MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 16 No. 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

MINI PROPOSAL PENYUSUNAN RENCANA STRATEGIS PERUSAHAAN HIPOTETIK: PT ECOGREEN NUSANTARA

Shifa Awalina A[1], Dwi Astuti[2]
Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

Email: shifaawalinaa@gmail.com, Dwiastuti@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan meningkatnya kesadaran lingkungan, PT Ecogreen Nusantara dirancang sebagai perusahaan hipotetik yang bergerak di bidang pengelolaan limbah organik berbasis prinsip keberlanjutan. Proposal ini menyusun rencana strategis untuk memperkuat daya saing perusahaan melalui inovasi teknologi, kemitraan komunitas, dan pemasaran berbasis nilai keberlanjutan. Dengan menggunakan analisis SWOT dan pendekatan Triple Bottom Line (People, Planet, Profit), strategi yang dikembangkan berfokus pada diferensiasi produk, aliansi strategis, pemasaran berbasis nilai, dan diversifikasi pasar. Penyusunan rencana strategis ini diharapkan menjadi pedoman dalam pengembangan bisnis berkelanjutan yang adaptif terhadap perubahan pasar dan regulasi, serta memperkuat kontribusi perusahaan terhadap ekonomi hijau di Indonesia.

Kata Kunci: Rencana Strategis, Triple Bottom Line, SWOT.

Abstract

In response to the challenges of globalization and increasing environmental awareness, PT Ecogreen Nusantara is conceptualized as a hypothetical company engaged in organic waste management based on sustainability principles. This proposal outlines a strategic plan to strengthen the company's competitiveness through technological innovation, community partnerships, and value-based marketing. Using SWOT analysis and the Triple Bottom Line approach (People, Planet, Profit), the strategies developed focus on product differentiation, strategic alliances, value-driven marketing, and market diversification. The strategic plan is expected to serve as a guideline for developing a sustainable business that is adaptive to market changes and regulatory shifts, while enhancing the company's contribution to Indonesia's green economy.

***Keywords**: Strategic Planning, Triple Bottom Line, SWOT.*

Article history
Received: April 2025
Reviewed: April 2025
Published: April 2025

Plagirism checker no 831
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang berkembang pesat, dunia usaha mengalami perubahan paradigma besar. Tidak lagi cukup bagi perusahaan untuk mengejar keuntungan semata, melainkan harus mampu beradaptasi dengan tuntutan keberlanjutan lingkungan. Kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim, krisis sampah, dan kerusakan ekosistem mendorong munculnya konsep bisnis yang lebih ramah lingkungan. Konsumen modern semakin selektif dalam memilih produk atau layanan, dengan mempertimbangkan dampak lingkungan yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 16 No. 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PT Ecogreen Nusantara didirikan dengan semangat untuk menjadi bagian dari solusi atas persoalan lingkungan tersebut. Perusahaan ini bergerak di bidang pengelolaan limbah organik, dengan fokus utama pada transformasi limbah menjadi produk bernilai tambah seperti kompos, energi terbarukan, dan bahan baku industri ramah lingkungan. Sebagai perusahaan hipotetik yang mengusung visi keberlanjutan, PT Ecogreen Nusantara menyadari pentingnya merancang strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Meningkatnya tekanan dari regulasi pemerintah, seperti kebijakan pengelolaan sampah berbasis prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) dan dorongan menuju ekonomi sirkular, menuntut perusahaan-perusahaan di berbagai sektor untuk menyesuaikan model bisnis mereka. Dalam konteks ini, PT Ecogreen Nusantara memandang penyusunan rencana strategis sebagai langkah vital untuk memastikan kesesuaian dengan kebijakan nasional serta memperkuat posisi kompetitif di pasar yang semakin sadar akan isu lingkungan.

Penyusunan rencana strategis bagi PT Ecogreen Nusantara bertujuan untuk membangun fondasi jangka panjang yang kokoh dan adaptif terhadap perubahan zaman. Strategi ini harus mampu mengantisipasi dinamika pasar, perubahan regulasi, perkembangan teknologi hijau, serta ekspektasi stakeholder yang semakin tinggi terhadap praktik bisnis berkelanjutan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan sistematis dan analitis dalam merancang strategi yang dapat mengakomodasi berbagai faktor internal dan eksternal.

Dalam perjalanannya, PT Ecogreen Nusantara ingin menempatkan inovasi sebagai pilar utama dalam pengembangan bisnisnya. Inovasi di bidang teknologi pengolahan limbah, metode distribusi produk ramah lingkungan, serta pengembangan model bisnis berbasis komunitas menjadi fokus yang akan dituangkan dalam rencana strategis perusahaan. Dengan demikian, PT Ecogreen Nusantara diharapkan dapat berkontribusi dalam mempercepat transisi menuju ekonomi hijau di Indonesia.

Di samping itu, integrasi nilai-nilai keberlanjutan ke dalam budaya organisasi juga menjadi perhatian utama. PT Ecogreen Nusantara ingin menanamkan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada seluruh jajaran karyawan, mitra bisnis, dan pelanggan. Melalui pendekatan ini, perusahaan tidak hanya membangun citra positif di mata publik, tetapi juga memperkuat loyalitas stakeholder dalam jangka panjang.

Penting untuk dicatat bahwa perubahan menuju bisnis berkelanjutan bukanlah tugas yang mudah. Banyak tantangan yang harus dihadapi, mulai dari keterbatasan teknologi, tingginya biaya investasi awal, hingga resistensi dari pihak-pihak yang belum memahami urgensi keberlanjutan. Oleh karena itu, penyusunan rencana strategis PT Ecogreen Nusantara harus realistis, fleksibel, dan berbasis pada analisis situasi yang komprehensif.

Dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan landasan teori strategis seperti *Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)*, PT Ecogreen Nusantara berharap dapat merumuskan strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang, mengurangi kelemahan, dan mengantisipasi ancaman. Pendekatan ini sejalan dengan praktik bisnis berkelanjutan yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan terkemuka di tingkat global.

Secara keseluruhan, penyusunan rencana strategis ini menjadi momentum penting bagi PT Ecogreen Nusantara untuk menegaskan komitmennya sebagai agen perubahan dalam industri pengelolaan limbah. Dengan strategi yang terarah dan berbasis nilai keberlanjutan, perusahaan berambisi untuk tumbuh sebagai perusahaan hijau yang inovatif, bertanggung jawab, dan berdampak positif bagi lingkungan maupun masyarakat.

Melalui proposal ini, diharapkan PT Ecogreen Nusantara dapat memiliki peta jalan yang jelas untuk mengembangkan bisnisnya di tengah tantangan dan peluang era ekonomi hijau. Rencana strategis ini akan menjadi pedoman utama dalam setiap langkah pengambilan keputusan, sekaligus menjadi dasar untuk membangun masa depan perusahaan yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 16 No. 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

RUMUSAN MASALAH

a) Bagaimana PT Ecogreen Nusantara dapat merancang strategi bisnis berkelanjutan dalam menghadapi persaingan dan perubahan regulasi lingkungan?
b) Strategi apa yang paling efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan di industri pengelolaan limbah ramah lingkungan?

TUJUAN

a) Menyusun rencana strategis PT Ecogreen Nusantara yang berfokus pada pertumbuhan berkelanjutan.
b) Menetapkan visi, misi, dan nilai perusahaan untuk mengarahkan aktivitas bisnis.
c) Mengidentifikasi strategi yang efektif untuk memperkuat posisi pasar dan keberlanjutan perusahaan.

VISI, MISI, DAN NILAI PERUSAHAAN

Visi:

Menjadi perusahaan terdepan dalam inovasi pengelolaan limbah organik untuk mewujudkan lingkungan hijau Indonesia.

Misi:

a) Mengembangkan teknologi pengelolaan limbah berbasis energi terbarukan.
b) Memberdayakan masyarakat melalui program ekonomi sirkular.
c) Memberikan solusi ramah lingkungan kepada pelanggan dengan kualitas terbaik.

Nilai Perusahaan:

a) Inovasi Berkelanjutan
b) Kepedulian Lingkungan
c) Integritas
d) Kemitraan dan Kolaborasi

ANALISIS SITUASI

Lingkungan bisnis saat ini menunjukkan tren positif terhadap produk dan layanan ramah lingkungan. Hal ini didorong oleh meningkatnya perhatian konsumen terhadap isu keberlanjutan serta regulasi yang diterbitkan pemerintah Indonesia, seperti Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. P.75/MenLHK/Setjen/Kum.1/10/2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen (Kementerian LHK, 2023). Regulasi ini menekankan pentingnya peran sektor swasta dalam mengelola dampak lingkungan dari produk mereka, termasuk sektor pengelolaan limbah organik seperti yang digarap PT Ecogreen Nusantara.

Selain regulasi nasional, tren global menuju ekonomi hijau (green economy) semakin mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan praktik berkelanjutan dalam strategi bisnis mereka. Data dari World Economic Forum (2022) menunjukkan bahwa perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan cenderung memiliki kinerja jangka panjang yang lebih baik. Peluang ini memberikan landasan yang kuat bagi PT Ecogreen Nusantara untuk membangun strategi berbasis lingkungan yang dapat meningkatkan daya saing sekaligus memenuhi harapan pasar.

Namun demikian, tantangan besar masih membayangi. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya daur ulang dan pengelolaan limbah organik masih tergolong rendah, terutama di daerah-daerah dengan tingkat pendidikan dan akses informasi yang terbatas (BPS, 2022). Hal ini menjadi hambatan dalam menciptakan permintaan pasar yang konsisten untuk produk-produk ramah lingkungan seperti kompos hasil olahan PT Ecogreen Nusantara. Oleh karena

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 16 No. 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

itu, selain menawarkan produk, edukasi dan kampanye kesadaran masyarakat perlu menjadi bagian dari strategi perusahaan.

Persaingan industri juga menjadi faktor penting yang harus diantisipasi. Munculnya perusahaan multinasional yang sudah mapan dalam bisnis berbasis green economy menjadi tantangan serius. Perusahaan besar tersebut umumnya memiliki sumber daya lebih besar untuk mengembangkan inovasi produk, memperluas jaringan distribusi, dan mengadopsi teknologi canggih. PT Ecogreen Nusantara harus cermat dalam memilih strategi diferensiasi agar mampu bersaing, misalnya dengan mengutamakan pendekatan lokal, memperkuat kemitraan komunitas, dan menawarkan nilai tambah melalui produk berbasis kebutuhan lokal.

Dari sisi internal, kapasitas teknologi dan sumber daya manusia juga perlu diperhatikan. Untuk menghadapi tuntutan inovasi dalam pengelolaan limbah organik, PT Ecogreen Nusantara harus memastikan bahwa teknologi yang digunakan efisien, ekonomis, dan ramah lingkungan. Selain itu, pengembangan keterampilan karyawan dalam bidang teknologi hijau dan manajemen lingkungan menjadi faktor krusial untuk keberhasilan implementasi strategi jangka panjang.

Kondisi makroekonomi nasional juga mendukung prospek bisnis hijau. Pertumbuhan sektor industri hijau di Indonesia terus meningkat, dengan didukung insentif dari pemerintah berupa keringanan pajak dan fasilitas pembiayaan hijau (Kemenperin, 2023). Namun, ketidakpastian global seperti fluktuasi harga energi dan bahan baku tetap menjadi variabel eksternal yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan strategi mitigasi risiko.

Dengan mempertimbangkan berbagai peluang dan tantangan tersebut, PT Ecogreen Nusantara berada pada posisi strategis untuk memanfaatkan momentum pertumbuhan industri berbasis keberlanjutan. Penyusunan rencana strategis yang komprehensif, adaptif, dan inovatif menjadi keharusan agar perusahaan dapat menjawab dinamika pasar, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan memperkuat keunggulan kompetitif di tengah persaingan global.

STRATEGI YANG DITETAPKAN

a) Diferensiasi Produk: PT Ecogreen Nusantara akan fokus mengembangkan teknologi pengolahan limbah organik yang inovatif dan ramah lingkungan. Inovasi ini diharapkan menghasilkan produk berkualitas tinggi, seperti kompos premium dan energi terbarukan berbasis biomassa. Dengan teknologi yang berbeda dari kompetitor, perusahaan dapat menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. Selain itu, diferensiasi ini memperkuat citra perusahaan sebagai pelopor inovasi hijau. Investasi dalam riset dan pengembangan menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan diferensiasi produk ini.
b) Aliansi Strategis: PT Ecogreen Nusantara akan membangun kemitraan strategis dengan komunitas lokal untuk meningkatkan penerimaan sosial dan akses bahan baku limbah organik. Selain itu, perusahaan akan menjalin kerja sama formal dengan instansi pemerintah untuk mendapatkan dukungan regulasi dan program keberlanjutan. Aliansi ini memungkinkan perluasan jaringan distribusi sekaligus memperkuat posisi perusahaan di mata publik. Hubungan yang baik dengan stakeholder lokal akan meningkatkan legitimasi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Dengan sinergi ini, PT Ecogreen Nusantara dapat mempercepat pertumbuhan bisnis sambil berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.
c) Pemasaran Berbasis Nilai: Strategi pemasaran PT Ecogreen Nusantara akan menonjolkan kontribusi sosial dan lingkungan dari produk dan layanannya. Narasi pemasaran akan fokus pada dampak positif terhadap lingkungan, seperti pengurangan emisi karbon dan pemberdayaan komunitas. Pendekatan ini diharapkan membangun loyalitas pelanggan yang memiliki kepedulian terhadap isu-isu keberlanjutan. Kampanye pemasaran akan menggunakan berbagai media, termasuk platform digital, untuk menjangkau generasi muda yang lebih sadar lingkungan. Dengan pendekatan berbasis nilai ini, perusahaan dapat

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 16 No. 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

membedakan dirinya dari pesaing yang hanya menonjolkan aspek harga atau kualitas produk.

d) Diversifikasi Pasar: Untuk memperluas pasar, PT Ecogreen Nusantara akan menargetkan dua segmen utama, yaitu sektor industri dan rumah tangga. Produk kompos dan energi terbarukan akan ditawarkan kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki program tanggung jawab lingkungan. Sementara itu, produk daur ulang rumah tangga akan dipasarkan langsung ke konsumen individu melalui toko daring dan gerai retail ramah lingkungan. Diversifikasi pasar ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada satu jenis pelanggan dan memperbesar pangsa pasar. Dengan cakupan pasar yang luas, perusahaan akan lebih tahan terhadap fluktuasi permintaan di salah satu sektor.

SOLUSI DAN LANDASAN TEORI

Solusi strategis yang diajukan dalam penyusunan rencana PT Ecogreen Nusantara mengacu pada model SWOT Analysis menurut Fred R. David (2017). Model ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi dalam menjalankan bisnis. Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat mengambil langkah yang lebih terarah dan rasional dalam menyusun rencana jangka pendek maupun jangka panjang. Pendekatan ini penting untuk menghadapi dinamika pasar dan perubahan eksternal yang cepat, terutama dalam sektor bisnis berbasis lingkungan.

Dalam aspek Strengths, PT Ecogreen Nusantara memiliki keunggulan dalam hal inovasi teknologi pengolahan limbah organik dan komitmen terhadap prinsip keberlanjutan. Teknologi tersebut menjadi modal utama untuk menciptakan produk bernilai tinggi seperti kompos organik dan energi biomassa. Komitmen perusahaan terhadap prinsip green business menjadi nilai lebih di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Selain itu, hubungan yang kuat dengan komunitas lokal juga menjadi kekuatan tambahan untuk membangun kepercayaan pasar.

Untuk Weaknesses, beberapa tantangan internal yang harus dihadapi adalah keterbatasan dana investasi dalam pengembangan teknologi berkelanjutan dan kurangnya pengalaman perusahaan dalam manajemen skala besar. PT Ecogreen Nusantara sebagai perusahaan baru perlu memperhatikan aspek pengelolaan sumber daya manusia dan penguatan sistem operasional agar dapat bersaing secara efektif. Selain itu, rendahnya tingkat literasi masyarakat terhadap pentingnya daur ulang masih menjadi hambatan tersendiri yang perlu diatasi melalui program edukasi yang berkelanjutan.

Di sisi Opportunities, peluang besar terbuka seiring dengan meningkatnya regulasi pemerintah terkait pengelolaan limbah dan tren konsumen yang beralih ke produk berbasis keberlanjutan. Dukungan dari kebijakan nasional, seperti program Indonesia Bersih Sampah 2025, membuka peluang kolaborasi strategis dengan sektor publik dan swasta. Selain itu, berkembangnya pasar ekspor untuk produk ramah lingkungan menjadi peluang ekspansi internasional yang dapat dimanfaatkan di masa depan. Pemanfaatan teknologi digital juga membuka kesempatan baru dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun citra perusahaan.

Sementara itu, Threats yang mungkin dihadapi adalah persaingan dari perusahaan multinasional yang sudah lebih mapan dalam industri pengolahan limbah dan energi terbarukan. Mereka memiliki modal besar dan jaringan luas yang dapat menjadi ancaman terhadap pertumbuhan PT Ecogreen Nusantara. Selain itu, ketidakstabilan regulasi lingkungan dan fluktuasi permintaan pasar untuk produk ramah lingkungan juga menjadi risiko eksternal yang harus diantisipasi secara cermat.

Selain SWOT, pendekatan *Triple Bottom Line* oleh John Elkington (1997) juga menjadi dasar solusi yang diajukan. Konsep ini menekankan bahwa kesuksesan perusahaan tidak hanya diukur dari profit (keuntungan finansial), tetapi juga dari kontribusi terhadap people

(masyarakat) dan planet (lingkungan). Dengan mengintegrasikan triple bottom line, PT Ecogreen Nusantara tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi untuk keberlanjutan jangka panjang. Prinsip ini memastikan perusahaan bertindak etis dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan.

Dalam aspek People, PT Ecogreen Nusantara berkomitmen memberdayakan masyarakat lokal melalui pelatihan, pemberian lapangan kerja, dan program CSR yang fokus pada pendidikan lingkungan. Memberikan manfaat sosial ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan komunitas, tetapi juga meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik. Dukungan komunitas menjadi aset strategis yang memperkuat keberlanjutan operasional perusahaan.

Untuk dimensi Planet, PT Ecogreen Nusantara berfokus pada pengelolaan limbah yang berkelanjutan dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan menggunakan teknologi inovatif yang mengubah limbah menjadi produk berguna, perusahaan berkontribusi langsung dalam mengurangi volume sampah yang berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA). Upaya ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang dicanangkan secara global.

Terakhir, pada dimensi Profit, perusahaan tetap berfokus pada pencapaian kinerja keuangan yang sehat untuk mendukung pertumbuhan dan investasi lebih lanjut. Pendekatan bisnis yang menyeimbangkan keberlanjutan sosial dan lingkungan dengan profitabilitas memastikan perusahaan dapat bertahan di pasar yang kompetitif. Dengan kombinasi SWOT dan Triple Bottom Line, PT Ecogreen Nusantara diharapkan mampu tumbuh sebagai perusahaan hijau yang adaptif, inovatif, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

PENUTUP

Rencana strategis PT Ecogreen Nusantara ini diharapkan dapat menjadi pedoman utama dalam mengembangkan perusahaan berbasis prinsip keberlanjutan di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Penyusunan strategi ini telah mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan, termasuk kekuatan inovasi teknologi, peluang dalam tren ekonomi hijau, serta tantangan dari persaingan global dan tingkat kesadaran lingkungan masyarakat.

Dengan visi yang jelas sebagai pionir bisnis hijau di Indonesia, serta misi yang berfokus pada inovasi, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan lingkungan, PT Ecogreen Nusantara memiliki fondasi kuat untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Rencana strategis ini memberikan arah yang terukur, memungkinkan perusahaan untuk menavigasi risiko pasar sekaligus memanfaatkan peluang yang muncul di sektor pengelolaan limbah organik dan energi terbarukan.

Keberhasilan implementasi rencana strategis ini akan sangat bergantung pada komitmen seluruh elemen perusahaan, mulai dari manajemen puncak hingga staf operasional. Setiap individu dalam perusahaan diharapkan memahami visi dan misi, serta berperan aktif dalam mencapai tujuan bersama. Budaya perusahaan berbasis keberlanjutan, inovasi, dan kolaborasi menjadi kunci untuk memastikan semua strategi dapat dijalankan secara efektif.

Kolaborasi lintas sektor juga menjadi faktor penting dalam mewujudkan tujuan PT Ecogreen Nusantara. Kemitraan strategis dengan pemerintah, komunitas lokal, akademisi, dan sektor swasta akan memperkuat posisi perusahaan dalam ekosistem bisnis hijau. Dengan pendekatan kolaboratif ini, perusahaan tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga memperdalam dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan.

Lebih lanjut, penguatan kapasitas internal dalam aspek teknologi, manajemen operasional, dan pemasaran akan terus menjadi prioritas agar perusahaan mampu beradaptasi dengan perkembangan industri hijau. Inovasi produk, diversifikasi pasar, serta implementasi praktik bisnis berkelanjutan akan terus dikembangkan untuk menjawab tantangan globalisasi dan perubahan iklim.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 16 No. 8 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Dalam jangka panjang, PT Ecogreen Nusantara diharapkan tidak hanya menjadi perusahaan yang sukses secara finansial, tetapi juga menjadi role model bagi bisnis lain dalam menerapkan konsep Triple Bottom Line: People, Planet, and Profit. Dengan demikian, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari sisi profitabilitas, tetapi juga dari kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Akhirnya, rencana strategis ini bukanlah dokumen statis, melainkan pedoman yang harus dievaluasi dan diperbarui secara berkala sesuai dengan perubahan kondisi pasar dan lingkungan eksternal. Dengan komitmen terhadap pembelajaran berkelanjutan dan inovasi, PT Ecogreen Nusantara optimis dapat menjadi motor penggerak utama transformasi ekonomi hijau di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aprinda, V. R., & Wijaya, A. F. (2022). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Perusahaan Slingbag Salatiga Menggunakan Metode Ward and Peppard. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, *6*(1), 79–85.

Fakhrurrazi, F. (2021). Konsep Berpikir Sistemik Dalam Penyusunan Rencana Strategis. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, *6*(1), 13–24. https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9406

Irmanto, A., & Ridwan, M. (2021). Analisis Tentang Pentingnya Rencana Strategis Organisasi (Analysis of the Importance of Organizational Strategic Plans). *International Journal of Indragiri*, *1*(1), 1–7.

Kristiawan, I., & Manuputty, A. D. (2022). Perencanaan Strategis SI/TI Menggunakan Metodologi Ward And Peppard (Studi Kasus: Gallery Group). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, *9*(1), 749–760.

Prianti, M., & Papilaya, F. S. (2021). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Di Sinode GKJ Menggunakan Enterprise Architecture Planning Framework. *Journal of Information Systems and Informatics*, *3*(2), 467–481. https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.147

Rahardja, Y., Ayu, O., & Wijaya, A. F. (2020). PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PADA PERUSAHAAN OTOBUS ROYAL SAFARI. *Jurnal Bina Komputer*, *1*(1), 54–60.

Riswara, I., Rahardja, Y., & Chernovita, H. P. (2021). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada Perusahaan PT. Grahamedia Informasi. *Journal of Information Systems and Informatics*, *3*(3), 363–375. https://doi.org/10.51519/journalisi.v3i3.157

Suharyani, Y. D., & Djumarno, D. (2023). Perencanaan Strategis dan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, *2*(2), 767–778.

Supriyanto, E. A., & Manuputty, A. D. (2021). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dengan Metode Ward and Peppard Pada Perusahaan Ekpedisi (Studi Kasus: TIKI Cabang Kota Salatiga). *Journal of Information Systems and Informatics*, *3*(1), 57–71. https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i1.90

Waskito, A. C. S., & Manuputty, A. D. (2021). Perencanaan Strategi Sistem Informasi Dengan Metode Ward And Peppard di Perusahaan Toko Surabaya cabang Surakarta. *Journal of Information Systems and Informatics*, *3*(2), 365–377. https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.137