi florida. Hampir semua florida di dalam gas bereaksi dengan alumina dan bercampur dengannya. Alumina yang sudah bereaksi dengan gas dan partikel lainnya kemudian dimasukkan ke dalam pot reduksi sementara udara bersih dibuang melalui cerobong. Selain bermanfaat buat lingkungan, *recovery* dan *recycling* florida ini juga dapat menghemat biaya dalam menjalankan *dry scrubbing system*. Perusahaan menjalankan konsep R3 (*Reduction, Recovery* dan *Recycling*). Semua bahan dari bahan baku hingga produk dapat didaur ulang (*recycled*). Perusahaan juga memonitor polusi di sekitar pabrik peleburan khususnya mengenai emisi florida di dalam udara, tanaman dan tanah dan juga SOx di udara. Kualitas air sekitar juga menjadi target monitor. (inalum.co.id)

6. **PT. Unilever Indonesia Tbk.**

PT. Unilever Indonesia Tbk secara terus menerus melakukan perbaikan dalam pengelolaan lingkungan antara lain :

a. *Green and Clean*

Mengurangi volume sampah yang dibuang ke tempat pembuangan sampah akhir.

b. *Trashion (Trash Fashion)*

Upaya pelestarian lingkungan melalui penggunaan produk daur ulang plastik. (contoh, tas belanja).

c. *Jakarta Green Office*

Ajang kompetisi antar kelompok karyawan perusahaan tentang kepedulian terhadap lingkungan kerja dalam gerakan penghematan energi listrik, air, kertas serta pengelolaan sampah.

d. *Jakarta Green School*

Melakukan edukasi kepada siswa sekolah dalam pemahaman dan kesadaran menjaga lingkungan sejak dini. (portalhr.com)

7. **Nokia Siemens Network (NSN) Indonesia.**

Program *green* yang dilakukan oleh NSN antara lain :

a. **Di lingkungan NSN :**

- i. Setiap jendela tidak diberikan gordena agar memanfaatkan sinar matahari sebagai penerang.
- ii. Perusahaan menghemat listrik dengan mematikan lampu pada pukul 19.30 WIB
- iii. Hemat cetak kertas.

b. **Pada Pelanggan.**

- i. Perusahaan mengurangi jumlah *Base Transceiver Station* (BTS)
- ii. Menciptakan produk yang hemat energi
- iii. Memilih BTS yang ramah lingkungan (tanpa listrik)

c. **Pada masyarakat**

- i. Penanaman pohon
- ii. Memberikan pelatihan kepada nelayan mengenai lingkungan, wirausaha dan *Information and Communication* (ICT).
- iii. Memberdayakan masyarakat untuk mendaur ulang sampah menjadi pupuk kompos dan membuat barang kerajinan.(portalhr.com)

8. **PT. Bank Negara Indonesia (Persero)**

Bank Negara Indonesia (BNI) secara proaktif mengambil bagian dalam upaya pemulihan lingkungan. Salah satu caranya

dengan membuat program “BNI Go Green”. Program BNI *Go Green* merupakan salah satu misi BNI yakni meningkatkan kepedulian dan tanggungjawab terhadap lingkungan dan sosial. Kepedulian BNI terhadap permasalahan lingkungan hidup karena sebagai organisasi, BNI memerlukan lingkungan dan alam yang terpelihara untuk survival kehidupan dan menjaga kontinuitas bisnis.

Untuk mengaktualisasi semangat ini, BNI menggunakan pendekatan 4 (empat) mata angin keberlanjutan (*compass of sustainability*) untuk diterapkan dalam praktek *corporate sustainability* dengan mempertimbangkan keberlanjutan:

1. Alam/*nature*.
2. Sosial kemasyarakatan/*society*.
3. Sumber daya manusia/*well-being*.
4. Ekonomi/*economy*.

Empat mata angin keberlanjutan diinternalisasikan ke unit *business* dan *supporting* yang kemudian digunakan menjadi acuan dalam menghasilkan produk dan layanan perbankan yang ramah lingkungan.

Secara internal, BNI meningkatkan kapasitas pengetahuan pegawai mulai dari perilaku hidup hijau pegawai (*green attitude*), tindakan hemat energi, hingga pelatihan tentang risiko lingkungan dan sosial dalam analisa kelayakan kredit. BNI juga menyediakan produk dan layanan ritel yang mendorong gaya hidup hijau seperti KPR hijau, kartu kredit BNI-WWF, fitur adopsi orang utan dan penanaman pohon, dan layanan perbankan yang *paperless* (*e-billing, formless transfer*).

Secara eksternal, BNI konsisten melaksanakan program-program pelestarian lingkungan hidup baik yang bersifat *forestry* maupun *non-forestry*, termasuk pemanfaatan energi terbarukan. Program-program ini dilaksanakan baik melalui skema CSR maupun kredit komersial. BNI membiayai proyek-proyek ramah lingkungan yang dijalankan oleh klien BNI seperti pembangkit listrik tenaga panas bumi (*geothermal*), *biomass*, *biogas*, *hydro* dan *waste management*. BNI juga mendirikan pusa pembibitan sejuta tanaman keras di Sentul Bogor dan membangun hutan dan taman kota di beberapa kota di Indonesia. (BNI.co.id)

9. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (PT. Telkom) sadar akan pentingnya memelihara kelestarian lingkungan, dan oleh karenanya, PT. Telkom senantiasa berupaya untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan akibat dari kegiatan operasional maupun dari kegiatan komunitas dan

masyarakat pada umumnya. PT. Telkom juga aktif mendukung program-program nasional yang terkait dengan pelestarian lingkungan.

PT. Telkom melakukan berbagai program terkait pelestarian lingkungan hidup yang terangkum dalam program Telkom *Go Green Action*.

1. Kebijakan.

Komitmen PT. Telkom untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dituangkan dalam Surat Edaran No. ED.130/PS000/SDM-20/2008 tentang langkah-langkah efisiensi dalam rangka penghematan di lingkungan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang dilaksanakan melalui berbagai program, baik di lingkungan internal maupun di lingkungan masyarakat. Dampak lingkungan yang timbul akibat operasional perusahaan harus ditekan serendah mungkin dan PT. Telkom bertanggung jawab atas dampak tersebut.

2. Jenis Program.

PT. Telkom berupaya untuk melakukan berbagai program terkait pelestarian lingkungan hidup yang terangkum dalam program Telkom *Go Green Action*, meliputi :

a. Upaya Mitigasi Emisi Karbon

Dalam pelaksanaannya, upaya tersebut diwujudkan melalui strategi implementasi peralatan dengan efisiensi tinggi dan teknologi baru yang lebih ramah lingkungan, antara lain:

- i. Penggunaan AC berteknologi inverter, melakukan retrofit system fluida dan termodinamika AC dengan Artticmaster, serta mengganti pemakaian Freon pada AC dengan refrigerant hydrocarbon.
- ii. Mengganti lampu TL dengan lampu LED yang memiliki tingkat efisiensi listrik hingga 90%.
- iii. Pemasangan capasitor bank di STO-STO untuk mengurangi pemborosan energi akibat daya reaktif.
- iv. Mengganti perangkat switching dari TDM-*swith* ke perangkat *soft-switch* yang lebih sedikit mengkonsumsi listrik, lebih sedikit membuang panas, dan lebih sedikit menempati ruang fisik.
- v. Mengganti perangkat *rectifier* dari tipe *linear-mode* ke tipe *switch-mode* yang memerlukan lebih sedikit energi dengan tingkat

efisiensi konversi yang lebih tinggi.

- vi. Pembangunan dan pengoperasian *green data center* yang mengedepankan *zero depletion refrigerant* (non CFC), *zero depletion* FAP (N2 100% natural gas), material ramah lingkungan (tanpa timbal), serta hemat energi (lampu LED dan *cooling management*).

Selain mendukung upaya mitigasi emisi karbon, berbagai inisiatif untuk menghemat pemakaian energi listrik tersebut juga telah berdampak pada penghematan biaya operasional dan beban pemeliharaan, serta mengurangi *down time* perangkat akibat kegagalan sistem pendingin udara.

b. Efisiensi Energi Gedung Perkantoran

- i. Penggunaan capacitor bank untuk memperbaiki faktor daya, memenuhi ketentuan PLN tentang batasan KVAR dan mengurangi pemborosan penggunaan listrik yang disebabkan besarnya daya semu dari beban-beban kapasitif.
- ii. Pemasangan kaca reflektif (*reflective glass*) setebal 6 mm untuk mengurangi panas yang masuk, sehingga penggunaan AC akan lebih hemat dan efisien.
- iii. Penggantian penerangan konvensional dengan penerangan LED yang dapat menghemat energi dan ramah lingkungan, karena tidak lagi menggunakan merkuri.
- iv. Penggantian secara retrovit AC chiller dengan teknologi modern dan hemat energi berbasis *building automation system* (BAS), sehingga efisien secara operasional oleh operator dan juga menggunakan *refrigerant* yang ramah lingkungan.
- v. Penerapan secara ketat dan tepat tanpa mengganggu kenyamanan dan keamanan penghuni gedung, jadwal pengoperasian penerangan maupun perangkat guna menekan pemborosan pemakaian listrik.
- vi. Memberikan sosialisasi yang berkelanjutan dan berkesinambungan kepada seluruh pengguna gedung mengenai penghematan energi termasuk penempatan papan peringatan dan stiker diberbagai lokasi yang strategis guna meningkatkan karyawan untuk menghemat listrik dan air.

- vii. Pemanfaatan skema *zoning lighting* untuk meningkatkan pemanfaatan energi secara tepat guna, yakni dengan membedakan area penyalan lighting berkebutuhan sehingga mampu menghemat energi.
- viii. Pemasangan alat pengatur waktu (*timer*) pada penerangan di luar gedung.

c. Efisiensi energy BTS.

Penghematan energy yang signifikan juga datang dari penggunaan BTS di luar gedung pada semua lokasi BTS Telkom Flexi an Telkomsel. BTS di luar gedung berukuran lebih kecil dibandingkan BTS di dalam gedung dan tidak membutuhkan gardu dan pendingin.

e. Pemakaian energy terbarukan.

Mitigasi emisi karbon yang signifikan telah dilakukan melalui perubahan pola konsumsi energy dari energy tak terbarukan ke energy terbarukan antara lain penggunaan energy matahari, air dan angin.

f. Konsep Kantor Tanpa Kertas.

Upaya lain dalam mitigasi emisi karbon adalah dengan menerapkan konsep kantor tanpa kertas. PT Telkom telah menerapkan konsep melalui aplikasi nota dinas online sejak 1998 di beberapa unit dan telah diimplementasikan secara nasional. Sejak konsep ini diimplementasikan, PT Telkom membuat kebijakan pemotongan anggaran pembelian kertas secara signifikan. Dengan pemakaian kertas seminimum mungkin, PT. Telkom telah mengurangi jumlah sampah kertas.

g. Pengelolaan sampah dan limbah bahan berbahaya dan beracun.

Pengelolaan sampah dilakukan bersama Dinas Kebersihan setempat. Pengawasan rutin diterapkan guna menekan jumlah sampah yang tercecer. PT. Telkom juga melakukan pengelolaan sampah dan pembuangan secara bertanggung jawab di seluruh kantor operasional.

h. Pengelolaan dan Pemakaian Air Daur Ulang

Air sangat vital untuk kehidupan manusia dan memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan ekosistem. Dalam kaitan ini PT. Telkom memiliki komitmen yang tinggi untuk bertanggung jawab atas pengelolaan dan pemakaian air. Konsumsi air relative rendah yang dipergunakan untuk operasional gedung dan keperluan minum karyawan yang mayoritas dipasok

oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). PT. Telkom telah melaksanakan langkah strategis dalam pengelolaan air dengan pemasangan biopori dan penampung air di sekeliling gedung kantor untuk menampung air hujan serta melakukan proses daur ulang air yang secara sederhana dilakukan dengan menggunakan filtrasi berbasis arang. Air hasil daur ulang digunakan untuk mencuci kendaraan operasional dan menyiram tanaman di halaman kantor.

i. Gerakan bersepeda ke kantor (*Bike to work*)

Dalam rangka hidup sehat dan sekaligus memitigasi emisi karbon, PT. Telkom menghimbau karyawan untuk bersepeda ke kantor setiap hari Jum'at.

j. *Eart Hour*

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pemadaman listrik selama 1 jam pada hari Sabtu, minggu ke empat bulan Maret setiap tahun pada pukul 20.30 – 21.30. (Telkom.co.id)

10. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

Pengelolaan lingkungan dijabarkan dalam tiga strategi utama, yaitu :

- a. Pencegahan pencemaran
Merupakan kegiatan yang dilakukan dalam upaya pencegahan pencemaran dan monitoring serta pemenuhan terhadap peraturan perundnagan lingkungan.
- b. Efisiensi, Konservasi Sumber Daya dan *Biodiversity*.
Perusahaan menerapkan upaya efisiensi, konservasi sumberdaya dan *biodiversity* dalam kaitannya untuk menjaga kelangsungan dan ketersediaan sumberdaya serta melestarikan keanekaragaman hayati dengan program:
 - i. Efisiensi energi
 - ii. Efisiensi dan konservasi air
 - iii. Pengelolaan limbah B3 dan non B3
 - iv. Pemanfaatan alternative fuel dan raw materials (AFR)
 - v. *Biodiversity*
- c. Penurunan *Greenhouse Gas* (GHG)
Perusahaan berpartisipasi aktif dalam upaya penurunan gas rumah kaca (GHG) untuk meminimalkan efek pemanasan global, dengan melakukan kegiatan:
 - i. Meningkatkan produksi *blended cement*
 - ii. Penggantian bahan perusak ozone seperti: fire extinguisher, Freon, dan

lainnya dengan bahan yang lebih ramah lingkungan.

- iii. Pemanfaatan *biomass* sebagai bahan bakar alternatif pengganti bahan bakar fosil.
- iv. Implementasi teknologi berbasis ramah lingkungan.
- v. Implementasi *Clean Development Mechanism (CM) Project*, dan lain-lain. (semenindonesia.com)

5. KESIMPULAN

Kerusakan alam yang terjadi saat ini menyadarkan perusahaan bahwa setiap kegiatan perusahaan berdampak pada lingkungan alam. Kepedulian perusahaan pada lingkungan alam diterapkan dalam *the greening of management*. Dalam pelaksanaan *the greening of management*, perusahaan melakukan inovasi atau terobosan-terobosan baru, dimana setiap kebijakan yang dikeluarkan berorientasi pada lingkungan alam. Perusahaan yang melaksanakan *the greening of management* bukan hanya melestarikan lingkungan alam tetapi juga melestarikan kehidupan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Sugiarto dan Yustina Ertie. Pravitasmara Dewi (2016). *Green Office Manajemen Kantor Berkonsep Ramah Lingkungan*. Gava Media, Yogyakarta

Edi Nurjahjadi (2014). *Sustainable Marketing: Pemasaran Ramah Lingkungan dan Sosial Demi Generasi Mendatang*. *Proceedings SNEB*.

Rahayu Triastity (2011). *Green Management sebagai pelaksanaan etika bisnis upaya kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11 No. 2, Oktober 2011: 87-95*

Siswanto HB. (2011). *Pengantar Manajemen*. Bumi Aksara, Jakarta.

Stephen P Robbins dan Mary Coulter. (1999). *Manajemen*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. PT. Prenhallindo, Jakarta.

<https://portalhr.com/human-interest/go-green/perusahaan-perusahaan-go-green/>, diakses 1 September 2017

<http://bni.co.id/id-id/perusahaan/csr/bnigogreen>, diakses 1 September 2017.

<http://indomaret.co.id/utama/lingkungan-hidup/2014/02/07/kantong-plastik-indomaret-ramah-lingkungan/>, diakses 1 September 2017

<http://forum.kfcku.com/showthread.php?t=48>, diakses 1 September 2017.

http://www.telkom.co.id/UHI/CDInteraktif2013/ID/0092_pelestarian.html, diakses 1 September 2017.

<http://standardisasi.menlhk.go.id/indek.php/2016/11/25/pengenalan-terhadap-sni-iso-140012015-sistem-manajemen-lingkungan/> diakses 14 Agustus 2017

<http://www.semenindonesia.com/english-semen-indonesia-raih-dua-penghargaan-social-business-innovation-award-2013-the-best-green-ceo-2013/?lang=en> diakses 19 Agustus 2017

www.menlh.go.id

www.viva.co.id

www.inalum.co.id