# BAB 2
# TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

## 2.1 Sejarah Perusahaan

Indonesia penuh dengan semangat penghijauan , inilah hal yang sering ditunggu-tunggu sebagian besar generasi muda yang peduli dan sadar akan keberadaan lingkungannya. Untuk mewujudkan terealisasinya keinginan besar itu, memang butuh kesungguhan dan orang-orang yang konsisten dengan ketercapaian. Sulit dipungkiri banyak yang tereliminasi satu per satu dengan orasi mereka sendiri, tapi berbeda halnya dengan PT. Greeneration Indonesia.

PT. Greeneration Indonesia (GI) merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan gaya hidup ramah lingkungan melalui produk dan program. Greeneration Indonesia berdiri pada tanggal 24 Juli 2005 yang diawali dari keprihatinan terhadap permasalahan lingkungan yang kualitasnya semakin menurun.

Pada tahun 2006,PT. Greeneration Indonesia memulai debutnya dengan menciptakan program bertajuk KEBUNKU (Kertas Bekasku Hijaukan Bangsaku) yang bertujuan untuk menciptakan siklus mengembalikan pohon yang telah dimanfaatkan (jadi kertas) menjadi pohon kembali. Salah satu buah dari kegiatan Greeneration Indonesia ini adalah terlahirnya UGREEN, sebuah komunitas lingkungan yang bermarkas disalah satu Kampus Negeri Bandung.

Sepanjang tahun 2007 PT. Greeneration Indonesia berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan lingkungan. Pada awal tahun 2008, pendiri Greeneration Indonesia melakukan reorganisasi dan menyatakan diri bahwa untuk memperjuangkan lingkungan secara berkelanjutan, diperlukan suatu metode perjuangan yang lebih mandiri. Untuk itu dipilihlah *platform* wirausaha sebagai metode yang cocok bagi Greeneration Indonesia. Sepanjang 2008, Greeneration Indonesia melakukan restrukturisasi, penguatan pondasi usaha, serta riset pengembangan produk.

Awal 2009 menjadi langkah baru bagi Greeneration Indonesia sebagai ide usaha berbasis *social entrepreneur* yang bergerak secara profesional dengan mengeluarkan produk utama *Bagoes* yang berupa tas belanja lipat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik, dengan salah satu mimpinya adalah menjadi perusahaan terdepan dalam menjual gaya hidup hijau.

*Bagoes* sendiri merupakan perpaduan antara *Bag* dan *Goes*, yang artinya tas yang mudah dibawa pergi kemana saja.

Pencapaian yang telah dihasilkan dalam kurun waktu 2 tahun awal usaha antara lain:

a. Kapasitas produksi bagoes 3000 pcs/bulan dengan tersebarrya brand baGoes dalam 300 retail Circle K tahun 2010 awal.
b. Meluasnya jaringan GI dalam skala nasional meliputi kerjasama dengan beberapa perusahaan seperti AAM-Toyota, YPB, Circle K, Ashoka, Delta FM, Bank Mandiri, British Council dan lain sebagainya.
c. Kerjasama GI dengan Circle K dalam program kampanye Red Goes Green.
d. Keterlibatan aktif GI dengan Forum Hijau Bandung sebagai bentuk kolaborasi sesama penggiat/pemerhati lingkungan di Bandung.
e. Kerjasama GI dengan FHB dalam program Peta Hijau – Persampahan Kota Bandung, Eco Hotel Rating, dan Bandung Menabung Air.
f. Dipercayanya GI untuk mengelola donasi dari pihak UNDP untuk pelaksanaan program Masuk RT.
g. Terliputnya GI dalam media skala nasional, seperti SCTV, Media Indonesia, GoGirl, IMTv, Kompas.com, Detik.com, Genie, DAATv dan lain-lain.

## 2.2 Profil Perusahaan

### 1. Konsep Perusahaan

Saat sekarang perusahaan ini terus melakukan riset sederhana (*Research*) dengan cara mengamati serta mempelajari situasi dan kondisi lingkungan yang ada disekitar yang kemudian diwujudkan dengan mencari solusinya agar dapat mengedukasi masyarakat (*Education*) hingga akhirnya GI mampu melakukan aksi-aksi nyata (Action) sambil mengkampanyekan solusi (*Campaign*) yang mudah diterapkan melalui promosi gaya hidup hijau melalui alat (*Tools*) dan sistem (*System*), yang digabung sehingga disebut metode REACTS.

REACTS sebagai konsep kerja Greeneration Indonesia, didukung dengan keberagaman latar belakang ilmu yang dimiliki oleh sumber daya manusia di dalam badan Greeneration Indonesia. Dengan adanya keberagaman tersebut, konsep REACTS ini diharapkan dapat lebih mempopulerkan gaya hidup hijau kepada masyarakat luas dalam budaya kesehariannya, sehingga peningkatan kualitas lingkungan secara langsung dan nyata dapat terwujud.

### 2. Visi dan Misi Perusahaan

Selain sejarah dan metode perlu dikenal juga apa saja *passion* yang akan dijalani oleh Greeneration Indonesia, yaitu sebagai berikut:

a. Visi : GI menjadi perusahaan berbasis wirausaha sosial terbesar dalam bidang lingkungan di Indonesia dengan jaringan internasional
b. Misi :
    **1.** Fokus pada permasalahan lingkungan yang melingkupi Isu Sampah + Isu Udara + Isu Air + Isu Energi, ruang lingkup WAWE (*Waste Air Water Energy*).
    **2.** Membentuk perusahaan yang berkelanjutan melalui dasar keseimbangan tiga aspek yaitu: kegiatan ekonomi (*economy*) +

pemberdayaan masyarakat (*social*) + pelestarian lingkungan (*environment*).

3. Meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap isu lingkungan meliputi isu sampah, udara, air dan energi yang sedang terjadi di dunia
4. Mengajak masyarakat Indonesia berprilaku dan bergaya hidup ramah lingkungan sebagai suatu cara pandang hidup melalui produk dan program
5. Menjadikan metode REACTS (*Research* & *Education* + *Act* & *Champaign* + *Tools* & *System*) sebagai dasar pengembangan produk dan jasa.

### 3. Logo Perusahaan

Greeneration Indonesia
www.greeneration.org

Gbr II.2 logo Greeneration Indonesia
Sumber: www. greeneration Indonesia.org

**Logogram* Greeneration Indonesia: Menggambarkan sebuah tunas dari pohon seperti halnya perusahaan GI yang baru memulai pertumbuhannya. Cita-cita GI adalah dapat menjadi seperti pohon yang besar, kokoh dan berbuah lebat agar dapat menaungi dan memberikan manfaat bagi masyarakat banyak

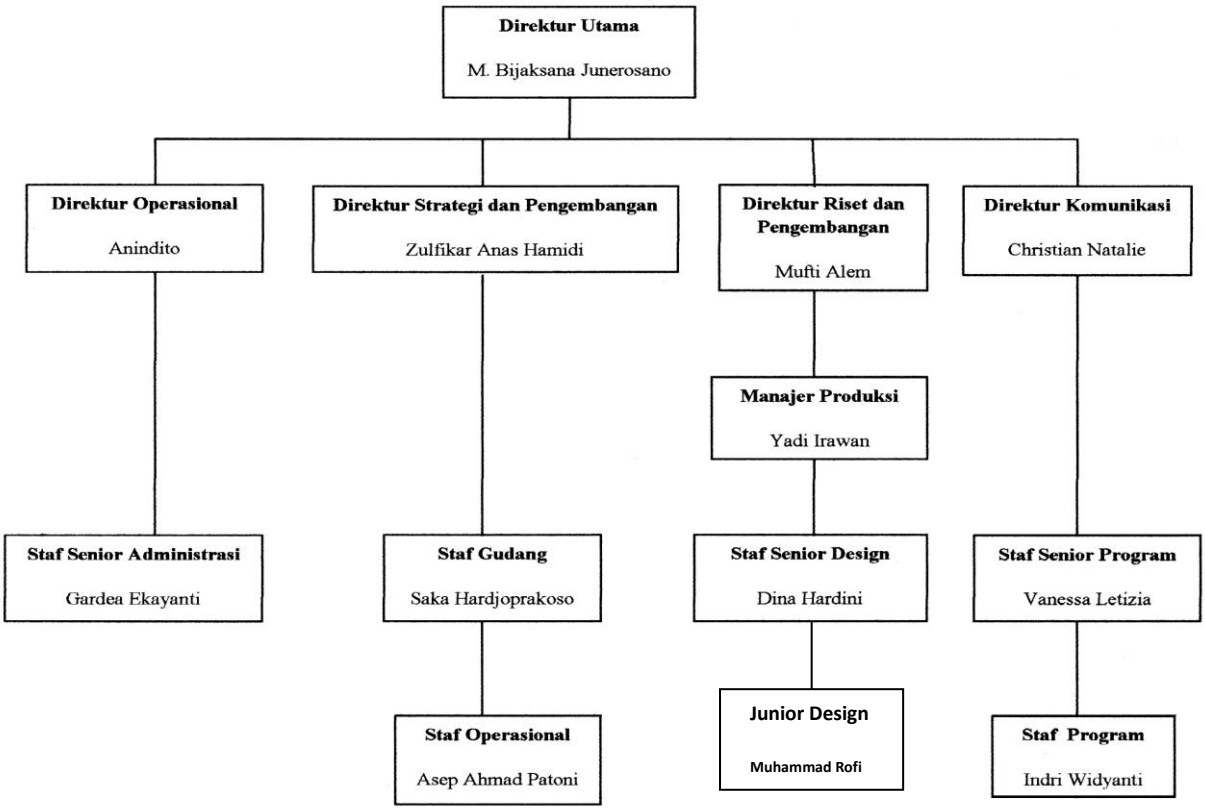
*Logo GI menggunakan warna **hijau:** Yang melambangkan alam dan kesuburan

*Logo GI menggunakan warna **hitam:** Warna tanah yang melambangkan kehidupan dan stabilitas

## 4. Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki bagian yang berbeda-beda, untuk dapat tetap melakukan pengawasan agar semua pekerjaan memiliki satu tujuan, maka dibentuk suatu organisasi yang mempersatukan sumber daya dengan cara yang teratur. Dengan adanya struktur organisasi diharapkan terjadi suatu kordinasi yang baik sehingga setiap orang mengetahui batas kewajibannya, wewenang, serta tanggung jawab yang dilimpahkan kepadanya dan dapat melaksanakan aktivitas untuk mendukung tercapainya sasaran perusahaan.

Adapun struktur organisasi yang terdapat pada Greeneration Indonesia adalah sebagai berikut:




Tabel II.2

Sumber : PT.Greeneration Indonesia

**Uraian Tugas Perusahaan**

Berikut adalah uraian tugas perusahaan yang ada di Greeneration Indonesia:

**1. Direktur Utama**

Merupakan jabatan yang ditunjuk dan memberi laporan kepada Dewan Direksi atau *Board of Director*. Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh Direktur Utama pada Greeneration Indonesia dalam memimpin perusahaannya
yaitu:

a. Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif.
b. Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tinggi.
c. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata tertib, keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat, menyesuaikan alokasi waktu peritem masalah, menentukan urutan agenda, mengarahkan diskusi ke arah konsensus, menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
d. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
e. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas.
f. Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh *Board of Director* (BOD) atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu dalam pertemuan Board of Director (BOD).

**2. Direktur Operasional**

Direktur Operasional bertanggung jawab kepada Direktur Utama. Berikut ini yang merupakan tugas dan tanggung jawab Direktur Operasional di Greeneration Indonesia:

a. Membantu Direktur Utama untuk menghasilkan produk atau jasa melalui kegiatan *real estate* atau proyek-proyek yang dilaksanakan dengan memperhatikan kerjasama dengan anggota direksi lainnya.
b. Mengkoordinasikan kegiatan penyusunan anggaran bidang produksi sampai saat pengusulannya untuk disampaikan kepada Direktur Utama.
c. Mengkoordinasikan kegiatan persiapan penyusunan laporan operasi (produksi) untuk diajukan dalam penyusunan Laporan Tahunan.
d. Melaksanakan pengelolaan yang sehat atas semua teknologi yang digunakan perusahaan.

**3. Direktur Srategi dan Pengembangan**

Tugas Direktur Strategi dan Pengembangan :

a. Melakukan penilaian secara berkala dan merekomendasikan pengembangan terhadap kebijakan dan strategi di bidang perdagangan, jasa dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan
b. Melakukan evaluasi terhadap pengembangan kebijakan dan strategi dibidang perdagangan, jasa dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan

**4. Direktur Riset dan Pengembangan**

a. Memimpin dan mengendalikan seluruh kegiatan di lingkungan direktorat riset dan pengembangan
b. Merencanakan, mengatur, mengendalikan dan mengevaluasi seluruh kegiatan dan kebutuhan di lingkungan direktorat riset dan pengembangan

**5. Direktur Komunikasi**

Tugas dan Tanggung jawab direktur komunikasi :

a. memiliki tugas dalam penatalaksanaan *office of the board* yang mencakup pemastian ketersediaan informasi bagi Direksi untuk mencapai keputusan.
b. Bertanggung jawab untuk menyampaikan berbagai informasi tentang tindakan perusahaan (*corporate action*) kepada regulator yang berkepentingan.
c. Membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan.

**6. Manajer Produksi**

Tugas dan tanggung jawab Manajer Produksi:

a. Mengupayakan tercapainya produksi, perbaikan proses produksi secara berkesinambungan dalam sistem produksi yang efektif dan efisien.
b. Bertanggung jawab atas pengendalian persediaan bahan baku, bahan penunjang dan proses produksi.
c. Mengutamakan terlaksananya keselamatan dan kesehatan kerja.

**7. Staf Senior Design**

Tugas dan wewenang: Mendesain produk atau pesanan konsumen melalui project manager.

## 6. Kegiatan Perusahaan

Isu lingkungan adalah isu global. Permasalahan lingkungan dibidang WAWE (*Waste Water Air & Energy*) adalah fokus isu lingkungan yang menjadi fokus pada Greeneration Indonesia. Berangkat dari keprihatinan terhadap lingkungan dibangunlah perusahaan berbasis *social entrepreneur* dengan isu gaya hidup ramah lingkungan yang bernama Greeneration Indonesia.

Secara umum Greeneration Indonesia didirikan dengan tujuan:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap isu lingkungan yang sedang terjadi di dunia.
2. Mengajak masyarakat Indonesia berperilaku dan bergaya hidup ramah lingkungan sebagai suatu cara pandang hidup melalui produk dan program.

*a. Produk*

Produk awal yang dikembangkan oleh Greeneration Indonesia adalah *reusable bag*-Bagoes, yg dikenal dengan tas yang dapat dipakai ulang sebagai solusi untuk mengurangi penggunaan kantong plastik yang berlebihan.

Untuk mencapai tujuan pengembangan produk Bagoes, metodologi yang digunakan meliputi:

1. Pengembangan desain berbasis isu atau permasalahan lingkungan, yaitu dengan mengoptimalkan proses desain produksi yang ramah lingkungan dari hulu ke hilir.
2. Pengembangan lini produksi berkolaborasi dengan UKM (Usaha Kecil Menengah) binaan, yakni dengan mengembangkan lini
3. produksi memanfaatkan potensi lokal dengan komunitas industri berbasis rumah tangga.
4. Pengembangan jaringan penjualan berbasis kampanye, yaitu dengan memperluas pasar produk dengan tujuan meningkatkan kepedulian terhadap isu lingkungan.

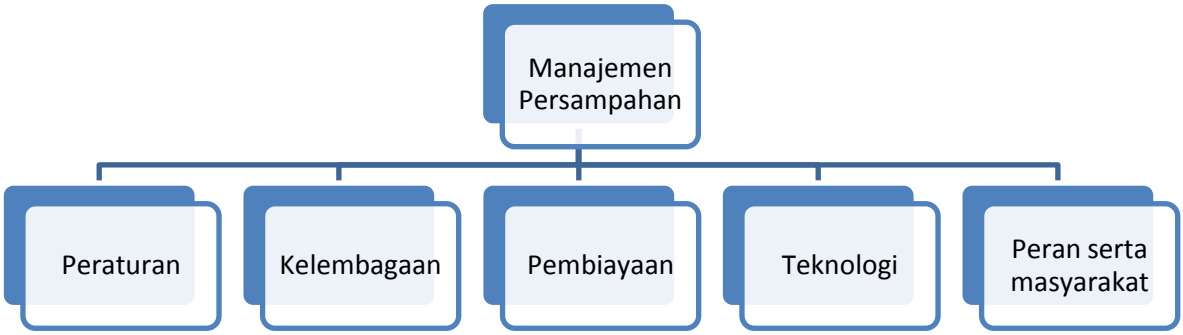
Adapun keunggulan dari produk Bagoes antara lain:

1. Kuat, mudah dilipat dan praktis dibawa berpergian.
2. Bentuk organis dengan keberagaman ukuran (S,M,L,XL).
3. Inovasi pada fungsi tambahannya sebagai gantungan kunci yang membuatnya selalu terbawa setiap hari.

*b. Program*

Dalam penerapannya Greeneration Indonesia memiliki program yang dikenal dengan MASUK RT (Manajemen Sampah Untuk Kawasan Rumah Tangga). MASUK RT (Manajemen Sampah Untuk Kawasan Rumah Tangga) adalah program sistem pendamping dan pemberdayaan masyarakat dalam penerapan lima aspek manajemen persampahan yang tepat guna dan berkelanjutan dalam ruang lingkup kawasan rumah tangga skala RT (Rukun Tetangga) atau maksimum RW (Rukun Warga) yang biasanya terdiri dari beberapa RT (Rukun Tetangga).

**Berikut ini bagan konsep manajemen persampahan yang diterapkan**




**Tabel 2.2 Program Manajemen Greeneration Indonesia**

**Sumber : PT. Greeneration Indonesia**