

## Green Management Pada Perusahaan: *Literatur Review*

Junita

Magister Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Abulyatama

\*Email Korespondensi: [junita311@yahoo.co.id](mailto:junita311@yahoo.co.id)

*ABSTRACT: Green Management is an effort to preserve the environment. Natural resources are depleting, environmental protection is not only limited to its corporate social responsibility. However, it must be a model in business organizations. Green management that is environmentally oriented, systematically affects the company in reducing waste, reducing the use of natural resources, reducing pollution and continuously monitoring to create positive business results for all stakeholders. The modern business journey continues to come under pressure from the environment and the realization of the company's sustainability strategy. Company managers began to review the possibility of implementing the GMS in the organization's management system; directs organizational management, develops technologies to reduce adverse environmental impacts and develops more rational and cost-effective green production. The development and application of green policies in environmental management is an important part of the transformation of the business management function in optimizing the use of the GMS to improve company performance and benefits for environmental sustainability. Direct implications for the development and application of environmental protection in modern business organizations in accordance with green standards and principles of environmental sustainability. In addition, companies related to the creation of organizations, programs and structures, education and training of human resources can enable the transfer and dissemination of knowledge for environmental protection.*

**Keywords : Green management, Green production, Availability, Environment**

Abstrack: Green Management merupakan salah satu upaya untuk melestarikan lingkungan. Sumber daya alam yang semakin menipis, perlindungan lingkungan tidak hanya terbatas pada tanggung jawab sosial perusahaannya. Namun, harus menjadi model dalam organisasi bisnis. Green management yang berorientasi lingkungan, secara sistematis mempengaruhi perusahaan dalam mengurangi pemborosan, mengurangi penggunaan sumber daya alam, mengurangi pencemaran dan terus menerus memonitor untuk terciptanya hasil bisnis yang positif bagi semua stakeholders. Perjalanan bisnis modern terus mendapat tekanan dari lingkungan dan realisasi strategi keberlanjutan perusahaan. Manajer perusahaan mulai meninjau kemungkinan penerapan RUPS dalam sistem manajemen organisasi; mengarahkan manajemen organisasi, mengembangkan teknologi untuk mengurangi

dampak lingkungan yang merugikan dan mengembangkan produksi hijau yang lebih rasional dan hemat biaya. Pengembangan dan penerapan kebijakan hijau dalam pengelolaan lingkungan menjadi bagian penting dari transformasi fungsi manajemen bisnis dalam optimalisasi penggunaan RUPS untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan manfaat bagi kelestarian lingkungan. Implikasi langsung bagi pengembangan dan penerapan perlindungan lingkungan dalam organisasi bisnis modern sesuai dengan standar hijau dan prinsip-prinsip kelestarian lingkungan. Selain itu, perusahaan yang terkait dengan penciptaan organisasi, program dan struktur, pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dapat memungkinkan transfer dan penyebaran pengetahuan untuk perlindungan lingkungan.

**Kata Kunci : Green management, Produksi hijau, Ketersediaan, Lingkungan**

Manajemen sebagai ilmu sangat dinamis, sejak kelahirannya tahun 1840 sampai sekarang paradigmanya terus berubah mengikuti peradaban manusia dan tuntutan lingkungan. Kemunculan paradigma "Go Green" menjadi salah satu driver perjalanan organisasi (komersial – non komersial), Ke depan, perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan temuan yang inovatif dan revolusioner dalam menggunakan energi green (Ross, Fülöp, & Kuicer, 2006). Saat ini, bisnis berada dalam satu jaringan global, berkooperasi mungkin menghasilkan cara yang lebih baik dan kuat dibanding berkompetisi, keputusan berkooperasi atau berkompetisi sangat tergantung pada CEO.

Istilah go green, back to nature dan sejenisnya menjadi sangat populer di kalangan masyarakat, sementara itu dalam dunia bisnis atau organisasi, ada kecenderungan dalam banyak para ilmuwan manajemen menyebutnya sebagai sistem manajemen green. Saat ini manajemen green masih dianggap sebagai bagian kecil dari tanggung jawab sosial perusahaan, dalam waktu yang sama, dunia usaha karena berbagai alasan mempengaruhi manusia dan lingkungan. Di sisi lain kita juga tahu bahwa model bisnis inti terus berubah dengan tren globalisasi teknologi, demografi dan faktor-faktor lain mempengaruhi struktur dan budaya organisasi.

Dalam kaitan itu berbagai riset dilakukan untuk mengeksplorasi masa depan masyarakat, lingkungan, bisnis dan lingkungan kerja yang secara eksplisit berdampak pada model manajemen dalam mencapai tujuannya. Tantangan yang tidak pernah usang dalam manajemen berkaitan dengan pengetahuan untuk menggabungkan model dengan

perubahan lingkungan. Perusahaan mengembangkan kesadaran sosial yang kuat, rasional dan feeling green sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan. Konsumen menuntut etika dan kredensial green sebagai prioritas utama bisnis untuk menyelaraskan agenda mereka (Sawant, Mosalikanti, Jacobi, Chinthala, & Siddarth, 2013).

Manajemen green dikonseptualisasikan sebagai model manajemen yang didesain untuk memenuhi kebutuhan perusahaan masa kini dan akan dihargai jika mampu menciptakan keberlanjutan manfaat lingkungan dan sumberdaya alam dalam memenuhi kebutuhan perusahaan generasi mendatang (Polonsky, 2011). *Green activity* atau aktivitas ramah lingkungan untuk melestarikan lingkungan dan sumber daya alam adalah inti dari *Green management*. Memahami arti penting manajemen green dari perspektif perusahaan terkait dengan kebijakan green yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Pemahaman hubungan manajemen green dan kinerja perusahaan sangat penting dalam rangka mengembangkan kebijakan dan inovasi green teknologi, serta instalasi perusahaan ramah lingkungan yang tidak hanya meningkatkan kinerja perusahaan tetapi sangat bermanfaat bagi lingkungan.

### **Literatur Review**

Green management sebagai salah satu model manajemen menghendaki penilaian dampak lingkungan, menetapkan target untuk mengurangi dampak tersebut dan merencanakan cara untuk mencapai target. Banyak komponen yang harus dipertimbangkan ketika manajemen memutuskan untuk mengembangkan Green management: Kebijakan lingkungan, identifikasi dampak lingkungan, tujuan dan sasaran, rencana pengelolaan lingkungan, tanggung jawab dan struktur pelaporan, audit sistem perbaikan terus menerus.

Para ilmuwan dan praktisi mengelompokkan dimensi Green management sebagai berikut: operasi green yang efektif, profitabilitas, produk atau jasa yang kompetitif, perluasan pasar, peningkatan citra perusahaan, dan peningkatan manajemen. Green management yang proaktif dan efektif ditunjukkan oleh level (1) tanggung jawab perusahaan atas isu-isu lingkungan, (2) kebijakan lingkungan, (3) strategi yang mencerminkan voice lingkungan, (4) tujuan dan sasaran lingkungan yang baik, jelas dan terukur.

Berbagai diskusi mendalam menunjukkan kesepahaman tentang cakupan dimensi Green management adalah produksi green, pengadaan green, pembelian green, manajemen green, design green, arsitek green, budaya green, produktivitas green dan

sebagainya. Konsensus literatur pengelolaan lingkungan internal merupakan kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan dukungan manajer senior diperlukan dan sebagai generator utama untuk keberhasilan adopsi dan implementasi Green management yang inovatif, pengembanganteknologi, program dan kegiatan. Berbagai analisis green, berupaya menemukan pendekatan praktis dan menarik dalam meningkatkan produktivitas dan perlindungan lingkungan. Para ilmuwan manajemen memperkenalkan konsep green productivity yang didefinisi-kan sebagai strategi untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan secara keseluruhan. Aplikasi kebijakan produk-tivitas dan manajemen lingkungan, alat, teknik dan teknologi untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan (Chavan, 2005).

Berbagai penelitian menggunakan konsep keberlanjutan ekologi sebagai kerangka kerja untuk mempelajari praktek manajemen dalam konteks operasional dan strategi (Sroufe, 2006). Sebagai bagian dari analisis Green management, riset tentang penghijauan rantai pasokan dalam berbagai konteks termasuk desain produk, desain proses, praktek pembelian dan bauran unsur-unsur lainnya secara luas untuk menciptakan paralel peningkatan kualitas total pengelolaan lingkungan. Dalam mengembangkan sistem manajemen green, esensinya adalah: (1) mengurangi sampah dan (2) memaksimalkan efisiensi sumber daya melalui empat konsep kunci yaitu pemberdayaan, pendidikan, efisiensi, excellence (Hall, 2006).

Gambar 1 menunjukkan ketergantungan perusahaan dengan lingkungan dalam berbagai tingkat kompleksitas. Setiap tingkat kompleksitas lingkungan bergantung pada (a) differensiasi organisasi dalam lingkungan, dan (b) berbagai tingkat perubahan dari waktu ke waktu. Setiap elemen memiliki atribut positif (mewakili tujuan) atau atribut negative (hal-hal yang harus dihindari) dari taksonomi dan kompleksitas lingkungan.

Elemen Lingkungan	Tidak Pasti		
Saling bergantung	7	8	9 Bergolak
Klaster	4 Placid Berkelompok	5 Reaktif Terganggu	6
Acak	1 Acak Placid	2	3
	Rendah	Menengah	Tinggi

**Gambar 1. Power Lingkungan**

**Tabel 1. Interaksi Elemen Lingkungan dengan Perusahaan**

L <sub>11</sub>	L <sub>1</sub> → <sub>2</sub>
L <sub>22</sub>	L → <sub>2</sub>
L	Menunjukkan potensi hubungan;
1	Mengacu pada perusahaan,
2	Mengacu pada lingkungan.
L <sub>11</sub>	Mengacu proses dalam perusahaan; misalnya, hirarkhis struktur
L <sub>22</sub>	Saling ketergantungan dalam lingkungan itu sendiri (sebab akibat tekstur); misalnya, dis-tribusi ke pelanggan potential;
L <sub>1</sub> → <sub>2</sub>	Pertukaran antara enterprise dan lingkungan yang consumated menurut perspective perusahaan; misalnya, strategi penjualan;
L <sub>2</sub> → <sub>2</sub>	Pertukaran antara enterprise dan lingkungan yang consu-mated menurut perspective lingkungan; misalnya, strategi regulasi untuk menangkal pengaruh enterprise.

Green management sebagai sistem terbuka berinteraksi dengan lingkungan, memerlukan pemahaman komprehensif tentang perusahaan dan perilaku manajemen terhadap setiap elemen seperti dalam Tabel 1 (Michael, 1980; Porter & Strategy, 1980; Shahzad, Bajwa, & Zia, 2013).

**Tabel 2 : Hubungan Green management dengan Lingkungan (Dowling, 1983).**

Tipe	Lingkungan Hidup	Ketidakpastian yang Relevan	Respon Normatif dari Sistem	Filosofi Manajemen
1	Acak Placid	Rendah	Otomatiskan Reaksi	Model Matematika
2	Berkelompok Placid	Rendah/Menengah	Strategi	Ilmu Empiris
3	Reaktif Terganggu	Menengah/Tinggi	Strategi, Taktik dan Operasi	Teori Keputusan
4	Bergolak	Tinggi	Mulai Perubahan Sistem	Manajemen Proses

Tabel 2 menunjukkan empat jenis kompleksitas lingkungan, tingkat ketidakpastian yang relevan dengan sistem, pola reaksi normatif, dan berbagai filosofi manajemen. Secara struktural, manajemen merupakan sistem terbuka. Perusahaan mengandung unsur-unsur dalam perusahaan itu sendiri (misalnya, kebijakan internal) serta lingkungan dari perusahaan secara keseluruhan. Salah satu fungsi utama manajemen adalah mekanisme homeodinamis membantu perusahaan mempertahankan karakter dan mencapai keseimbangan yang lebih dinamis.

Tabel 3 menunjukkan bahwa proses manajemen tergantung pada karakter ekonomi.

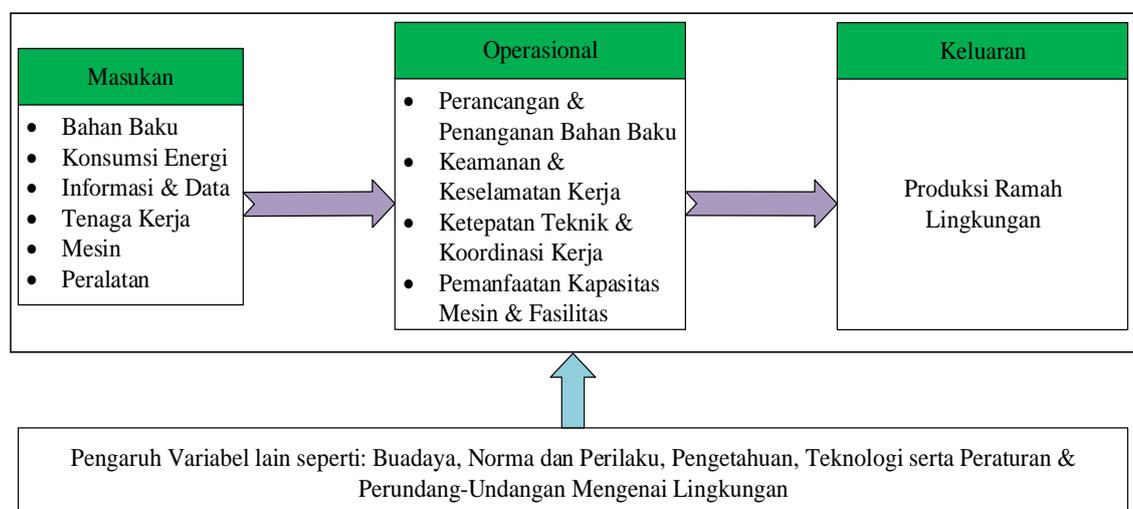
Kondisi ekonomi merupakan salah satu sumber penting dari ketidak-pastian yang relevan dalam sistem manajemen bisnis.

**Tabel 3 : Manajemen dan Perkembangan Ekonomi (Darnall, Henriques, & Sadorsky, 2008)**

Tingkat Pengaruh Lingkungan	Koneksi Lingkungan Hidup	Tahapan Pembangunan Ekonomi	Jenis Sistem	Tipikal Lingkungan	Tujuan Sukses Perusahaan	Proses Manajemen
Rendah	L <sub>11</sub> , L <sub>1a2</sub> , L <sub>2a1</sub>		Keluar			Tidak ada pertukaran
			Keluar			Tidak ada pertukaran
		Barter Sederhana	Keluar	1	Volume	Pencarian, negosiasi & pertukaran produksi surplus
Rendah/ Menengah	L <sub>11</sub> , L <sub>1→2</sub> , L <sub>2→1</sub>	Pasar Lokal	Terbuka	2	Kualitas Produksi	Pertukaran barang ekonomi & seperangkat lembaga khusus untuk memfasilitasi pertukaran
		Ekonomi Uang	Terbuka	2	Kualitas Produksi	Pengembangan alat tukar umum
Menengah/ Tinggi	L <sub>11</sub> , L <sub>1a2</sub> , L <sub>2a1</sub> , L <sub>22</sub>	Kapitalisme Awal	Terbuka	2 & 3	Kepuasan Pelanggan Jangka Panjang	Kegiatan dikembangkan untuk mencari kelompok pelanggan, mendistribusikan barang & negosiasi pertukaran
		Produksi massal	Terbuka	2 & 3	Kepuasan Pelanggan Jangka Panjang	Kegiatan dikembangkan untuk meningkatkan & merangsang arus barang & jasa dari produsen ke konsumen
Tinggi	L <sub>11</sub> , L <sub>1a2</sub> , L <sub>2a1</sub> , L <sub>22</sub>	Masyarakat Makmur	Terbuka	3 & 4	Kepuasan Pelanggan dan Kesejahteraan Masyarakat Jangka Panjang	Selidiki keinginan sebagai lawan dari kebutuhan & sesuaikan produk untuk memenuhi keinginan yang ditafsirkan

Kecepatan dan ketepatan strategi, perusahaan harus mulai dari pemahaman manajemen green sehingga memungkinkan transformasi produksi tradisional menjadi green production. Partisipasi mitra internal bisnis di semua tingkatan dalam menjaga model

manajemen green membuka jalur-jalur penting untuk masuk menjadi green bisnis, membantu pengembangan budaya organisasi dan partisipasi mitra internal bisnis dalam memecahkan masalah green business dan keberlanjutannya dalam konteks lingkungan (Dodgson, 1993). Ada empat alasan mengapa perusahaan menggunakan manajemen green. Pertama, konsep pemahaman green dalam mengembangkan struktur dan model yang jauh lebih mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Kedua, perubahan lingkungan meningkatkan risiko keselamatan dan ketidakpastian usaha, memaksa perusahaan untuk memahami bagaimana melakukan sesuatu yang berbeda. Ketiga, pemahaman nilai, manajemen sangat dinamis dan perubahan yang terus menerus untuk menghasilkan kesepakatan yang lebih baik terhadap perbaikan risiko, keamanan dan peluang yang dihasilkan oleh lingkungan bisnis, dan keempat, perkembangan pengetahuan dan persaingan bisnis, tekanan konsumen dan peraturan mendorong manajemen untuk bertindak sesuai dengan standar perlindungan lingkungan dan prinsip-prinsip keberlanjutan perusahaan melalui proses tertentu seperti Gambar 2 (Hosseini, 2007).



Gambar 2. Proses Green Management

## KESIMPULAN

Konsep perusahaan green dan kebutuhan perusahaan modern sesuai dengan prinsip-prinsip keberlanjutan terus berkembang sebagai hasil dari pengembangan teknis, teknologi dan industri yang pesat, di samping berbagai keuntungan, juga membawa pertanyaan tentang keselamatan lingkungan dan kelangsungan hidup generasi mendatang. Filosofi Green management dalam program adalah mencegah jauh lebih daripada mengobati, yaitu

mencegah efek berbahaya mulai dari awal siklus hidup produk sehingga tidak perlu lagi energi untuk mengolah limbah, proses inilah yang akan membuat keseimbangan antara aktivitas ekonomi dan perlindungan lingkungan, asalkan dalam jangka panjang cleaner produksi dan efisiensi perlindungan lingkungan menjadi norma perilaku. Minat perusahaan berbasis lingkungan terus meningkat. Pemilihan dan penerapan model green yang paling cocok sangat tergantung tidak hanya pada teknologi tetapi juga pada serangkaian kondisi sosial-ekonomi, lingkungan, dan politik. Selain itu, model bisnis ini juga secara signifikan interlaced dengan berbagai jenis pengguna akhir. Ini berarti bahwa aplikasi bisnis ini harus dirancang untuk memastikan bahwa berbagai kebutuhan terpenuhi, misalnya:

1. Memuaskan tuntutan stakeholder.
2. Investasi awal, biaya operasional dan profitabilitas.
3. Pemanfaatan sumber daya secara efektif, mempromosikan dematerialisasi, dll.

### Daftar Pustaka

- Chavan, M. (2005). An appraisal of environment management systems. *Management of Environmental Quality: An International Journal*.
- Darnall, N., Henriques, I., & Sadorsky, P. (2008). Do environmental management systems improve business performance in an international setting? *Journal of International Management*, 14(4), 364–376.
- Dodgson, M. (1993). Organizational learning: a review of some literatures. *Organization Studies*, 14(3), 375–394.
- Dowling, G. R. (1983). The application of general systems theory to an analysis of marketing systems. *Journal of Macromarketing*, 3(2), 22–32.
- Hall, J. (2006). Environmental supply chain innovation. In *Greening the supply chain* (pp. 233–249). Springer.
- Hosseini, A. (2007). Identification of green management system's factors: A conceptualized model. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 2(3), 221–228.
- Michael, E. P. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. *Editorial Free Pr, ISBN, 13, 9780029253601*.
- Polonsky, M. J. (2011). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64(12), 1311–1319.
- Porter, M. E., & Strategy, C. (1980). Techniques for analyzing industries and competitors.

*Competitive Strategy. New York: Free.*

Ross, A., Fülöp, M., & Kučer, M. P. (2006). *Teachers' and Pupils' Constructions of Competition and Cooperation: A Three-country Study of Slovenia, Hungary and England*. University of Ljubljana Press Ljubljana.

Sawant, S. U., Mosalikanti, R., Jacobi, R., Chinthala, S. P., & Siddarth, B. (2013). Strategy for Implementation of Green Management System to Achieve Sustainable Improvement for Eco Friendly Environment, Globally. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 10(2), 5695–5701.

Shahzad, K., Bajwa, S. U., & Zia, S. A. (2013). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries & competitors. *South Asian Journal of Management*, 20(3), 194.

Sroufe, R. (2006). A framework for strategic environmental sourcing. In *Greening the supply chain* (pp. 3–23). Springer.