



GREEN STRATEGY MENINGTEGRASIKAN KEBERLANJUTAN DALAM RENCANA BISNIS UNTUK MASA DEPAN

Monica Siahaya

Magister Manajemen Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia

Monicasiahaya77@gmail.com

Abstrak:

Salah satu alasan utama mengapa Green Strategy menjadi begitu penting adalah karena konsumen saat ini semakin sadar akan isu-isu lingkungan dan social. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan praktik terbaik yang diterapkan oleh perusahaan dalam mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam operasional dan perencanaan bisnis dan untuk mengetahui dampak dari integrasi keberlanjutan terhadap kinerja bisnis jangka panjang dan daya saing perusahaan di pasar global. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil dalam penelitian ini adalah Integrasi keberlanjutan dalam rencana bisnis merupakan langkah strategis yang memiliki dampak signifikan terhadap kinerja dan daya saing perusahaan di pasar global. Proses ini memerlukan pendekatan yang menyeluruh dan terstruktur, dimulai dari penilaian internal terhadap praktik bisnis yang ada, serta mempertimbangkan faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan tekanan pemangku kepentingan.

Kata Kunci: green strategi, perusahaan, bisnis

Abstract:

One of the main reasons why Green Strategy has become so important is that consumers are increasingly aware of environmental and social issues. The objective of this research is to identify the strategies and best practices that companies apply in integrating sustainability into their operations and business planning, and to understand the impact of sustainability integration on long-term business performance and global market competitiveness. The method used in this research is descriptive qualitative. The results of this research show that integrating sustainability into business plans is a strategic step with significant impacts on business performance and competitiveness in the global market. This process requires a comprehensive and structured approach, starting with an internal assessment of existing business practices, and considering external factors such as government regulations and stakeholder pressures.

Keywords: green strategy, companies, business

Pendahuluan

Di tengah meningkatnya kesadaran akan perubahan iklim dan degradasi lingkungan, konsep Green Strategy atau strategi hijau telah menjadi salah satu elemen kunci dalam perencanaan bisnis modern. Strategi ini mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam seluruh aspek operasi perusahaan, dengan tujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, sekaligus menciptakan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji implementasi **Green Strategy** dalam dunia bisnis modern dan dampaknya terhadap keberlanjutan, kinerja perusahaan, serta daya saing jangka panjang. Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi peran Green Strategy dalam mengurangi dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan, serta bagaimana strategi ini dapat menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan.
2. Menganalisis kontribusi Green Strategy dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui adaptasi terhadap regulasi lingkungan yang semakin ketat dan meningkatnya kesadaran konsumen akan isu-isu lingkungan.
3. Mengeksplorasi potensi efisiensi operasional dan inovasi yang dihasilkan dari penerapan praktik bisnis ramah lingkungan, serta dampaknya terhadap pengurangan biaya dan peningkatan laba perusahaan.
4. Menilai tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan Green Strategy, termasuk biaya awal dan perubahan budaya organisasi, serta strategi untuk mengatasi hambatan tersebut.
5. Menyusun rekomendasi bagi perusahaan agar dapat mengintegrasikan Green Strategy dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang lebih luas, serta peran transparansi dan akuntabilitas dalam mencapai tujuan keberlanjutan.

Dalam konteks ini, Menurut (Ardi & Firdausy, 2022) Green Strategy tidak hanya menjadi respons terhadap tekanan eksternal dari regulasi atau tuntutan konsumen, tetapi juga merupakan peluang strategis untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di masa depan. Salah satu alasan utama mengapa Green Strategy menjadi begitu penting adalah karena konsumen saat ini semakin sadar akan isu-isu lingkungan dan sosial. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktek-praktek yang lebih hijau, mulai dari penggunaan energi terbarukan hingga pengurangan emisi karbon (Rosyadi et al., 2021).

Dengan mengintegrasikan Green Strategy dalam rencana bisnis, perusahaan dapat membangun citra yang lebih positif di mata konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis. Regulasi pemerintah yang semakin ketat terkait dengan isu lingkungan juga memaksa perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat. Banyak negara telah menetapkan target ambisius untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil. Untuk memenuhi regulasi ini, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya memenuhi standar saat ini, tetapi juga mempersiapkan diri untuk perubahan regulasi di masa depan. Menurut (Khasbulah et al., 2019) green Strategy memungkinkan perusahaan untuk lebih siap dalam menghadapi regulasi baru dan mengurangi risiko terkait dengan kepatuhan terhadap hukum lingkungan. Green Strategy juga memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Dengan

mengadopsi praktek bisnis yang lebih ramah lingkungan, seperti penggunaan energi yang lebih efisien, pengelolaan limbah yang lebih baik, dan optimalisasi rantai pasokan, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional jangka panjang.

Perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi energi terbarukan dapat mengurangi biaya energi mereka secara signifikan dalam jangka panjang, sementara pengurangan limbah dapat mengurangi biaya pengelolaan limbah. Efisiensi yang meningkat ini tidak hanya berdampak positif pada laba perusahaan, tetapi juga pada lingkungan secara keseluruhan. Green Strategy dapat membuka peluang baru untuk inovasi. Dalam usaha untuk mengurangi dampak lingkungan, perusahaan sering kali harus mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih berkelanjutan. Inovasi ini dapat mencakup pengembangan bahan baku yang lebih ramah lingkungan, penciptaan teknologi yang lebih efisien, atau pengenalan model bisnis baru yang lebih selaras dengan prinsip-prinsip keberlanjutan. Menurut (Usman, 2021) inovasi semacam ini tidak hanya membantu perusahaan untuk memenuhi tuntutan konsumen dan regulasi, tetapi juga dapat membuka pasar baru dan menciptakan sumber pendapatan baru. Namun, implementasi Green Strategy bukan tanpa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah biaya awal yang mungkin tinggi untuk mengadopsi teknologi dan praktek baru yang lebih ramah lingkungan. Perubahan budaya dan proses dalam organisasi juga diperlukan untuk memastikan bahwa semua karyawan dan pemangku kepentingan mendukung dan berkomitmen terhadap strategi hijau.

Perusahaan harus berinvestasi dalam pelatihan dan pendidikan untuk membangun kesadaran dan keterampilan yang diperlukan untuk mendukung inisiatif keberlanjutan. Meskipun tantangan ini mungkin signifikan, manfaat jangka panjang dari Green Strategy jauh lebih besar dan dapat membawa keuntungan yang substansial baik secara finansial maupun reputasi. Penting bagi perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada manfaat ekonomi dari Green Strategy, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang lebih luas. Keberlanjutan tidak hanya tentang mengurangi dampak negatif, tetapi juga tentang menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan planet ini (Gultom, 2020). Perusahaan harus berkomitmen untuk transparansi dan akuntabilitas dalam melaporkan kemajuan mereka terhadap tujuan keberlanjutan. Hal ini tidak hanya akan membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga akan memberikan panduan yang jelas untuk perbaikan berkelanjutan. Green Strategy merupakan pendekatan yang penting dan tak terelakkan bagi perusahaan yang ingin tetap relevan dan kompetitif di masa depan. Dengan mengintegrasikan keberlanjutan dalam rencana bisnis, perusahaan tidak hanya melindungi lingkungan, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi. Meskipun ada tantangan yang harus dihadapi, manfaat jangka panjang dari Green Strategy jauh melebihi biaya dan upaya yang diperlukan untuk mengimplementasikannya. Dengan komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan, perusahaan dapat memainkan peran penting dalam membentuk masa depan yang lebih hijau dan lebih berkelanjutan bagi generasi mendatang (Soelaiman & Liusca, 2022).

Metode

Dalam penelitian yang berfokus pada Green Strategy dan integrasi keberlanjutan dalam rencana bisnis untuk masa depan, metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang sangat relevan dan efektif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk

menggali secara mendalam pemahaman tentang bagaimana perusahaan-perusahaan mengimplementasikan strategi hijau dan bagaimana pendekatan tersebut mempengaruhi operasi bisnis mereka. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang kompleks dalam konteks nyata, sehingga sangat cocok untuk menjelajahi dinamika internal perusahaan, termasuk nilai-nilai, budaya organisasi, serta motivasi dan tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi praktik keberlanjutan. Melalui metode kualitatif, peneliti dapat menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Wawancara mendalam dengan para eksekutif, manajer, dan staf yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan Green Strategy akan memberikan wawasan tentang persepsi mereka terhadap keberlanjutan, keputusan strategis yang diambil, serta pengalaman mereka dalam menghadapi tantangan dan hambatan. Observasi langsung di tempat kerja juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana praktik-praktik hijau diterapkan dalam operasional sehari-hari dan bagaimana mereka mempengaruhi budaya kerja serta hubungan antar karyawan.

Analisis dokumen seperti laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan kebijakan internal perusahaan dapat membantu peneliti untuk memahami kerangka kerja formal yang mendukung implementasi Green Strategy. Dokumen-dokumen ini memberikan bukti empiris yang dapat digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan bagaimana strategi hijau diintegrasikan ke dalam rencana bisnis jangka panjang. Analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kesenjangan antara kebijakan yang diadopsi dan praktik yang dilakukan, serta untuk menilai keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Pendekatan kualitatif juga memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk menyesuaikan pertanyaan penelitian dan metode pengumpulan data berdasarkan temuan awal. Misalnya, jika wawancara awal menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan dalam cara perusahaan besar dan kecil mengadopsi Green Strategy, peneliti dapat mengeksplorasi lebih lanjut perbedaan tersebut dengan melakukan studi kasus yang lebih mendalam pada kedua jenis perusahaan. Studi kasus ini dapat membantu mengungkap faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan integrasi keberlanjutan dalam rencana bisnis, seperti sumber daya yang tersedia, tekanan dari pemangku kepentingan, atau budaya organisasi.

Hasil dan Pembahasan

Green Strategy, atau strategi hijau, merujuk pada pendekatan sistematis yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam operasi dan perencanaan bisnis mereka. Strategi ini dirancang untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan sambil memaksimalkan manfaat sosial dan ekonomi. Green Strategy tidak hanya mencakup langkah-langkah untuk mengurangi jejak lingkungan perusahaan, tetapi juga melibatkan inovasi dalam proses, produk, dan model bisnis untuk menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, Green Strategy menjadi semakin penting karena meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu-isu lingkungan dan sosial, serta tuntutan regulasi yang semakin ketat dari pemerintah dan lembaga-lembaga internasional. Salah satu pengertian utama dari Green Strategy adalah upaya untuk mengurangi dampak negatif

terhadap lingkungan melalui praktik-praktik yang ramah lingkungan. Ini mencakup berbagai tindakan seperti pengurangan emisi karbon, pengelolaan limbah yang lebih baik, penggunaan energi terbarukan, dan peningkatan efisiensi sumber daya (Neilson, 2013). Dengan mengadopsi strategi ini, perusahaan dapat mengurangi jejak ekologis mereka, yang pada gilirannya membantu memerangi perubahan iklim dan melindungi ekosistem.

Perusahaan yang menerapkan teknologi efisiensi energi dalam proses produksinya tidak hanya mengurangi konsumsi energi tetapi juga mengurangi biaya operasional, sehingga menciptakan manfaat ekonomi sekaligus melindungi lingkungan. Kelebihan utama dari Green Strategy adalah kemampuannya untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Dengan mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan, perusahaan sering kali menemukan cara untuk mengurangi limbah, memanfaatkan energi secara lebih efisien, dan mengelola sumber daya dengan lebih baik (Thomas et al., 2022). Contohnya, perusahaan yang mengimplementasikan sistem pengelolaan limbah yang efisien dapat mengurangi biaya pembuangan dan memanfaatkan kembali bahan-bahan yang sebelumnya terbuang. Hal ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan tetapi juga meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan mengurangi pengeluaran operasional.

Green Strategy dapat meningkatkan reputasi merek perusahaan di pasar. Dalam era di mana konsumen semakin sadar akan isu-isu lingkungan, perusahaan yang menerapkan strategi hijau sering kali menikmati keuntungan kompetitif berupa citra merek yang positif. Konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan lebih cenderung memilih produk dan layanan dari perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap praktik ramah lingkungan. Reputasi yang baik sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik konsumen baru yang lebih sadar lingkungan, sehingga memperluas pangsa pasar perusahaan. Kelebihan lain dari Green Strategy adalah kemampuannya untuk memperbaiki hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (He et al., 2023). Investor dan lembaga keuangan semakin mempertimbangkan kinerja keberlanjutan dalam keputusan investasi mereka. Perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan sering kali lebih mudah mengakses modal dan mendapatkan dukungan dari investor yang mencari investasi berkelanjutan. Selain itu, hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, regulator, dan mitra bisnis, dapat memperkuat posisi perusahaan dan mengurangi risiko terkait reputasi dan regulasi.

Green Strategy juga berkontribusi pada inovasi dalam pengembangan produk dan proses. Perusahaan yang mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan sering kali mencari cara baru untuk menciptakan produk yang lebih ramah lingkungan dan proses yang lebih efisien. Inovasi ini dapat membuka peluang bisnis baru dan meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar. Menurut (Yuliana & Wedari, 2023) pengembangan produk yang menggunakan bahan daur ulang atau teknologi yang mengurangi dampak lingkungan dapat menarik pelanggan yang mencari solusi berkelanjutan dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Integrasi keberlanjutan dalam strategi bisnis juga memungkinkan perusahaan untuk lebih adaptif terhadap perubahan regulasi dan tren pasar. Regulasi lingkungan yang semakin ketat mengharuskan perusahaan untuk mematuhi standar yang lebih tinggi dalam pengelolaan dampak lingkungan mereka. Perusahaan yang sudah menerapkan praktik berkelanjutan lebih siap untuk

mematuhi peraturan baru tanpa harus membuat perubahan besar dalam operasi mereka. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengurangi risiko hukum dan mendapatkan keuntungan dari kebijakan yang mendukung keberlanjutan, seperti tarif karbon yang lebih rendah atau program pengurangan emisi (Calza et al., 2020).

Di samping manfaat ekonomi dan operasional, Green Strategy berkontribusi pada pencapaian tujuan global yang lebih luas, termasuk pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang mengadopsi pendekatan keberlanjutan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek tetapi juga pada kontribusi mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Ini menciptakan dampak positif yang melampaui batas-batas perusahaan dan berkontribusi pada pencapaian tujuan global, seperti Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan. Dengan cara ini, Green Strategy tidak hanya mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan tetapi juga berperan dalam menciptakan dunia yang lebih berkelanjutan dan adil (Sun & Sun, 2021).

Dalam konteks integrasi keberlanjutan ke dalam rencana bisnis, perusahaan-perusahaan menghadapi tantangan besar dalam mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi hijau. Proses ini memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terstruktur, yang dimulai dengan pemahaman yang mendalam mengenai prinsip-prinsip keberlanjutan serta dampaknya terhadap berbagai aspek operasional dan strategi perusahaan. Langkah pertama dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci adalah penilaian internal terhadap struktur dan praktik bisnis yang ada (Neilson, 2013). Perusahaan harus mengevaluasi bagaimana operasi mereka saat ini berkontribusi terhadap dampak lingkungan dan sosial serta bagaimana praktik-praktik tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan. Ini termasuk melakukan audit lingkungan untuk menilai emisi karbon, penggunaan energi, pengelolaan limbah, dan dampak sosial dari aktivitas bisnis. Audit ini membantu perusahaan dalam menentukan area yang memerlukan perbaikan dan memungkinkan mereka untuk menetapkan tujuan keberlanjutan yang spesifik dan terukur.

Perusahaan perlu mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi implementasi strategi hijau. Faktor-faktor ini meliputi regulasi pemerintah, kebijakan industri, serta tekanan dari pemangku kepentingan seperti pelanggan, investor, dan masyarakat. Misalnya, peraturan lingkungan yang ketat atau insentif pemerintah untuk praktik berkelanjutan dapat menjadi faktor pendorong yang signifikan bagi perusahaan untuk mengadopsi strategi hijau. Menurut (Saputra & Aulia, 2021) permintaan dari konsumen untuk produk dan layanan yang ramah lingkungan juga dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam merancang dan menerapkan strategi keberlanjutan. Untuk mengukur efektivitas implementasi strategi hijau, perusahaan harus mengembangkan metrik dan indikator kinerja yang relevan. Ini sering melibatkan penggunaan Key Performance Indicators (KPI) yang spesifik untuk keberlanjutan, seperti pengurangan emisi gas rumah kaca, peningkatan efisiensi energi, dan pengurangan penggunaan sumber daya non-renewable. Perusahaan juga dapat menggunakan alat-alat analisis seperti Life Cycle Assessment (LCA) untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari produk dan proses mereka sepanjang siklus hidupnya. Dengan memantau KPI ini secara teratur, perusahaan dapat menilai sejauh mana strategi hijau mereka berhasil mengurangi dampak lingkungan dan memenuhi target keberlanjutan yang telah ditetapkan (Thomas et al., 2022).

Penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap strategi keberlanjutan mereka. Evaluasi ini melibatkan pengumpulan data dan feedback dari berbagai sumber, termasuk hasil audit, laporan kinerja, dan umpan balik dari pemangku kepentingan. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara tujuan yang ditetapkan dan hasil yang dicapai serta untuk membuat penyesuaian yang diperlukan. Menurut (He et al., 2023) jika sebuah perusahaan menemukan bahwa implementasi teknologi hijau tertentu tidak memberikan hasil yang diharapkan, mereka mungkin perlu mengevaluasi kembali strategi tersebut dan mempertimbangkan alternatif yang lebih efektif. Penting juga untuk memperhatikan aspek budaya dan organisasi dalam implementasi strategi hijau. Keberhasilan strategi hijau sering kali bergantung pada dukungan dan komitmen dari seluruh tingkat organisasi. Perusahaan perlu mengembangkan program pelatihan dan komunikasi yang efektif untuk memastikan bahwa semua karyawan memahami pentingnya keberlanjutan dan terlibat dalam proses implementasi. Pelatihan ini dapat mencakup aspek-aspek seperti pengelolaan energi, pengurangan limbah, dan praktik ramah lingkungan di tempat kerja. Dengan menciptakan budaya keberlanjutan yang kuat, perusahaan dapat memastikan bahwa strategi hijau diintegrasikan secara menyeluruh dalam semua aspek operasional mereka (Calza et al., 2020).

Dalam era digital, teknologi juga memainkan peran penting dalam mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan strategi hijau. Perusahaan dapat memanfaatkan perangkat lunak analitik dan platform data untuk memantau kinerja keberlanjutan secara real-time, menganalisis tren, dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Teknologi seperti Internet of Things (IoT) juga memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber dan membuat keputusan berbasis data yang lebih akurat terkait dengan praktik keberlanjutan mereka. Menurut (Begum et al., 2023) pengukuran keberhasilan implementasi strategi hijau harus mempertimbangkan tidak hanya dampak lingkungan tetapi juga manfaat ekonomi dan sosial. Perusahaan harus menilai bagaimana strategi hijau mereka mempengaruhi efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan reputasi merek. Perusahaan yang berhasil mengurangi konsumsi energi dan bahan baku mungkin mengalami penurunan biaya operasional, sementara perusahaan yang mengadopsi praktek berkelanjutan yang inovatif dapat menarik pelanggan yang lebih sadar lingkungan dan mendapatkan keuntungan kompetitif di pasar.

Dengan mengintegrasikan semua elemen ini—penilaian internal dan eksternal, pengembangan metrik dan KPI, evaluasi berkala, budaya organisasi, teknologi, dan manfaat ekonomi dan sosial—perusahaan dapat secara efektif mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi hijau. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa strategi keberlanjutan tidak hanya diterapkan dengan baik tetapi juga memberikan hasil yang signifikan dalam jangka panjang, mendukung tujuan keberlanjutan perusahaan, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan (Sun & Sun, 2021). Dalam konteks integrasi keberlanjutan ke dalam rencana bisnis, perusahaan-perusahaan menghadapi tantangan besar dalam mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi hijau. Proses ini memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terstruktur, yang dimulai dengan pemahaman yang mendalam mengenai prinsip-prinsip keberlanjutan serta dampaknya terhadap berbagai

aspek operasional dan strategi perusahaan. Langkah pertama dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci adalah penilaian internal terhadap struktur dan praktik bisnis yang ada. Perusahaan harus mengevaluasi bagaimana operasi mereka saat ini berkontribusi terhadap dampak lingkungan dan sosial serta bagaimana praktik-praktik tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan. Ini termasuk melakukan audit lingkungan untuk menilai emisi karbon, penggunaan energi, pengelolaan limbah, dan dampak sosial dari aktivitas bisnis (Yuliana & Wedari, 2023).

Audit ini membantu perusahaan dalam menentukan area yang memerlukan perbaikan dan memungkinkan mereka untuk menetapkan tujuan keberlanjutan yang spesifik dan terukur. Perusahaan perlu mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi implementasi strategi hijau. Faktor-faktor ini meliputi regulasi pemerintah, kebijakan industri, serta tekanan dari pemangku kepentingan seperti pelanggan, investor, dan masyarakat. Menurut (Huang et al., 2024) peraturan lingkungan yang ketat atau insentif pemerintah untuk praktik berkelanjutan dapat menjadi faktor pendorong yang signifikan bagi perusahaan untuk mengadopsi strategi hijau. Permintaan dari konsumen untuk produk dan layanan yang ramah lingkungan juga dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam merancang dan menerapkan strategi keberlanjutan. Untuk mengukur efektivitas implementasi strategi hijau, perusahaan harus mengembangkan metrik dan indikator kinerja yang relevan. Ini sering melibatkan penggunaan Key Performance Indicators (KPI) yang spesifik untuk keberlanjutan, seperti pengurangan emisi gas rumah kaca, peningkatan efisiensi energi, dan pengurangan penggunaan sumber daya non-renewable.

Perusahaan juga dapat menggunakan alat-alat analisis seperti Life Cycle Assessment (LCA) untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari produk dan proses mereka sepanjang siklus hidupnya. Dengan memantau KPI ini secara teratur, perusahaan dapat menilai sejauh mana strategi hijau mereka berhasil mengurangi dampak lingkungan dan memenuhi target keberlanjutan yang telah ditetapkan. Penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap strategi keberlanjutan mereka (Le, 2022). Evaluasi ini melibatkan pengumpulan data dan feedback dari berbagai sumber, termasuk hasil audit, laporan kinerja, dan umpan balik dari pemangku kepentingan. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara tujuan yang ditetapkan dan hasil yang dicapai serta untuk membuat penyesuaian yang diperlukan. Misalnya, jika sebuah perusahaan menemukan bahwa implementasi teknologi hijau tertentu tidak memberikan hasil yang diharapkan, mereka mungkin perlu mengevaluasi kembali strategi tersebut dan mempertimbangkan alternatif yang lebih efektif.

Penting juga untuk memperhatikan aspek budaya dan organisasi dalam implementasi strategi hijau. Keberhasilan strategi hijau sering kali bergantung pada dukungan dan komitmen dari seluruh tingkat organisasi. Menurut (Sujendro et al., 2021) perusahaan perlu mengembangkan program pelatihan dan komunikasi yang efektif untuk memastikan bahwa semua karyawan memahami pentingnya keberlanjutan dan terlibat dalam proses implementasi. Pelatihan ini dapat mencakup aspek-aspek seperti pengelolaan energi, pengurangan limbah, dan praktik ramah lingkungan di tempat kerja. Dengan menciptakan budaya keberlanjutan yang kuat, perusahaan dapat memastikan bahwa strategi hijau diintegrasikan secara menyeluruh dalam semua aspek operasional mereka. Dalam era digital, teknologi juga memainkan peran penting dalam

mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan strategi hijau. Perusahaan dapat memanfaatkan perangkat lunak analitik dan platform data untuk memantau kinerja keberlanjutan secara real-time, menganalisis tren, dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Teknologi seperti Internet of Things (IoT) juga memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber dan membuat keputusan berbasis data yang lebih akurat terkait dengan praktik keberlanjutan mereka.

Pengukuran keberhasilan implementasi strategi hijau harus mempertimbangkan tidak hanya dampak lingkungan tetapi juga manfaat ekonomi dan sosial. Perusahaan harus menilai bagaimana strategi hijau mereka mempengaruhi efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan reputasi merek. Misalnya, perusahaan yang berhasil mengurangi konsumsi energi dan bahan baku mungkin mengalami penurunan biaya operasional, sementara perusahaan yang mengadopsi praktek berkelanjutan yang inovatif dapat menarik pelanggan yang lebih sadar lingkungan dan mendapatkan keuntungan kompetitif di pasar (Noriska, 2024). Dengan mengintegrasikan semua elemen ini—penilaian internal dan eksternal, pengembangan metrik dan KPI, evaluasi berkala, budaya organisasi, teknologi, dan manfaat ekonomi dan sosial—perusahaan dapat secara efektif mengidentifikasi dan mengukur faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi hijau. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa strategi keberlanjutan tidak hanya diterapkan dengan baik tetapi juga memberikan hasil yang signifikan dalam jangka panjang, mendukung tujuan keberlanjutan perusahaan, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan (Sianitawati & Prasetyo, 2022).

Integrasi keberlanjutan dalam strategi bisnis dapat memiliki dampak signifikan terhadap kinerja jangka panjang dan daya saing perusahaan di pasar global. Ketika perusahaan mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan, mereka tidak hanya memenuhi kewajiban etis dan hukum tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif. Dampak ini dapat dilihat dalam beberapa aspek utama, termasuk kinerja finansial, reputasi merek, efisiensi operasional, dan hubungan dengan pemangku kepentingan (Fauzi et al., 2022). Dalam hal kinerja finansial, integrasi keberlanjutan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya. Perusahaan yang berkomitmen pada praktik berkelanjutan sering kali mengidentifikasi cara untuk mengurangi limbah, menghemat energi, dan memanfaatkan sumber daya secara lebih efisien. Misalnya, implementasi teknologi efisiensi energi atau pengelolaan limbah yang lebih baik dapat mengurangi pengeluaran operasional, yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas. Perusahaan yang menerapkan inisiatif keberlanjutan sering kali dapat mengakses insentif pemerintah, seperti pengurangan pajak atau subsidi, yang dapat memberikan keuntungan finansial tambahan.

Reputasi merek merupakan aspek penting dari daya saing perusahaan. Dalam pasar global, konsumen semakin memperhatikan jejak lingkungan dan dampak sosial dari produk dan layanan yang mereka beli. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam strategi bisnis mereka sering kali menikmati peningkatan citra merek dan loyalitas pelanggan. Reputasi yang kuat sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan sosial dapat menarik pelanggan yang lebih sadar lingkungan dan membedakan perusahaan dari pesaingnya (Thenu et al., 2020). Hal ini tidak hanya meningkatkan pangsa pasar tetapi juga membantu perusahaan dalam mengatasi krisis

reputasi yang mungkin timbul akibat masalah lingkungan atau sosial. Integrasi keberlanjutan dapat memperkuat daya saing perusahaan dengan meningkatkan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Investor dan lembaga keuangan semakin mempertimbangkan kinerja keberlanjutan dalam keputusan investasi mereka. Perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan sering kali lebih mudah mengakses modal dan mendapatkan dukungan dari investor yang mencari investasi berkelanjutan. Hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, regulator, dan mitra bisnis, dapat memperkuat posisi perusahaan dan mengurangi risiko terkait reputasi dan regulasi (Nazhifa & Fatima, 2023).

Perusahaan yang mengintegrasikan keberlanjutan dalam strategi mereka cenderung lebih adaptif terhadap perubahan regulasi dan tren pasar. Regulasi lingkungan global dan lokal semakin ketat, dan perusahaan yang sudah menerapkan praktik berkelanjutan lebih siap untuk mematuhi peraturan baru tanpa harus membuat perubahan besar dalam operasi mereka. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengurangi risiko hukum dan mendapatkan keuntungan dari kebijakan yang mendukung keberlanjutan, seperti tarif karbon yang lebih rendah atau program pengurangan emisi. Keberlanjutan dapat memacu inovasi yang meningkatkan daya saing (Ardi & Firdausy, 2022). Perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan sering kali mencari cara baru untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih ramah lingkungan atau sosial. Inovasi ini tidak hanya memenuhi tuntutan pasar yang berkembang tetapi juga dapat menciptakan peluang bisnis baru. Misalnya, pengembangan produk yang menggunakan bahan daur ulang atau teknologi yang mengurangi dampak lingkungan dapat membuka pasar baru dan meningkatkan daya tarik perusahaan di kalangan konsumen yang mencari solusi berkelanjutan.

Dampak dari integrasi keberlanjutan terhadap kinerja bisnis jangka panjang juga mencakup peningkatan daya tahan terhadap risiko dan ketidakpastian. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan sering kali lebih baik dalam mengelola risiko terkait dengan perubahan iklim, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan dalam permintaan pasar. Dengan memiliki strategi yang berfokus pada keberlanjutan, perusahaan dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap tantangan yang mungkin muncul, menjaga kontinuitas bisnis dan menjaga stabilitas finansial. Menurut (Khasbullah et al., 2019) integrasi keberlanjutan dalam strategi bisnis berkontribusi pada pencapaian tujuan jangka panjang yang lebih luas, termasuk pengembangan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang mengadopsi pendekatan keberlanjutan tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek tetapi juga pada kontribusi mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat menciptakan dampak positif yang melampaui batas-batas perusahaan dan berkontribusi pada pencapaian tujuan global, seperti Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan.

Dampak dari integrasi keberlanjutan terhadap kinerja bisnis jangka panjang dan daya saing perusahaan di pasar global sangat signifikan. Dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat reputasi merek, memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan, mengurangi risiko, mendorong inovasi, dan berkontribusi pada tujuan global, perusahaan dapat mencapai keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Pendekatan yang terintegrasi dan berfokus pada keberlanjutan tidak hanya membantu perusahaan bertahan dalam pasar yang semakin kompetitif tetapi juga memastikan

pertumbuhan yang berkelanjutan dan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Soelaiman & Liusca, 2022).

Kesimpulan

Integrasi keberlanjutan dalam rencana bisnis adalah langkah strategis yang signifikan, mencakup penilaian praktik bisnis internal, audit lingkungan, pengembangan KPI dan LCA, serta didukung oleh evaluasi berkala, teknologi digital, dan budaya organisasi, yang memungkinkan perusahaan mengurangi dampak lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat reputasi, serta beradaptasi terhadap regulasi dan tren pasar, sehingga tidak hanya mencapai keuntungan kompetitif jangka panjang tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial.

Daftar Pustaka

- Ardi, S., & Firdausy, C. M. (2022). Rencana Bisnis Jasa Maklon Kosmetik PT Asia Chemie Indonusa. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 113–118.
- Begum, S., Ashfaq, M., Asiaei, K., & Shahzad, K. (2023). Green intellectual capital and green business strategy: The role of green absorptive capacity. *Business Strategy and the Environment*, 32(7), 4907–4923.
- Calza, F., Parmentola, A., & Tutore, I. (2020). Big data and natural environment. How does different data support different green strategies? *Sustainable Futures*, 2, 100029.
- Fauzi, A., Wibowo, A., Selayan, A. N., & Nst, S. J. (2022). Analisis Manajemen Resiko Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 150–159.
- Gultom, A. W. (2020). Pelatihan Kewirausahaan: Pembuatan Rencana Bisnis Bagi Umkm Di Kabupaten Oku. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 598–606.
- He, Z., Kuai, L., & Wang, J. (2023). Driving mechanism model of enterprise green strategy evolution under digital technology empowerment: A case study based on Zhejiang Enterprises. *Business Strategy and the Environment*, 32(1), 408–429.
- Huang, Z., Cao, J., & Pan, L. (2024). Greening your way to profits: Green strategies and green revenues. *Finance Research Letters*, 61, 105029.
- Khasbulah, A., Aziz, T., Nurdin, Y., & Syuhud, M. (2019). MENYUSUN RENCANA BISNIS/BUSINESS PLAN.
- Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance? *Journal of Cleaner Production*, 362, 132228.
- Nazhifa, A. K., & Fatima, E. (2023). Rancangan Implementasi Manajemen Risiko pada Tech-Startup (Studi Kasus PT XYZ). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* (6), 2, 432–446.

- Neilson, J. (2013). The value chain for Indonesian coffee in a green economy. *Buletin Ristri*, 4(3), 183–198.
- Noriska, N. K. S. (2024). Risk Register: Implikasi Penerapan Manajemen Risiko pada CV Elang Borneo Sejahtera. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 113–126.
- Rosyadi, S., Ramadhanti, W., Kurniasih, D., Kusuma, A. S., Setyoko, P. I., & Atika, Z. R. (2021). Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis untuk Badan Usaha Milik Desa di Kecamatan Lumbir. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 21–26.
- Saputra, J. P. B., & Aulia, Z. (2021). Analisa Pengaruh Faktor Pandemi Dalam Pengembangan Business Continuity Planning. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12(1), 7–11.
- Sianitawati, S., & Prasetyo, A. H. (2022). Rancangan Manajemen Risiko Korporat Terintegrasi Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara Tahun 2023-2024. *Jurnalku*, 2(4), 482–501.
- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2).
- Sujendro, A., Putri, W. W. P., & Leon, F. M. L. (2021). Pengaruh Risk Management dalam Memediasi Corporate Governance Terhadap Firm Financial Performance pada Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(09), 1429–1442.
- Sun, Y., & Sun, H. (2021). Green innovation strategy and ambidextrous green innovation: The mediating effects of green supply chain integration. *Sustainability*, 13(9), 4876.
- Thenu, P. P., Wijaya, A. F., & Rudianto, C. (2020). Analisis Manajemen Risiko Teknologi Informasi Menggunakan Cobit 5 (Studi Kasus: Pt Global Infotech). *Jurnal Bina Komputer*, 2(1), 1–13.
- Thomas, A., Ma, S., Ur Rehman, A., & Usmani, Y. S. (2022). Green operation strategies in healthcare for enhanced quality of life. *Healthcare*, 11(1), 37.
- Usman, A. (2021). Review Terhadap Lima Literatur Rencana Bisnis. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 1–4.
- Yuliana, Y., & Wedari, L. K. (2023). Carbon Performance, Green Strategy, Financial Performance Effect on Carbon Emissions Disclosure: Evidence from High Polluting Industry in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(5).