



## ***Green Productivity: Mengintegrasikan Keberlanjutan dalam Produktivitas Organisasi***

Risa Aisyah<sup>1\*</sup>, Dimas Wahyudi<sup>2</sup>, Zamzam Nurahman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institut Teknologi Garut, Indonesia

\*email: [risa.aisyah@itg.ac.id](mailto:risa.aisyah@itg.ac.id)

---

### **Info Artikel**

Dikirim: 20 Desember, 2023

Diterima: 16 Mei, 2024

Diterbitkan: 20 Mei 2024

---

### **Kata kunci:**

*Green Productivity*;

Integrasi;

*Organisasi*.

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menjelajahi konsep *Green Productivity* sebagai pendekatan inovatif dalam menghadapi tantangan global terkait ketidakstabilan lingkungan dan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan. Organisasi di seluruh dunia, termasuk IKEA, kini dihadapkan pada desakan untuk mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam operasional mereka. Fokus utama penelitian ini adalah pada *Green Productivity* sebagai solusi holistik yang tidak hanya meningkatkan produktivitas organisasi, tetapi juga memastikan tanggung jawab terhadap lingkungan sebagai elemen utama. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang konsep *Green Productivity* melalui studi literatur dan wawancara dengan para ahli. Sementara itu, metode kuantitatif digunakan untuk mengukur dampak implementasi *Green Productivity* melalui analisis data kinerja organisasi sebelum dan setelah penerapan. Analisis lima kekuatan Porter dan matriks IFAS serta EFAS memberikan perspektif komprehensif tentang posisi IKEA dalam industri furniture yang intens. Hasil penelitian menyoroti keberhasilan IKEA dalam mempertahankan posisi kompetitifnya melalui inovasi, efisiensi operasional, dan strategi berkelanjutan. Keunggulan daya tawar terhadap pemasok dan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pembeli memperkuat posisi IKEA dalam menghadapi ancaman pendatang baru dan produk pengganti. Analisis SWOT menyoroti faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi IKEA, dengan penekanan pada kekuatan seperti pengetahuan pelanggan yang luas dan inovasi berkelanjutan. Kesimpulan penelitian ini memberikan arah bagi organisasi, termasuk IKEA, untuk terus mengembangkan dan mengimplementasikan strategi berkelanjutan, terutama dalam konteks *Green Productivity*. Dengan memahami prinsip-prinsip dan manfaat *Green Productivity*, organisasi dapat merancang langkah-langkah konkrit untuk mencapai keseimbangan optimal antara efisiensi operasional dan keberlanjutan lingkungan. Demikian, *Green Productivity* bukan hanya menjadi kebutuhan etis, tetapi juga menjadi landasan bagi pertumbuhan berkelanjutan di masa depan.

---

## **1. PENDAHULUAN**

Dalam menghadapi era ketidakstabilan lingkungan global dan kesadaran yang semakin meningkat terhadap isu-isu lingkungan, organisasi di seluruh dunia kini dihadapkan pada tekanan untuk mengadopsi praktik berkelanjutan sebagai bagian integral dari operasional mereka [1]. Perubahan iklim, kepunahan spesies, dan

pencemaran lingkungan telah menjadi sorotan utama, menuntut respons serius dari sektor bisnis [2]. *Green Productivity*, sebagai sebuah pendekatan inovatif, muncul sebagai solusi yang menjanjikan untuk menghadapi tantangan ini. Konsep ini tidak hanya mencakup peningkatan produktivitas dalam operasional organisasi, tetapi juga mengintegrasikan tanggung jawab lingkungan sebagai komponen kunci. Dalam mengembangkan *Green Productivity*, organisasi dapat mengadopsi berbagai strategi, mulai dari efisiensi energi, manajemen limbah yang bijaksana, hingga penggunaan sumber daya terbarukan [3]. Pentingnya *Green Productivity* tidak hanya terbatas pada keseimbangan ekologi, tetapi juga mencakup manfaat jangka panjang bagi perusahaan. Mengurangi jejak karbon, menghemat biaya operasional, dan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai entitas yang peduli lingkungan adalah beberapa keuntungan yang dapat dicapai melalui penerapan *Green Productivity* [4]. Selain itu, pemangku kepentingan dan konsumen semakin menghargai dan memilih produk dan layanan yang berasal dari organisasi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan [5]. Oleh karena itu, mengadopsi *Green Productivity* bukan hanya langkah etis, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang cerdas. Dalam upaya mendorong *Green Productivity*, organisasi juga dapat berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait, termasuk pemerintah, masyarakat sipil, dan lembaga nirlaba. Penelitian dan pengembangan teknologi hijau juga dapat menjadi bagian penting dari agenda ini, memungkinkan adopsi inovasi yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Secara keseluruhan, *Green Productivity* bukan hanya sekadar tren sementara, melainkan suatu keharusan untuk menciptakan masa depan yang berkelanjutan. Organisasi yang mampu menggabungkan efisiensi operasional dengan tanggung jawab lingkungan akan mampu bersaing secara berkelanjutan dalam era bisnis yang terus berubah ini, sambil tetap menjaga keberlanjutan planet kita [4].

Dalam merespons seruan untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap lingkungan, penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi konsep *Green Productivity* dan bagaimana implementasinya dapat membantu organisasi mencapai keseimbangan optimal antara efisiensi operasional dan keberlanjutan. Dengan memahami prinsip-prinsip dasar dan manfaat *Green Productivity*, organisasi dapat merumuskan strategi yang relevan untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan [6]. Pentingnya penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan pandangan yang mendalam tentang bagaimana *Green Productivity* dapat menjadi pilar utama dalam mencapai tujuan berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tidak hanya meningkatkan produktivitas organisasi, tetapi juga secara signifikan mengurangi jejak ekologis yang dihasilkan oleh kegiatan operasional mereka. Konsep *Green Productivity* membuka pintu bagi inovasi di dalam struktur organisasi, memungkinkan pengembangan praktik bisnis yang tidak hanya menguntungkan perusahaan secara finansial, tetapi juga berkontribusi positif terhadap lingkungan. Penelitian ini akan memberikan landasan untuk pemahaman mendalam tentang bagaimana *Green Productivity* dapat diintegrasikan ke dalam model bisnis organisasi, menciptakan landasan bagi pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan [7]. Selain itu, penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai panduan praktis bagi organisasi yang berusaha menerapkan *Green Productivity* dalam operasional mereka [8]. Dengan memahami secara komprehensif konsep ini, organisasi dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang mungkin muncul selama proses implementasi. Sebagai hasil dari penelitian ini, diharapkan akan muncul dasar untuk pengembangan model bisnis yang tidak hanya efisien dari segi operasional, tetapi juga ramah lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya menghadirkan wawasan mendalam tentang *Green Productivity*, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pembentukan masa depan di mana bisnis dan lingkungan dapat berjalan seiring dalam harmoni yang berkelanjutan [9].

Adapun manfaat *Green Productivity* salah satunya ada peningkatan efisiensi operasional dengan rumus sebagai berikut [10]:

$$\text{Efisiensi Operasional} = \frac{\text{Output yang dihasilkan}}{\text{Input yang digunakan}} \times 100\% \quad (1)$$

Rumus ini mengukur sejauh mana organisasi dapat menghasilkan output yang diinginkan dengan menggunakan jumlah input yang lebih sedikit. Peningkatan nilai efisiensi operasional menunjukkan kemajuan dalam menerapkan *Green Productivity*.

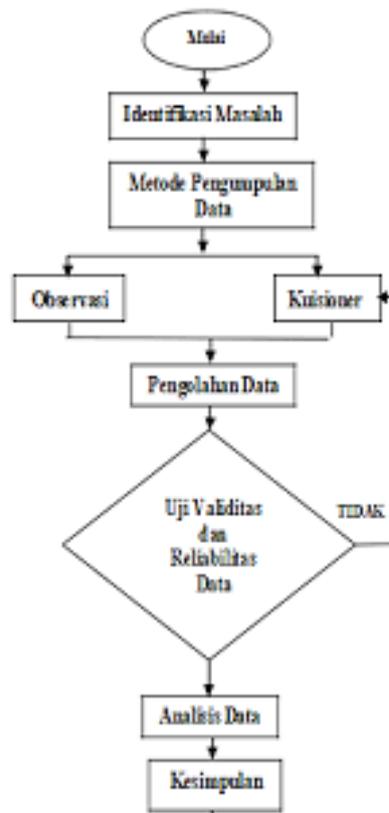
Manfaat lainya adalah pengurangan dampak lingkungan Dimana dirumuskan sebagai berikut [10]:

$$\text{Pengurangan dampak lingkungan} = \frac{\text{Dampak lingkungan awal} - \text{Dampak lingkungan implementasi}}{\text{Dampak lingkungan awal}} \times 100\% \quad (1)$$

Rumus ini membantu mengukur persentase pengurangan dampak lingkungan setelah penerapan *Green Productivity*. Dampak lingkungan dapat diukur dalam berbagai parameter, seperti emisi karbon atau penggunaan air.

## 2. METODE PENELITIAN

Tahapan alur penelitian ini disajikan dalam diagram alur berikut.



Gambar 1. Diagram alur

Penelitian ini menerapkan pendekatan holistik dengan memadukan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif dipilih sebagai langkah awal untuk meraih pemahaman yang mendalam tentang konsep *Green Productivity* [11][12]. Hal ini melibatkan studi literatur yang komprehensif dan wawancara mendalam dengan para ahli di bidangnya. Pendekatan ini dirancang untuk menggali berbagai sudut pandang dan pemahaman yang mendalam terkait dengan konsep *Green Productivity*, memperkaya dasar teoritis penelitian. Seiring dengan itu, metode kuantitatif diadopsi untuk mengukur dampak nyata dari implementasi *Green Productivity*. Analisis data kinerja organisasi sebelum dan setelah penerapan menjadi landasan untuk mengukur efektivitas *Green Productivity* dalam konteks praktis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi perubahan konkret dalam kinerja organisasi sebagai hasil dari penerapan strategi berkelanjutan. Dengan menggabungkan kedua metode ini, penelitian ini bertujuan memberikan pandangan yang komprehensif dan terperinci tentang konsep *Green Productivity* serta membuktikan secara empiris dampaknya terhadap kinerja organisasi. Integrasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap dan holistik, memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan pemikiran dan praktik berkelanjutan di berbagai sektor. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang konsep *Green Productivity* melalui studi literatur dan wawancara dengan para ahli. Sementara itu, metode kuantitatif digunakan untuk mengukur dampak implementasi *Green Productivity* melalui analisis data kinerja organisasi sebelum dan setelah penerapan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Lima Kekuatan Porter

Berikut merupakan lima gaya menurut Michael Porter, Porter's Five Force Analysis disajikan pada table 1.

Tabel 1. Lima Kekuatan Porter

Lima Kekuatan Porter	Analisis Hasil
Ancaman Pendetang Baru	IKEA bersiap menghadapi ancaman yang cukup rendah dari persaingan baru. Ini karena mereka sudah berhasil membangun skala ekonomi yang mantap dan punya jaringan distribusi global yang meluas. Dengan skala ekonomi yang udah mereka raih, mereka bisa nyediain produk dengan harga bersaing dan tetap ngasih kualitas. Jaringan distribusi global mereka juga memperkuat posisi mereka, memudahkan akses ke pasar-pasar internasional dan menjadikan IKEA lebih fleksibel dalam manajemen rantai pasokan. Dengan ini, IKEA nampaknya punya keunggulan yang bakal bikin pendatang baru mikir dua kali sebelum masuk ke pasar yang udah dikuasai oleh IKEA.
Daya Tawar Pemasok	IKEA memegang kendali yang kuat atas pemasok-pemasoknya, berkat volume pembelian yang besar dan hubungan yang terjalin jangka panjang. Karena mereka beli dalam jumlah besar, IKEA punya daya tawar tinggi dalam bernegosiasi harga dan persyaratan lainnya dengan pemasok. Hubungan jangka panjang ini juga memperkuat kerjasama, memberi kepastian bagi pemasok tentang permintaan yang stabil dan memberikan IKEA akses prioritas terhadap sumber daya yang diperlukan. Ketika volume pembelian besar dan hubungan jangka panjang saling beriringan, IKEA bisa mendapatkan efisiensi biaya dan stabilitas pasokan. Dengan demikian, daya tawar yang dimiliki oleh IKEA terhadap pemasoknya bukan cuma soal harga, tapi juga soal keberlanjutan dan ketersediaan bahan baku. Hal ini menciptakan situasi di mana pemasok-pemasok cenderung menjaga hubungan yang baik dengan IKEA, karena kerjasama ini berdampak positif pada kedua belah pihak.
Daya Tawar Pembeli	Pembeli memang punya daya tawar yang kuat karena beberapa alasan keren. Pertama, tidak ada biaya penggantian yang signifikan, yang artinya kalau pembeli bosan atau ga puas, gampang aja buat mereka pindah ke produk atau merek lain tanpa harus keluarin banyak duit. Kedua, sensitivitas mereka terhadap harga tinggi, jadi setiap perubahan harga bisa langsung ngaruh pada keputusan beli mereka. Keunggulan daya tawar pembeli ini bikin para penjual, termasuk Ikea, harus tetap terjaga dalam memberikan nilai tambah dan harga yang kompetitif. Pembeli jelas punya banyak pilihan, dan perubahan kecil aja dalam harga atau kualitas bisa langsung mempengaruhi keputusan mereka. Jadi, ini bikin Ikea dan penjual lainnya harus senantiasa menjaga kualitas produk dan memberikan penawaran yang menggiurkan agar tetap menarik bagi pembeli dengan daya tawar yang tinggi ini.
Ancaman Produk Pengganti	Ancaman produk pengganti terhadap IKEA relatif rendah berkat desain unik dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini. Desain yang unik menciptakan identitas kuat bagi produk IKEA, membuatnya sulit untuk digantikan oleh produk sejenis dari pesaing. Konsumen seringkali terpicat oleh estetika

Lima Kekuatan Porter	Analisis Hasil
	<p>husus dan inovasi desain yang diusung oleh IKEA, menciptakan loyalitas yang sulit untuk dilampaui oleh produk pengganti. Selain itu, kualitas produk yang konsisten juga menjadi tameng bagi IKEA. Kepercayaan pelanggan terhadap keandalan dan ketahanan produk menciptakan suatu keunggulan kompetitif. Meskipun mungkin ada produk pengganti di pasar, kehandalan yang terkait dengan merek IKEA membuatnya sulit untuk digantikan. Namun, dalam menghadapi perubahan tren dan selera pasar, IKEA perlu tetap inovatif dalam desain dan menjaga standar kualitasnya. Dengan cara ini, mereka bisa mempertahankan keunggulan mereka terhadap produk pengganti dan terus memenangkan hati konsumen dengan kombinasi desain unik dan kualitas yang tak tergantikan.</p>
Intensitas Persaingan	<p>Di dunia furniture yang penuh dengan persaingan sengit, IKEA berhasil menjaga posisinya yang kompetitif dengan mengandalkan dua senjata utamanya: inovasi dan efisiensi operasional. Dalam ketatnya persaingan di industri ini, inovasi menjadi pembeda utama bagi IKEA. Dengan terus menerapkan desain yang unik dan solusi fungsional untuk memenuhi kebutuhan konsumen, IKEA berhasil mempertahankan daya tariknya di pasar. Selain itu, efisiensi operasional yang menjadi ciri khas IKEA juga memberikan keunggulan kompetitif. Proses produksi yang efisien dan rantai pasokan yang terorganisir dengan baik memungkinkan IKEA untuk mengendalikan biaya produksi dan menyajikan produk dengan harga yang bersaing. Dengan demikian, mereka dapat menarik pelanggan dengan penawaran harga yang menarik tanpa mengorbankan kualitas. Pertahanan posisi kompetitif IKEA juga didukung oleh skala ekonomi yang besar, memungkinkan mereka untuk menawarkan beragam produk dengan harga yang terjangkau. Kemampuan ini membuat IKEA menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen yang mencari nilai tambah tanpa mengorbankan gaya dan kualitas. Dengan terus menjaga fokus pada inovasi dan efisiensi operasional, IKEA dapat tetap menjadi pemain kunci di industri furniture, menghadapi persaingan intens dengan langkah-langkah yang cerdas dan responsif terhadap perubahan dalam selera dan tuntutan pasar.</p>

Sumber: [13]

### 3.2 SWOT Analysis

Hasil penelitian, yang melibatkan analisis statistik deskriptif dan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi, menghasilkan data yang digunakan untuk menghitung lima kekuatan Porter. Proses ini dilakukan dengan memanfaatkan matriks IFAS dan matriks EFAS, yang kemudian dijelaskan secara rinci dalam tabel 1 dan 2 [14].

Tabel 2. IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Pengetahuan pelanggan yang luas	4	8	32
2.	Inovasi berkelanjutan	5	9	45
3.	Integrasi rantai pasok	4	7	28
Kelemahan				
1.	Publikasi negative	3	6	18
2.	Penurunan kualitas produk	3	5	15

Tabel 3. EFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Ekspansi ke ekonomi berkembang	4	8	32
2.	Peningkatan penjualan online	5	9	45
Ancaman				
1.	Persaingan yang meningkat	4	7	28
2.	Oerubahan preferensi belanja	3	6	18

Sumber: [15]

#### 4. KESIMPULAN

IKEA, dengan strategi inovatif dan efisiensi operasionalnya, berhasil mempertahankan keunggulan kompetitif di industri furniture yang penuh persaingan. Pemanfaatan skala ekonomi tidak hanya memungkinkan penawaran produk dengan harga bersaing tetapi juga memperkuat daya tawar terhadap pemasok, memastikan akses stabil terhadap bahan baku dan efisiensi dalam rantai pasok. Konsep desain unik IKEA menciptakan identitas yang kuat, menjadikannya sulit digantikan oleh produk pengganti. Peningkatan efisiensi operasional menjadi landasan utama dalam menjawab dinamika pasar yang terus berubah. Respon yang cepat terhadap kebutuhan konsumen memperkuat posisi IKEA di pasar global. Analisis SWOT menyoroti kekuatan dalam pengetahuan pelanggan, inovasi berkelanjutan, dan integrasi rantai pasok, sementara kelemahan seperti publikasi negatif dan penurunan kualitas produk memerlukan perhatian khusus. Peluang ekspansi ke ekonomi berkembang dan peningkatan penjualan online memberikan potensi pertumbuhan yang signifikan. Namun, persaingan yang semakin ketat dan perubahan preferensi belanja menjadi tantangan yang perlu diatasi. Kesimpulannya, implementasi *Green Productivity* bukan hanya menjadi strategi tambahan tetapi menjadi kunci bagi kesinambungan pertumbuhan IKEA di masa depan. Dengan memahami dan mengadopsi praktik berkelanjutan, IKEA dapat menjawab tuntutan pasar dan menjaga posisi unggulnya dalam industri yang terus bertransformasi. Dapat disimpulkan bahwa IKEA, melalui inovasi dan efisiensi operasional, mampu mempertahankan posisi kompetitif di tengah persaingan industri furniture yang sengit. Dengan memanfaatkan skala ekonomi, daya tawar terhadap pemasok, dan konsep desain unik, IKEA berhasil menghadapi ancaman pendatang baru dan produk pengganti. Peningkatan efisiensi operasional dan responsif terhadap kebutuhan pasar memperkuat posisi IKEA di pasar global. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pengetahuan pelanggan yang luas, inovasi berkelanjutan, dan integrasi rantai pasok menjadi kekuatan utama, sementara publikasi negatif dan penurunan kualitas produk menjadi kelemahan yang perlu diatasi. Peluang ekspansi ke ekonomi berkembang dan peningkatan penjualan online dapat dioptimalkan, namun, persaingan yang meningkat dan perubahan preferensi belanja menjadi ancaman yang harus diantisipasi. Sebagai kesimpulan, implementasi *Green Productivity* menjadi kunci bagi pertumbuhan berkelanjutan IKEA di masa depan.

#### REFERENSI

- [1] I. N. T. Sutaguna *et al.*, *MANAJEMEN STRATEGI BISNIS*. Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- [2] L. Zhao, Y. Q. Zhang, M. Sadiq, V. M. Hieu, and T. Q. Ngo, "Testing green fiscal policies for green investment, innovation and green productivity amid the COVID-19 era," *Econ. Chang. Restruct.*, 2023, doi: 10.1007/s10644-021-09367-z.
- [3] N. Rochyani *et al.*, *Sistem Lingkungan Industri*. Get Press Indonesia, 2023.
- [4] R. Yanti *et al.*, *Green Marketing For Business*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [5] Marimin, M. A. Darmawan, Machfud, M. P. Islam Fajar Putra, and B. Wiguna, "Value chain analysis for green productivity improvement in the natural rubber supply chain: A case study," *J. Clean. Prod.*, 2014, doi: 10.1016/j.jclepro.2014.01.098.
- [6] S. Silvani, "Green Innovation Sebagai Strategi Pengembangan Umkm Dalam Mendukung Business Sustainability Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Depot Air Minum Putri RO Kelurahan Prabujaya)." UIN Raden Intan Lampung, 2023.
- [7] A. S. Putri, M. D. Supriatna, and N. F. Sofiani, "Efektivitas Penerapan Hybrid Working Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Cimahi," *Konf. Nas. Ilmu Adm.*, vol. 5, no. 1, pp. 59–63, Dec. 2021, Accessed: Dec. 05, 2022. [Online]. Available:

- <http://180.250.247.102/conference/index.php/knia/article/view/583>
- [8] J. Prayugo and L. X. Zhong, "Green productivity: Waste reduction with green value stream mapping. A case study of leather production," *Int. J. Prod. Manag. Eng.*, 2021, doi: 10.4995/IJPME.2021.12254.
- [9] F. Purba, O. Suparno, and A. Suryani, "Green productivity in the Indonesian leather-tanning industry," *Leather Footwear J.*, 2020, doi: 10.24264/lfj.20.3.4.
- [10] N. Mukaromah and S. Supriono, "Pengaruh kecukupan modal, risiko kredit, efisiensi operasional, dan likuiditas terhadap profitabilitas perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015–2017," *J. Econ. Manag. Account. Technol.*, vol. 3, no. 1, pp. 67–78, 2020.
- [11] A. Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *J. Ilmu Dakwah*, vol. 17, no. 33, p. 81, 2019, doi: 10.18592/alhadharah.v17i33.2374.
- [12] R. Qomari, "Teknik penelusuran analisis data kuantitatif dalam penelitian kependidikan," *Insa. J. Pemikir. Altern. Kependidikan*, vol. 14, no. 3, pp. 527–539, 2009.
- [13] J. Dudovskiy, "IKEA Porter's Five Forces Analysis."
- [14] A. Amalia, O. Kiswati Zaini, S. Hidajati Ramdani, and A. M. Sianturi, "Analisis Strategi Pemasaran Pemilihan Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Purwakarta (Studi Kasus SMP full day Al-Muhajirin Purwakarta)," *J. Online Mhs. Bid. Manaj.*, vol. 6, no. 4, pp. 1–19, 2021.
- [15] Ilona, "Cara Menentukan Bobot, Rating, dan Skor pada Analisis SWOT yang Bikin Santai."