

STRATEGI PROGRAM KEBERLANJUTAN (*SUSTAINABILITY*) PT BLUE BIRD TBK DALAM TERCAPAINYA *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)* DI INDONESIA

Wulan Muhariani

Universitas Bina Sarana Informatika, DKI Jakarta, 12790, Indonesia

Corresponding author: wulan.wmh@bsi.ac.id

ABSTRAK

Sustainable Development Goals (SDGs) sangat penting diwujudkan mengingat Indonesia memiliki sumber daya manusia dan sumber daya alam yang kaya luar biasa dan luar biasa untuk dikelola. Untuk menuju SDGs hingga tahun 2030, perlu partisipasi dari seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali pihak swasta. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui strategi program keberlanjutan (*sustainability*) yang dilakukan oleh pihak swasta, yakni PT Blue Bird Tbk untuk mendukung pemerintah dalam mencapai tujuan-tujuan yang terangkum dalam SDGs. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dengan jenis data primer. Temuan dari penelitian ini adalah PT Blue Bird Tbk secara aktif berkomitmen membantu pemerintah mewujudkan SDGs di Indonesia dengan meluncurkan program visi berkelanjutan melalui tiga pilar; BlueSky, BlueLife dan Blue Corps yang diresmikan pada tahun 2022. Penerapan SDGs di Indonesia adalah pekerjaan kita bersama dan perlu diselenggarakan dan diikuti oleh berbagai kalangan, masyarakat, pemerintah pusat, pemerintah daerah, pihak swasta, hingga masyarakat luas. Selain itu penelitian perlu dikembangkan bagaimana komunikasi berperan dalam setiap kegiatan *sustainability* tersebut.

Kata Kunci: *Sustainable Development Goals (SDGs), Sustainable Strategi*

ABSTRACT

It is very important to realize the Sustainable Development Goals (SDGs) considering that Indonesia has incredibly rich human and natural resources. To reach the SDGs by 2030, participation from all levels of society is needed, including the private sector. This paper aims to find out the sustainability program strategy carried out by the private sector, namely PT Blue Bird Tbk to support the government in achieving the goals summarized in the SDGs. This research is a qualitative research with a case study method with primary data types. The findings from this research are that PT Blue Bird Tbk is actively committed to helping the government realize the SDGs in Indonesia by launching a sustainable vision program through three pillars; BlueSky, BlueLife and BlueCorps which were inaugurated in 2022. The implementation of the SDGs in Indonesia is our collective work and needs to be harmonized and followed by various groups, the community, the central government, local governments, the private sector, and the wider community. In addition, research needs to be developed on how communication plays a role in each of these sustainability activities.

Key Words: *Sustainability Development Goals (SDGs), Strategic Sustainability*

PENDAHULUAN

Jika dahulu kegiatan *sustainability* menjadi kewajiban perusahaan dalam memenuhi peraturan, maka kini kegiatan *sustainability* lebih dari sekedar memenuhi peraturan pemerintah saja. Bahkan beberapa perusahaan menjadikan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau *sustainability* menjadi salah satu persyaratan untuk mengikuti sebuah

tender atau proyek. Kegiatan *sustainability* atau CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, di dalam Pasal 74, dikatakan bahwa perseroan yang melakukan usaha di bidang sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan anggaran dan perhitungan sewajarnya dan sepatutnya. Kegiatan *sustainability* melalui CSR diatur dalam regulasi yang mewajibkan perusahaan melakukan CSR, yaitu Peraturan Pemerintah atau PP Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Perseroan Terbatas. Pada Pasal 2 dan 3 PP tersebut, disebutkan bahwa setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Peraturan tentang CSR juga dibahas dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Pemerintah telah mewajibkan para investor atau penanam modal untuk memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Pasal 15 dan 16 mengatakan bahwa setiap penanam modal diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan menjaga kelestarian lingkungan hidup, artinya bahwa CSR bukan lagi menjadi tanggung jawab moral namun kewajiban hukum dalam penanaman modal. Apabila tidak dilaksanakan, maka akan ada dampak hukum yang diatur dalam Pasal 34 UU Penanaman Modal.

Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah, terdapat konsep yang mendukung keberadaan *sustainability*, yaitu konsep *Triple Bottom Line* (TBL). Konsep ini menjelaskan bahwa perusahaan kini dituntut untuk tidak hanya memperhatikan kepentingan *shareholder* namun semua pihak yang terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Kepentingan ini dapat dirangkum ke dalam tiga pilar yang disebut TBL. Tiga pilar ini terdiri dari *Profit*, *People*, dan *Planet*. Masing-masing komponen dalam TBL tidaklah berdiri sendiri-sendiri, namun saling mendukung satu sama lain (Felisia & Limijaya, 2014).

Menurut Andrew Savitz (Slaper & Hall, 2011), "*Triple Bottom Line are captures the essence of sustainability by measuring the impact of an organization's activities on the world, including both its profitability and shareholder values and its social, human and environmental capital.*" Aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan dengan mengindahkan etika bisnis yang berlaku, menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja dengan mengikuti peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, seperti pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman, kesehatan, pendidikan, jam kerja yang dapat ditoleransi dan adanya batas usia bekerja sehingga terhindar dari eksploitasi anak di bawah umur. Aktivitas bisnis juga harus memperlihatkan pengelolaan yang baik dalam penggunaan energi, terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Misalnya mengurangi hasil limbah, mengolah kembali limbah, mengurangi emisi CO₂, melakukan pengelolaan sampah dengan baik dan masih banyak lagi.

Perubahan pola pikir pelanggan dalam memilih produk, ikut andil dalam *tren sustainability* di perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun 2020, sebanyak 54% penduduk yang mendominasi adalah generasi milenial (Gen Y) yang terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1981–1996 dan generasi Z (Gen Z) bagi mereka yang lahir pada 1997–2012. Dari berbagai macam survei dengan responden Gen Z, menyatakan bahwa 64% konsumen Gen Z mempertimbangkan faktor *sustainability* saat memilih sebuah merek.

Dari laporan Nielsen, *Sustainable Shoppers: Buy the Change They Wish to See in the World* menyebutkan ada sebanyak 81% konsumen yang menghendaki kontribusi dari perusahaan untuk memperbaiki kondisi lingkungan sekitar yang terkena dampak lingkungan. Kesadaran konsumen terhadap tanggung jawab di lingkungan terutama di kalangan anak muda, milenial (85%) dan gen Z (80%). Jika dilihat dari hasil survei tersebut, dapat kita lihat bahwa mereka yang termasuk Gen Z peduli akan lingkungan dan mulai melirik perusahaan-perusahaan yang memiliki program dan komitmen dalam kehidupan yang lebih baik.

Survei yang dilakukan oleh Kantar pada tahun 2021 dalam studi "*Who Cares, Who Does*" didapatkan hasil bahwa 58% yang tergolong Gen Z mengaku dan bersedia untuk menginvestasikan waktu dan biaya dalam mendukung kegiatan perusahaan yang berbuat baik

terhadap lingkungan, serta 53% menyatakan sudah berhenti membeli produk atau layanan yang memiliki dampak buruk atau negatif pada lingkungan dan masyarakat. Dari hasil-hasil survei ini dapat disimpulkan bahwa saat ini pelanggan dan calon pelanggan tidak hanya memerhatikan produk dan jasa saja, tapi faktor *sustainability* juga menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian produk dan penggunaan jasa. Mereka tidak akan segan mengeluarkan uang lebih untuk produk dan jasa yang peduli akan lingkungan.

Pentingnya menjaga lingkungan, membuat lingkungan di sekitar menjadi lebih baik dan menerapkan gaya hidup yang lebih sehat sehingga mendorong untuk lebih memilih produk yang ramah lingkungan atau tidak membahayakan bagi lingkungan sekitar (H. L. Bhaskar, 2013). Melihat hal ini, berbanding terbalik dengan yang dikatakan oleh Baldassarre & Raffaele Campo, (2016), bahwa penggunaan konsep *sustainability* sebagai salah satu alat pemasaran yang dapat berpotensi menimbulkan citra yang kurang baik bagi perusahaan karena perusahaan dianggap mengeksploitasi konsep *sustainability* untuk mendapatkan keuntungan.

Teori yang berkaitan dengan kegiatan *sustainability* adalah teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* membahas tentang tiga jenis *sustainability* yaitu: deskriptif, instrumental dan normatif (Donaldson & Preston, 1995). Teori *stakeholder* deskriptif ini mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik dan perilaku perusahaan secara spesifik (Donaldson & Preston, 1995). Teori *stakeholder* instrumental biasa disebut teori *stakeholder* strategis yang mengasumsikan bahwa permasalahan utama antara perusahaan dan pemangku kepentingan adalah kepercayaan dan kerja sama. Tipe yang terakhir adalah teori *stakeholder* normatif, teori ini menafsirkan tentang fungsi perusahaan, identifikasi filosofi dalam operasi dan tata kelola dalam perusahaan (Donaldson & Preston, 1995).

Kegiatan *sustainability* oleh perusahaan memang perlu dicermati dengan baik, jangan sampai niat yang baik dinilai berbeda oleh segelintir orang. Untuk itu dibutuhkan adanya komunikasi dalam konsep *sustainability*. Komunikasi ini dijalankan kepada seluruh pemangku kepentingan, internal dan eksternal. Komunikasi dalam konsep *sustainability* memiliki arti tentang peran penting bagi perusahaan. Apabila perusahaan tidak dapat mengkomunikasikan strategi *sustainability* kepada pihak eksternal seperti pemasok, investor, dan pelanggan, maka perusahaan dapat kehilangan kesempatan untuk menaikkan penjualan atas pelanggan yang peduli terhadap produk yang ramah lingkungan maka akan mengalami peningkatan permintaannya (Wella & Chairy, 2020).

Pembangunan berkelanjutan berbicara mengenai cara mengatasi kesetaraan dalam generasi yang ada saat ini, jangan sampai ada ketimpangan dan kesenjangan sosial. *Sustainable development is also about addressing equity within the present generation* (Landon, 2006). Landon juga menjelaskan bahwa sepanjang sejarah kita, manusia telah berinteraksi dengan lingkungan dan menggunakan sumber daya alam secara bebas. Baru sekarang kita mulai memahami bahwa ini tidak mungkin lagi dan bahwa ada konsekuensi jangka panjang yang dapat dihasilkan dari penggunaan dan penyalahgunaan lingkungan yang tidak terbatas. Ketidakseimbangan inilah yang ingin diatasi oleh prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan.

Konsep *sustainability* diperkenalkan pada tahun 2016 dengan konsep *Sustainability Development Goals* (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Konsep SDGs 2015-2030 secara resmi menggantikan *Millenium Development Goals* (MDGs) 2000-2015. SDGs berisi seperangkat tujuan transformatif yang disepakati dan berlaku bagi seluruh bangsa tanpa terkecuali. SDGs berisi 17 tujuan: Pengentasan Kemiskinan, Keamanan Pangan dan Nutrisi dan Pertanian Berkelanjutan, Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan, Pendidikan Berkualitas, Kesetaraan Gender, Air Bersih, Sanitasi, Energi Bersih dan Terjangkau, Pertumbuhan Ekonomi dan Pekerjaan yang Layak, Industri, Inovasi, Infrastruktur, dan Mengurangi Kesenjangan, Keberlanjutan Kota dan Komunitas, Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab, Aksi Terhadap Iklim, Kehidupan Bawah Laut, Kehidupan di Darat, Institusi Peradilan yang Kuat dan Kedamaian, dan yang terakhir adalah Kemitraan untuk Mencapai Tujuan. Dari 17 tujuan tersebut, SDGs memiliki 4 (empat) pilar yaitu, ekonomi, sosial, hukum dan lingkungan. Secara

garis besar target dan sasaran SDGs adalah adanya pembangunan nasional (Handrian & Andry, 2020). Dengan kata lain, praktik SDGs di Indonesia memerlukan partisipasi dari seluruh pihak dan lapisan agar tujuan SDGs di Indonesia tercapai dengan baik.

Prinsip dalam pembangunan berkelanjutan yaitu Rencana Aksi Daerah (RAD) ini adalah inklusi dan partisipasi. Selain inklusi dan partisipasi, berbagai platform juga di butuhkan untuk mempertemukan antara pemerintah dan swasta atau penanam modal. Perusahaan, filantropi, masyarakat madani dan akademisi juga mendorong kemitraan atau kerja sama demi mencapai kesejahteraan masyarakat. Dalam pelaksanaan Rencana Aksi Daerah SDGs harus melibatkan masyarakat secara partisipatif karena akan mendorong masyarakat tidak hanya mengkaji melainkan melibatkan masyarakat dalam keseluruhan proses atau kegiatan sejak mulai mengenal kebutuhan perencanaan, pelaksanaan, pemantauan sampai dengan mengevaluasi kegiatan (Handrian & Andry, 2020).

Kemitraan harus dilakukan guna untuk memberi pengakuan terhadap kontribusi dari masing-masing aktor yang berbeda terhadap SDGs. Pengalaman dari *Millennium Development Goals* pada tahun 2000-2015 menunjukkan bahwa kontribusi dari sektor swasta sering kali tidak ditangkap secara baik oleh pemerintah, karena biasanya berfokus pada program yang dibuat pemerintah. Pengukuran kontribusi sektor swasta penting untuk dilakukan guna untuk melacak upaya nasional secara keseluruhan terhadap SDGs. Sertifikasi SDGs juga diberikan kepada perusahaan swasta karena akan memberi pengakuan dan insentif untuk mendukung SDGs di Indonesia.

Pemerintah perlu mengajak anak-anak muda untuk mengambil sikap dan menjadi bagian untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Demografi Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki anak-anak muda yang memiliki potensi serta sumber daya manusia yang mendukung untuk dikembangkan demi kemajuan bangsa. Hal tersebut merupakan potensi besar yang mesti harus dikembangkan, namun partisipasi kaum muda dalam isu-isu pembangunan yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan masih sedemikian rendah. Untuk memperkuat tercapainya upaya pembangunan yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi maka penting untuk mendorong partisipasi yang luas dari berbagai pihak khususnya kaum muda (Ngoyo & Fardan, 2015).

Dilihat dari penjelasan-penjelasan di atas, maka tulisan ini bertujuan melihat kontribusi Bluebird sebagai pihak swasta dalam mencapai tujuan *Sustainability Development Goals* (SDGs) di Indonesia serta pendekatan yang dilakukan dalam melakukan kegiatan *sustainability*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah penelitian yang bisa menghasilkan kesimpulan bersifat deskriptif atau berupa pengamatan seseorang terhadap suatu fenomena yang terjadi di lapangan atau sedang diamati. Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus yang merupakan sebuah model yang memfokuskan eksplorasi "sistem terbatas (*bounded system*) atas satu kasus khusus ataupun pada sebagian kasus secara terperinci dengan penggalian data secara mendalam. Beragam sumber informasi yang kaya akan konteks dilakukan untuk penggalian data melalui penelitian (Creswell, 2013).

Lokus penelitian di Jakarta, lebih tepatnya di perusahaan terbuka bernama PT Blue Bird Tbk yang terdaftar di bursa saham dengan kode "*BIRD*". Waktu penelitian memakan waktu selama 2 bulan, dari bulan September hingga Oktober 2022. Proses pengumpulan data didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber. Observasi dan dokumentasi atau *Key Informan* pada penelitian ini adalah Ibu Emeraldita selaku *Head of Corporate Communication* PT Blue Bird Tbk. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Sugiyono, (2016) kriteria-kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu: (1) mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dihayatinya; (2) mereka yang masih

tergolong berkecimpung atau terlibat dalam kegiatan yang diteliti; (3) mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk diminta memberikan informasi; (4) mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemasannya sendiri; dan (5) mereka yang mulanya tergolong cukup asing dengan penulis sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Observasi peneliti ini terlibat dengan orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber informan (Sugiyono, 2016). Pada periode penelitian, peneliti secara aktif bertemu dengan narasumber dan terlibat dalam kegiatan sehingga peneliti dapat menggali informasi lebih dalam terhadap penelitian ini. Studi dokumen digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dari hasil publikasi media, dokumentasi perusahaan dan media sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa langkah untuk menganalisis data. Pertama, reduksi data, peneliti merangkum atau mengelompokkan hasil dari penelitian atau data yang sudah didapatkan dari hasil wawancara. Observasi dan studi dokumentasi memberikan fokus kepada hal-hal yang penting dan relevan berkaitan dengan tema penelitian. Kedua, penyajian data, peneliti menyusun data dan memaparkan tentang strategi yang digunakan oleh PT Blue Bird Tbk dalam program *sustainability*. Ketiga, penarikan kesimpulan, peneliti menyimpulkan dari hasil penelitian dan meninjau kembali judul dan tujuan penelitian.

Setelah menganalisa data, tahap selanjutnya adalah menguji keabsahaan data. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi yaitu: *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2016). Dalam *Credebility*, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan dengan wawancara dan menjalin keakraban dengan informan serta melakukan pengecekan data dan hasil wawancara. *Transferability* peneliti berusaha menerapkan hasil penelitian dengan seksama dengan memberikan uraian yang jelas, sistematis dan dapat dipercaya. Untuk *dependability*, peneliti harus melukan proses penelitian langsung terjun kelapangan secara langsung. Di dalam *konfirmability*, peneliti harus menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan tema penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipasi dari pihak perusahaan harus diperhatikan agar tujuan SDGs yang memiliki target di tahun 2030 dapat tercapai. Keterlibatan perusahaan memiliki peran penting dalam menyukseskan pelaksanaan SDGs. Sampai saat ini, sudah terdapat beberapa perusahaan di Indonesia telah berkontribusi dalam menyukseskan pelaksanaan SDGs, termasuk dalam sektor pendidikan, ekonomi, dan kesetaraan *gender* (Fitri & Jauhari, 2020). Keterlibatan bisa dilihat dari apa yang dilakukan oleh PT Blue Bird Tbk untuk membantu pemerintah dalam mewujudkan pencapaian SDGs di Indonesia.

Sejalan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang dicanangkan pada Sidang Umum PBB pada 25 September 2015, PT Blue Bird Tbk ingin berkontribusi dalam mewujudkan tujuan-tujuan tersebut, terbukti dengan komitmennya yang dapat kita lihat dari peluncuran visi keberlanjutan Bluebird melalui tiga pilar penopang, yaitu *BlueSky*, *BlueLife* dan *BlueCorps*. Peluncuran ini diadakan pada tanggal 20 April 2022 dengan bertajuk Visi Keberlanjutan 50/30. Melalui visi keberlanjutan ini, PT Blue Bird Tbk berharap dapat membuktikan komitmen perusahaan dalam mengurangi 50 persen emisi karbon dan limbah operasional di tahun 2030. Pelaksanaan SDGs di Indonesia harus melibatkan dari berbagai pihak, tidak hanya pemerintah saja yang berperan aktif dalam pencapaian SDGs namun juga keterlibatan masyarakat atau partisipasi dari masyarakat, swasta dan LSM. Keterlibatan unsur-unsur sipil menjadi peran penting agar dapat memecahkan permasalahan yang selama ini dihadapi oleh Indonesia terutama pada pembangunan berkelanjutan.

Mari kita telaah satu per satu mengenai tiga pilar dalam Visi Keberlanjutan PT Blue Bird Tbk. Dilihat dari rilis yang dikeluarkan oleh PT Blue Bird Tbk saat acara peluncuran, definisi dari *BlueSky* adalah upaya Bluebird menunjukkan kontribusi yang nyata dalam memperbaiki

kualitas lingkungan dengan menargetkan beberapa komitmen konkrit pada tahun 2030 melalui transformasi armada ke kendaraan listrik sebesar 10 persen. Selain itu, transformasi armada ke kendaraan berbahan bakar CNG atau gas bumi terkompresi sebesar 23 persen dan implementasi panel surya sebagai alternatif energy demi mencapai target penghematan sebesar 150.000 kwh. Melalui pilar *BlueLife*, PT Blue Bird Tbk ingin memperlihatkan komitmen untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial melalui program Bluebird Peduli, Kartini Bluebird, asrama perempuan dan Kawan Bluebird yang saat ini ada di Bandung dan Yogyakarta. Di pilar *BlueCorps*, PT Blue Bird Tbk mengupayakan peningkatan kualitas tata kelola bisnis perusahaan. Emerald selaku *Head of Corporate Communication* mengungkapkan, “Sebenarnya Bluebird sudah sejak lama memiliki kegiatan sosial di bawah naungan Bluebird Peduli yang memiliki empat pilar; pendidikan, pemberdayaan perempuan, lingkungan dan keterlibatan komunitas. Namun pada tahun 2022 semakin dikukuhkan dengan adanya Visi Berkelanjutan yang relevan dengan Sustainable Development Goals (SDGs)”.

Sertifikasi SDGs yang diberikan kepada perusahaan swasta akan memberi pengakuan dan insentif agar dapat mendukung SDGs di Indonesia dengan baik (Handrian & Andry, 2020). Dukungan dari pemerintah terasa pada program ini, terbukti dengan adanya apresiasi secara langsung yang dituturkan oleh Menteri Perhubungan (Menhub) Republik Indonesia Budi Karya Sumadi. Ia menyatakan bahwa Bluebird bisa menjadi contoh bagi pemain di industrinya untuk turut andil dalam ekosistem berkelanjutan. “Saya pikir ini satu catatan baik, bahwa usaha yang dirintis dalam waktu yang lama dan mengikuti aturan dan kompetisi yang ketat, menghasilkan perusahaan yang luar biasa. Oleh karenanya, lakukan dengan sungguh-sungguh karena anda adalah contoh bagi rekan-rekan lainnya”. Ujar Budi Karya Sumadi, Menteri Perhubungan Republik Indonesia saat acara peluncuran kerja sama. Dengan kata lain, inisiatif ini mendapat pengakuan dan dukungan dari pemerintah.

Lebih lanjut, kegiatan *BlueSky* dibuktikan dengan adanya penggunaan kendaraan listrik dan *Compressed Natural Gas* (CNG). Sebagai armada listrik, taksi regular Bluebird menggunakan BYD, taksi eksekutif Silverbird menggunakan Tesla dan kendaraan *rental Goldenbird* menggunakan *Hyundai Ionic*. Penggunaan kendaraan listrik sudah dilakukan sejak tahun 2019, sedangkan CNG sudah dilakukan sejak tahun 2014. Langkah ini diambil oleh PT Blue Bird Tbk dalam membirukan langit karena Indonesia tercatat oleh World Bank sebagai *top ten* penyumbang polusi terbesar (Burck et al., 2015). Melalui pengadaan mobil listrik dan mobil berbahan bakar CNG ini PT Blue Bird Tbk ingin menunjukkan kontribusi positif pada pengurangan emisi dan mendukung langkah pemerintah mengurangi emisi karbon di Indonesia. Saat ini jumlah armada Bluebird berbasis CNG sebanyak 2.300 unit atau 22 persen dari seluruh armada (Kumpanan, 2022).

Semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka akan semakin besar sumber daya yang dimiliki (Choi et al., 2013). Perusahaan yang berukuran lebih besar akan memiliki lebih banyak aktivitas. Segala aktivitas operasional perusahaan tidak jarang berhubungan langsung dengan lingkungan, sehingga di samping perusahaan menjalankan operasionalnya, perusahaan juga perlu menjaga kelestarian lingkungan demi mendukung kinerjanya (Irwantoko & Basuki, 2018). Maka dari itu PT Blue Bird Tbk sebagai perusahaan transportasi yang terbesar di Indonesia ingin berkontribusi terhadap lingkungan, karena puluhan ribu armadanya mengeluarkan gas buang dari kendaraan. Selain itu berbagai upaya juga dilakukan oleh manajemen pusat di setiap divisi dan setiap pool untuk penghematan energi dan penggunaan kertas. Contohnya adalah adanya *water treatment Pool Bluebird* Bali diharapkan ke depannya Bluebird memasang Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS), atap sebagai sumber energi fasilitas *charging station* yang telah dimiliki. Tujuan dari perencanaan ini adalah mewujudkan energi yang terbarukan, bukan hanya nol emisi.

Pada 28 September 2022 lalu, Bluebird menjalin kemitraan dengan mitra KLHK PT *Mountrash Avatar* Indonesia (*Mountrash*) untuk pengelolaan sampah botol dan kaleng di lima

pool Bluebird di Jabodetabek, yaitu Pool Warung Buncit, Pool Kalibata, Pool Ciputat, Pool Daan Mogot dan Pool Kelapa Gading. Kerjasama ini menunjukkan komitmen PT Blue Bird Tbk untuk melestarikan alam dan lingkungan, melalui pengelolaan sampah berkelanjutan. Selain melalui kemitraan, PT Blue Bird Tbk sejak tahun 2015 telah mulai berupaya menurunkan produksi sampah plastik di Pool Bluebird Bali.

Di pilar Blue Life, program beasiswa untuk anak-anak pengemudi dan karyawan Bluebird Group tidak pernah terputus sejak tahun 1997, bahkan di masa pandemi COVID-19, program ini tetap diadakan di tengah keterbatasan. Pendidikan menjadi salah satu nafas di perusahaan berlogo Burung Biru ini, karena pendiri Bluebird sendiri dari kalangan pendidik. PT Blue Bird Tbk percaya bahwa dengan pendidikan, maka kesempatan akan terbuka lebar. Kehidupan manusia membutuhkan pendidikan, karena pendidikan merupakan suatu proses berkembangnya seseorang dalam bentuk pola pikir, sikap, karakter, bahasa, dan juga bagaimana kontribusinya dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara (Safitri et al., 2022).

PT Blue Bird Tbk juga memiliki program pemberdayaan perempuan yang didirikan sejak tahun 2016 bernama Kartini Bluebird. Kartini Bluebird adalah program *social entrepreneurship* di bawah naungan Bluebird Peduli yang ditujukan kepada istri dan putri pengemudi Bluebird Group. Di Kartini Bluebird, para istri dan putri pengemudi mendapatkan pelatihan di berbagai keahlian seperti tata boga dan tata busana. Selain itu peserta mendapatkan pendidikan dan pelatihan pemasaran barang/jasa dan mengembangkan bisnis. Nantinya, para peserta Kartini Bluebird diharapkan mampu menjalankan bisnis dan wirausahanya yang dimulai dari rumah tanpa meninggalkan hak dan kewajibannya sebagai ibu dan istri.

Pemberdayaan perempuan merupakan suatu program yang harus dilakukan agar dapat membantu dalam meningkatkan dan mengembangkan kemampuan seseorang menjadi titik fokus bagi upaya pembangunan di suatu negara, karena sebagai upaya pemenuhan kebutuhan untuk pembaruan dan perubahan dalam menentukan nilai ke arah yang lebih baik (Karwati, 2019). Program Kartini Bluebird juga merupakan bukti nyata bahwa Bluebird mendukung penuh kesetaraan *gender*, di samping terbukanya kesempatan yang luas bagi para perempuan di Bluebird untuk menduduki posisi penting dalam perusahaan, seperti Noni Purnomo selaku Komisaris Utama PT Blue Bird Tbk (Direktur Utama PT Blue Bird Tbk tahun 2019–2021), Irawaty Salim selaku *Chief Financial Officer*, Bintarti selaku *Vice President* teknik, dan Maria Lihawa selaku *Vice President* Administrasi Keuangan.

Di dalam pilar *BlueLife* juga ada program haji dan umrah bagi pengemudi, penyediaan mess di *pool* Bluebird, serta klinik dan jaminan kesehatan untuk pengemudi, karyawan dan keluarganya. Di samping itu, dalam mendukung pendidikan anak-anak Indonesia, PT Blue Bird Tbk juga membuka kesempatan magang bagi siswa SMK yang ingin menimba ilmu dan praktik langsung di bengkel-bengkel Bluebird. Kesempatan magang ini juga terbuka bagi mahasiswa yang ingin praktik dan belajar langsung dari praktisi. Bagian yang membuka kegiatan ini adalah *human resources* (HR), marketing, *strategic transformation*, dan teknik. Dalam pilar *BlueCorps*, PT Blue Bird Tbk ingin memperlihatkan komitmennya sebagai perusahaan dengan manajemen yang baik, sesuai dengan peraturan yang berlaku dan mendapatkan legitimasi bidangnya.

Kegiatan *sustainability* ini kemudian disosialisasikan kepada internal dan eksternal agar mencapai komunikasi yang efektif dan efisien. Komunikasi yang berhasil adalah komunikasi yang mencapai tujuan yang diinginkan, mengesankan, dan mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada komunikan. “Untuk internal, sebelumnya kami sosialisasi terlebih dahulu kepada para pemangku kepentingan di internal seperti direksi terkait, serikat pekerja, dan *leaders* masing-masing divisi, karena sesungguhnya seluruh kegiatan yang dilakukan di masing-masing divisi harus mengarah kepada program visi keberlanjutan Bluebird.” Ujar Emeraldalda, *Head of Corporate Communication Bluebird*. Komunikasi ke internal juga dilakukan melalui berbagai macam media, seperti *e-newsletter* dan *newsflash* yang disebarkan ke pengemudi dan karyawan. Komunikasi juga dilakukan kepada eksternal melalui acara peluncuran yang mengundang para jurnalis cetak maupun *online*. Selain itu media sosial juga

dimanfaatkan untuk memberi informasi bahwa PT Blue Bird Tbk menunjukkan komitmennya melalui program visi keberlanjutan dengan komitmen 50/30.

Nantinya seluruh kegiatan akan dipublikasikan ke dalam *sustainability report* yang dipublikasikan setahun sekali. Sebagai perusahaan terbuka, tentunya hal ini menjadi kewajiban bagi PT Blue Bird Tbk untuk melaporkan kegiatan *sustainability* yang sudah dijalankan. *Sustainability report* menjadi media bagi perusahaan untuk menginformasikan kinerja organisasi dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungannya kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Tarigan & Samuel, 2014). Apalagi saat ini sudah banyak investor yang melirik perusahaan yang melaporkan kegiatan *sustainability*-nya. Berbagai faktor dapat mempengaruhi *Price Earning Ratio* (PER) yang terbaru adalah kecenderungan investor dalam memberikan apresiasi kepada perusahaan yang melaporkan *sustainability report* (Suwandi, 2019).

Dilihat dari teori *stakeholder* deskriptif, instrumental dan normatif, strategi keberlanjutan yang dilakukan oleh PT Blue Bird Tbk termasuk ke dalam ketiga pendekatan tersebut. Dalam melaksanakan strategi program berkelanjutan, PT Blue Bird Tbk berkiblat kepada *Sustainable Development Goals* (SDGs). Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya bahwa penerapan prinsip-prinsip *sustainability* pada perusahaan berkesinambungan dan sejalan dengan prinsip *sustainability compass* yang terdiri atas *Nature, Economy, Wellbeing, Society* (Esasari & Mustamu, 2015).

Pendekatan deskriptif dilihat dari operasional PT Blue Bird Tbk di beberapa wilayah di Indonesia, komitmen Bluebird sebagai perusahaan yang peduli akan *stakeholdernya* dengan berbagai aktivitas. Di pendekatan instrumental, PT Blue Bird Tbk berkomitmen untuk memiliki tata kelola perusahaan yang baik dan telah dicapai, dibuktikan dengan *good corporate governance*, memiliki sertifikat, diakui dengan berbagai penghargaan seperti TOP SDGs *award* tahun 2022 dan masih banyak lagi. Dalam pendekatan normatif, bahwa PT Bluebird memberikan imbalan kepada *stakeholdernya* yang berhasil memberikan kontribusi lebih kepada perusahaan, terlihat dari adanya program beasiswa, haji umrah dan lain-lain.

KESIMPULAN

PT Blue Bird Tbk telah menunjukkan kontribusi nyata untuk mewujudkan tujuan yang terangkum dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) melalui program Visi Berkelanjutan 50/30 dengan pilar *BlueSky, BlueLife* dan *BlueCorps*. Dari paparan di atas, masing-masing aktivitas sejalan dengan sebelas dari tujuh belas tujuan SDGs berikut: Tanpa Kemiskinan, Tanpa Kelaparan, Kehidupan Sehat dan Sejahtera, Pendidikan Berkualitas, Kesetaraan Gender, Air Bersih dan Sanitasi Layak, Energi Bersih dan Terjangkau, Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, Berkurangnya Kesenjangan, Penanganan Perubahan Iklim, serta Kemitraan untuk Mencapai Tujuan yang diinginkan serta kegiatan-kegiatan yang sudah terangkum dalam visi berkelanjutan.

Kegiatan visi berkelanjutan perlu disukseskan oleh berbagai pihak, khususnya di pemerintah dan para pemangku kepentingan di internal dan eksternal perusahaan sehingga kegiatan ini dikomunikasikan melalui kelompok kecil, komunikasi massa, dan komunikasi publik. Kegiatan ini perlu dijaga konsistensinya agar semua tujuan tercapai dengan baik dan pada tahun 2030 SDGs di Indonesia dapat tercapai. Dilihat dari teori *stakeholder*, PT Blue Bird Tbk memiliki tiga pendekatan dalam melakukan kegiatan *sustainability*, yaitu pendekatan deskriptif, instrumental dan normatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Baldassarre, F., & Raffaele Campo. (2016). Sustainability as a marketing tool: To be or to appear to be? *Business Horizons*, 59, 421–429.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.03.005>

- Burck, J., Marten, F., Bals, C., Rink, E., & Heinze, I. (2015). *The Climate Change Performance Index: Result 2015*.
- Choi, B. B., Lee, D., & Psaros, J. (2013). An analysis of Australian company carbon emission disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25 (1), 58–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/01140581311318968>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Sage Publication.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Esasari, & Ronny H. Mustamu. (2015). Strategi Keberlanjutan Perusahaan Pengembang Perumahan dengan Penerapan Metode ISIS Accelerator. *AGORA*, 3 (1), 177–184. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2784>
- Felisia, & Limijaya, A. (2014). Triple Bottom Line dan Sustainability. *Bina Ekonomi*, 18 (1), 14–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/be.v18i1.827.%25p>
- Fitri, M. R., & Jauhari, P. R. (2020). Kolaborasi Masyarakat Sipil dan Perusahaan dalam Pelaksanaan SDGs di Indonesia. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2 (2), 192–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i2.41>
- H. L. Bhaskar. (2013). Green Marketing: A Tool for Sustainable Development. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 4 (06). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2739324>
- Handrian, E., & Andry, H. (2020). Sustainable Development Goals: Tinjauan Percepatan Pencapaian Di Provinsi Riau. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6 (1), 77–87. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(1\).4995](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(1).4995)
- Irwhantoko, & Basuki. (2018). Carbon Emission Disclosure: Studi pada Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Akutansi Dan Keuangan*, 18 (2), 92–104. <https://doi.org/DOI:10.9744/jak.18.2.92-104>
- Karwati, L. (2019). *Model Pemberdayaan Perempuan Melalui Kewirausahaan Tata Boga untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga (Studi Pada LKP Yuniza Tasikmalaya)*. [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/id/eprint/35654>
- Landon, M. (2006). *Environment, Health and Sustainable Development*. Mc-Graw-Hills Education.
- Ngoyo, & Muhamad Fardan. (2015). Mengawal Sustainable Development Goals(SDGs); Meluruskan Orientasi Pembangunan yang Berkeadilan. *SosioReligius*, 1 (1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/sosioReligius.v1i1.4525>
- Safitri, A. O., Yuniarti, V. D., & Rostika, D. (2022). Upaya Peningkatan Pendidikan Berkualitas di Indonesia: Analisis Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). *BASICEDU, Journal of Elementary Education*, 6 (4), 7096 – 7106. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3296>
- Slaper, T. F., & Hall, T. J. (2011). *The triple bottom line: what is it and how does it work?* <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/article2.html>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwandi, M. (2019). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Pasar. *Jurnal Akutansi Bisnis*, 17 (1), 22–29.
- Tarigan, J., & Samuel, H. (2014). Pengungkapan Sustainability Report dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Akutansi Dan Keuangan*, 16 (2), 88–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jak.16.2.88-101>
- Wella, S., & Chairy, C. (2020). Implementasi Sustainability sebagai Alat Pemasaran pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Muara Ekonomi Dan Bisnis*, 4 (2), 343–354.

