

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pasar modal terbesar di Indonesia. Bursa Efek Indonesia mengelompokkan seluruh perusahaan terbuka yang mencatatkan sahamnya ke dalam beberapa sektor. Di Indonesia, terdapat beberapa sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Salah satunya industri manufaktur yang dibagi menjadi tiga sektor industri yaitu (1) Sektor Industri Dasar dan Kimia (2) Sektor Aneka Industri (3) Sektor Industri Barang Konsumsi. Untuk Sektor Aneka Industri dibagi menjadi lima sub sektor yaitu (a) otomotif dan komponen (b) tekstil dan garment (c) alas kaki (d) kabel dan (e) elektronika. (www.sahamok.com, 2016)

Penelitian ini memilih sektor Aneka Industri pada yang terdaftar sampai 12 Agustus 2016 terdapat 17 perusahaan pada Sub Sektor Tekstil dan Garment namun hanya 9 yang melakukan implementasi Manajemen Lingkungan dan *Green Advertising* yang terdiri dari sebagai berikut :

A. PT Polychem Indonesia Tbk

- a. Kode : ADMG
- b. Tanggal Berdiri : 25 April 1986
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 20 Oktober 1993
- d. Alamat Kantor Pusat : Jl. Daan Mogot Km. 21 Batu Ceper, Desa Poris Plawad, Kec. Cipondoh Tangerang, Banten
- e. Phone : 5512896
- f. Email : corporate@polychemindo.com
- g. Produk : kimia, poliester dan nylon

B. Argo Pantes Tbk

- a. Kode : ARGO
- b. Tanggal Berdiri : 12 Juli 1977
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 7 Januari 1991
- d. Alamat Kantor Pusat : Wisma Argo Manunggal, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 22 Jakarta Selatan
- e. Phone : 6221-2520068
- f. Email : sekretariat.ap@argopantes.com
- g. Produk : benang dan kain

C. PT. Century Textile Industry

- a. Kode : CNTX
- b. Tanggal Berdiri : 22 Mei 1970
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 22 Mei 1979
- d. Alamat Kantor Pusat : Jl. Raya Bogor Km27, Ciracas, Jakarta Timur 13740
- e. Phone : (021) 8710724, 8720735, 8710301, 87711907
- f. Email : achmad_zalafik@ina.toray.co.id
agus_wahyudi@ina.toray.co.id
- g. Produk : kain tenun polos TC dan CVC dan kain Dobby TC dan CVC

D. Eratex Djaja Tbk

- a. Kode : ERTX
- b. Tanggal Berdiri : 12 Oktober 1972
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 21 Agustus 1990
- d. Alamat Kantor Pusat : Gedung Spazio Lt.3, Unit 319-321, Graha Festival Kav.3-Graha Family, Jl. Mayjend Yono Soewoyo, Surabaya
- e. Phone : (62-31) 9900 1101

- f. Email : corpsec@eratex.co.id
- g. Produk : celana denim dan chino

E. Ever Shine Textile Industry Tbk

- a. Kode : ESTI
- b. Tanggal Berdiri : 11 Desember 1973
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 13 Oktober 1992
- d. Alamat Kantor Pusat : Jl. H.Fachruddin No.16 Jakarta - 10250
- e. Phone : +62 (21) 3160238
- f. Email : erlien@evershinetex.com
- g. Produk : Yarn Produk (NYLON FILAMENT YARN, NYLON TEXTURED YARN) dan Fabric Produk (Nylon Woven Fabric, Polyester Woven Fabric, Nylon / Polyester Blended Woven Fabric, Warp Knitting Fabric)

F. Indorama Synthetics Tbk

- a. Kode : INDR
- b. Tanggal Berdiri : 3 April 1974
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 3 Agustus 1990
- d. Alamat Kantor Pusat : Graha Irama Lt. 17 Jl. HR. Rasuna Said, Blok X-1 Kav. 1&2 Jakarta
- e. Phone : + 62 21 526 1555
- f. Email : corporate@indorama.com
- g. Produk : Polyester Filament Yarns and Fibres, PET Resin, Polyolefins, Phosphoric Acid & Fertilizers, Indorama Eleme Fertilizer & Chemicals Limited, Spun Yarns, Fabrics, Power Generation, Medical Gloves, Spandex Yarns

G. Asia Pacific Fibers Tbk

- a. Kode : POLY
- b. Tanggal Berdiri : 15 Februari 1984
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 12 Maret 1991
- d. Alamat Kantor Pusat : The East, 35th Flr, Unit 5-6-7, Jalan Lingkar, Mega Kuningan, Block E3.2, Kav 1, Jakarta 12950, Indonesia
- e. Phone : +62 21 579 38555
- f. Email : corporate@apf.co.id
- g. Produk : PTA, Polyester Chips, Fibers, Filament Yarns, Methyl Acetate

H. PT Sri Rejeki Isman Tbk

- a. Kode : SRIL
- b. Tanggal Berdiri : 22 Mei 1978
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 17 Juni 2013
- d. Alamat Kantor Pusat : JL. K.H. Samanhudi 88 Jetis, Sukoharjo Jawa Tengah
- e. Phone : (62 – 271) 593188
- f. Email : cmo@sritex.co.id
- g. Produk : benang & tekstil, Uniform (Seragam Militer, Seragam Perusahaan), fashion

I. Trisula International Tbk

- a. Kode : TRIS
- b. Tanggal Berdiri : 13 Desember 2004
- c. Terdaftar di Bursa Efek : 28 Juni 2008
- d. Alamat Kantor Pusat : Jl. Lingkar Luar Barat Blok A No. 1 Jakarta 11740
- e. Phone : 021-58357377
- f. Email : inquiry@trisula.com

g. Produk : garment dan retail

1.2 Latar Belakang Masalah

Eksistensi perusahaan di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari isu lingkungan hidup, baik yang berhubungan dengan kerusakan lingkungan maupun dengan upaya pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, banyak pihak yang mengharapkan agar perusahaan-perusahaan di Indonesia bahkan di seluruh dunia untuk mengembangkan usaha berkelanjutan yang ramah lingkungan. Isu kerusakan lingkungan hidup yang banyak dipublikasi melalui berbagai media masa menyebabkan semakin sadarnya masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup. Seiring dengan besarnya dampak negatif dari aktivitas bisnis tersebut maka banyak komunitas yang melakukan upaya penyadaran untuk kelestarian lingkungan (Siswanto dan Rumambi, 2013).

Perusahaan merupakan suatu institusi yang didirikan oleh perorangan atau lembaga dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Seperti yang diungkapkan oleh Glueck dan Jauck,(1984); Haryanto, (2003); Sihite, (2014) bahwa tujuan perusahaan meliputi profitabilitas, efisiensi, kepuasan, dan pengembangan karyawan, tanggung jawab sosial dan hubungan baik dengan masyarakat serta kelangsungan usaha dan tujuan lainnya. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan tentu saja selalu berinteraksi dengan lingkungannya sebab lingkungan memberikan andil dan kontribusi yang besar bagi keberlangsungan perusahaan.

Di Indonesia dalam menyikapi kesadaran perusahaan terhadap tanggung jawab terhadap lingkungannya, pemerintah telah mengatur dalam Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) bahwa setiap perusahaan yang bergerak atau menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan dikenakan sanksi administratif

berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Soewarno, 2009; Mawarani, 2010; Sihite, 2014). Perusahaan-perusahaan sub sektor tekstil dan garment yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan yang telah memenuhi persyaratan pencatatan saham sesuai dengan ketentuan aturan bursa. Terdapat delapan persyaratan pencatatan saham di BEI salah satu persyaratannya yaitu khusus calon Perusahaan Tercatat yang bergerak dalam industri pabrikan, harus memiliki sertifikat Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL) dan tidak dalam masalah pencemaran lingkungan (www.idx.co.id, 2016).

Industri tekstil dan garment yang membutuhkan sumber daya air dan energi luar biasa, ramah lingkungan bisa diartikan penghematan air dan energi. Kemudian melakukan daur ulang limbah yang dihasilkan dan mengurangi efek rumah kaca (www.bisnis.tempo.co, 2013).

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah 9 perusahaan manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garment dari 17 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena berdasarkan laporan tahunan perusahaan pada 9 perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garment tersebut menjalankan program-program manajemen lingkungan dan paling rentan terhadap isu-isu lingkungan, seperti dalam proses pengolahannya sering menimbulkan banyak penyebab kerusakan alam sekitar. Daftar perusahaan tekstil dan garment dapat dilihat pada tabel 1.1:

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Tekstil dan Garment

No.	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADMG	PT Polychem Indonesia Tbk
2.	ARGO	Argo Pantes Tbk
3.	CNTX	PT. Century Textile Industry
4.	ERTX	Eratex Djaja Tbk
5.	ESTI	Ever Shine Textile Industry Tbk

6.	INDR	Indorama Synthetics Tbk
7.	POLY	Asia Pacific Fibers Tbk
8.	SRIL	PT Sri Rejeki Isman Tbk
9.	TRIS	Trisula International Tbk

Sumber: www.sahamok.com

Perusahaan mempunyai peranan penting dalam menanggulangi permasalahan lingkungan yaitu dengan cara melaksanakan pengelolaan lingkungan yang berkaitan dengan hal sadar lingkungan dan pengembangan produk yang ramah lingkungan, ini merupakan pendekatan yang populer bagi perusahaan untuk mengurangi dan menjaga lingkungan dari proses produksi dan konsumsi pelanggan (Atasu *et al.*, 2008; Wong *et al.*, 2013). Praktek ini berguna untuk membersihkan area lingkungan perusahaan, mengurangi polusi, menghilangkan penggunaan bahan-bahan beracun, mengadopsi peralatan yang bersih dan hemat energi, meminimalkan limbah dan mengurangi emisi karbon dan lain sebagainya.

Seperti yang dilakukan Argo Pantes Tbk dan Asia Pacific Fibers Tbk berkomitmen menjaga kelestarian lingkungan melalui program *GO GREEN*.

Argopantes dan Tanggung Jawab Sosial



Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial atau CSR dalam hal ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan Perusahaan.

Tanggung jawab Perusahaan untuk kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sama pentingnya dengan tanggung jawab untuk pertumbuhan Perusahaan.

Keduanya dilakukan untuk kepentingan Perseroan untuk keberlanjutan jangka panjang. Karena tujuan perusahaan tidak hanya tentang bisnis dan keuntungan, tetapi juga untuk kesejahteraan masyarakat. Perseroan menyadari bahwa ada banyak dukungan yang diberikan oleh masyarakat sekitar Perusahaan, sehingga harus menjadi tanggung jawab Perseroan untuk kembali ke masyarakat apa yang menjadi hak mereka

Berikut, sejumlah kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh Perusahaan sebagai kontribusi untuk masyarakat selama Tahun 2014:

1. Program Penghijauan dari Badan Lingkungan Hidup Kota Tangerang. Program ini merupakan komitmen perusahaan dalam rangka mewujudkan tanggung jawab terhadap lingkungan dan konservasi alam. biaya untuk program ini sebesar Rp 5.000.000 setiap bulan
2. Program Pengembangan anak-anak dalam olahraga, khususnya dalam sepak bola. Program ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat sportivitas di masyarakat sementara membantu untuk meningkatkan bakat tersembunyi dari anak-anak di bidang olahraga. biaya untuk program ini sebesar Rp 4.600.000 setiap bulan
3. Program Magang. Ini adalah kesempatan bagi semua lapisan masyarakat untuk mendapatkan pengalaman kerja yang akan berguna di tempat kerja nyata. biaya untuk program ini sebesar Rp 12.500.000 setiap bulan
4. Donor darah merupakan program kemanusiaan bagi mereka yang membutuhkan darah serta untuk menumbuhkan sikap peduli terhadap orang lain dalam kesehatan masyarakat. biaya untuk program ini sebesar Rp 1.500.000 setiap bulan
5. pelatihan (Sistem Manajemen , Keselamatan dan Kesehatan Kerja) biaya untuk program ini sebesar Rp 9.400.000 setiap bulan .
6. Pembinaan olahraga Wushu biaya untuk program ini sebesar Rp 8.500.000 setiap bulan .

Gambar 1.1 Program *GO GREEN* Argo Pantes Tbk

Sumber: www.argopantes.com

Pada gambar 1.1 Argo Pantes Tbk menjalankan program *GO GREEN* dengan Program Penghijauan dari Badan Lingkungan Hidup Kota Tangerang. Program ini merupakan komitmen perusahaan dalam rangka mewujudkan tanggung jawab terhadap lingkungan dan konservasi alam.



Asia Pacific Fibers is committed to development that is balanced between economic development and conservation of the environment. In all the production facilities, considerable investments have been made to keep the environment green and clean. All the manufacturing plants are equipped with comprehensive waste and pollution control facilities. Asia Pacific Fibers also operates a modern wastewater treatment plant.

Asia Pacific Fibers is committed to environmental safety and protection by adhering to stringent emission norms of its effluents and by engaging in full recycling of its entire process wastes by manufacturing products for "GREEN LABEL" usage.

Asia Pacific Fibers constantly strives to maintain international standards in its environmental management. It is currently implementing the requirements for **ISO 14001** certification.

Gambar 1.2 Program *GO GREEN* Asia Pacific Fibers Tbk

Sumber: www.asiapacificfibers.com

Pada gambar 1.2 Asia Pacific Fibers berkomitmen untuk pembangunan yang seimbang antara pembangunan ekonomi dan pelestarian lingkungan hidup. Di semua fasilitas produksi, investasi yang cukup besar telah dilakukan untuk menjaga lingkungan hijau dan bersih. Semua pabrik dilengkapi dengan limbah dan pengendalian pencemaran fasilitas yang lengkap. Asia Pacific Fibers juga mengoperasikan sebuah pabrik pengolahan air limbah modern dan Asia Pacific Fibers berkomitmen pada Program *GO GREEN* untuk keamanan lingkungan dan perlindungan dengan mengikuti ketat norma emisi limbah dan dengan terlibat dalam daur ulang penuh seluruh limbah proses dengan memproduksi produk untuk penggunaan "*GREEN LABEL*".

Sedangkan Surroca *et al.*, 2010 dalam Wong *et al.*, 2013 berpendapat bahwa perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan memiliki

keuntungan dari reputasi lingkungan sosial yang diinginkan, dan nilai seperti aset tidak berwujud telah didokumentasikan dengan baik. Oleh sebab itu perusahaan Eratex Djaja Tbk dan Ever Shine Textile Industry Tbk telah mempublikasikan kondisi manajemen lingkungan perusahaan yang dilakukan ke dalam website.

PT. Eratex Djaja, Tbk

Corporate Social Responsibility

tanggung jawab sosial

corporate social responsibility



Tanggung jawab sosial merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility is Company's commitment for a sustainable economic development in order to improve the quality of life and environment which will give positif benefit for Company itself, as well as the local community and overall people in general.

Perseroan menyadari penuh alam, lingkungan dan masyarakat sekitar adalah bagian penting yang perlu diperhitungkan dalam setiap pertimbangan pengambilan keputusan bisnis dan produksinya. Perseroan selalu mengedepankan terciptanya kesadaran dan tindakan yang bertanggung jawab atas terjaganya kebaikan dan kelangsungan alam, lingkungan dan masyarakat

Company fully understands that nature, environment and the people around are important areas to be considered on priority in every decision of its business and production activities. Company always prioritizes creating awareness and taking responsible actions toward the wellbeing and the preservation of nature, environment, and people.

Pemakaian energi dan sumber daya lainnya secara tepat guna dan bertanggung jawab, penggunaan bahan dan material dengan orientasi ramah lingkungan, pengolahan limbah sesuai standard mutu yang ditetapkan, semuanya menjadi bagian dari tanggung jawab Perseroan yang telah menjadi bagian yang tidak pernah terpisahkan dalam seluruh kegiatan perusahaan.

Consumption of energy and other natural resource done responsibly and optimum, the use of eco friendly materials, waste management base on the standard quality requirement, all of those are part of Company's responsibility that has become an integral part of company's activities.

Gambar 1.3 Manajemen Lingkungan Eratex Djaja Tbk

Sumber: www.eratexco.com

Pada gambar 1.3 Eratex Djaja Tbk menjelaskan dalam websitenya, Perseroan berperan dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya dengan pemakaian energi dan sumber daya lainnya secara tepat guna dan

bertanggung jawab, penggunaan bahan dan material dengan orientasi ramah lingkungan pada pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Corporate Social Responsibility

PT. Ever Shine Tex Tbk and Subsidiaries are committed its own sustainable CSR programs and continues to adjust its business to create a harmonious relationship with the environment, the communities and their cultures. We have implemented various CSR programs covering social, health, and environment to demonstrate our responsibilities to care for the communities and our customers.



Social

PT. Ever Shine Tex Tbk and Subsidiaries have been actively carrying out community development programs around the company's manufacturing facilities by providing US\$ 50,000 financial donations. Furthermore, we have provided material aids such as jackets to the victims of the Mt. Merapi volcanic eruptions in 2010, valuing up to US\$ 20,000.

Environment

The environment is an inseparable part of the company's business activities. Over the years, we continue to maintain the balance between business practices while taking into account the environmental conservation. One of our contributions to the environment is by converting our energy source from Residual Diesel to Natural Gas to support the eco-friendly energy source. We also implemented energy conservation policies and cleanliness in the environment throughout PT. Ever Shine Tex Tbk and Subsidiaries.

Gambar 1.4 Manajemen Lingkungan Ever Shine Textile Industry Tbk

Sumber: www.evershinetex.com

Pada gambar 1.4 Ever Shine Textile Industry Tbk menyatakan bahwa perusahaan menerapkan kebijakan konservasi energi dan kebersihan di lingkungan seluruh PT. Ever Shine Tex Tbk dan Anak Perusahaan dengan mengkonversi sumber energi dari Diesel Residual ke Gas Alam untuk mendukung sumber energi yang ramah lingkungan.

Green advertising atau iklan peduli lingkungan yang dikomunikasikan dengan tepat akan memudahkan sebuah *green brand* atau merek hijau tertanam di benak konsumen. Hal tersebut akan mengubah persepsi konsumen, sehingga akan

memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persepsi tentang *green brand* merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan bahwa merek tersebut semata-mata tidak melihat aspek keuntungan tetapi juga melihat aspek lingkungan (Praharjo et al., 2013).

Green advertising dianggap sebagai kegiatan pemasaran dari perusahaan yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan proses operasional lingkungan bisnis, dan juga untuk meningkatkan citra perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan usaha mereka, komitmen dan menciptakan nilai pelanggan akan sadar lingkungan (Kilbourne, 1995; Wong et al., 2013). Kegiatan ini meliputi siaran pers, sponsor dari organisasi kepentingan lingkungan dan mempublikasi dokumen perusahaan yang dapat dilihat pada gambar 1.5 Program Ramah Lingkungan oleh perusahaan Indorama Synthetics Tbk.



Gambar 1.5 Program Ramah Lingkungan Indorama Synthetics Tbk

Sumber: www.indorama.com

Gambar 1.5 Indorama Synthetics Tbk melaporkan program ramah lingkungan yang terdapat pada laporan tahunan bahwa fokus terhadap pengembangan produk-produk ramah lingkungan yaitu Pengemasan PlantBottleTM yang merupakan pengemasan plastik yang menggunakan 30% materialnya yang berasal dari tumbuhan. Bahan PET resin dari PlantBottleTM ini terbuat dari molasses yang merupakan produk sampingan dari hasil proses penyulingan gula dari gula tebu. Telah diestimasikan bahwa produksi botol ini dapat mengurangi jumlah bahan bakar yang digunakan dalam proses produksi hingga 2,045kl. Kemasan PlantBottleTM sepenuhnya 100% dapat didaur ulang sama halnya dengan botol PET plastik pada umumnya. Sifatnya yang dapat didaur ulang secara desain beda dengan dapat terurai secara biologis, sehingga sesuai dengan kondisi infrastruktur daur ulang yang saat ini ada.

Perusahaan dapat mengambil keuntungan dari *green advertising* untuk memberitahu, mengajak dan mengingatkan kepada pelanggan bisnis tentang sikap merek terhadap lingkungan (Narayangan dan Manchanda, 2009; Wong *et al.*, 2013). Pada pelaksanaannya, pelanggan bisnis akan lebih tahu tentang sikap dan praktek-praktek perusahaan dalam melestarikan lingkungan sehingga menimbulkan citra baik di mata pelanggan yang dinamakan reputasi lingkungan (Wong *et al.*, 2013).

Pada pelaksanaannya, pelanggan bisnis akan lebih tahu tentang sikap dan praktek-praktek perusahaan dalam melestarikan lingkungan sehingga menimbulkan citra baik di mata pelanggan yang dinamakan reputasi lingkungan (Wong *et al.*, 2013). Berikut ialah beberapa penghargaan yang didapatkan perusahaan atas pelaksanaan manajemen lingkungan seperti PT. Century Textile Industry, Asia Pacific Fibers Tbk, PT Sri Rejeki Isman Tbk, dan Trisula International Tbk telah meraih sertifikat ISO 14001, lalu Indorama Synthetics Tbk. berhasil meraih penghargaan Oeko Tex Standard 100 untuk beberapa tahun berturut-turut, PT Sri Rejeki Isman Tbk yang memperoleh Propher Kementerian Lingkungan Hidup serta lolos dari Audit NATO (Sertifikasi Bundeswehr Jerman) dan PT Polychem Indonesia Tbk yang meraih Sertifikat Ramah Lingkungan 2014

yang diterima pada peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia tanggal 24 Juni 2014. PT Polychem Indonesia Plant Merak menerima penghargaan sebagai Perusahaan Ramah Lingkungan dengan predikat “Baik” Tahun 2014 dan mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (“PROPER”) tahun 2015 yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup RI yang menjadi bukti nyata komitmen Perseroan terhadap lingkungan hidup. Pencapaian yang diperoleh adalah Peringkat Biru. Dapat dilihat pada gambar 1.6 Penghargaan PT Polychem Indonesia.

Penghargaan Lingkungan atau Proper KLH 2013

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perseroan dalam Pengelolaan Lingkungan (Proper) periode 2012-2013, yang diumumkan pada tanggal 10 Desember 2013.

Proper merupakan salah satu program unggulan KLH yang berupa kegiatan pengawasan dan pemberian insentif dan/atau disinsentif kepada penanggung jawab usaha.

Penghargaan Proper bertujuan untuk mendorong Perseroan untuk taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan.

Perseroan mendapat peringkat “Biru” dengan kriteria Ketaatan pada periode penilaian 2012-2013 berdasarkan penilaian dari:

1. Pelaksanaan dokumen lingkungan;
2. Upaya pengendalian pencemaran air dan udara;
3. Pengelolaan limbah Badan Berbahaya dan Beracun.

Environmental Award or Proper KLH 2013

The Company Performance Ranking Assessment Program in Environmental Management (PROPER) of period 2012-2013 was announced on December 10, 2013.

Proper is one of flagship programs of the Ministry of Environment in the form of monitoring over and granting of incentives and/or disincentives to those who are in charge of business.

The Proper Award is intended to encourage companies to comply with the regulations on environment and achieve environmental excellence.

The Company was ranked “Blue” for assessment period 2012-2013 based on the criteria as follows:

1. Application of environmental documents;
2. Efforts for control of water and air pollution;
3. Waste treatment of hazardous and toxic materials.



Penghargaan Ramah Lingkungan

2014

Eco-friendly Award

Sertifikat Ramah Lingkungan 2014 yang diterima pada peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia tanggal 24 Juni 2014 di Pulau Panjang yang dilaksanakan tingkat Kabupaten Serang. PT Polychem Indonesia Plant Merak menerima penghargaan sebagai Perusahaan Ramah Lingkungan dengan predikat "Baik" Tahun 2014.

The Eco-friendly Certificate 2014 was received in the commemoration of the World Environment Day held on June 24, 2014, in Panjang Island, Serang Regency. PT Polychem Indonesia of Merak Plant received an award as an Eco-friendly Company with "Good" category in 2014.



Annual Report 2015 38 PT Polychem Indonesia Tbk.

Gambar 1.6 Penghargaan PT Polychem Indonesia

Sumber: *polychemindo.com*

Reputasi ini membangun kepercayaan dan sikap perusahaan mengenai kinerja lingkungan terhadap pesaingnya. Dengan perbedaan ini, perusahaan dapat lebih menarik investor dan pelanggan, menjadikan barang lebih berharga dan mendapatkan akses modal usaha (Fombrun, 1996; Kang dan Hur, 2012; Wong *et al.*, 2013).

Dalam membangun reputasi ini ada kritik terhadap efektivitas *green advertising* dalam membangun reputasi lingkungan (Bansal dan Clelland, 2004; Wong *et al.*, 2013). Sebagai contoh yang dikemukakan oleh Mathur dan Mathur dalam Wong *et al.*, 2013 melaporkan suatu rilis berita tentang pengembangan produk ramah lingkungan dan penetapan kebijakan lingkungan dapat menghancurkan nilai perusahaan jika tindakan perusahaan ini dianggap sebagai pencitraan diri oleh publik. Demikian pula, Shrum *et al.*, 1995 dalam Wong *et al.*, 2013 mengungkapkan banyak pelanggan curiga terhadap pesan promosi yang hanya menekankan keadaan lingkungan perusahaan. Dalam tindakan promosi lingkungan, perusahaan tidak mengetahui tentang potensi resiko yang akan muncul dari perhatian organisasi kepentingan lingkungan atau pesaing yang mempertanyakan efektivitas *green advertising* atau tujuan tindakan mereka terhadap lingkungan.

Dari fenomena diatas yang menyatakan adanya perbedaan pandangan terhadap efektivitas *green advertising* terhadap suatu perusahaan, maka perlu diadakan suatu penelitian mengenai pengaruh *green advertising* di suatu perusahaan dan bagaimana perusahaan mengelola lingkungannya dari hal tersebut khususnya pada perusahaan manufaktur yang bergerak di sub sektor tekstil dan garment. Lalu teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *SEM Partial Least Square* karena untuk membantu menilai validitas konstruk hubungan antara *green advertising* dengan pelaksanaan manajemen lingkungan, reputasi lingkungan dan kinerja keuangan sampai seberapa jauh ukuran indikator mampu merefleksikan konstruk teoritisnya selain itu *Partial Least Square* membantu mengukur keakuratan dalam menguji validitas dan reabilitas dari variabel yang sudah disebutkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Nilai - Nilai *Green Advertising* Untuk Pelaksanaan Manajemen Lingkungan Pada Sub Sektor Industri Tekstil dan Garment.”**

1.3 Perumusan Masalah

Perusahaan yang sukses pada saat ini tidak hanya terikat pada berhemat dalam sisi operasional, tetapi kemampuan mereka untuk mempertahankan pertumbuhan bisnis. Khususnya pada perusahaan sub sektor industri tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang dimana untuk menjadi perusahaan yang dapat terdaftar di dalam BEI harus memenuhi beberapa persyaratan, salah satunya perihal AMDAL. Dalam prakteknya, perusahaan dituntut untuk mengembangkan usahanya bersamaan dengan sadar lingkungan dengan cara pelaksanaan manajemen lingkungan setelah itu dipublish rangkaian acara perusahaan dalam pengelolaan lingkungan yang biasa disebut *green advertising* sehingga menimbulkan reputasi lingkungan perusahaan yang baik di mata pelanggan, dan akan menambah pendapatan perusahaan karena pelanggan bisnis merasa ada upaya berbeda yang dilakukan perusahaan.

Namun demikian, ada kritikan terhadap publisitas yang berlebihan mengenai kebijakan lingkungan yang dilakukan, sehingga dapat menghancurkan citra perusahaan dan dapat menurunkan kinerja keuangan. Mengingat ada pandangan

yang berbeda dalam kontribusi *green advertising* untuk perusahaan, perlu adanya pengujian hubungan secara empiris antara pelaksanaan manajemen lingkungan dengan reputasi lingkungan dan kinerja keuangan dalam hal B2B. Dengan itu dapat menuaikan hasil timbal balik dari aksi-aksi lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan bisnisnya. Dari hasil pencarian literasi, studi ini belum menemukan artikel terpublikasi tentang pelaksanaan manajemen lingkungan pada perusahaan sub sektor tekstil dan garment khususnya di Indonesia.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Perumusan Masalah di atas, Pertanyaan Penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Green Advertising* berpengaruh terhadap Manajemen Lingkungan?
2. Apakah *Green Advertising* berpengaruh terhadap Reputasi Lingkungan?
3. Apakah Manajemen Lingkungan berpengaruh terhadap Reputasi Lingkungan?
4. Apakah Reputasi Lingkungan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan?
5. Apakah Manajemen Lingkungan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan melalui Reputasi Lingkungan?
6. Apakah *Green Advertising* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan melalui Manajemen Lingkungan dan Reputasi Lingkungan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Green Advertising* terhadap Manajemen Lingkungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Green Advertising* terhadap Reputasi Lingkungan.

3. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Lingkungan terhadap Reputasi Lingkungan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Reputasi Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan melalui Reputasi Lingkungan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Green Advertising* terhadap Kinerja Keuangan melalui Manajemen Lingkungan dan Reputasi Lingkungan.

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan hasil dan kengunaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan penelitian ini. Kegunaan penelitian ini diantaranya :

1.6.1 Aspek Teoritis

A. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan, pengetahuan mengenai strategi pemasaran terutama *green advertising* serta merupakan kesempatan untuk mempraktekkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahaan.

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai topik-topik yang berkaitan dengan penelitian ini, baik bersifat melanjutkan maupun melengkapi.

1.6.2 Aspek Praktis

A. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait agar dapat menjadi bahan pertimbangan nantinya dalam mengambil kebijakan manajemen khususnya yang

berkaitan dengan strategi pemasaran perusahaan di masa yang akan datang.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi Penelitian: Kantor pusat masing-masing perusahaan sub sektor industri tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Objek Penelitian: Perusahaan sub sektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini terhitung dari bulan Agustus 2016 – Juni 2017.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknis analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai pembahasan perhitungan secara rinci untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

'HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN'