

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persoalan lingkungan semakin menjadi masalah global yang tidak bisa lagi dipisahkan dengan setiap aspek kehidupan manusia. Kerusakan yang terjadi pada lingkungan ini juga turut dipicu akibat dari tindakan manusia untuk memanfaatkan segala apa yang ada di alam. Salah satu akibat dari kerusakan lingkungan yaitu perubahan iklim (Efendi, 2011). seperti yang kita ketahui perubahan iklim global sebagai implikasi dari pemanasan global telah mengakibatkan ketidakstabilan atmosfer di lapisan bawah terutama yang dekat dengan permukaan bumi. Pemanasan global ini disebabkan oleh meningkatnya gas-gas rumah kaca yang dominan ditimbulkan oleh industri-industri. Gas-gas rumah kaca yang meningkat ini menimbulkan efek pemantulan dan penyerapan terhadap gelombang panjang yang bersifat panas (inframerah) yang diemisikan oleh permukaan bumi kembali ke permukaan bumi (Susandi et al., 2008). Para peneliti telah sejak lama memberi peringatan kepada masyarakat tentang bahaya perubahan iklim antropogenik, atau perubahan iklim yang disebabkan aktivitas manusia (National Geographic, 2018). efek dari perubahan iklim global ini bersifat *multisectoral* dan mempengaruhi kualitas hidup manusia dan lingkungan secara umum. Indonesia mencatat emisi karbon dari sektor energi sekitar 600 juta ton CO₂ pada tahun 2021, Menurut Sunarti et al. (2020) berdasarkan laporan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM)



pada tahun 2020 , emisi yang dihasilkan oleh sektor energi tercatat sebesar 638,452 Gg CO_{2e}. Sebagian besar emisi tersebut berasal dari industri produsen energi, di mana sektor pertambangan berkontribusi sekitar 43,83% dari total emisi yang dihasilkan oleh sektor energi. Data ini menunjukkan bahwa sektor industri, terutama pertambangan, memiliki dampak yang besar terhadap peningkatan emisi gas rumah kaca di Indonesia. Jika perubahan iklim terus terjadi akan bisa mengakibatkan pola cuaca global, mengubah curah hujan, musim, dan meningkatkan kejadian cuaca ekstrem seperti badai tropis, banjir, dan kekeringan. Perubahan iklim ini mengancam ketahanan pangan, meningkatkan risiko bencana alam, dan mengurangi sumber daya alam yang bergantung pada iklim stabil.

Seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran tentang pentingnya keberlanjutan dan mitigasi perubahan iklim, banyak perusahaan mulai beralih ke praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan, seperti penerapan strategi berkelanjutan dalam operasional mereka. Konsep keberlanjutan bisnis berfokus pada pencapaian tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang. Dalam hal ini, sektor industri, khususnya yang berpotensi besar menghasilkan emisi seperti pertambangan, perlu mengimplementasikan strategi yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals, SDGs*).



Sustainable Development Goals (SDGs) adalah pembangunan yang
aga peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara

berkesinambungan, pembangunan yang menjaga keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat, pembangunan yang menjaga kualitas lingkungan hidup serta pembangunan yang menjamin keadilan dan terlaksananya tata kelola yang mampu menjaga peningkatan kualitas hidup dari satu generasi ke generasi berikutnya (Wijaya & Kanuna, 2024). Implementasi SDGs dalam menghadapi perubahan Iklim Dan Dampaknya Paradigma pembangunan SDGs seharusnya sudah mengadopsi parameter atau variabel perubahan iklim. Hal ini dikarenakan paradigma SDGs telah memasukkan nilai ekonomi, sosial, dan ekologi serta links atau irisan ke 3 aspek tersebut ekonomi, sosial dan lingkungan. Perubahan iklim memang merupakan proses fisis, tapi harus dipahami juga secara sosial ekonomi. Fenomena perubahan iklim yang datang mendadak dapat saja merusak hasil-hasil yang telah dicapai dan menghambat pencapaian tujuan Pembangunan.

Pertambangan merupakan sektor strategis yang berperan krusial dalam perekonomian, terutama bagi negara dengan kekayaan sumber daya alam seperti Indonesia. Sektor ini menyumbang sekitar 12% dari PDB nasional melalui pajak, royalti, dan ekspor (Kementerian ESDM, 2024). Selain itu, pertambangan menyediakan bahan baku bagi industri manufaktur, energi, dan konstruksi serta menciptakan jutaan lapangan kerja, terutama di daerah terpencil yang bergantung pada sektor ini untuk pertumbuhan ekonomi (Wijaya M, 2024). Namun, industri ini juga menghadapi tantangan lingkungan dan

l yang kompleks. Aktivitas pertambangan sering dikaitkan dengan adasi lahan, pencemaran air, deforestasi, dan emisi karbon yang



berkontribusi terhadap perubahan iklim ((Lüdeke-Freund, 2020). Dari sisi sosial, konflik lahan, relokasi penduduk, serta perubahan ekonomi lokal menjadi dampak yang sering terjadi (Khaireskawati et al., 2023) Oleh karena itu, strategi keberlanjutan dalam industri pertambangan menjadi sangat penting untuk memastikan eksploitasi sumber daya alam tetap mendukung pertumbuhan ekonomi tanpa merusak keseimbangan ekologis dan kesejahteraan masyarakat.

PT. Geopersada Mulia Abadi dipilih sebagai objek penelitian karena relevansinya dengan strategi berkelanjutan dalam mendukung era bisnis hijau. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor jasa pertambangan, PT Geopersada Mulia Abadi beroperasi dalam industri yang memiliki dampak lingkungan signifikan, sehingga penting untuk meneliti bagaimana perusahaan ini menerapkan strategi berkelanjutan guna mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan tanpa mengabaikan produktivitas. PT. Geopersada Mulia Abadi adalah Perusahaan yang bergerak di bidang Kontraktor Jasa Pertambangan yang berdiri pada tanggal 06 Juni 2020 Di Kota Manado, Sulawesi Utara. PT. Geopersada Mulia Abadi berkantor pusat di Manado yang berlokasi di Marina Plaza Blok A.29 Wenang Utara, Wenang, Kota Manado. Visi perusahaan adalah menjadi kontraktor pertambangan terbaik di Indonesia yang efisien, produktif, dan inovatif dengan penerapan kaidah pertambangan yang baik. Misi GMA mencakup penerapan teknik pertambangan yang baik,

berikan solusi pertambangan terintegrasi dan inovatif, pengembangan



pekerja, peningkatan taraf hidup masyarakat sekitar, serta pemanfaatan aset dan teknologi untuk memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham.

Dalam beberapa dekade terakhir, perubahan iklim dan degradasi lingkungan telah menjadi perhatian global yang semakin mendesak. Sebagai respons terhadap tantangan ini, banyak negara telah mulai menerapkan kebijakan ekonomi hijau yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan juga meminimalkan dampak lingkungan. *Green Economy* ini merupakan suatu model pendekatan pembangunan ekonomi yang tidak lagi mengandalkan pembangunan ekonomi berbasis eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan yang berlebihan. Ekonomi hijau merupakan suatu langkah awal untuk meninggalkan praktik-praktik ekonomi yang mementingkan keuntungan jangka pendek dan yang akan mewarisi berbagai permasalahan lingkungan (Jumario & Marianus, 2023)

Green business merupakan sebuah pendekatan lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnis dengan memikirkan dampak dari kerusakan lingkungan agar terjadi keberlanjutan ketersediaan sumber daya alam. Menurut Scott Cooney (2009) *green business* adalah upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan dampak-dampak negatif dari aktivitas ekonomi perusahaan terhadap komunitas, masyarakat, ekonomi dan lingkungan lokal maupun global dengan cara memenuhi prinsip-prinsip *triple bottom line of business*.



lingkungan bisnis sekarang ini merupakan lingkungan yang kompetitif, t berubah, dan merupakan lingkungan yang semakin sulit untuk

perusahaan terutama untuk membuat keputusan bisnis. Perusahaan dihadapkan dengan informasi baru tentang teknologi informasi, siklus hidup produk yang lebih pendek, pasar global, dan persaingan ketat. Dewasa ini perusahaan juga harus mengelola ingkungan, saluran distribusi, rantai pasok, implementasi TI yang mahal, kemitraan strategis, dan harus fleksibel untuk bereaksi dengan perubahan pasar. Tidak ada alat perangkat lunak yang berguna untuk menilai, memahami, mengukur, mengubah, berkomunikasi, atau bahkan mensimulasikan model bisnis (Osterwalder et al., 2012) Dalam bukunya yang berjudul "*Business Model Generation*", Osterwalder dan Pigneur membuat suatu kerangka model bisnis yang berbentuk kanvas dan terdiri dari sembilan kotak yang berisikan elemen-elemen yang saling berkaitan. Menurut (Anter et al., 2022) model bisnis kanvas adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. tidak ada kepastian mengenai konsep model bisnis. Maka dari itu, konsep model bisnis kanvas merupakan konsep yang dapat menjadi bahasa bersama yang memungkinkan untuk menggambarkan dan memanipulasi model bisnis untuk membuat alternatif kebijakan strategi yang baru. Model bisnis kanvas digambarkan melalui sembilan blok bangunan dasar yang menunjukkan logika bagaimana sebuah perusahaan bermaksud untuk menghasilkan uang. Sembilan blok ini mencakup empat bidang utama bisnis yaitu pelanggan, penawaran,

struktur, dan kelayakan keuangan. Dalam industri pertambangan yang menghadapi tantangan lingkungan dan sosial, BMC dapat digunakan untuk



mengintegrasikan prinsip sustainable business model, seperti penerapan teknologi ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya yang lebih efisien, serta keterlibatan stakeholder dalam praktik bisnis hijau (Lüdeke-Freund, 2020). Dengan menggunakan BMC, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih adaptif dalam menghadapi era bisnis hijau, memastikan bahwa aspek keberlanjutan tidak hanya menjadi tanggung jawab sosial tetapi juga bagian dari nilai bisnis yang memberikan keunggulan kompetitif.

Menurut (Cosenz & Bivona, 2021) *Business Model* merepresentasi konseptual formal tentang bagaimana organisasi berkerja dan menciptakan nilai secara terorganisir. *Business Model Innovation* (BMI) memerlukan perubahan di dalam strategi perusahaan yang berpengaruh pada faktor eksternal dan internal (Berliandika et al., 2021). Menurut Borley (2022) Inovasi bisnis tidak hanya mencakup aspek teknologi, tetapi juga melibatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta upaya untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi industri pertambangan. Sumber inovasi bisa berasal dari riset dan pengembangan internal perusahaan, kemitraan dengan lembaga akademis, serta adaptasi teknologi baru dalam industri. Faktor- faktor ini bersama membentuk landasan untuk transformasi bisnis pertambangan menuju praktik yang lebih canggih dan berkelanjutan. (Khareskawati et al., 2023) mengatakan bahwa terdapat beberapa manfaat yang bisa diberikan oleh diberlakumannya bisnis inovasi di bidang pertambangan yaitu, dapat meningkatkan operasional,

urangi dampak lingkungan, dan meningkatkan keselamatan kerja.



(Kartiwiwowo et al., 2022) menyebutkan bahwa inovasi yang dapat diterapkan dalam usaha pertambangan adalah:

- a. Lahan atau area bekas tambang bisa di hijaukan kembali dengan proses penanaman pohon (reboisasi)
- b. Perusahaan tambang bisa mendukung dekarbonisasi dengan menerapkan *eco mechanized mining* yang berupa pergantian peralatan pertambangan yang menggunakan bahan bakar fosil menjadi elektrik.
- c. Menerapkan praktik pertambangan yang baik.
- d. Perusahaan tambang dapat menerapkan *E-Mining reporting system*, yakni system pelaporan produksi *real time* dan daring sehingga kegiatan pemantauan konvensional yang masih menggunakan bahan bakar bisa dikurangi
- e. Mengganti bahan bakar yang merusak ozon (BPO) dengan bahan bakar yang ramah lingkungan.

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, perusahaan seperti PT Geopersada Mulia Abadi perlu mengadopsi strategi berkelanjutan yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas mereka. Langkah-langkah menuju ekonomi hijau dan penerapan SDGs akan sangat penting dalam memastikan keberlanjutan jangka panjang dan pengelolaan sumber daya yang bijak. Maka dengan melihat berbagai penjelasan diuraikan di atas ,

penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul



“Strategi berkelanjutan PT Geopersada Mulia Abadi dalam mendukung era bisnis hijau”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi yang telah dibahas sebelumnya, permasalahan yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi berkelanjutan diterapkan dalam PT Geopersada Mulia Abadi
2. Bagaimana penerapan strategi bisnis hijau di PT Geopersada Mulia Abadi?
3. Bagaimana PT Geopersada Mulia Abadi dapat mengoptimalkan perannya dalam pengurangan emisi dan keberlanjutan sektor pertambangan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka, dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi berkelanjutan yang diterapkan di PT Geopersada Mulia Abadi.
2. Untuk mengevaluasi dan menjelaskan penerapan strategi bisnis hijau di PT Geopersada Mulia Abadi.
3. Menyusun rekomendasi untuk PT Geopersada Mulia Abadi dalam mengoptimalkan kontribusinya terhadap pengurangan emisi dan keberlanjutan di sektor pertambangan .



1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini, Penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan informasi mengenai strategi berkelanjutan di PT Geopersada Mulia Abadi dalam mendukung era bisnis hijau. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan perbandingan dan menjadi bahan masukan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam memperluas dan memperdalam pengetahuan serta pemahaman peneliti di bidang yang diteliti. Hasil temuan penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain untuk studi yang sejenis.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada literatur akademik dengan meningkatkan pemahaman mengenai strategi berkelanjutan yang mendukung era bisnis hijau dalam suatu perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT Geopersada Mulia Abadi sebagai masukan yang dapat menjadi



pertimbangan dalam menetapkan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman, usulan penelitian skripsi ini disusun secara komprehensif dan sistematis yang meliputi:

A. BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini serta analisis terhadap masalah utama yang telah diidentifikasi.

C. BAB III KERANGKA KONSEPTUAL/PIKIR

Bab ini menyajikan dua hal utama, yaitu kerangka konseptual dan pemikiran.

D. BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis dan rancangan penelitian, tempat dan waktu pelaksanaan, populasi serta sampel/subjek penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori dan konsep

2.1.1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai (David Fred R & Forest R David, 2016) Penggunaan energi dan sumber daya yang efisien merupakan salah satu manajemen stratejik keberlanjutan Dimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif (Bocken et al., 2014). Lebih dari itu, dalam rangka efisiensi tersebut mendorong perusahaan untuk mengejar inovasi dalam rangka mencari sumberdaya baru sebagai keunggulan kompetitif, yang merupakan elemen utama dalam manajemen stratejik keberlanjutan (Baldassare et al., 2017).

2.1.2. Triple Bottom Line

Triple bottom line merupakan salah satu perumusan dari keberhasilan perusahaan atas tanggung jawab sosial. Elkington mempopulerkan istilah *Triple Bottom Line* pada tahun 1997 melalui buku yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. *Triple bottom line* dapat dikembangkan oleh Elkington menjadi 3 istilah yaitu *economy prosperity* (nilai harta kekayaan ekonomi), *wironmental quality* (kualitas lingkungan hidup), dan *social justice*



(keadaan sosial). *Triple bottom line* dikenal dengan istilah “Formula 3P”, yaitu terdiri dari unsur *people* (perusahaan yang mempedulikan sosial dan lingkungan disekitarnya), *profit* (perusahaan berupaya meningkatkan keuntungan bagi perusahaan), dan (kemampuan perusahaan dalam menjaga kelestarian alam/bumi). Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang akan memperoleh tiga unsur tersebut yaitu keuntungan, kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

1. *People*

masyarakat merupakan *stakeholders* yang sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan adanya dukungan darimasyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka dari itu suatu perusahaan perlu berkomitmen untuk bisa memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat sekitar tempat perusahaan tersebut berdiri (Firman et al., 2023)

2. *Planet*

Organisasi Peduli terhadap iklim dan keanekaragaman hayati. proyek yang berbeda Kewajiban sosial perusahaan dalam pandangan standar ini sebagai aturan muncul sebagai penghijauan iklim, memberikan kantor air bersih, lebih mengembangkan pemukiman, peningkatan industri perjalanan ekowisata, dll. Pada aspek planet menggambarkan tentang seberapa besar kepedulian suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar tempat dimana perusahaan tersebut berdiri (Firman et al., 2023)



3. Profit

Pada aspek *profit* sangat berkaitan dengan kemampuan suatu pelaku usaha untuk memperoleh laba atau keuntungan. Manfaat yang diperoleh dari usaha ini adalah peningkatan perekonomian masyarakat. Kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan manfaat mencakup perluasan efisiensi dan pelaksanaan efektivitas biaya. Meningkatkan produktivitas bisa diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja mulai dari penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan mementingkan kepuasan pelanggan (Firman et al., 2023)

2.1.3. Bisnis Hijau

Secara umum, bisnis hijau adalah pendekatan bisnis yang berfokus pada pengurangan dampak lingkungan negatif dan mendukung keberlanjutan melalui praktik bisnis yang ramah lingkungan. Bisnis hijau bertujuan untuk menjaga keseimbangan ekosistem dengan menerapkan prinsip-prinsip efisiensi sumber daya, penggunaan bahan terbarukan, dan manajemen limbah secara bertanggung jawab (Ervin et al., 2013; Lüdeke-Freund, 2020b) Menurut Ervin et al. (2013) bisnis hijau adalah model bisnis yang berfokus pada penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan daya saing. Ditekankan bahwa perusahaan dengan strategi hijau lebih mampu mengelola risiko lingkungan dan



menarik konsumen yang semakin sadar akan isu keberlanjutan. Sementara itu, Lüdeke-Freund (2020b) mendefinisikan bisnis hijau sebagai pendekatan yang terintegrasi dengan model bisnis berkelanjutan, di mana aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan menjadi bagian dari tujuan utama perusahaan. Menurut mereka, bisnis hijau menggunakan inovasi dan teknologi untuk tidak hanya mencapai keuntungan, tetapi juga untuk berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang.

1. Efisiensi Energi dan Pengelolaan Sumber Daya

Efisiensi energi menjadi dasar dalam penerapan bisnis hijau, di mana perusahaan berfokus pada pengurangan penggunaan energi serta mengelola sumber daya secara bijaksana. Teknologi hemat energi dan pemanfaatan energi terbarukan menjadi strategi utama yang diterapkan untuk mencapai tujuan ini (Ervin et al., 2013). Langkah ini tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga mengurangi dampak karbon yang dihasilkan oleh aktivitas bisnis.

2. Pengurangan Limbah dan Daur Ulang

Praktik bisnis hijau mendorong perusahaan untuk meminimalkan limbah dan meningkatkan penggunaan daur ulang di seluruh proses produksi. Pengelolaan limbah yang efektif dan daur ulang bahan baku dapat mengurangi jejak ekologi perusahaan serta berkontribusi terhadap ekonomi sirkular. Perusahaan yang berhasil



mengimplementasikan strategi ini menunjukkan komitmen yang lebih tinggi terhadap keberlanjutan (Lüdeke-Freund, 2020b)

3. Produk dan Proses Ramah Lingkungan

Produk dan proses yang ramah lingkungan merupakan ciri khas bisnis hijau. Bahan baku yang dapat diperbaharui dan teknologi produksi yang rendah emisi menjadi fokus utama dalam pendekatan ini. Produk yang dibuat dari bahan-bahan yang aman dan dapat didaur ulang dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan serta memberikan nilai tambah bagi konsumen (Joyce & Paquin, 2016)

4. Inovasi Teknologi Ramah Lingkungan

Inovasi dalam teknologi hijau memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan proses produksi sambil mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Perusahaan yang berkomitmen pada bisnis hijau sering kali mengadopsi teknologi bersih, seperti penggunaan energi terbarukan dan teknologi daur ulang, yang mampu meningkatkan produktivitas sekaligus melestarikan lingkungan (Lüdeke-Freund, 2020b).

5. Kesadaran Sosial dan Edukasi Konsumen

Bisnis hijau juga mendorong perusahaan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan melalui edukasi yang transparan. Pendidikan ini berfungsi untuk meningkatkan pemahaman konsumen akan pentingnya memilih



produk yang ramah lingkungan dan mempertimbangkan dampaknya terhadap keberlanjutan (Ervin et al., 2013).

6. Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan

Bekerja bersama dengan pihak eksternal, seperti pemerintah, pemasok, dan komunitas, menjadi bagian integral dari bisnis hijau. Melalui kemitraan strategis ini, perusahaan dapat berbagi sumber daya dan menerapkan praktik-praktik berkelanjutan yang lebih luas. Pendekatan kolaboratif ini memperkuat komitmen perusahaan dalam mencapai tujuan keberlanjutan yang lebih tinggi (Lüdeke-Freund et al., 2019)

2.1.4. Sustainability Development Goals

Berdasarkan literasi dari Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional tentang *sustainable development goals* perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) ke 70 pada September 2015 di *New York*, Amerika Serikat, menjadi sebuah sejarah baru dalam pembangunan global. Ada 193 Kepala Negara dan pemerintahan dunia hadir untuk menyepakati agenda pembangunan universal baru yang tertuang dalam dokumen berjudul *Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development* yang berisi 17 Tujuan dan 169 Sasaran yang berlaku mulai tahun 2016 hingga tahun 2030. Dokumen ini dikenal dengan istilah *Sustainable Development Goals* atau SDGs. SDGs adalah agenda pembangunan komprehensif yang ditujukan untuk menciptakan dunia yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan. SDGs bertujuan untuk



menghapus kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan manusia, serta melindungi lingkungan alam dengan pendekatan terpadu yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan di tingkat global, nasional, dan lokal.

Beberapa tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) terdiri dari 17 tujuan utama yang mencakup berbagai aspek penting dalam pembangunan berkelanjutan. Namun, dalam konteks penelitian ini, beberapa tujuan SDGs yang lebih relevan dengan topik strategi berkelanjutan dan bisnis hijau yang diterapkan oleh PT Geopersada Mulia Abadi adalah sebagai berikut.

1. Air Bersih dan Sanitasi: Memastikan ketersediaan dan pengelolaan air bersih serta sanitasi yang berkelanjutan.
2. Energi Bersih dan Terjangkau: Memperluas akses ke energi yang terjangkau, andal, dan modern.
3. Industri, Inovasi, dan Infrastruktur: Membangun infrastruktur yang tangguh, mempromosikan industrialisasi berkelanjutan, dan mendorong inovasi.
4. Kota dan Komunitas Berkelanjutan: Membuat kota dan permukiman inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.
5. Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab: Mendorong pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan.
6. Aksi Iklim: Mengambil langkah-langkah segera untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya.



7. Kemitraan untuk Mencapai Tujuan: Memperkuat cara pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan.

2.1.5. Sustainable Business Model Canvas

Sustainable Business Model Canvas (SBMC) merupakan pengembangan dari *Business Model Canvas* (BMC) klasik yang diperkenalkan oleh (Osterwalder et al., 2012). Dalam kerangka BMC, model bisnis berfokus pada bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Namun, SBMC memperluas konsep ini dengan memasukkan elemen-elemen keberlanjutan yang lebih mendalam, meliputi dampak sosial dan lingkungan dalam setiap aspek model bisnis. SBMC tidak hanya berfokus pada nilai ekonomi tetapi juga nilai sosial dan lingkungan yang diciptakan oleh perusahaan (Joyce & Paquin, 2016)

Menurut penelitian terbaru, SBMC adalah alat yang sangat relevan dalam merancang model bisnis yang dapat bertahan dalam jangka panjang. SBMC memungkinkan perusahaan untuk melihat lebih jauh dari keuntungan finansial, dan mempertimbangkan dampak yang lebih luas dari aktivitas bisnis mereka, baik terhadap lingkungan maupun masyarakat. Sebagai contoh, dalam SBMC, perusahaan tidak hanya perlu memikirkan bagaimana mendapatkan sumber daya tetapi juga bagaimana memastikan bahwa sumber daya tersebut diperoleh



dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Geissdoerfer et al., 2018) Adapun 9 Elemen dalam SBMC ini diantaranya:

1. Key Partners

Dalam SBMC, mencakup pihak-pihak yang berkolaborasi dengan perusahaan dalam mencapai tujuan keberlanjutan. Mitra ini dapat berupa pemasok bahan baku ramah lingkungan, pemerintah, atau LSM yang fokus pada isu lingkungan (Kennedy & Bocken, 2020)

2. Key Activities

Key Activities dalam SBMC mencakup aktivitas utama yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis. Aktivitas ini bisa berupa inovasi produk hijau, pengelolaan limbah, atau efisiensi energi (Geissdoerfer et al., 2018)

3. Key Resources

Key Resources mengacu pada sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan model bisnis yang berkelanjutan. Ini dapat berupa teknologi ramah lingkungan, sumber daya manusia dengan keahlian khusus, serta modal yang dialokasikan untuk inisiatif hijau (Geissdoerfer et al., 2018)

4. Value Proposition

Value Proposition dalam SBMC mencakup manfaat utama yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Dalam konteks bisnis berkelanjutan, ini bisa berupa produk atau jasa yang ramah lingkungan,



hemat energi, dan memberi dampak positif pada sosial atau lingkungan (Lüdeke-Freund, 2020b)

5. *Customer Segments*

Customer Segments dalam SBMC meliputi kelompok pelanggan yang mendukung atau membutuhkan produk dan layanan berkelanjutan. Segmen ini dapat terdiri dari konsumen yang peduli terhadap lingkungan atau perusahaan yang ingin memperkuat inisiatif hijau mereka (Manninen et al., 2018)

6. *Channels*

Channels dalam SBMC adalah jalur distribusi yang digunakan perusahaan untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan produk atau jasa mereka. Perusahaan dapat menggunakan saluran digital dan fisik yang mengedepankan aspek keberlanjutan (Todeschini et al., 2020)

7. *Customer Relationships*

Customer Relationships mencakup bagaimana perusahaan membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan. Dalam SBMC, perusahaan harus mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan dalam interaksi mereka dengan pelanggan (Stefan Schaltegger et al., 2019)

8. *Revenue Streams*

Revenue Streams mengacu pada sumber pendapatan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan berkelanjutan. Pendapatan ini bisa



berasal dari penjualan produk hijau, jasa daur ulang, atau inovasi yang mendukung keberlanjutan (Joyce & Paquin, 2016)

9. *Cost Structure*

Cost Structure menggambarkan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnis berkelanjutan. Ini bisa mencakup biaya pengembangan teknologi hijau, pelatihan karyawan, atau pengelolaan limbah (Kennedy & Bocken, 2020)

2.1.6. Sustainable Business Model Innovation

Inovasi bisnis model berkelanjutan (*sustainable business model innovation*) adalah analisis dan perencanaan transformasi pada model bisnis yang lebih berkelanjutan atau dari sebuah model bisnis berkelanjutan menuju kepada suatu model bisnis lainnya. Beberapa jenis dari inovasi bisnis model berkelanjutan diantaranya yaitu rintisan wirausaha yang berkelanjutan, transformasi model bisnis yang berkelanjutan, diversifikasi model bisnis yang berkelanjutan, dan akuisisi model bisnis yang berkelanjutan (Geissdoerfer et al., 2018) Implementasi inovasi bisnis model berkelanjutan menghadapi beberapa tantangan yakni fundamental, pola pikir, sumber daya, inovasi teknologi, hubungan eksternal, metode dan alat (Geissdoerfer et al., 2018) Berikut adalah beberapa elemen dari *Sustainable business model innovation*.

¹ *Value Proposition*

Elemen *value proposition* dalam SBMI tidak hanya menawarkan manfaat bagi pelanggan tetapi juga mempertimbangkan dampak positif



pada lingkungan dan masyarakat. Inovasi produk dan jasa yang ramah lingkungan atau berkelanjutan menjadi fokus utama, yang melibatkan pemilihan bahan baku yang dapat diperbaharui atau desain produk dengan jejak karbon rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai yang diciptakan tidak hanya berbasis profit, tetapi juga keberlanjutan (Geissdoerfer et al., 2018).

2. *Value Creation and Delivery*

Dalam SBMI, proses penciptaan dan penyampaian nilai menitikberatkan pada efisiensi penggunaan sumber daya dan pengurangan limbah di seluruh rantai nilai. Praktik ini dapat mencakup penggunaan energi terbarukan dan rantai pasokan yang bertanggung jawab secara lingkungan. Elemen ini membantu perusahaan menciptakan nilai yang mengurangi dampak negatif pada lingkungan, sekaligus menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen yang peduli akan keberlanjutan (Kennedy & Bocken, 2020).

3. *Value Capture*

Elemen *value capture* menekankan keberlanjutan ekonomi dengan mengadopsi strategi yang mendukung pertumbuhan jangka panjang. Alih-alih hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, SBMI mendorong perusahaan untuk menerapkan model pendapatan yang mendukung keberlanjutan, seperti layanan berbasis siklus hidup produk atau penggunaan kembali produk, guna mendukung prinsip ekonomi sirkular (Zhang et al., 2020).



4. *Network and Partnerships*

Elemen ini menekankan pentingnya kolaborasi dengan pihak lain, Kolaborasi semacam ini mendukung inovasi yang tidak mungkin dicapai oleh satu pihak saja dan mendorong perusahaan untuk saling mendukung dalam mencapai tujuan keberlanjutan bersama (Geissdoerfer et al., 2018).

5. *Customer Engagement*

Pelibatan pelanggan dalam model bisnis yang berkelanjutan adalah aspek krusial. Ini melibatkan kampanye edukasi dan insentif yang mendorong gaya hidup ramah lingkungan. Dengan mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen yang mendukung perubahan menuju lingkungan yang lebih sehat (Ram Nidumolu et al., 2009).

6. *Sustainability Governance and Culture*

Elemen ini mencakup komitmen kepemimpinan dan tata kelola perusahaan yang mendukung keberlanjutan, termasuk pembentukan budaya internal yang sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan. Organisasi yang memprioritaskan pelatihan karyawan untuk keberlanjutan menciptakan lingkungan kerja yang memungkinkan inovasi dan mendorong perubahan perilaku di seluruh perusahaan (Lüdeke-Freund, 2020b).



2.2. Tinjauan Empirik

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Tabel No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Hasil Penelitian
1	Implementasi Strategi Bisnis Berkelanjutan pada Industri Pertambangan	Ramdani & Fadillah	2021	Strategi bisnis berkelanjutan dalam industri pertambangan membantu meningkatkan kinerja operasional dan menjaga keberlanjutan lingkungan.
2	Pendekatan <i>Green Business</i> dalam Meningkatkan Keberlanjutan Perusahaan	Sari & Nugroho	2022	Pendekatan <i>green business</i> dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan daya tarik investasi dengan praktik ramah lingkungan.
3	Analisis Strategi Lingkungan dalam Perusahaan Pertambangan	Wijaya & Putra	2020	Strategi lingkungan yang diterapkan mampu mengurangi emisi dan meningkatkan efisiensi sumber daya di perusahaan pertambangan.
4	Penerapan Inovasi Hijau untuk Meningkatkan	Lestari & Saputra	2019	Inovasi hijau berperan penting dalam meningkatkan daya saing bisnis melalui efisiensi



	Daya Saing Bisnis			energi dan pengurangan limbah.
5	Studi Kasus Keberlanjutan pada Industri Pertambangan di Indonesia	Hasan & Mukhlis	2023	Studi kasus menunjukkan pentingnya keberlanjutan dalam menghadapi tekanan regulasi dan permintaan masyarakat untuk praktik bisnis ramah lingkungan.

