



## Geliat “Green Office” di Indonesia

Noor Indah Rahmawati

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Jakarta*

### INFO NASKAH

*Diserahkan*

*19 Desember 2017*

*Diterima dan disetujui*

*19 Desember 2017*

### Kata Kunci:

*Geliat*

*Green office*

*Indonesia*

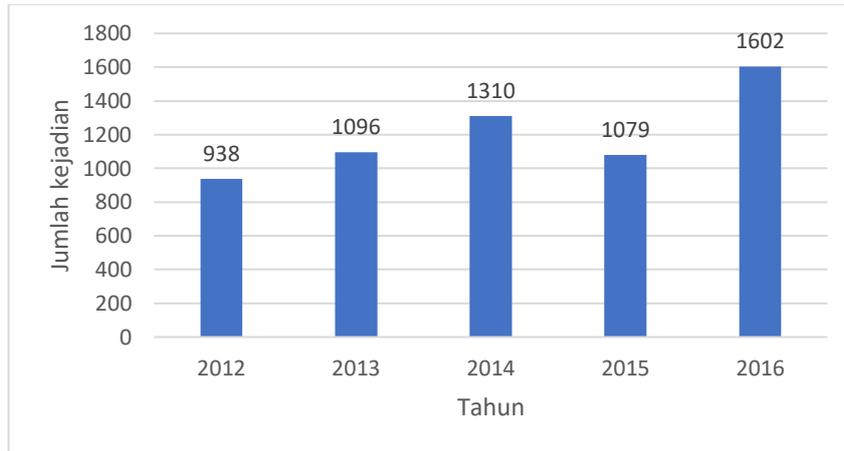
### ABSTRAK

Musibah bencana alam seperti banjir dan tanah longsor serta kebakaran hutan dan lahan menjadi kalender tahunan dan akhirnya menjadi sesuatu yang biasa. Padahal musibah ini merupakan salah satu indikasi kerusakan lingkungan. Perusahaan atau kantor sebagai pelaku bisnis mempunyai peran besar terhadap kerusakan lingkungan. Melihat kondisi tersebut, apapun jenis usahanya, dimanapun lokasi perusahaannya selayaknya peduli dengan bumi dan lingkungan. Setiap kebijakan yang dibuat perusahaan harus berorientasi pada lingkungan alam (*green office*). Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif atau kajian pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa perusahaan komitmen menerapkan *green office* dituangkan dalam visi dan misi perusahaan diantaranya adalah CV Karya Gravindo, PT SCTK, PT RNI, PT SLJ Global, PT Golden Plantation Tbk, PT Kirana Megantara Tbk, PT PN V, PT PN X, PT Argo Pantes Tbk, PT Indo Acidatama Tbk, PT Keramika Indonesia Assosiasi, PT Pupuk Kaltim, PT Krakatau Semen Indonesia, PT Semen Padang, PT Wijaya Karya Beton Tbk, PT Jaya Trade Indonesia, Bank Mandiri, Bank BSM, Bank BNI Syariah dan Bank BNI.

## 1. Pendahuluan

Musibah bencana alam seperti banjir dan tanah longsor serta kebakaran hutan dan lahan menjadi kalender tahunan dan akhirnya menjadi sesuatu yang biasa. Padahal musibah ini merupakan salah satu indikasi kerusakan lingkungan. Berdasarkan data dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) jumlah bencana alam banjir, dan tanah longsor serta kebakaran hutan dan lahan yang terjadi dalam lima tahun belakangan ini menunjukkan tren jumlah bencana alam yang terjadi pada tahun 2012 sebanyak 938 kejadian, pada tahun 2013 sebanyak 1.096 kejadian atau meningkat 17 %, pada tahun 2014 sebanyak 1.310 kejadian atau meningkat 19,5 %, pada tahun 2015 sebanyak 1.079 kejadian atau turun 18% dan pada tahun 2016 sebanyak 1.602 kejadian atau meningkat 48,5%.

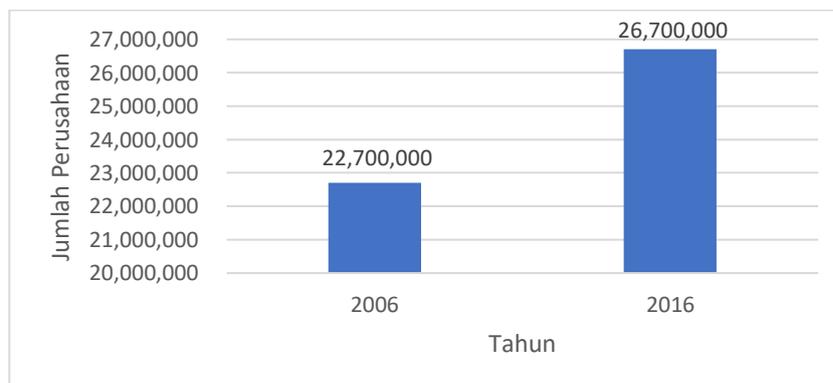
**Grafik 1. Tren Bencana**



Bencana alam yang terjadi salah satunya adalah karena ego manusia terhadap bumi. Kita mengeruk isi bumi sebanyak-banyaknya, kita bebani bumi dengan sampah-sampah yang tidak mudah terurai dan kita rusak permukaan bumi dengan polusi-polusi. Saat ini bumi sudah tidak sanggup lagi memenuhi ego manusia. Hal ini ditandai dengan musibah bencana alam yang tiada henti dan makin berkurangnya sumber daya alam baik kualitas maupun kuantitasnya.

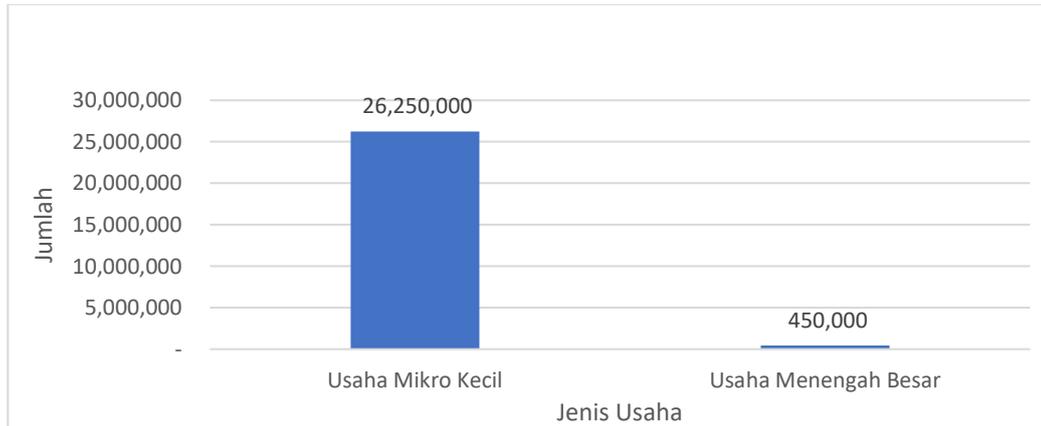
Perusahaan atau kantor sebagai pelaku bisnis mempunyai peran besar terhadap penurunan kualitas maupun kuantitas isi bumi. Perkembangan dan persaingan bisnis yang semakin pesat dan ketat ditunjang dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih menyebabkan peningkatan pemakaian sumber daya alam, sumber energi dan meningkatnya limbah yang dihasilkan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada sensus ekonomi 2016, jumlah perusahaan di Indonesia meningkat sebesar 17.51 % dalam 10 (sepuluh) tahun terakhir.

**Grafik 2. Jumlah Perusahaan**

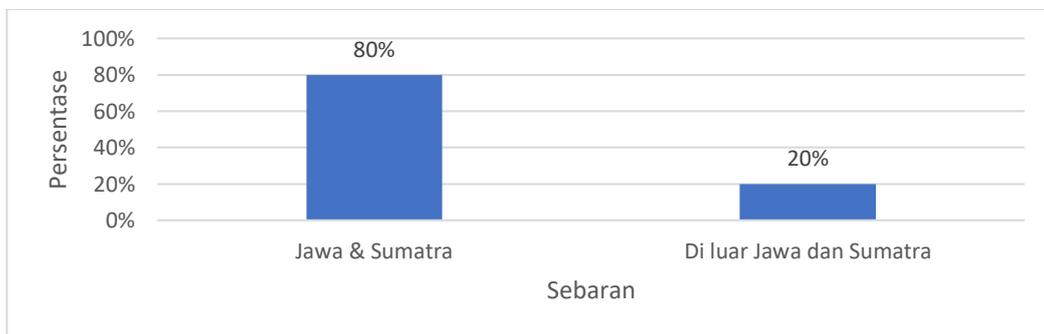


Berdasarkan jenis usahanya, perusahaan di Indonesia lebih banyak Usaha Mikro kecil dibandingkan Usaha Menengah Besar sebagaimana grafik di bawah ini.

**Grafik 3. Jenis Usaha**



**Grafik 4. Sebaran Perusahaan**



Berdasarkan grafik di atas, sebaran perusahaan di pulau Jawa dan Sumatra sebanyak 80 % dan sisanya 20% berada di luar Jawa dan Sumatra.

Melihat perkembangan perusahaan tersebut, apapun jenis usahanya, dimanapun lokasi selayaknya peduli dengan bumi dan lingkungan. Setiap kebijakan yang dibuat perusahaan harus berorientasi pada lingkungan alam. Kebijakan pemerintah Indonesia mengenai lingkungan alam diatur dalam Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Jenis Rencana Usaha dan/atau Kegiatan yang Wajib Dilengkapi dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Nurjahjadi (2014) menunjukkan bahwa beberapa perusahaan sudah menerapkan sebagian dari prinsip pemasaran berkelanjutan, karena kepedulian perusahaan terhadap dampak industri terhadap lingkungan dan sebagian karena merasa bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab dalam menjaga kelangsungan hidup lingkungan demi generasi mendatang. Sedangkan riset yang dilakukan oleh Triastity (2011) menunjukkan bahwa *green management* dapat menjadi pertimbangan sebagai salah satu program inovasi lingkungan yang selain bersifat strategis juga etis.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad *et al.* (2016) menunjukkan bahwa *green product* dan *green marketing strategy* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Saat ini sudah banyak perusahaan yang peduli dan komitmen terhadap lingkungan dengan dituangkan dalam visi dan misi perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Geliat ‘*Green Office*’ di Indonesia.

## 2. Kajian Pustaka

### *Green Office*

Menurut Sugiarto dan Dewi (2016) *Green office* merupakan refleksi kebijaksanaan kantor yang menerapkan sistem manajemen lingkungan (SML) dalam upaya menciptakan lingkungan kerja kantor bersih, indah dan nyaman serta menyehatkan dan tidak mengganggu lingkungan sekitar. SML membantu organisasi mengidentifikasi, mengelola, memantau dan mengendalikan isu lingkungan secara holistik. SML cocok untuk berbagai jenis dan ukuran organisasi, baik profit, nonprofit maupun pemerintah. Menurut *business resource efficiency guided* dalam Sugiarto dan Dewi (2016) manfaat *greening office* (a) mengurangi biaya; (b) meningkatkan efisiensi sumber daya; (c) mengurangi jejak karbon; (d) meningkatkan kinerja lingkungan; (e) meningkatkan citra perusahaan; dan (f) karyawan lebih memiliki kesadaran ramah lingkungan.

Adapun keuntungan perusahaan yang menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan adalah (a) memperagakan ketaatan terhadap persyaratan peraturan perundang-undangan saat ini maupun masa datang (b) meningkatkan keterlibatan kepemimpinan dan keterlibatan karyawan; (c) meningkatkan reputasi organisasi dan kepercayaan pemangku kepentingan melalui komunikasi strategis; (d) mencapai tujuan strategis organisasi dengan memasukkan isu lingkungan kedalam manajemen bisnis; (e) menyediakan keunggulan kompetitif dan *financial* melalui perbaikan efisiensi dan pengurangan biaya; dan (f) mendorong perbaikan kinerja lingkungan dari pemasok dengan mengintegrasikan mereka kedalam sistem bisnis organisasi.

### *ISO 14000*

ISO 14000 adalah standar pengelolaan lingkungan yang dikeluarkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO). ISO 14000 merupakan desain dan implementasi dari kerangka kerja pengelolaan lingkungan untuk meminimumkan dampak atas kegiatan operasional terhadap lingkungan. Sistem pengelolaan lingkungan yang dibutuhkan, antara lain kebijakan sistem organisasi, pengelolaan, perencanaan, prosedur operasional, prosedur

identifikasi hasil dan peraturan, tujuan, sasaran, pengendalian penjualan, pelaksanaan audit, penyimpanan catatan dan lain-lain. (Siswanto, 2011). Menurut Kuhre dalam Siswanto (2011) kompleksitas sistem pengelolaan lingkungan yang diperlukan akan bergantung pada variabel lokasi, tipe, dan kompleksitas kegiatan operasional. Semakin besar dampak organisasi terhadap lingkungan, semakin membutuhkan sistem yang mendalam dibandingkan dengan organisasi yang mempunyai dampak kecil.

#### *Visi dan Misi*

Visi merupakan suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang dan misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan visi (Sugiarto dan Dewi, 2016).

### **3. Metode Penelitian**

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

### **4. Hasil dan Pembahasan**

Berkaitan dengan konsep ramah lingkungan, komitmen organisasi atau pimpinan untuk penerapan ramah lingkungan di organisasi atau kantor bisa diwujudkan dalam bentuk visi dan misi organisasional. (Sugiarto dan Dewi, 2016:31). Beberapa perusahaan yang komitmen menerapkan *green office*, dituangkan dalam visi dan misi perusahaan.

#### *CV Karya Gravindo*

Visi CV Karya Gravindo adalah menjadi perusahaan konsultan lingkungan hidup yang memiliki integritas, kredibilitas serta profesionalisme dalam setiap pekerjaan guna mendukung pembangunan nasional Indonesia yang berwawasan lingkungan. Adapun misinya adalah menjadi mitra perusahaan dalam merancang dan merencanakan upaya pengelolaan, pemantauan, pengembangan dan pemanfaatan lingkungan dengan sebaik mungkin, melalui berbagai cara dan pendekatan yang efektif. Sehingga tercapai pemanfaatan lingkungan dan hasil optimal guna menumbuhkembangkan perusahaan, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan daerah dan pembangunan nasional berwawasan lingkungan.

*PT SCTK*

Visi PT SCTK adalah menjadi salah satu perusahaan yang terbaik dibidang pelayanan air minum melalui pengelolaan yang berwawasan lingkungan. Adapaun misinya adalah memberikan kepuasan pelayanan air minum secara berkesinambungan kepada masyarakat industri sesuai standar yang ada dan berperan sebagai penunjang ekonomi daerah serta meningkatkan sumber daya manusia secara maksimal.

*PT Rajawali Nusantara Indonesia (RNI)*

Visi PT Rajawali Nusantara Indonesia (RNI) adalah menjadi perusahaan *investment holding* terbaik ditingkat regional dengan berbasis agro industri, farmasi, alat kesehatan, distribusi, perniagaan dan *property*. Adapun misinya adalah (a) mengelola kelompok usaha secara terintegrasi dengan mengedepankan prinsip sinergi antar kelompok usaha; (b) menjalankan perusahaan secara professional dengan kualitas dan layanan prima; (c) mengembangkan budaya perusahaan dan sumber daya manusia yang handal serta berkinerja tinggi dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik; (d) menerapkan strategi usaha berkomitmen tinggi dalam rangka memberikan nilai tambah yang optimal bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya; dan (e) menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

*PT SLJ Global*

Visi PT SLJ Global adalah menjadi industri perkayuan terpadu dan bertanggung jawab sosial, memberikan solusi dengan menghasilkan produk-produk ramah lingkungan yang menggunakan bahan baku dari hutan yang dikelola secara lestari, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya alam lainnya. Adapun misinya adalah (a) mengelola kelompok usaha industri perkayuan terpadu di bidang kayu lapis dan kayu lapis olahan MDF serta produk-produk turunan lainnya yang berkaitan dengan industri perkayuan serta mempunyai tanggung jawab social; (b) menjaga keberlangsungan kebutuhan bahan baku yang dipenuhi dari hutan alam dan hutan tanaman yang dikelola berdasarkan prinsip pengelolaan hutan lestari; (c) melakukan proses produksi yang memenuhi standar ramah lingkungan; (d) memberikan nilai tambah produk melalui peningkatan nilai di setiap proses tahapannya; dan (e) mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam lainnya.

*PT Golden Plantation Tbk*

Visi PT Golden Plantation Tbk adalah menjadi perusahaan berwawasan nasional yang membangun Indonesia, hebat dan sukses di perkebunan kelapa sawit yang bereputasi dan berkontribusi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun misinya adalah (a) menyediakan produk kelapa sawit dan turunannya yang berkualitas dan berwawasan lingkungan; (b) menjadi perusahaan yang hebat dengan cara membangun sistem jalur ganda dalam organisasi; (c) membangun budaya disiplin dan sumber daya manusia pembelajar untuk memaksimalkan kekuatan karyawan dan organisasi; (d) memiliki kekuatan seperti perusahaan multinasional namun dengan kelincahan seperti perusahaan kecil; (e) menjunjung tinggi nilai-nilai profesionalisme dan tata kelola perusahaan yang baik; dan (e) secara konsisten memberikan keuntungan di atas standar pasar atas dana pemegang saham.

*PT Kirana Megantara*

Visi PT Kirana Megantara adalah menjadi penyedia solusi kebutuhan karet alam yang terbesar dan paling diminati (pelanggan dan pemasok) di dunia. Adapun yang menjadi misinya adalah memberikan solusi untuk seluruh kebutuhan yang berkaitan dengan karet alam secara berkelanjutan dan berwawasan lingkungan serta mewujudkan kesejahteraan bersama bangsa.

*PT Perkebunan Nusantara V*

Visi PT Perkebunan Nusantara V adalah menjadi perusahaan agribisnis terintegrasi yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan. Adapun misinya adalah (a) pengelolaan agro industri kelapa sawit dan karet secara efisien bersama mitra untuk kepentingan *stakeholder*; (b) penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance*, kriteria minyak sawit berkelanjutan, penerapan standar industri dan pelestarian lingkungan guna menghasilkan produk yang dapat diterima oleh pelanggan; dan (c) penciptaan keunggulan kompetitif di bidang SDM melalui pengelolaan sumber daya manusia berdasarkan praktek-praktek terbaik dan sistem manajemen SDM terkini guna meningkatkan kompetensi inti perusahaan.

*PT Perkebunan Nusantara X*

Visi PT Perkebunan Nusantara X adalah menjadi perusahaan agroindustri terkemuka berwawasan lingkungan dan misinya adalah (a) berkomitmen menghasilkan produk berbasis bahan baku tebu dan tembakau yang berdaya saing tinggi untuk pasar domestik dan

internasional dan berwawasan lingkungan; (b) berkomitmen menjaga pertumbuhan dan kelangsungan usaha melalui optimalisasi dan efisiensi di segala bidang; dan (c) mendedikasikan diri untuk selalu meningkatkan nilai-nilai perusahaan bagi kepuasan stakeholder melalui kepemimpinan, inovasi dan kerjasama team serta organisasi yang professional.

#### *PT Argo Pantes Tbk*

Visi PT Argo Pantes Tbk adalah menjadi perseroan tekstil terkemuka di dunia dengan SDM dan teknologi terbaik menghasilkan produk dan pelayanan berkualitas. Adapun misinya adalah (a) menciptakan produk berkualitas dan ramah lingkungan dengan biaya bersaing serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan; (b) menjalin kerjasama yang baik dengan mitra usaha; (c) menjadi tempat bagi SDM untuk mengembangkan pengetahuan, karir dan kesejahteraan serta mendapatkan suasana kerja yang harmonis; dan (d) memberikan kontribusi untuk lingkungan sekitar.

#### *PT Indo Acidatama Tbk*

Visi PT Indo Acidatama Tbk adalah menjadi perusahaan industri agro kimia bertaraf internasional yang ramah lingkungan dan misinya adalah (a) menjadi perusahaan industri kimia berbasis alkohol yang diakui secara internasional; (b) mengutamakan proses produksi yang ramah lingkungan sesuai dengan standar yang berlaku; (c) menjadi perusahaan yang mampu bersaing secara internasional dalam industri sejenis; (d) menjamin kualitas produk sesuai standar internasional dan kuantitas produk sesuai permintaan; (e) selalu memenuhi komitmen yang telah disepakati dengan pelanggan; (f) secara terus menerus akan melakukan inovasi untuk meningkatkan efisiensi di segala bidang; (g) secara terus menerus akan meningkatkan kualitas keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia berlandaskan moralitas dan mentalitas yang baik; dan (h) selalu berupaya meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan usaha demi mencapai kemakmuran bagi investor, karyawan dan masyarakat.

#### *PT Keramika Indonesia Assosiasi Tbk*

Visi PT Keramika Indonesia Assosiasi Tbk adalah menjadi perusahaan yang menguntungkan dan berkelanjutan di Indonesia serta penyedia produk ramah lingkungan focus pada kepuasan pelanggan keunggulan operasional dan berkontribusi pada masyarakat setempat. Adapun misinya adalah berfokus pada penelitian dan pengembangan dalam produk dan

pelayanan termasuk transfer ilmu filosofi usaha dari SCG, Thailand. Perusahaan menekankan pada pengembangan produk yang bernilai tinggi, pengembangan sumber daya manusia, kepuasan pelanggan dan produk yang ramah lingkungan. Misi ini akan membawa pertumbuhan yang berkelanjutan dan keuntungan bagi perusahaan.

#### *PT Pupuk Kalimantan Timur*

Visi PT Pupuk Kalimantan Timur adalah menjadikan perusahaan di bidang industri pupuk, kimia dan agribisnis kelas dunia yang tumbuh dan berkelanjutan. Adapun misinya adalah (a) menjalankan bisnis produk-produk pupuk, kimia serta portofolio investasi dibidang kimia, *agro energy, trading* dan jasa pelayanan pabrik yang bersaing tinggi; (b) mengoptimalkan nilai perusahaan melalui bisnis inti dan pengembangan bisnis baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan menunjang program kedaulatan pangan nasional; (c) mengoptimalkan utilisasi sumber daya di lingkungan sekitar maupun pasar global yang didukung oleh SDM yang berwawasan internasional dengan menerapkan teknologi terdepan; dan (d) memberikan manfaat yang optimum bagi pemegang saham, karyawan dan masyarakat serta peduli pada lingkungan.

#### *PT Krakatau Semen Indonesia*

Visi PT Krakatau Semen Indonesia adalah menjadi perusahaan berwawasan lingkungan yang mengelola limbah B3 secara efisien, efektif dan senantiasa dapat tumbuh secara berkesinambungan serta memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. Adapun misinya adalah memproduksi dan memperdagangkan material semen serta material terkait lainnya guna mendukung peningkatan produksi dan efisiensi industri semen dan turunannya serta memberikan nilai tambah bagi upaya pelestarian lingkungan.

#### *PT Semen Padang*

Visi PT Semen Padang adalah menjadi perusahaan persemenan yang andal, unggul dan berwawasan lingkungan di Indonesia bagian barat dan Asia Tenggara. Adapun misinya adalah (a) memproduksi dan memperdagangkan semen serta produk terkait lainnya yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan; (b) mengembangkan SDM yang kompeten, professional dan berintegritas tinggi; (c) meningkatkan kemampuan rekayasa dan engineering untuk mengembangkan industri semen nasional; (d) memberdayakan, mengembangkan dan mensinergikan sumber daya perusahaan yang berwawasan lingkungan; dan (e) meningkatkan

nilai perusahaan secara berkelanjutan dan memberikan yang terbaik kepada *stakeholder*.

#### *PT Wijaya Karya Beton Tbk*

Visi PT Wijaya Karya Beton Tbk adalah menjadi perusahaan terkemuka dalam bidang engineering, production, installation (EPI) industri beton di Asia Tenggara. Adapun misinya adalah (a) menyediakan produk dan jasa yang berdaya saing dan memenuhi harapan pelanggan; (b) memberikan nilai lebih melalui proses bisnis yang sesuai dengan persyaratan dan harapan pemangku kepentingan; (c) menjalankan sistem manajemen dan teknologi yang tepat guna untuk meningkatkan efisiensi, konsistensi mutu, keselamatan dan kesehatan kerja yang berwawasan lingkungan; (d) tumbuh dan berkembang bersama mitra kerja secara sehat dan berkesinambungan; dan (e) mengembangkan kompetensi dan kesejahteraan pegawai.

#### *PT Jaya Trade Indonesia*

Visi PT Jaya Trade Indonesia adalah menjadi perusahaan perdagangan yang terbaik dan tangguh dalam bidang barang dan peralatan industri di Indonesia. Adapun misinya adalah (a) mengutamakan pertumbuhan yang berkesinambungan, berkualitas dan berwawasan lingkungan; (b) mengutamakan mutu, keselamatan kerja dan keandalan pelayanan untuk kepuasan pelanggan dan mitra kerja; (c) menciptakan peluang dan nilai tambah bagi *stakeholder* melalui inovasi dan teknologi; dan (d) membangun sumber daya manusia unggul untuk berprestasi, berkreasi dan tumbuh bersama berlandaskan nilai-nilai budaya jaya.

#### *Bank Mandiri*

Visi Bank Mandiri adalah menjadi lembaga keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif. Adapun misinya adalah (a) berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar; (b) mengembangkan sumber daya manusia profesional; (c) memberi keuntungan yang maksimal bagi *stakeholder*; (d) melaksanakan manajemen terbuka; dan (e) peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.

#### *Bank Syariah Mandiri (BSM)*

Visi Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah (a) untuk nasabah: BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan; (b) untuk pegawai: BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir

professional; dan (c) untuk investor: institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan. Adapun misinya adalah (a) mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan; (b) meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah; (c) mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel; (d) mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal; (e) mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat; dan (f) meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

#### *Bank BNI Syariah*

Visi *Bank BNI Syariah* adalah menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja. Adapun misinya adalah (a) memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan; (b) memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah; (c) memberikan nilai investasi yang optimal; (d) menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah; dan (e) menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

#### *Bank BNI*

Visi Bank BNI adalah menjadi lembaga keuangan yang unggul dalam layanan dan kinerja. Adapun misinya adalah (a) memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah dan selaku mitra pilihan utama; (b) meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor; (c) menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi; (d) meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas; dan (e) menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

## **5. Simpulan dan Saran**

Musibah bencana alam yang terjadi tiada henti menyadarkan perusahaan bahwa setiap aktivitas perusahaan berdampak pada lingkungan alam. Komitmen perusahaan pada lingkungan alam diterapkan dalam “*green office*”. *Green office* dalam pelaksanaan manajemen memasukkan masalah lingkungan dalam visi dan misi perusahaan. Perusahaan dengan visi dan

misi yang ramah lingkungan bukan hanya menghijaukan lingkungan alam tetapi juga menyuburkan kehidupan perusahaan.

### **Daftar Pustaka**

Ahmad, F., J. Lopian dan A.S. Soegoto. 2016. Analisis Green Product dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop di Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 4 (1).

<http://bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/visimisi>

<http://dibi.bnppb.go.id/bnppb/>

<http://krakatausemenindonesia.com/VisiMisi>

<http://ptpn10.co.id/page/profil>

<http://sctk.co.id/perusahaan/visi-dan-misi>

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

<http://wikabeton.co.id/id/visi-misi-nilai-paradigma>

[http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about\\_our.asp](http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about_our.asp)

<http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi>

<http://www.bumn.go.id/ptpn5/halaman/120>

[http://www.goldenplantation.com/our\\_company/detail/vision\\_mission](http://www.goldenplantation.com/our_company/detail/vision_mission)

<http://www.kiaceramics.com/id/tentang-kami/visi-misi.html>

<http://www.kiranamegantara.com/id/profil/misi- visi>

<http://www.rni.co.id/profil-lembaga/visi-dan-misi>

<http://www.semenpadang.co.id/index.php?mod=profil&id=2>

<http://www.sljglobal.com/vision-mission/>

<https://cvkaryagavindo.wordpress.com/2015/05/12/visi-misi>

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis>

<https://www.acidatama.co.id/visi-misi.php>

<https://www.argopantes.com/pdf/Anuual.pdf>

[https://www.jayatrade.com/tentang\\_jatra?p=info&id=4](https://www.jayatrade.com/tentang_jatra?p=info&id=4)

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>

Nurtjahjadi, E. 2014. Sustainable Marketing: Pemasaran Ramah Lingkungan dan Sosial Demi Generasi Mendatang. *Proseedings SNEB*.

Siswanto. 2011. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiarto, A dan Y.E.P. Dewi. 2016. *Green Office Manajemen Kantor Berkonsep Ramah Lingkungan*. Yogyakarta: Gava Media.

Triastity, R. 2011. Green Management sebagai Pelaksanaan Etika Bisnis Upaya Kelangsungan Hidup Perusahaan Jangka Panjang. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11 (2): 87-95.

[www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)