

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permasalahan lingkungan menjadi topik yang sering dibicarakan di seluruh dunia, sehingga tingkat kepedulian terhadap masalah lingkungan hidup semakin meningkat. Masyarakat cenderung berpikir tentang bagaimana mereka dapat menjadi masyarakat yang dinamis dan terus melakukan perubahan untuk menghadapi berbagai masalah agar mereka dapat maju dan berkembang tetapi tetap memperhatikan masalah lingkungan (Waskito & Harsono, 2012). Begitu pula dalam dunia industri, isu-isu utama lingkungan hidup telah menjadi isu global yang mendorong perusahaan untuk mengelola industrinya dengan bijak.

Larangan merusak dan mengeksploitasi alam tanpa memperhatikan pemeliharannya telah Allah SWT. cantumkan dalam Al-Qur'an surat Ar-Rum ayat 41-42, yaitu:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ

يَرْجِعُونَ - ٤١

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ -

٤٢

Artinya: “Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari akibat perbuatan mereka, agar mereka kembali ke jalan yang benar.

Katakanlah: “Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah).” (QS. Ar Rum 41-42).

Ayat ini menunjukkan bahwa tindakan manusia menyebabkan segala kerusakan di bumi dan akibatnya akan kembali kepada manusia itu sendiri. Penggunaan bahan bakar dalam industri dan transportasi menghasilkan kabut asap yang menyebabkan lapisan ozon di bumi menipis. Semua ini akan meningkatkan suhu di luar ruangan dan mencairkan es di Kutub Utara dan Selatan. Akibatnya, permukaan air laut akan meningkat yang dapat menggenangi beberapa pulau di bumi. Hal ini merupakan hasil dari keserakahan manusia.

Jika tidak segera dihentikan, seluruh penghuni bumi tanpa terkecuali akan merasakan akibat dari kerusakan ini. Oleh karena itu, seluruh manusia harus memikirkan bagaimana melakukan tindakan untuk menyelamatkan lingkungan, tidak hanya mengandalkan upaya dari pemerintah. Besarnya upaya pemerintah dalam berusaha dan memikirkan solusinya, hal tersebut tidak akan mungkin terjadi tanpa dukungan masyarakat, dan perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Industri harus mendukung kebijakan pemerintah dan perusahaan karena pemanasan global merupakan masalah besar yang saat ini menimpa dunia bisnis. Pasal 30 UU No 3 Tahun 2014 mengatur bahwa industri harus memanfaatkan sumber daya alam secara efisien, ramah lingkungan, dan berkelanjutan. Setiap perusahaan ramah lingkungan memiliki keunggulan unik, yang membuat

persaingan semakin ketat. Hal ini memberikan tekanan secara internal dan eksternal yang cukup besar pada perusahaan untuk mengadopsi dan mempertahankan proses yang ramah lingkungan serta menghasilkan produk dan jasa yang ramah lingkungan. Akibatnya perusahaan harus mempertimbangkan dampak pendekatan lingkungan terhadap lingkungan kinerja bisnis dan kelangsungan ekonomi perusahaan, serta kinerja lingkungan perusahaan (Elliot, 2011).

Survei bertajuk "*Asia Pacific Nutrition Sustainability Survey 2022*" mengungkap bahwa sebanyak 86% konsumen di Indonesia mengatakan bahwa mereka telah mengalami dampak perubahan iklim dan sebanyak 94% menyadari pentingnya kelestarian lingkungan dalam membuat keputusan terkait gizi. Survei ini diselenggarakan pada bulan April 2022 terhadap 5.500 konsumen berusia 18 hingga 75 tahun di 11 negara Asia Pasifik di antaranya Australia, Hong Kong, Indonesia, Jepang, Korea, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand, dan Vietnam.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dan pelaku ekonomi tentang isu-isu lingkungan dan keberlanjutan, Perusahaan-perusahaan Indonesia mulai menyesuaikan strategi dan menerapkan proses bisnis rantai pasok ramah lingkungan agar perusahaan dapat maju dalam persaingan yang menyediakan produk ramah lingkungan. Hal ini akan menjadikan perusahaan memiliki daya saing yang tinggi.

Hall, (2011) menyatakan bahwa manajer, organisasi, dan pembuat kebijakan harus memiliki pemahaman yang baik tentang jangkauan dan dampak lingkungan dari rantai pasokan sepanjang batasnya jika mereka ingin mengelola aspek lingkungannya dengan baik. Keberhasilan di rantai pasokan mengarah pada keberhasilan di tingkat organisasi (Chopra, 2004), karena pemerintah dan konsumen telah mulai menuntut agar proses, produk, dan layanan ramah lingkungan, manajer harus mengidentifikasi dan menerapkan praktik keberlanjutan lingkungan yang luas di seluruh rantai pasokan.

Meningkatkan *Green Competitive Advantage* (GCA) merupakan tujuan yang penting bagi perusahaan yang ingin mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam operasinya. *Green Absorptive Capacity* (GAC) dan *Green Market Orientation* (GMO) merupakan konsep-konsep yang relevan untuk mencapai tujuan ini (Delmas et al., 2011; Kumar et al., 2011).

Green Absorptive Capacity (GAC) merupakan konsep yang terkait dengan kemampuan suatu organisasi untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, mengasimilasi, dan mengaplikasikan pengetahuan dan teknologi baru dalam konteks keberlanjutan dan praktik rantai pasokan yang hijau. Gagasan sederhana bahwa pengetahuan sebelumnya mendasari kapasitas serap memiliki implikasi penting bagi pengembangan kapasitas serap dari waktu ke waktu dan pada gilirannya, kinerja organisasi yang inovatif. Peran dasar dari pengetahuan sebelumnya menunjukkan dua fitur dari kapasitas serap yang akan mempengaruhi

kinerja inovatif dalam lingkungan yang terus berkembang dan tidak pasti (Cohen & Levinthal, 1990). *Absorptive Capacity* adalah kemampuan dinamis yang membantu perusahaan memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif melalui penciptaan dan pemanfaatan pengetahuan. Inovasi dan fleksibilitas merupakan pendorong keunggulan kompetitif (Zahra *et al.*, 2002).

Green Market Orientation (GMO) merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk memahami, menyadari dan merespons kebutuhan terhadap kebijakan lingkungan, tuntutan konsumen terkait dengan produk dan layanan berkelanjutan atau ramah lingkungan (Peattie & Crane, 2005). Konsep *Green Market Orientation* dapat membantu perusahaan mengidentifikasi segmen pasar yang tertarik pada produk dan layanan berkelanjutan, mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, dan menanggapi permintaan konsumen yang lebih besar terhadap produk ramah lingkungan. *Green Market Orientation* membantu perusahaan untuk lebih baik beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang semakin berorientasi pada keberlanjutan dan memungkinkan mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang berubah.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa mengintegrasikan *Green Absorptive Capacity* dan *Green Market Orientation* dapat membantu perusahaan meningkatkan *Green Competitive Advantage*. Dengan memahami kapasitas untuk mengadopsi praktik berkelanjutan, dan pasar yang berorientasi pada hijau, perusahaan dapat lebih kompetitif dalam bisnis

yang semakin berkelanjutan. *Green Competitive Advantage* membantu perusahaan menghasilkan nilai tambah dari perspektif lingkungan dan bisnis.

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai *Green Competitive Advantage* bergantung pada cara perusahaan dalam menangani isu-isu lingkungan (Hansmann, 2001). Akan tetapi, permasalahannya adalah apakah *Green Absorptive Capacity* (GAC), dan *Green Market Orientation* (GMO) dapat membantu perusahaan untuk mencapai *Green Competitive Advantage* (GCA) secara efektif.

Berdasarkan variabel yang sudah peneliti jelaskan, maka peneliti memilih objek penelitian pada perusahaan PT Natural Nusantara yang berpusat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Alasan peneliti mengambil objek tersebut karena perusahaan ini telah berupaya mewujudkan bisnis yang berkelanjutan selaras dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan berfokus pada Agrokompleks (Pertanian). PT Natural Nusantara mewujudkan keseriusan tersebut melalui pemberdayaan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkelanjutan. Hal ini tentu akan meningkatkan daya saing tinggi dalam perusahaan terlebih yang berfokus pada konsep hijau atau ramah lingkungan. Untuk itu peneliti ingin mengetahui seberapa berpengaruh *Green Absorptive Capacity* (GAC) dan *Green Market Orientation* (GMO) terhadap *Green Competitive Advantage* (GCA).

Berdasarkan latar belakang di atas yang sudah diuraikan oleh peneliti, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Green Absorptive Capacity* dan *Green Market Orientation* terhadap *Green Competitive Advantage***” pada PT Natural Nusantara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini dalam bentuk pertanyaan yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Green Absorptive Capacity* berpengaruh secara positif terhadap *Green Competitive Advantage*?
2. Apakah *Green Market Orientation* berpengaruh secara positif terhadap *Green Competitive Advantage*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat diperoleh tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui:

1. Pengaruh positif *Green Absorptive Capacity* terhadap *Green Competitive Advantage*.
2. Pengaruh positif *Green Market Orientation* terhadap *Green Competitive Advantage*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian dapat memberikan sumbangan informasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.
 - b. Hasil penelitian dapat dijadikan acuan dan pertimbangan peneliti selanjutnya yang terkait dengan *Green Competitive Advantage*.
2. Secara Praktisi
 - a. Bagi Perusahaan

Memberikan referensi pengetahuan kepada perusahaan serta diharapkan mengetahui pentingnya pengaruh *Green Absorptive Capacity* (GAC), dan *Green Market Orientation* (GMO) terhadap *Green Competitive Advantage* (GCA).
 - b. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan *Green Competitive Advantage*.
 - c. Bagi Institusi Pemerintahan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada institusi pemerintah dalam menegaskan peraturan serta penyuluhan terkait proses produk-produk ramah lingkungan agar lingkungan lebih baik.