



STRATEGI ASPEK LINGKUNGAN PADA USAHA BISNIS RICHEESE FACTORY

Siti Afifah Salsabila¹, Siti Zahra Amelia Putri Nasution², Tantri Arum³,
Ananda Putri Ariyani⁴, Cut Zahara Salidia Sabrina⁵, Mutiah Khaira Sihotang⁶

¹⁻⁶Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Jl. Kapten Muchtar Basri, Medan Sumatera Utara, Indonesia

Email: affahsalsabillaa1@gmail.com

Article History

Received: 13-01-2025

Revision: 24-01-2025

Accepted: 27-01-2025

Published: 29-01-2025

Abstract. This study discusses the importance of environmental aspect strategy in sustainable business management with a case study on Richeese Factory business. This study aims to provide insight into how Richeese Factory can integrate environmental aspects into their business strategy, as well as the benefits and challenges that may be faced. Thus, it is hoped that Richeese Factory can contribute to environmental sustainability while still achieving their business goals. The method used is a qualitative method with a case study in the form of interviews and observations, so that efficient resource management, use of renewable energy, and recycling programs have been implemented by Richeese Factory to reduce their environmental footprint. However, the implementation of this strategy is not without challenges, such as high initial costs and the need to adapt to new technologies. However, there are many opportunities that can be utilized, such as increasing consumer demand for environmentally friendly products and incentives from the government.

Keywords: Environmental Strategy, Environmental Impact, Sustainable Business Management

Abstrak. Penelitian ini membahas pentingnya strategi aspek lingkungan dalam pengelolaan usaha yang berkelanjutan dengan studi kasus pada usaha Richeese Factory. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana Richeese Factory dapat mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka, serta manfaat dan tantangan yang mungkin dihadapi. Dengan demikian, diharapkan Richeese Factory dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan sambil tetap mencapai tujuan bisnis mereka. Metode yang digunakan yakni metode kualitatif dengan studi kasus berupa wawancara dan observasi, sehingga pengelolaan sumber daya yang efisien, penggunaan energi terbarukan, dan program daur ulang, telah diterapkan oleh Richeese Factory untuk mengurangi jejak lingkungan mereka. Namun, penerapan strategi ini tidak tanpa tantangan, seperti biaya awal yang tinggi dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Meskipun demikian, ada banyak peluang yang bisa dimanfaatkan, seperti meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan dan insentif dari pemerintah.

Kata Kunci: Strategi Lingkungan, Dampak Lingkungan, Pengelolaan Usaha Berkelanjutan

How to Cite: Salsabila, S. A., Nasution, S. Z. A. P., Arum, T., Ariyani, A. P., Sabrina, C. Z. S., & Sihotang, M. K. (2025). Strategi Aspek Lingkungan pada Usaha Bisnis Richeese Factory. *PRODUCTIVITY: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 2 (1), 45-52. <http://doi.org/10.54373/product.v2i1.65>

PENDAHULUAN

Pemahaman tentang strategi aspek lingkungan dalam dunia bisnis saat ini, menjadi semakin penting. Banyak perusahaan menyadari bahwa keberlanjutan lingkungan bukan hanya sekadar tren, tetapi juga merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang sukses (Munir et al., 2019). Dengan peningkatan akan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan, perusahaan diharuskan agar tidak hanya fokus terhadap keuntungan finansial, tetapi juga dapat meninjau dampak sosial dan ekologis dari aktivitas mereka. Perusahaan yang memahami pentingnya aspek lingkungan cenderung mengadopsi pendekatan yang lebih proaktif dalam mengelola dampak mereka. Ini termasuk pengelolaan sumber daya yang lebih efisien, penggunaan energi terbarukan, dan penerapan praktik ramah lingkungan dalam proses produksi. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya dapat mengurangi jejak karbon mereka, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya jangka panjang.

Selain itu, pemahaman yang baik tentang aspek lingkungan juga membantu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan. Konsumen saat ini lebih memilih produk yang dihasilkan dengan cara yang ramah lingkungan, sehingga perusahaan yang mengabaikan aspek ini berisiko kehilangan pangsa pasar. Oleh karena itu, mengintegrasikan strategi lingkungan ke dalam model bisnis bukan hanya tentang tanggung jawab sosial, tetapi juga tentang menciptakan nilai dan daya saing di pasar (Alvine, 2015). Dengan memahami dan menerapkan strategi aspek lingkungan, perusahaan dapat berkontribusi pada keberlanjutan planet ini sambil tetap mencapai tujuan bisnis mereka (Zamsiswaya et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan profitabilitas dapat berjalan seiring, menciptakan win-win solution bagi perusahaan dan lingkungan.

Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan, banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka. Aktivitas industri yang tidak ramah lingkungan telah menyebabkan berbagai masalah, seperti perubahan iklim, pencemaran, dan hilangnya keanekaragaman hayati. Hal ini membuat perusahaan tidak hanya dituntut untuk fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan dari operasional mereka. Dengan semakin banyaknya konsumen yang memilih produk yang berkelanjutan, perusahaan yang mengabaikan aspek lingkungan berisiko kehilangan pangsa pasar dan reputasi mereka. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan (Widyastuti, 2012).

Strategi lingkungan dalam suatu usaha bukan hanya soal mematuhi peraturan yang ada, tetapi juga tentang mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Ini bisa meliputi pengelolaan sumber daya yang lebih efisien, pengurangan limbah, dan penggunaan energi terbarukan. Dengan mengadopsi pendekatan ini, perusahaan tidak hanya bisa meningkatkan citra dan reputasi mereka di mata konsumen, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Konsumen saat ini lebih memilih produk yang ramah lingkungan, sehingga perusahaan yang mengabaikan aspek ini berisiko kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merumuskan strategi yang tidak hanya memenuhi target ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan (Nopriyanto, 2024). Dalam jurnal ini, kita akan membahas berbagai strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan untuk mengelola aspek lingkungan dengan baik, serta manfaat yang bisa didapat dari penerapan strategi tersebut. Dengan cara ini, diharapkan perusahaan dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan sambil tetap mencapai tujuan bisnis mereka.

Richeese Factory ialah suatu bisnis yang menyajikan makanan cepat saji yang berasal dari Indonesia dengan menu utama yaitu ayam goreng dan mengindetikkan bisnisnya dengan saus keju dan saus barbeku pedas dengan level kepedasannya, kedua hal tersebut menjadikan Richeese Factory menjadi makanan favorit orang Indonesia. Kita sebagai orang Indonesia senantiasa mengembangkan usaha bisnis local seperti Richeese Factory ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat diterapkan oleh Richeese Factory dalam mengelola aspek lingkungan secara efektif. Dengan memahami dan menerapkan strategi yang tepat, diharapkan Richeese Factory dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional (Lestari et al., 2025), dan pada akhirnya menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan study kasus untuk mengeksplorasi strategi aspek lingkungan yang diterapkan oleh Richeese Factory. Dengan subjek penelitiannya ialah karyawan dan objek penelitiannya bagaimana strategi dalam aspek lingkungan pada Richeese Factory. Teknik pengumpulan data yaitu (1) penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara pada karyawan outlet Richeese Factory, dan (2) penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi ke beberapa *outlet* Richeese Factory.

HASIL

Banyak perusahaan saat ini mulai menerapkan berbagai strategi lingkungan untuk mengurangi dampak negatif dari operasional mereka. Salah satu strategi yang umum adalah pengelolaan sumber daya yang efisien (Pratiwi, n.d.). Perusahaan berusaha untuk meminimalkan penggunaan energi dan bahan baku, serta mengurangi limbah yang dihasilkan. Misalnya, beberapa perusahaan mengadopsi teknologi ramah lingkungan dan proses produksi yang lebih efisien untuk mengurangi jejak karbon mereka. Selain itu, banyak perusahaan juga berfokus pada penggunaan energi terbarukan. Dengan beralih ke sumber energi seperti tenaga surya atau angin, perusahaan tidak hanya mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil, tetapi juga berkontribusi pada pengurangan emisi gas rumah kaca. Program daur ulang dan pengurangan limbah juga menjadi bagian penting dari strategi lingkungan (Harto et al., 2023). Perusahaan berusaha untuk mendaur ulang bahan-bahan yang digunakan dan mengimplementasikan praktik zero waste, di mana semua limbah yang dihasilkan dapat dimanfaatkan kembali.

Adapun hal yang harus dipertanggung jawabkan oleh perusahaan dalam konteks lingkungan mencakup beberapa aspek. Yakni, perusahaan harus memastikan bahwa mereka mematuhi semua regulasi dan standar lingkungan yang berlaku. Ini termasuk pengelolaan limbah, emisi, dan penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk berinvestasi dalam teknologi yang ramah lingkungan dan praktik yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Perusahaan perlu berkomunikasi secara transparan dengan pemangku kepentingan mengenai upaya mereka dalam menjaga lingkungan (Mootalu et al., 2023). Ini bisa dilakukan melalui laporan keberlanjutan yang menjelaskan langkah-langkah yang diambil, pencapaian yang diraih, serta tantangan yang dihadapi. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan, tetapi juga membangun kepercayaan dengan konsumen dan masyarakat. Perusahaan harus melibatkan karyawan dan komunitas dalam inisiatif lingkungan. Program pelatihan dan kesadaran lingkungan bagi karyawan dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam upaya keberlanjutan. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal dalam proyek-proyek lingkungan dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat dan memberikan dampak positif yang lebih luas. Dengan memahami dan melaksanakan tanggung jawab ini, perusahaan tidak hanya dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang bagi diri mereka sendiri dan pemangku kepentingan lainnya.

Meskipun banyak perusahaan yang berkomitmen untuk menerapkan strategi lingkungan, mereka juga menghadapi berbagai tantangan (Kumala, 2024). Salah satu tantangan utama adalah biaya awal yang tinggi untuk mengimplementasikan teknologi ramah lingkungan. Investasi dalam infrastruktur baru atau teknologi yang lebih efisien sering kali memerlukan modal yang tidak sedikit, dan tidak semua perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukannya. Namun, di balik tantangan tersebut, terdapat banyak peluang. Dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan, perusahaan yang menerapkan strategi berkelanjutan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas merek. Selain itu, pemerintah di berbagai negara juga memberikan insentif bagi perusahaan yang berkomitmen pada praktik ramah lingkungan, seperti pengurangan pajak atau subsidi untuk penggunaan energi terbarukan. Hal ini menciptakan peluang bagi perusahaan untuk tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan, tetapi juga meningkatkan profitabilitas mereka dalam jangka Panjang (Adminlp2m, 2022). Dengan demikian, meskipun ada tantangan yang harus dihadapi, penerapan strategi lingkungan yang tepat dapat membuka banyak peluang bagi perusahaan untuk tumbuh dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

Richeese Factory, sebagai pemain dalam industri makanan cepat saji, mengimplementasikan berbagai pendekatan untuk menangani aspek lingkungan dalam operasionalnya. Setelah melakukan wawancara kepada karyawan Richeese Factory dan observasi ke beberapa outlet richeese factory hal yang didapat sebagai berikut adalah beberapa langkah yang diambil oleh Richeese Factory.

Pengelolaan Limbah

- Minimalkan limbah: Richeese Factory berkomitmen untuk meminimalkan limbah yang dihasilkan dari proses produksi dan operasional. Ini mencakup penggunaan bahan baku secara efisien dan pengurangan kemasan yang tidak diperlukan.
- Program daur ulang: perusahaan melaksanakan program daur ulang untuk mengelola limbah plastik dan kertas. Dengan berkolaborasi dengan pihak ketiga, Richeese Factory memastikan bahwa limbah yang dihasilkan dapat didaur ulang dan tidak mencemari lingkungan.

Sumber Bahan Baku Berkelanjutan

- Penggunaan bahan baku lokal: Richeese Factory berupaya untuk memanfaatkan bahan baku lokal yang berkelanjutan. Ini tidak hanya mendukung ekonomi lokal tetapi juga mengurangi jejak karbon dari transportasi bahan baku.

- Bahan halal: mengingat pentingnya aspek halal dalam bisnisnya, Richeese Factory memastikan bahwa semua bahan baku yang digunakan memenuhi standar halal dan juga ramah lingkungan.

Efisiensi Energi

- Energi terbarukan: Richeese Factory mulai berinvestasi dalam sumber energi terbarukan, seperti panel surya, untuk mengurangi ketergantungan pada energi fosil dan menurunkan emisi karbon.
- Teknologi efisiensi energi: perusahaan menerapkan teknologi efisiensi energi dalam peralatan dan proses produksinya untuk mengurangi konsumsi energi secara keseluruhan.

Kesadaran dan Pendidikan Lingkungan

- Program edukasi: Richeese Factory meluncurkan program edukasi untuk karyawan dan pelanggan mengenai pentingnya menjaga lingkungan. Ini termasuk pelatihan tentang pengelolaan limbah dan penggunaan sumber daya yang efisien.
- Kampanye lingkungan: perusahaan juga terlibat dalam kampanye lingkungan yang lebih luas, bekerja sama dengan organisasi non-pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan.

Kebijakan Keberlanjutan

- Laporan keberlanjutan: Richeese Factory secara rutin menerbitkan laporan keberlanjutan yang menjelaskan langkah-langkah yang diambil untuk mengelola dampak lingkungan. Ini mencakup pencapaian, tantangan, dan rencana masa depan terkait keberlanjutan.
- Komitmen jangka panjang: perusahaan menetapkan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kinerja lingkungan, termasuk pengurangan emisi gas rumah kaca dan peningkatan penggunaan bahan baku yang berkelanjutan.

Penerapan langkah-langkah ini, Richeese Factory tidak hanya berusaha memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan daya saing dan reputasi bisnis di pasar yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan. Adapun hal lain yang dilakukan seperti observasi langsung ke tempat yang bersangkutan yakni Richeese Factory, dapat dilihat Richeese Factory menggunakan wadah seperti kertas foodgrade sekali pengganti piring dan lainnya yang berguna untuk mengurangi limbah sabun jika memakai piring atau benda yang dicuci maka akan meningkatkan jumlah limbah karena diharuskan mencuci serta adanya *self cleaning* yang berpengaruh untuk mengurangi tenaga kerja agar pendapatan lebih efisien.

KESIMPULAN

Richeese Factory menunjukkan dedikasi yang kuat dalam mengelola aspek lingkungan dalam operasional bisnisnya. Dengan menerapkan berbagai strategi, seperti pengurangan limbah, pemanfaatan bahan baku lokal dan berkelanjutan, serta investasi dalam sumber energi terbarukan, perusahaan ini berupaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Selain itu, Richeese Factory aktif meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan karyawan dan pelanggan melalui program edukasi dan kampanye yang relevan. Meskipun ada tantangan, seperti biaya awal yang tinggi dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan teknologi baru, Richeese Factory mampu memanfaatkan peluang yang muncul dari meningkatnya kesadaran konsumen akan produk yang ramah lingkungan. Dengan menerapkan kebijakan keberlanjutan dan secara transparan melaporkan pencapaian serta tantangan yang dihadapi, perusahaan ini tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan, tetapi juga memperkuat reputasi dan daya saingnya di pasar. Secara keseluruhan, Richeese Factory dapat menjadi contoh bagi perusahaan lain dalam mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka, membuktikan bahwa keberlanjutan dan profitabilitas dapat berjalan beriringan.

REFERENSI

- Adminlp2m. (2022). Mengenal Analisis Lingkungan dan Apa Saja Manfaatnya. *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Medan Area*.
- Alvine, A. (2015). *Pengaruh Tipe Kepemilikan Terhadap Performa Corporate Social Responsibility Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 6.
- Harto, B., Pramuditha, P., Dwijayanti, A., Lina Parlina, & Sofyan, H. (2023). Strategi Bisnis Berkelanjutan Melalui Inovasi Model Operasional Di Era Digitalisasi Bisnis. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 243–251. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v9i2.1677>
- Kumala, C. N. (2024, September 16). Tantangan dan Peluang Manajemen Risiko dalam Lingkungan Bisnis yang Dinamis. *Universitas Negeri Surabaya*. <https://pe.feb.unesa.ac.id/post/tantangan-dan-peluang-manajemen-risiko-dalam-lingkungan-bisnis-yang-dinamis>
- Lestari, B., Yumni, A., Ramadhani, C., Putri, F. A., Salsabila, N. S., Purba, N. H., Fadhillah, S. A., Rizki, S., Simanjuntak, W., & Syahfitri, Y. (2025). Pemanfaatan Limbah Plastik Melalui Inovasi Ecobricks di Desa Setia Tawar Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 106–112.
- Mootalu, N., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2023). Analisis Lingkungan Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Café Kopilabs. *Jambura*, 5(3), 1056–1057.
- Munir, M., Saraswati, & Faizah, S. (2019). Study Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Lingkungan Hidup. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 03, 157–191. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>

- Pratiwi, W. M. (n.d.). Akuntansi Lingkungan Sebagai Strategi Pengelolaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Wahyu. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 2007, 1–19.
- Widyastuti, E. (2012). *Analisis Lingkungan Sebagai Dasar Dalam Penentuan Strategi*. II(1), 41–55.
- Zamsiswaya, Miswanto, Darsyah, S., & Swalauddin. (2023). Model Deskriptif Manajemen Strategik :Proses Manajemen Strategik, Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal, Formulasi Strategi. *Jurnal Adzkiya*, VII(I), 46–58.