



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JIMT>editor@dinastirev.org

GREEN PRODUCT SEBAGAI PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA PERUSAHAAN PRODUSEN CAT

Judiatin Rachmiarti Kusumah

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 15 April 2020

Revised: 25 April 2020

Issued: 4 Mei 2020

Corresponding author:

Judiatin Rachmiarti Kusumah

E-mail:

judiatin@gmail.com



DOI:10.31933/JIMT

Abstrak: Green Product tidak hanya memproduksi barang dan jasa tetapi melibatkan semua aspek kegiatan bisnis mulai proses produksi, penawaran produk, dan distribusi produk ramah lingkungan kepada konsumen. Lingkungan bisnis berbasis aktivitas, perkembangan baru dalam produksi barang dan jasa, merupakan peluang potensial dan strategis yang memiliki keunggulan ganda baik bisnis maupun komunitas. Makalah ini bertujuan untuk menilai penerapan konsep produk hijau yang terkait erat dengan etika bisnis, bahwa setiap kegiatan bisnis harus melestarikan lingkungan, memiliki kepedulian terhadap lingkungan, dengan menerapkan penilaian dampak lingkungan, karena undang-undang memerlukan penilaian dampak lingkungan (Environment Impact Assessment) dan pemberian label ecolabel pada setiap produk sesuai dengan standar ISO14020 dan ISO14024. Penilaian menggunakan pendekatan kualitatif dan memeriksa penerapan manajemen hijau dilakukan sesuai dengan etika bisnis firma hukum. Dari hasil studi dalam beberapa dekade terakhir banyak perusahaan sudah menerapkan produk hijau dalam kegiatan produktivitas. Para pemangku kepentingan memiliki kesadaran etika bisnis menerapkan satu kesadaran menghasilkan produk yang ramah lingkungan dan sehat. Motif moral bahwa bisnis individu dapat menjadi motor penggerak etika dalam organisasi bisnis.

Kata Kunci: Green Products, Produk ramah lingkungan dan sehat, Etika Bisnis

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan ilmu dan teknologi, dalam dunia bisnis pun terjadi perkembangan dimana terdapat kecenderungan tuntutan agar perusahaan bergerak menjalankan bisnisnya ke arah bisnis yang berorientasi kepada lingkungan. Tidak menutup kemungkinan juga terhadap perusahaan-perusahaan produsen cat. Perusahaan dituntut untuk berpikir agar dapat menghasilkan produk-produk yang ramah lingkungan selain memikirkan target untuk mendapatkan profit bagi perusahaan. Hal ini dupayakan dengan tujuan untuk membangun kultur perilaku ramah lingkungan yang mana dibutuhkan suatu tidakan kesabaran dan tindakan yang berkesinambungan. Karena perilaku ramah lingkungan yang ditanamkan pada masa sekarang akan dapat dinikmati dalam jangka waktu mendatang oleh semua makhluk hidup yang berada di muka bumi ini. Oleh karenanya, kelestarian hidup merupakan salah satu aspek penting yang harus dijadikan fokus perhatian bagi pihak

manajemen di perusahaan. Di sisi lain, para pelaku bisnis tersebut juga harus menghadapi tantangan dalam persaingan bisnisnya. Jadi, saat ini, tantangan perusahaan bukan hanya persaingan global saja tetapi juga tantangan terhadap lingkungan alam.

Global Warming atau pemanasan global merupakan fenomena alam dimana terjadi peningkatan suhu rata-rata atmosfer dan suhu laut di muka bumi secara luas dan diperkirakan terjadi karena peningkatan konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer yang disebabkan oleh meningkatkan polusi, seperti emisi karbon dioksida yang sumbernya berasal dari kegiatan atau aktivitas penggunaan bahan bakar yang tidak terbarukan (bahan bakar fosil). Pemanasan global yang menyebabkan pola iklim di dunia ini berubah, telah terdengar lama gaungnya. Beberapa upaya dan tindakan yang dilakukan untuk menyelamatkan lingkungan, sesungguhnya menjadi tanggung jawab bersama seluruh masyarakat.

Namun pada prakteknya, masih banyak saat ini perusahaan melakukan pelanggaran. Dalam praktek operasional sehari-harinya perusahaan-perusahaan tersebut kurang memberikan perhatian terhadap lingkungan hidup yang bersih, teratur dan hijau. Konsep bisnis hijau telah diatur dalam peraturan perundangan Undang-Undang No. 23 tahun 1997, Undang-Undang No. 32 tahun 2009 yaitu mengenai Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2012 mengenai AMDAL (Analisa Mengenai Dampak Lingkungan) dan izin lingkungan produk yang telah mendapatkan Label lingkungan atau ekolabel. *Green product* atau produk hijau sudah sepantasnya dijadikan sebagai produk unggulan di masa kini mengingat sudah banyak sekali kerusakan lingkungan yang terjadi akibat operasional dan eksplotasi para pelaku bisnis dan perusahaan-perusahaan yang hanya berpikir untuk mendapatkan tujuan keuntungan perusahaan dan bisnisnya tanpa memikirkan dampak dan akibat terhadap konsekuensi etika lingkungan. Prinsip-prinsip *Global Compact* merupakan pedoman umum dalam melaksanakan *green business* untuk memproduksi *green product* (sumber : Prinsip-prinsip Ketenagakerjaan Global Compact PBB, prinsip 7-9, 2009)

Etika bisnis mengenai green industry sudah semestinya dihidupkan dan digalakan dalam lingkungan para pelaku bisnis dan perusahaan-perusahaan, dengan tujuan untuk menanamkan perilaku pada perusahaan supaya tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi saja dalam menjalankan operasional kesehariannya kepada para shareholders yaitu berupaya untuk mendapatkan laba serta keuntungan yang sebesar-besarnya, memperoleh kenaikan harga saham dan berbagai tanggung jawab ekonomi lainnya. Perusahaan juga dituntut harus memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat, karyawan dan stakeholders lainnya.

Kesadaran akan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial yang biasa dikenal dengan istilah CSR (Corporate Social Responsibility) mulai tertanam pada ruang lingkup dunia bisnis. Bahkan beberapa perusahaan di negara maju telah lama untuk mulai melaksanakan konsep green environment dalam pelaksanaan bisnisnya. Bagaimana di negara Indonesia? Sepertinya focus perhatian terhadap lingkungan hijau belum sepenuhnya dapat diaplikasikan dalam perilaku keseharian para perilaku ekonomi dan perusahaan-perusahaannya, meskipun terdapat beberapa perusahaan yang sudah memulainya. Masih banyak pada tingkat manajemen di perusahaan yang masih menganggap aneh dan merasa belum perlu memberikan respon dan perhatian khusus terhadap lingkungan dalam operasional perusahaan. Para pemimpin dan pelaksana perusahaan masih lebih banyak berfokus dalam masalah yang berkaitan dengan upaya untuk mencapai tujuan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan ukuran kinerja finansial. Kesadaran dalam dunia industri akan tanggung jawab terhadap lingkungan memiliki peran yang sangat besar, terutama perilaku yang berkaitan dengan perilaku para stakeholders nya. Seandainya semua stakeholders dari berbagai industry di dunia sadar akan tanggung jawab terhadap lingkungan, maka hal ini akan memberikan kontribusi dan peranan yang positif bagi kehidupan alam dan lingkungan. Demikian juga dengan para pemain industry di bidang produsen cat, jika menyadari tanggung jawabnya kepada lingkungan disamping tanggung jawab ekonomi terhadap stakeholdersnya dengan melakukan operasional keseharian yang berfokus pada dampak lingkungan, akan lebih memberikan manfaat dan dampak positif terhadap kelestarian

lingkungan. Peran nyata dari perusahaan-perusahaan produsen cat ini dapat diwujudkan dengan menjalankan konsep hijau yaitu menciptakan produk ramah lingkungan, proses produksi yang juga ramah lingkungan, serta aplikasi konsep manajemen green yang dilaksanakan secara berkesinambungan.

Dalam makalah ini produk yang dipilih untuk dibahas adalah cat, karena cat merupakan salah satu produk yang banyak digunakan masyarakat khususnya dalam pembangunan berbagai bangunan karena fungsinya yang penting yaitu memberi nilai dekorasi (estetika) selain memberikan perlindungan pada bangunan tersebut sehingga bangunan tersebut menjadi lebih indah dan menarik. Hal ini didukung oleh suasana negara saat ini yang tengah gencarnya membangun infrastruktur. Penggunaan cat dalam pembangunan proyek-proyek cukup tinggi, tetapi konsumen pemakai cat belum memahami efek serta potensi permasalahan yang dapat ditimbulkan oleh pemakaian cat terhadap lingkungan, diantaranya :

- Cat mengandung bahan kimia yang beracun dan berbahaya, disingkat sebagai bahan B3. Jika pembuangan bahan B3 langsung ke lingkungan tanpa terkendali, maka akan mengakibatkan kerusakan pada tanah dan lingkungan
- Bau menyengat yang ditimbulkan oleh cat, dapat mengakibatkan gangguan pernafasan
- Kandungan kimia dari bahan B3 cat bisa merusak ekosistem perairan dengan membunuh organism yang ada di dalam air

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Gambaran Mengenai Cat terhadap Permasalahan Lingkungan

Pada dasarnya fungsi cat adalah untuk memberi warna pada tembok, kayu dan besi. Kebutuhan dan pemakaian terhadap cat di masyarakat cukup tinggi, tetapi di sisi lain terdapat resiko dari penggunaan cat terhadap lingkungan. Salah satunya adalah bau menyengat dari cat yang dapat mengganggu udara di sekitar lingkungan.

VOC (Volatile organic compound) adalah salah satu bahan kimia yang terkandung di dalam cat, hal ini dapat diamati salah satunya dari bau pada cat. Namun perlu diketahui juga bahwa cat yang tidak berbau bukan berarti cat tidak mengandung VOC. Selain itu ada kandungan lain dari cat yang dapat membahayakan lingkungan yaitu kandungan logam berat di dalam cat. Salah satunya adalah timbale, yaitu senyawa kimia yang digunakan campuran untuk menghasilkan warna cerah sedangkan merkuri merupakan logam berat yang digunakan sebagai zat anti jamur dalam cat. Kedua jenis logam berat dalam cat ini akan berbahaya jika masuk ke dalam tubuh, beberapa efek yang mungkin timbul dari zat ini adalah gangguan saraf, otak, ginjal, dan organ reproduksi. (Kompas.com, 2009)

2.1. Pengertian *Green Product*

Green Product adalah produk yang berbasis lingkungan, tidak berbahaya bagi manusia dan lingkungannya, selalu memperhatikan aspek-aspek lingkungan dalam daur ulang produk sehingga dapat meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Upaya minimalisasi dampak negatif ini bertujuan untuk mendorong semua pihak agar berperan dalam pengembangan teknologi menuju produk ramah lingkungan.

Green product atau produk ramah lingkungan adalah produk yang proses dan manfaatnya dapat mengurangi dampak kerusakan lingkungan. Produk ramah lingkungan menjadi semakin populer dengan adanya isu lingkungan seperti efek rumah kaca, pemanasan global, semakin menipisnya minyak bumi dan pencemaran lingkungan baik dari udara, air maupun tanah. Isu pencemaran ini sedang menjadi isu yang hangat di masyarakat dunia termasuk di Indonesia.

Produk hijau (*green product*) merupakan suatu ilustrasi dari barang atau produk yang dihasilkan oleh produsen yang terkait dengan rasa aman dan tidak menimbulkan dampak bagi kesehatan manusia serta tidak berpotensi merusak lingkungan hidup. Produk hijau selalu berorientasi terhadap lingkungan. Di samping itu, produk bersih juga dikaitkan dengan penggunaan bahan baku yang

senantiasa memperhatikan generasi mendatang, produk bersih juga bertujuan untuk mengurangi sampah (waste) baik dari prosesnya maupun dari daur hidup produk tersebut.

Karakteristik produk yang dianggap sebagai produk hijau (Herbig, 1999 dalam Lanasier, 2002) dikutip kembali oleh Heri et al., (2006) yaitu : produk tidak mengandung toxic, Produk lebih tahan lama, produk menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang, dan produk menggunakan bahan baku dari bahan daur ulang.



Green product tersebut dibuat, disebarluaskan, dan digunakan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan seperti kerusakan dan pencemaran pada lingkungan.

2.2. Green Process

Proses produksi cat berbasis air maupun berbasis larutan umumnya sama. Pembuatan cat berbasis air dimulai dengan penggilingan (grinding) pigmen dengan campuran air, amonia, dispersant dan extenders. Ketika penggilingan selesai, bahan ini kemudian dipindahkan ke tangki pencampuran. Di dalam tangki pencampuran dilakukan penambahan resin, plasticizer, pengawet, antifoaming, dan emulsi (bahan polimer). Setelah proses pencampuran mencapai produk yang sesuai dengan spesifikasi yang distandarkan, cat disaring untuk menghilangkan kotoran, serta padatan yang tidak terdispersi sempurna dan kemudian dikemas untuk dipasarkan. Sedangkan pembuatan cat berbasis larutan dimulai dengan proses penggilingan pigmen dengan resin, extender, pelarut dan plasticizer. Setelah penggilingan selesai, bahan ini kemudian ditransfer ke tangki pencampuran dan dilakukan penambahan pelarut serta pewarna. Setelah produk yang sesuai dengan spesifikasi yang distandarkan tercapai, cat disaring, dikemas dan siap untuk dipasarkan.

Kendala Green Product di Indonesia

Terdapat beberapa kendala dalam penerapan green product di Indonesia, diantaranya adalah :

- Kurangnya kesadaran produsen akan pentingnya produk hijau
- Masih adanya keraguan masyarakat terhadap produk berlabel *green product*.
- Produk yang berlabel *green product* relatif lebih mahal.

2.3. Pencemaran Lingkungan

Dikutip dari situs resmi Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia, dalam Undang-Undang No 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup telah dijelaskan pengertian pencemaran. Pencemaran lingkungan adalah masuk atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energy atau komponen lain ke dalam lingkungan atau berubahnya tatanan lingkungan akibat kegiatan manusia atau proses alam. Sehingga kualitas lingkungan turun sampai ke tingkat tertentu yang menyebabkan lingkungan menjadi kurang atau tidak dapat berfungsi lagi sesuai peruntukannya. (Kompas.com, 2020).

Pencemaran lingkungan adalah sebagai kontaminasi habitat (Santos, 1990), pemanfaatan sumber daya alam yang tidak dapat terurai. Setiap penggunaan sumber daya alam yang melebihi kapasitas alam untuk memulihkan dirinya sendiri dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan.

Untuk mencegah terjadinya pencemaran terhadap lingkungan oleh berbagai aktivitas industri dan aktivitas manusia, maka diperlukan pengendalian terhadap pencemaran lingkungan dengan menetapkan baku mutu lingkungan.

2.3.1. Pencemaran Akibat Cat

Cat adalah suatu cairan yang dipakai untuk melapisi permukaan suatu bahan atau biasa disebut “substrat” dengan tujuan memperindah, memperkuat, atau melindungi bahan tersebut. Setelah dikenakan pada permukaan dan mengering, cat akan membentuk lapisan tipis yang melekat kuat pada permukaan bahan tersebut. Komposisi yang terkandung didalam cat diantaranya adalah Kalsium Karbonat (CaCO_3), Titanium Dioksida (TiO_2), PVAC (Poly Vinyl Acrylic), Kaolin, Pigmen, Pine Oil, Merkuri, dan Air. Merkuri merupakan zat yang dapat mengganggu keseimbangan ekosistem, yang apabila dibuang sembarangan akan mengakibatkan terkontaminasinya tumbuhan dan hewan di sekitar.

Cat berbasis minyak atau solvent adalah golongan cat yang formulasi dan larutannya menggunakan pelarut organik. Pada jenis cat tersebut, penggunaan logam berat seperti misalnya penggunaan merkuri, dampaknya terhadap lingkungan masih dapat dikesampingkan karena bahan merkuri dijadikan sebagai bahan campuran anti jamur dan pigmen. Residu dari cat-cat tersebut bila dibuang ke lingkungan akan mengganggu keseimbangan ekosistem.

Oleh karenanya, untuk menghindari dampak merkuri bagi lingkungan akibat penggunaan cat berbahan dasar minyak (solvent) ini, sebaiknya penggunaan jenis cat tersebut dihindari. Disarankan lebih menggunakan cat yang berbahan dasar air, yang lebih ramah lingkungan dan tidak membahayakan kelangsungan hidup organisme. Cat berbasis air atau water based jauh lebih ramah lingkungan karena hanya menggunakan pelarut air. Dengan perkembangan ilmu dan teknologi, sekarang cat berbahan dasar air memiliki tampilan dan ketahanan tidak kalah dibanding dengan cat berbahan dasar minyak. Secara finansial juga jadi lebih ekonomis karena pelarut yang digunakan hanya air, tidak perlu membeli lagi thinner sebagai bahan pelarut.

2.3.2. Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (Limbah B3)

Limbah cat termasuk limbah yang berpotensi menimbulkan Limbah B3. Yang dimaksud dengan limbah B3 adalah setiap limbah yang mengandung bahan berbahaya dan /atau beracun yang karena sifat dan konsentrasinya atau umlahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat merusak dan mencemari dan membahayakan lingkungan.

Limbah B3 merupakan akronim dari bahan beracun dan berbahaya. Oleh karena itu, pengertian limbah B3 dapat diartikan sebagai suatu buangan atau limbah yang sifat dan konsentrasinya mengandung zat yang beracun dan berbahaya sehingga secara langsung maupun tidak langsung dapat merusak lingkungan, mengganggu kesehatan dan mengancam kelangsungan hidup manusia serta organisme lainnya.

Limbah B3 bukan hanya dapat dihasilkan dari kegiatan industri. Kegiatan rumah tangga juga menghasilkan beberapa limbah jenis ini. Beberapa limbah B3 yang dihasilkan rumah tangga domestik diantaranya bekas pengharum ruangan, pemutih pakaian, deterjen pakaian, pembersih kamar mandi, cat, pembersih kaca/jendela, pembersih lantai, pengkilat kayu, pembersih oven, pembasmi serangga, lem perekat, hair spray, dan batu baterai.

Berdasarkan sumbernya, limbah B3 dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu : 1) Limbah B3 dari sumber tidak spesifik. Limbah ini tidak berasal dari proses utama, melainkan dari kegiatan pemeliharaan alat, inhibitor korosi, pelarutan kerak, pencucian, pengemasan dan lain-lain. 2) Limbah B3 dari sumber spesifik. Limbah ini berasal dari proses suatu industri (kegiatan utama). 3) Limbah

B3 dari sumber lain. Limbah ini berasal dari sumber yang tidak diduga, misalnya prodak kedaluwarsa, sisa kemasan, tumpahan, dan buangan produk yang tidak memenuhi spesifikasi.

Dampak yang ditimbulkan oleh limbah B3 yang dibuang langsung ke lingkungan sangat besar dan dapat bersifat akumulatif, sehingga dampak tersebut akan berantai mengikuti proses pengangkutan (sirkulasi) bahan dan masuk ke dalam jaring-jaring rantai makanan. Mengingat besarnya resiko yang ditimbulkan tersebut maka pemerintah telah berusaha untuk mengelola limbah B3 secara menyeluruh, terpadu dan berkelanjutan.

2.4. Ekolabel

Ekolabel adalah logo/label pernyataan yang menunjukkan aspek lingkungan dan merupakan salah satu perangkat dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup. Ekolabel merupakan sarana penyampaian informasi yang akurat, verifiable dan tidak menyesatkan kepada konsumen mengenai aspek lingkungan dari suatu produk (barang atau jasa), komponen atau kemasannya (ISO 14020, KemenLHK).

Ekolabel kemudian diwujudkannyatakan melalui pemberian label atau sertifikasi pada produk yang proses pembuatannya telah sesuai dengan asas kelestarian lingkungan. Produk yang telah memperoleh sertifikasi memiliki permintaan yang lebih tinggi daripada produk tanpa Ecolabel terutama bagi konsumen yang berada di negara-negara maju. Pada satu sisi, sistem Ecolabel dalam perdagangan internasional dikhawatirkan dapat melemahkan industri atau usaha kecil dan menengah (UKM) karena sertifikasi Ecolabel tidaklah murah mengingat ada suatu proses verifikasi yang cukup panjang dan rumit apabila sebuah industri ingin memperoleh Ekolabel. Namun, pada sisi lain Ekolabel harus diakui sebagai sebuah upaya pelestarian lingkungan berbasis ekonomi dengan manfaat jangka panjang.

2.5. Etika Bisnis

Secara singkat, etika diartikan juga sebagai ilmu mengenai kesusilaan yang menetapkan bagaimana seharusnya manusia hidup bersikap di dalam lingkungan masyarakat yang menyangkut aturan-aturan serta prinsip-prinsip yang menentukan tingkah laku yang benar.

Istilah Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Bentuk tunggalnya adalah ethos dan bentuk jamaknya adalah ta etha. Ethos memiliki banyak arti yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kebiasaan/adat, akhlak, watak perasaan, sikap, cara berpikir. Sedangkan arti dari ta etha adalah adat kebiasaan.

Jadi secara umum, Etika adalah suatu ilmu yang membahas perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia.

Etika berhubungan dengan nilai-nilai internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan dapat membentuk suatu keputusan atau tindakan yang berkaitan dengan tanggung jawab social yang berkaitan dengan lingkungan eksternal perusahaan. Isu etika berdampak dalam suatu organisasi jika dapat memberikan efek manfaat atau kerugian bagi pihak lain.

Etika bisnis adalah aplikasi dari prinsip-prinsip etika yang diterapkan sehubungan munculnya masalah-masalah dalam bisnis. *"Business ethics is the application of ethics principles to issues that arise in the conduct of business"*. (Baron, 2003: 684).

Gerakan hijau dapat dilaksanakan jika terjadi isu kritis mengenai lingkungan yang membutuhkan perhatian dari semua pihak, termasuk dalam dunia industri. Pelaksanaannya sering terhambat karena manfaat dari gerakan hijau ini tidak dapat langsung dirasakan oleh perusahaan sehingga banyak perusahaan yang menganggap tidak perlu untuk melaksanakan gerakan green tersebut dalam perusahaannya.

METODE PENELITIAN

Bahasan dalam makalah ini menggunakan metode kajian kepustakaan (*library research*), dimana kajian didasarkan pada pendapat-pendapat ahli tentang *green product*, etika bisnis dan penerapannya dalam suatu perusahaan, terutama perusahaan produsen cat. Library research adalah mengumpulkan data sekunder atau data yang diperoleh dari data yang telah dibukukan, baik berupa laporan-laporan maupun hasil penelitian terdahulu. Penulisan makalah ini bertujuan untuk mengetahui *green product* sebagai penerapan etika bisnis pada perusahaan produsen cat.

Adapun pendekatan yang dibahas dalam makalah ini adalah suatu strategi manajemen dalam industri yang berorientasi dan bertujuan memberikan dampak perlindungan bagi global lingkungan. Yaitu meliputi diantaranya :

- Menuju green produk (*the greening of product*)
- Menuju proses yang green (*the greening of process*)
- Menuju lingkungan yang green (*the green of environment/community*)
- Menuju manajemen yang green (*the greening of management*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

The greening of products, merupakan suatu solusi bijak bagi perusahaan yang memiliki tujuan untuk menciptakan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu panjang. Dengan diferensiasi produk yang ramah lingkungan dan konsep green ini, suatu perusahaan secara tidak langsung akan memiliki posisi yang mapan dan memiliki kekuatan tersendiri dalam bersaing dalam persaingan di dunia bisnis. Konsep green tidak hanya meliputi pengembangan produk green yang ramah lingkungan tetapi juga meliputi mengembangkan suatu produk yang bisa didaur ulang, pertimbangan penggunaan bahan baku, proses produksi, sampai tahap akhir dari produknya.

Dalam pembahasan di sini akan diulas mengenai fitur green dari produk cat, baik secara Standar Nasional Indonesia (SNI) atau secara Standar Internasional, perbandingan antar merk terkait fitur ramah lingkungan yang ditawarkan, harga masing masing merk, dan label hijau untuk mengindikasikan *green ship* pada produk cat.

4.1 Fitur Green dari Produk Cat

Fitur green yang terdapat pada produk cat yang beredar di masyarakat memiliki beberapa kriteria diantaranya adalah :

Rendah Bau (*low odour*)

Bau cat merupakan aspek yang sangat penting dalam penentuan kualitas sebuah cat itu memiliki fitur *green* atau tidak. Aroma cat yang sangat menyengat dapat menyebabkan iritasi pada mata hingga menyebabkan mata menjadi perih dan tenggorokan menjadi kering. Cat yang sangat bau dapat membuat orang tidak tahan dan dapat mengganggu kesehatan orang disekitar.

Rendah VOC (*low VOC*)

VOC atau biasa disebut dengan *Volatile Organic Compound* merupakan kumpulan dari beberapa senyawa organik yang mudah menguap, baik pada saat cat masih dalam kemasan atau pun setelah membentuk lapisan setelah diaplikasikan. Bahan kimia ini memiliki bahaya bagi kesehatan baik jangka pendek dan jangka panjang. Bahan kimia yang juga termasuk VOC adalah Benzene. Sebaiknya memilih cat yang rendah VOC dengan ditunjukkan dalam label tidak beracun atau dengan label komposisi kadar VOC (misal VOC < 5 g/L atau kurang).

Bebas APEO (*APEO free*)

Kepanjangan dari APEO adalah alkyl phenol ethoxylates. Bahan ini sangat berbahaya bagi tubuh maupun bagi lingkungan. APEO dapat bertahan lama disebuah lingkungan kemudian terakumulasi dalam tubuh sehingga menyebabkan beberapa gangguan, seperti gangguan perkembangan hormon. Tanda cat yang bebas APEO adalah terdapat centang dalam buku informasi mengenai cat (*teknikal data sheet* dari cat) atau tercantum pada kemasannya.

Bebas Logam Berat (*Heavy Metal free*)

Contoh logam berat yang biasa terkandung dan digunakan di produk cat adalah arsen, timbal, merkuri dan chromium.

Bebas Formaldehida (*Formaldehyde free*)

Formaldehida (formalin) merupakan salah satu jenis dari VOC pada bahan cat, formalin berfungsi untuk mencegah agar cairan cat tidak cepat rusak dan bisa bertahan tanpa membusuk. Namun formalin memiliki bahaya kesehatan bagi manusia karena dari baunya yang menyengat dapat menyebabkan gangguan mata, tenggorokan, hidung, dan sulit bernafas

4.2. Standarisasi Produk Green untuk Cat SNI atau Standar Internasional Cat

4.2.1. SNI

SNI (Standar Nasional Indonesia) merupakan standar mutu dari produk cat terutama cat tembok yang berbahan dasar air yang banyak sekali digunakan oleh masyarakat. SNI dalam label cat masih belum ditetapkan regulasinya untuk saat ini secara nasional, sehingga cat belum bisa terstandarisasi secara menyeluruh oleh SNI dengan labelnya. Namun BSN sudah mengeluarkan tentang kriteria cat dengan standarisasi yakni dengan SNI 3654:2009 tentang cat tembok emulsi serta SNI 7188.6:2010 tentang ecolabel dalam cat. Cat tembok yang sudah memiliki kriteria yang ditetapkan oleh BSN tersebut di atas dapat mencantumkan lambang SNI atau eco label dalam kemasan atau semua *marketing tool* yang beredar di pasar.. Penggunaan label SNI untuk cat ini hanya untuk saat ini masih merupakan bentuk kerelaan dari perusahaan dan kesadaran para pengusaha produsen cat akan kelestarian lingkungan. Perusahaan yang dalam pelaksanaan bisnisnya berorientasi pada etika lingkungan akan menerapkan sertifikasi ini sebagai diferensiasi dan tambahan fitur produk dibanding produk pesaing. Meskipun untuk mendapatkan sertifikasi ini perusahaan harus mengikuti tahapan pengujian terhadap produknya dan membutuhkan tambahan biaya.

4.2.2. Standar Internasional

Sertifikasi berstandar internasional yaitu sertifikasi label yang dikeluarkan oleh badan sertifikasi green di luar negeri, yaitu sebagai berikut:

1. Green label Singapore

Kelebihan dari Standarisasi Internasional green label Singapore adalah mampu berkontribusi melindungi lingkungan, produk standar ramah lingkungan, produk bisa bersaing dan menimbulkan citra nama positif yang baik di masyarakat karena aman dan ramah lingkungan.

2. Environmental Choice New Zealand

Adalah ekolabel yang diterbitkan oleh New Zealand.

3. Green Council Label

Ini adalah ekolabel standar internasional yang diterbitkan hongkong. Green Council

Kontribusi perusahaan menyelamatkan lingkungan alam beserta isinya dapat dimulai dengan pendekatan konsep hijau melalui aspek manajemen, produk, proses, tempat kerja, angkatan kerja dan

masyarakat sekitarnya. Beberapa perusahaan produsen cat di Indonesia yang mulai menjalankan pengenalan dan penjualan produk yang berorientasi pada green produk, diantaranya adalah PT. Akzo Nobel, PT. Propan Raya, PT Indaco Coating Industry, dsb.

The greening of processes, dalam hal ini perusahaan-perusahaan melakukan tindakan nyata yang mengarah pada proses green yang ramah terhadap lingkungan sekitar diantaranya perusahaan berusaha untuk mengurangi penggunaan bahan yang menimbulkan emisi dan polusi yang bisa berakibat pada pemanasan global, mengurangi konsumsi sumber daya terutama sumber daya natural. Usaha keras dalam mengendalikan energi dengan mengembangkan teknologi alternatif dan mengurangi energi.

The greening of workplaces, lingkungan kerja yang bersih, nyaman layaknya rumah dan tentunya sehat serta hijau. Membuat lingkungan kerja yang sehat nan hijau pada dasarnya amat bermanfaat, karena bisa menghindarkan seluruh karyawan dari bahaya penyakit yang dapat mengganggu produktivitas kerja.

The greening of communities, merupakan sarana untuk mewadahi komunitas-komunitas dalam masyarakat yang menitikberatkan pada lingkungan dan social budaya di wilayah-wilayah, dimana setiap komunitas dapat saling belajar dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai prinsip-prinsip hijau. Dalam industri komunitas hijau ini dilakukan antar stakeholder yang berkaitan, misalnya misalnya menjaga hubungan baik dengan para pemasok yang mempunyai komitmen pada lingkungan., ada juga perusahaan yang menerapkan prinsip *The greening of workforce*, kebijakan dan prosedur dalam mencari tenaga kerja bagi perusahaan, dengan memberikan pelatihan, pendidikan, dan pemahaman budaya yang berkaitan dengan nuansa hijau perusahaan.

The greening of management, pada aspek ini pihak manajemen membuat kebijakan, menentukan target jangka menengah/panjang atau target spesifik di bidang masing-masing dan menentukan visi perusahaan secara keseluruhan yang berdampak pada pelestarian lingkungan hijau.. Perusahaan dapat pula mengadopsi praktik-praktik etis yang berkaitan dengan lingkungan, yang dapat membantu pembuatan program perusahaan agar dapat terus menerus berkembang. Dalam struktur organisasi dapat pula dibentuk environment committee atau individu/ spesialis yang bertanggung jawab.

4.3. Pelaksanaan Green product dan Etika Bisnis

Keterkaitan pelaksanaan green produk dalam etika bisnis di Indonesia diwujudkan dengan pemberian label ekolabeliny yang dikeluarkan oleh suatu badan Internasional terhadap perusahaan-perusahaan yang menerapkan konsep green produk dalam etika berbisnisnya. Badan International Organization for Standardization Technical Committee 207 (ISO/TC 207) merupakan badan yang mengembangkan Standar Internasional yang mana sebagai rujukan dalam penerapannya digunakan klasifikasi sbb :

Ekolabel Tipe I, model ekolabel ini bersifat sukarela, berbasis multi kriteria dengan proses evaluasi oleh pihak ketiga, standar rujukan ISO 14024 Environmental labels and declarations – Type I environmental labelling – Principles and procedures.

Ekolabel Tipe II, pada model ini produsen suatu produk dapat mengklaim atau mendeklarasikan sendiri (swadeklarasi) aspek lingkungan dari produknya tanpa pemenuhan terhadap kriteria yang ditetapkan dan sertifikasi dari pihak ketiga. Rujukan standar yang digunakan ISO 14021 Environmental labels and declarations – Self- declared environmental claims (Type II environmental labelling).

Ekolabel Tipe III, adalah model ekolabel yang menginformasikan aspek lingkungan pada produk secara kuantitatif. Standar rujukan ISO 14025 Environmental labels and declarations – Type III environmental declarations – Principles and procedures.

Di Indonesia kini dilakukan pengembangan 2 program ecolabel yaitu Ecolabel Indonesia dan Ecolabel Swadepklarasl Indonesia.

1. Program Ecolabel Indonesia Adalah program ecolabel yang dikembangkan oleh KLH merujuk pada ecolabel tipe I.

Prinsip-Prinsip Penerapan Ecolabel Tipe I :

- 1) Multi kriteria,
- 2) Proaktif, dengan proses evaluasi oleh pihak ketiga (Lembaga Sertifikasi Ecolabel) yang kompeten dan kredibel,
- 3) Penggunaan logo ecolabel diijinkan apabila produk memenuhi kriteria untuk kategori produk tertentu,
- 4) Kriteria disusun dengan mempertimbangkan dampak lingkungan sepanjang daur hidup produk, Kriteria ecolabel harus objektif, tidak memihak dan berdasarkan data ilmiah,
- 5) Transparansi dan keterlibatan stakeholders (proses konsensus),
- 6) Tidak dimaksudkan untuk menghambat perdagangan.

Kementrian Lingkungan Hidup melalui Panitia Teknis Manajemen Lingkungan telah menyusun kriteria ecolabel Indonesia yang diterbitkan dalam bentuk Standar Nasional Indonesia (SNI).

Ada 7 kategori produk yang telah disusun dalam 11 kriteria ecolabelnya yaitu :

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| 1) Kertas, | 5) Baterai |
| 2) Deterjen, | 6) Cat Tembok |
| 3) Tekstil dan produk tekstil, | 7) Kantong Belanja Plastik |
| 4) Kulit, | |

Tabel: 1. Kriteria Ecolabel Indonesia.

No	Judul SNI
1	Kriteria ecolabel – Bagian 1: Kategori produk kertas–Seksi 3: Kertas cetak tanpa salut SNI 19-7188.1.3-2006
2	Kriteria ecolabel – Bagian 2: Kategori produk deterjen – Seksi 1: Serbuk deterjen pencuci sintetis rumah tangga SNI 19-7188.2.1-2006
3	Kriteria ecolabel – Bagian 4: Kategori tekstil dan produk tekstil SNI 19-7188.4.1 -2006
4	Kriteria ecolabel – Bagian 3: Kategori produk kulit – seksi 1: Kulit jadi SNI 19- 7188.3.1-2006
5	Kriteria ecolabel – Bagian 3: Kategori produk kulit – Seksi 2: Sepatu kasual SNI 19-7188.3.2-2006
6	Kriteria ecolabel – Bagian 1: Kategori produk kertas – Seksi 2: Kertas tisu untuk kebersihan (Sanitary tissue) SNI 19-7188.1.2-2006
7	Kriteria ecolabel – Bagian 1: Kategori produk kertas – Seksi 1: Kertas kemas SNI 19- 7188.1.1-2006
8	Kriteria ecolabel – Bagian 1: Kategori produk kertas – Seksi 4: Kertas cetak salut SNI 7188.1.4:2010
9	Kriteria ecolabel – Bagian 5: Kategori produk baterai – Seksi 1: Baterai primer tipe carbon zinc dan alkaline SNI 7188.5.1:2010
10	Kriteria ecolabel – Bagian 6: Kategori produk cat tembok SNI 7188.6:2010
11	Kriteria ecolabel – Bagian 7: Kategori produk kantong belanja plastik SNI 7188.7:2011

Sumber: Standar Nasional Indonesia (SNI)



Gambar 1. Label ramah lingkungan Ekolabel Swadeklarasi



Gambar 2. Logo

2. Program Ekolabel Swadeklarasi Indonesia Adalah program ecolabel yang dikembangkan oleh KLH dengan merujuk pada model ecolabel tipe II. Ekolabel Swadeklarasi adalah klaim awal pengusaha atas sebuah produk yang telah memenuhi aspek lingkungan tertentu. Sedangkan ecolabel multikriteria adalah sertifikasi Kementerian Lingkungan Hidup yang menyatakan bahwa suatu produk ramah terhadap lingkungan (KemenKLH).

Produk Hijau Indonesia (Indonesia Green Product) berisikan kompilasi produk yang telah mendapatkan label lingkungan atau ecolabel (Ekolabel Tipe I) dan produk yang telah memiliki deklarasi (klaim) terhadap aspek lingkungan pada produk tersebut atau swadeklarasi (Ekolabel Tipe II).

1. Ekolabel Tipe I

Tabel Ekolabel Tipe I merupakan ecolabel yang menunjukkan perusahaan terbaik dengan produk-produk terbaik dan mendorong konsumennya untuk menggunakan produk ramah lingkungan. Label ini melalui berbagai sertifikasi dan kriteria yang harus dipenuhi. Label ini juga menggunakan pendekatan berbagai sector dan melibatkan pemangku kepentingan. Untuk mendapatkan Ekolabel Tipe I suatu produk terlebih dahulu harus memenuhi kriteria Ekolabel Produk yang telah ditetapkan. Penilaian pemenuhan terhadap kriteria tersebut dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Ekolabel.

2. Ekolabel Tipe II

Tabel Ekolabel Tipe II berisikan produk yang memiliki deklarasi aspek lingkungan dari produk tersebut. Klaim aspek lingkungan tersebut dapat dilakukan sendiri oleh produsen, distributor, pemegang merek atau pihak lainnya yang akan mendapatkan manfaat dari klaim produk tersebut. Deklarasi tersebut tidak perlu diverifikasi oleh pihak ketiga namun klaim tersebut harus mengikuti ketentuan yang berlaku. Identifikasi terhadap produk ini di pasaran adalah dengan melihat klaim aspek lingkungan pada produk, kemasan atau media lainnya. Mengembangkan dan memasarkan produk ramah lingkungan adalah sebuah langkah maju untuk menjaga sumber daya alam. Produk hijau dapat menjanjikan keuntungan bagi perusahaan pembuatnya karena dapat meningkatkan diferensiasi produk dan nilai jual produk terutama melalui penjualan ekspor. Mengembangkan produk ramah lingkungan menjadi sangat penting saat ini, sama pentingnya dengan menyiapkan generasi masa depan dengan planet yang membuat mereka bisa bertahan dan berkembang. Maka dapat disimpulkan bahwa menyelamatkan lingkungan hidup dapat dimulai dari merubah desain produk dan mengupayakan proses produksi yang berorientasi pada lingkungan, lebih ramah lingkungan, dan dapat menghemat sumber daya produksi. Selain itu, produk ramah lingkungan dapat menguntungkan konsumen dan perusahaan pembuatnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produk ramah lingkungan dapat dikatakan produk yang biasanya berasal dari bahan yang tidak mencemari lingkungan dan kemasannya juga mudah diurai sehingga tidak menjadi sampah. Selain itu proses produksinya juga tidak banyak mengeluarkan limbah, sesuai dengan prinsip etika bisnis yang seharusnya diterapkan oleh semua lapisan masyarakat. Berdasarkan pembahasan maka dapat disimpulkan :

Perusahaan yang melaksanakan green product, sebenarnya telah memiliki keunggulan bersaing, karena perusahaan harus melakukan inovasi, mengeksplotasi kemampuan internalnya untuk melakukan sesuatu yang berbeda yang tidak mampu dilakukan pesaingnya. Program produk ramah lingkungan ini tidak semata diterapkan oleh para pengusaha secara mandiri dalam bisnisnya, tetapi juga membutuhkan dorongan dari para konsumen dan juga pemerintah. Misalnya dengan menciptakan aturan-aturan yang mendorong para pelaku bisnis untuk menggunakan kemasan produk yang lebih aman.

Para pelaku bisnis dan perusahaan-perusahaan, termasuk perusahaan produsen cat, yang sudah mulai melakukan penerapan fokus terhadap etika lingkungan, dalam operasionalnya selain terfokus pada perolehan omset bagi nilai financial perusahaan, tetapi juga telah melakukan orientasi perusahaan dengan memperhatikan sisi kemanusiaan. Perusahaan yang ingin bertahan long-lasting, harus memperhatikan efek jangka panjang dalam setiap strategi bisnisnya. Perhatian terhadap lingkungan diantara seluruh anggota stakeholders merupakan nilai-nilai kekuatan tersendiri di dalam lingkungan internal perusahaan yang bisa digunakan sebagai upaya untuk meraih peluang-peluang yang ada di lingkungan eksternal perusahaan.

Penerapan etika bisnis dengan menggunakan konsep green product di perusahaan produsen cat, khususnya cat tembok yang banyak dipakai di masyarakat, telah diatur kriterianya dalam Ekolabel Indonesia (SNI) yaitu Kriteria ekolabel – Bagian 6: Kategori produk cat tembok SNI 7188.6:2010. Dengan menerapkan konsep hijau pada strategi pemasaran produknya, berarti perusahaan memperhatikan efek strategi jangka panjang bagi perusahaannya dengan tujuan ke depan supaya perusahaan bisa bertahan lama (long-lasting), dan perusahaan menerapkan etika bisnis terhadap lingkungan.

Saran

- Para pelaku bisnis diharapkan lebih mensosialisasikan mengenai konsep green product kepada masyarakat, dengan lebih memperkenalkan dan mendorong pengembangan produk-produk yang ramah lingkungan sehingga tidak hanya stakeholders yang mengerti dan menyadari manfaat etika bisnis berkonsep green ini, tetapi seluruh masyarakat yang menggunakan produk cat juga memahaminya.
- Memberikan sosialisasi terhadap masyarakat khususnya pengguna produk, mengenai pengertian dan arti *Green Product* dan *Eco Label*

DAFTAR RUJUKAN

1. Sdrolia, E., Zarotiadis, G. (2019). *A Comprehensive Review for Green Product Term : From Definition to Evaluation*. Journal of Economic Surveys, Vol. 33, No. 1, pp. 150-178., John Wiley & Sons Ltd.
2. Baron, David P. (2003), *Business and its environment- 4th ed.* Prentice Hall, Upper Saddle river, New Jersey.
3. Daft, Richard L. (2007). *Management*, (terjemahan). Salemba Empat, Jakarta
4. Anonim. (2016). *Konsep Dasar dan Prinsip Industri Hijau*. Industri Hijau, Kemenperin. Jakarta
5. Hapzi, A. 2016. *Concepts and Theories of Business Ethics*. Universitas Mercu Buana.

6. Hapzi, A. 2020. *Modul Business Ethics & Good Governance*. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
7. Supandini, Ni Putu Ari, Pramudana, Komang A.S. (2017). *Peran Kepedulian Pada Lingkungan Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing terhadap Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 7, 2017 : 3906-3933
8. Pemayun, A.A. Istri Cintya Dewi, Suprpti, Ni Wayan Sri. (2016). E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, Np. 9, 2016 : 5895-5922.
9. Heri, dkk. (2006). *Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Hijau : Tinjauan Faktor Demografi, Psikologis, Sosial dan Budaya (Kasus Kota Padang)*. Jurnal Bisnis dan Management. 2, (1), 1 – 9.
10. Putri, Arum Sutrisni. (2020). *Pengertian Pencemaran Lingkungan dan Jenis-jenisnya*. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/14/100000469/pengertian-pencemaran-lingkungan-dan-jenis-jenisnya?page=all>. (08 April 2020, jam 20.00)
11. KemenLHK. (2020). *Pusat Standarisasi Lingkungan dan Kehutanan*. <http://standardisasi.menlhk.go.id/> . (08 April 2020, jam 20.00)