

ENVIRONMENTAL COMMITMENT: FAKTOR FUNDAMENTAL PADA ENVIRONMENTAL ENTREPRENEURSHIP

Oleh :
Rr. Tur Nastiti¹

Abstract

Natural environment consideration becomes a new critized source of stakeholders in their organizations. In order to become organizations that have responsibility on environmental perspectives, organizations tend to synergize environmentalism and entrepreneurship. Entrepreneurs are typically described as individuals who perceive a vision, commit themselves to that vision, and almost single handedly carry the vision to its succesfull implementation. The aim of this article is to analyze the role of environmental commitment to environmental entrepreneurship. The conclusion describe that commitment is a basis for entrepreneurship and that relationship has a positive contribution to organization's strategy.

Kata kunci: *environmental commitment, entrepreneursip, enviropreneurial.*

PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi pada dinamika kehidupan manusia pada akhir abad XX ini mengakibatkan banyak perubahan sosial dan ekonomi, baik pada tingkat nasional maupun internasional. Perubahan ini meliputi demokratisasi politik dan ekonomi, meningkatnya kompetisi internasional, dan adanya skema kerja sama ekonomi regional dan internasional, seperti WTO, NAFTA, AFTA, dan APEC. Kondisi tersebut menjadi dasar tuntutan bagi setiap organisasi untuk dapat bersikap responsif pada perkembangan yang terjadi.

¹ Mahasiswa Jurusan Manajemen Program Magister Sains dan Doktor Ilmu-Ilmu Ekonomi Universitas Gadjah Mada

Bisnis hari ini menghendaki setiap organisasi usaha memiliki kemampuan untuk beradaptasi pada lingkungan bisnisnya. Beradaptasi pada lingkungan persaingan yang ketat ini dapat diwujudkan dengan kemampuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif organisasi. Keunggulan kompetitif akan menjadi kunci sukses keberhasilan bisnis diantara para pesaingnya.

Salah satu sumber keunggulan kompetitif organisasi adalah sikap proaktif dalam menanggapi perubahan lingkungan bisnis. Memimpin organisasi pada dasarnya adalah upaya untuk memuaskan berbagai pendirian *stakeholders* yang keras kepala (Johnson & Macy, 2001). Termasuk diantaranya adalah pendirian yang menekan organisasi untuk bersikap proaktif terhadap lingkungan. Tomer (1992) menyatakan bahwa pada dasarnya setiap organisasi memiliki "*internal organizational capability*" yang didefinisikan sebagai kapasitas organisasi untuk mengelola manajemen lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa memang terdapat beberapa organisasi yang tidak mengembangkan perilaku *socialecological* dikarenakan "*organizational myopia*" yang berupa kegagalan untuk memahami tentang diperlukannya kapabilitas tersebut dan kegagalan untuk mensinergikan kepentingan tersebut dengan berbagai kajian lain dalam perusahaan yang dapat berupa perencanaan, peraturan, dan kinerja organisasi. Tomer (1992) juga menyatakan bahwa pada satu sisi visi terhadap etika lingkungan secara berkesinambungan dapat mendorong munculnya *outcomes* yang memenuhi kepentingan sosial dan pada sisi lain orientasi etika ini pada diri manajer merupakan determinan potensial atas tanggung jawab organisasi pada lingkungannya. Dari sudut pandang finansial, Reinhardt (1999) menyatakan merupakan suatu kesalahan pemahaman bila memandang sumber profit adalah semata-mata dari aktivitas-aktivitas yang tidak ramah lingkungan dikarenakan rendahnya biaya operasional. Analisis yang dilakukan terhadap ROI menyatakan bahwa *profit* tetap dapat dihasilkan dari berbagai perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Berbagai kajian tersebut mengantarkan kita pada satu pemikiran bahwa *stakeholders* organisasi memberikan tekanan besar agar organisasi melaksanakan kegiatan-kegiatan yang ramah terhadap lingkungan. Kemampuan organisasi untuk memenuhi tuntutan tersebut akan menempatkannya pada margin keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. Adapun pada sisi

sebaliknya, kegagalan dalam memenuhinya akan mengakibatkan hambatan bisnis yang dapat mengancam berlangsungnya daur hidup organisasi. Berdasarkan atas sudut pandang tersebut, dua pertanyaan besar yang terkait dengan sikap proaktif perusahaan terhadap lingkungan adalah tentang faktor yang memotori dan faktor yang mempertahankan keberlangsungan aktivitas ramah lingkungan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran faktor *entrepreneurship* sebagai motor dan komitmen sebagai faktor yang membentuk dan mempertahankan visi aktivitas ramah lingkungan pada organisasi. Pembahasan dilakukan pada level individu yang terdapat dalam organisasi. Tugas organisasi selanjutnya adalah memfasilitasi perkembangan komitmen dan *entrepreneurship* yang berhubungan dengan *environmental* pada diri individu karyawan. Aktivitas tersebut dilakukan untuk menghasilkan berbagai keputusan strategik yang relevan dengan perubahan lingkungan yang menuju keramahan terhadap ekologi.

PARADIGMA LINGKUNGAN PADA PERUSAHAAN

Stakeholders organisasi merupakan kelompok yang secara langsung atau tidak langsung terpengaruh oleh cara organisasi berusaha mencapai sasarannya. Stoner et al. (1996) membagi *stakeholders* dalam 2 bagian yaitu eksternal dan internal *stakeholders*. Eksternal *stakeholders* merupakan kelompok atau individu pada lingkungan eksternal organisasi yang mempengaruhi aktivitas. Sedangkan internal *stakeholders* merupakan kelompok atau individu yang tidak benar-benar merupakan bagian dari lingkungan organisasi namun seorang manajer tetap bertanggung jawab atas orang atau kelompok tersebut.

Dorongan untuk membangun organisasi yang memperhatikan ekologi muncul dari berbagai tekanan *stakeholders* pada organisasi. Johnson dan Macy (2001) membangun satu model yang ditujukan untuk memahami dan merubah respon organisasi pada *stakeholders* berdasarkan paradigma lingkungan. Dinyatakan bahwa *beliefs/values*, *global social goals*, *system view points*, *principles*, *processes*, dan *system outcomes* yang melibatkan berbagai paradigma lingkungan yang dimiliki *stakeholders* akan mengakibatkan perubahan respon organisasi pada *stakeholders*. Implikasi paradigma lingkungan pada perubahan respon organisasi terhadap *stakeholders* dijelaskan secara lebih mendetail pada tabel 1.



- Pihak berkepentingan Internal
 - Pihak berkepentingan eksternal
 - Lingkungan tindakan tidak langsung
- } Lingkungan Tindakan Langsung

----- Batas fleksibel sistem terbuka

Gambar 1
Stakeholders Perusahaan
 Sumber: Stoner et al.1996. Management 6 th edition,
 Prentice-Hall, Inc., New Jersey.

ENVIROMENTALISM DAN ENTREPRENEURSHIP

Environmentalism dan *entrepreneurship* dinyatakan sebagai paradigma yang berkembang dengan pesat pada era 80-an dan 90-an. Pada era tersebut keduanya justru dinyatakan sebagai 2 hal yang bertolak belakang untuk diterapkan dalam organisasi (Anderson, 1998). *Environmentalism* didefinisikan sebagai peningkatan perhatian pada aspek-aspek degradasi lingkungan yang diakibatkan oleh kekerasan kepala berbagai pihak dalam mengejar peningkatan ekonominya. Penekanannya adalah pada keberlangsungan jangka panjang yang dilakukan dengan mempertahankan *status quo* elemen-elemen yang dibutuhkan untuk keberlangsungan di masa yang akan datang (The Brundtland Report, 1987). Sedangkan pada sisi yang bertentangan, *entrepreneurs* dipahami sebagai seorang pencipta

pertumbuhan ekonomi yang memiliki sifat optimis, keras kepala, dan materialistic (Casson, 1995 pada Anderson, 1998). Namun pada perkembangannya, berdasarkan konsep *vision* dan *values* keduanya dapat dipahami secara sinergis sebagai upaya organisasi untuk memenuhi kepentingan pemuasan dorongan *stakeholders* untuk memperhatikan ekologi.

Tabel 1
Stakeholder Implications

	Viewpoint	Principle	Process	Outcome
Competitor	Articulated ethical values in the concept of product	"Green" the product for ecological vs economic reason	Be open to responding to external inquiry on environmental claims	Market products as natural with an audit trail that substantiates marketing claims
Customer	View the customer as technologically and ecologically literate, willing to pay a premium for independent verification of environment/product quality	Deliver quality to the customer for ecological vs economic reasons	Determine the customer's environmental preference by including customers on advisory councils	Provide certified evidence of environmental practices when asked to provide evidence of social responsibility
Employees	Considers ethics of organizational leaders as critical to responsible performance	Believe socialecological responsibility is a moral obligation common to all employees	Be more low-profile about organizations deeds that are socialecologically responsible	Engage employees in team or group activities that are environmentally protective
Government	View augmentation of government authority by third-party standards and monitoring as a necessary means of ensuring responsible products	Believe that private enterprise can provide greater integrity in claims of quality	Employ processes directed to achieve beyond compliant environmental behavior	Have few(er) if any instances of non-compliance with government or third-party standards

Natural environment	View nature as a stakeholders	Believe responsibility for environmental quality is shared jointly by the organization, its suppliers, and customers	Use an audit process with participation of suppliers and customers in increasing environmental quality	Exhibit environmentally sensitive, holistic operations that are externally certified wherever possible
Suppliers	Have an organizational systems view that includes the supplier and the earth	Believe that conventional buying practices cannot adequately assure responsible products	Involve suppliers in establishing quality standards in a 'design for environment' process	Have a low(er) estimated net environmental impact
Investors	View ethical investment as a fundamental market force for social change, economic welfare, and ecological regeneration	Believes transparent policies coupled with responsible ethical investment generates a continuous improvement of organizational principles to deliver quality beyond organizational interests	Justify capital investment and operating decision on long-term, broad socioecological performance in lieu of short-term, financial performance	Create new, highly differentiated markets for ethically-principled investment with variable benefit to socioecological system

Sumber: Johnson, D. B. & Macy, G. 2001. Using environmental paradigms to understand and change an organization's response to stakeholders. *Journal of Organizational Change Management*, 14 (4): 314-334

Entrepreneur dideskripsikan sebagai seorang individu yang memiliki visi, komitmen pada visi, dan berani bertanggung jawab pada keberhasilan pencapaian visi tersebut (Gibb, 1995). Sedangkan Kuemmerle (2002) menyatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang dapat menjawab "Ya" pada berbagai pertanyaan yang menyangkut tentang kenyamanan pada keberadaan peraturan, kesiapan untuk menghadapi lawan yang tangguh, kesiapan untuk

memulai dari yang kecil, kemauan untuk berpindah-pindah strategi, dan kemauan untuk membangun hubungan dekat dengan segala kapabilitas yang dapat mendukung usahanya untuk maju. Ropo et al. (1995) mengkonseptualisasikan *entrepreneurship* sebagai sebuah proses yang menempatkan individu untuk memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada tanpa memperhatikan sumber daya yang mereka kontrol. Berdasarkan pada berbagai definisi tersebut dapat dinyatakan bahwa *entrepreneurship* bersumber pada visi, sebuah visi yang memungkinkan seorang *entrepreneur* untuk melihat segala sesuatu yang terdapat dalam batas-batas kendala sumber daya dan mengidentifikasi berbagai kesempatan yang ada yang kemungkinan dilewatkan oleh pihak-pihak lain.

Dikaitkan dengan visi lingkungan pada organisasi, *entrepreneur* adalah seseorang yang memahami konsep pentingnya perhatian permasalahan lingkungan pada organisasi, memiliki komitmen pada permasalahan tersebut, dan berani bertanggung jawab untuk meraih keberhasilan implementasi berbagai keputusan strategis tentang lingkungan. Dia mampu memahami berbagai tekanan yang berasal dari *stakeholders* organisasi tentang permasalahan ekologi. Didasarkan atas pemahaman tersebut, *entrepreneur* menunjukkan usahanya untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai informasi lingkungan. Aktivitas ini menjadikannya sebagai individu yang memiliki kesempatan untuk melaksanakan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan lingkungan yang kemungkinan tidak disadari oleh pihak-pihak lain.

Organisasi-organisasi berskala besar menunjukkan kecenderungan untuk mengkaji permasalahan *entrepreneurship* dan *environmentalism* dengan menggunakan berbagai pendekatan ilmu (Gib, 1995). Menon dan Menon (1997) menyatakan bahwa integrasi antara *environmentalism* dan *entrepreneurship* adalah pada kajian mengenai "*enviropreneurial*" *marketing concept*. Proses ini berbeda dengan kajian pendekatan *environmental* yang lain karena:

- 1. Mengadopsi sudut pandang solusi dengan inovasi dan teknologi daripada solusi dengan tekanan legal atau *public*.
- 2. Mengadopsi orientasi filosofis tentang *entrepreneurial*

- 3. Menyajikan analisis yang memsymbiosiskan antara kinerja sosial, *environmental*, dan tujuan ekonomis.

Dengan kata lain, *environmental entrepreneurship* (*enviropreneurship*) adalah tentang inovasi, identifikasi kesempatan, dan eksplorasi pada berbagai sudut pandang global dan *inter-relationship* yang terjadi. Namun pertanyaan yang berakut pada faktor-faktor yang menjadikan organisasi memiliki kemauan untuk memperhatikan *enviropreneurship* ini masih menjadi pertanyaan besar yang mendominasi. Pembahasan selanjutnya ditujukan untuk menjelaskan peran komitmen dalam permasalahan ini.

ENVIRONMENTAL COMMITMENT

Banyak penelitian yang dilaksanakan dengan fokus pada topik mengenai komitmen organisasional (Levy & Williams, 1988; Mayer & Schoorman, 1988; Irving et al., 1997; Meyer et al., 1988). Pada dasarnya, ketertarikan tersebut dikarenakan komitmen organisasional diduga akan berdampak pada organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen berarti karyawan yang setia dan produktif yang mengidentifikasikan dirinya pada tujuan dan nilai perusahaan (Buchanan, 1974; pada Somers & Birnbourn, 1998). Berdasarkan pada hal tersebut, maka banyak bentuk perilaku yang dihubungkan dengan komitmen yang berhubungan dengan pekerjaan, seperti komitmen untuk tetap bekerja, pelaksanaan tugas, kehadiran, komitmen kerja, kualitas kerja, dan pengorbanan pribadi demi kepentingan organisasi (Robinowitz & Hall, 1997; Randall, 1990).

Bentuk komitmen yang paling banyak diterima adalah variabel keterikatan emosional terhadap organisasi yang meliputi penerimaan nilai-nilai organisasi dan keinginan untuk tinggal bersama organisasi (Potter, 1995; pada Somers, 1998). Palupiningdyah (2002) menyatakan bahwa komitmen organisasional adalah variabel sikap yang ditandai dengan ketertarikan psikologis dalam waktu jangka panjang.

Komitmen organisasional didefinisikan sebagai adanya perasaan untuk mengidentifikasikan loyalti dan keterlibatan yang diekspresikan oleh seorang karyawan pada organisasinya ataupun unit dari organisasi tersebut (Gibson, Ivancevich, & Donnelly, 1997). Penelitian menunjukkan bahwa kurangnya komitmen karyawan pada

organisasinya akan mengurangi efektivitas organisasi (Mowday, Porter, & Steers, 1982). Karyawan yang mempunyai komitmen pada organisasinya tidak menyukai tindakan untuk keluar dari organisasi dan menerima bidang pekerjaan yang lain. Dengan adanya kondisi ini maka biaya akan perputaran karyawan yang tinggi dapat terhindarkan. Disamping itu, karyawan dengan komitmen dan keahlian yang tinggi juga akan membutuhkan sedikit bimbingan dari atasan. Hal ini secara langsung akan meningkatkan keefektifan organisasi pada penggunaan waktu dan biaya. Lebih lanjut, karyawan yang berkomitmen juga akan menjadi bagian secara utuh dari organisasi. Hal ini akan menghasilkan sinergi yang harmonis antara tujuan individu dan organisasi sehingga tidak terjadi konflik yang menghambat pencapaian keduanya.

Meyer dan Allen (1991) membagi komitmen organisasional menjadi beberapa komponen sebagai berikut:

Affective commitment. Komitmen ini didefinisikan sebagai keterlibatan emosional, tindakan pengidentifikasian, dan keterlibatan menyeluruh pada organisasi dikarenakan kesesuaian nilai antara organisasi dan karyawan. Karyawan yang mempunyai komitmen afektif yang kuat akan bertahan bekerja dikarenakan mereka menginginkannya. Menginginkan untuk mengidentifikasikan dirinya pada organisasi beserta tujuannya, serta tetap ingin menjadi anggota organisasi tersebut agar bisa mencapai tujuannya.

- 2. *Continuance commitment.* Komitmen ini terjadi karena adanya perhatian pada biaya apabila meninggalkan organisasi. Karyawan dengan *continuance commitment* yang tinggi akan tetap bekerja di organisasi dikarenakan mereka membutuhkan untuk melakukannya.
- 3. *Normative commitment.* Komitmen ini muncul sebagai perasaan wajib yang ada pada diri karyawan untuk tinggal berada di organisasi. Karyawan dengan *normative commitment* yang tinggi akan tetap bekerja di organisasi dikarenakan keharusan untuk tinggal di dalamnya.

Berdasarkan pada konsep komitmen tersebut, Keogh & Polonsky (1996) menyatakannya dalam kerangka pemikiran *environmental commitment* sebagai berikut:

- 1. *Affective commitment*. Komitmen yang melibatkan penyertaan emosional, identifikasi pada, dan keterlibatan dukungan terhadap sudut pandang lingkungan.
- 2. *Continuance commitment*. Komitmen yang berdasarkan pada pertimbangan biaya ekonomi dan sosial yang terjadi apabila tidak memperhatikan lingkungan.
- 3. *Normative commitment*. Komitmen yang melibatkan unsur peraturan untuk terus memberikan dukungan terhadap lingkungan.

Konsep komitmen Meyer dan Allen (1991) yang dilihat dari sudut pandang lingkungan ini banyak mendatangkan pertentangan dari berbagai pihak. Argumen yang melatarbelakangi pertentangan tersebut terletak pada tujuan komitmen. Meyer dan Allen (1991) menyatakan deskripsi komitmen dalam konteks dukungan terhadap organisasi. Dengan demikian, apabila dihubungkan dengan konsep lingkungan, maka *environmental commitment* tersebut ditujukan untuk memberikan dukungan terhadap suatu isu atau ide, bukan organisasi. Namun pada kenyataannya, banyak literatur (Menon & Menon, 1997; Lober, 1997) yang menyatakan bahwa komitmen juga dapat terjadi hanya pada satu ide dalam organisasi. Bahkan beberapa penulis menyatakan bahwa organisasi dapat memiliki komitmen pada berbagai filosofis moral yang salah satunya adalah mengenai nilai-nilai lingkungan (Chen et al., 1997; Jones, 1995; Sims & Keon, 1997). Di dalam kedinamisan tersebut, sering pula terjadi konflik dikarenakan ketidakharmonisan antara komitmen karyawan dengan suatu ide dalam perusahaan. Namun ketidakharmonisan ini adalah permasalahan umum dalam siklus hidup organisasi yang solusinya tergantung pada tingkat keparahan konflik yang terjadi.

Argumen kedua mengenai *environmental commitment* disampaikan oleh Keogh dan Polonsky, 1998. Pihak ini mengajukan argumen berdasarkan pada sumber dukungan organisasi untuk

memperhatikan masalah lingkungan. Dukungan tersebut sebenarnya dapat bersumber dari berbagai sumber yang antara lain melibatkan peraturan, manajemen internal, perhatian strategik, dan tekanan pasar yang terjadi dalam organisasi. Pada intinya semua *stakeholder* memberikan tekanan pada organisasi. Dengan demikian, fakta ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap lingkungan adalah komitmen terhadap desakan *stakeholders* yang menunjukkan *entity* atas organisasi. Dechant dan Altman (1994) membahas mengenai komitmen tersebut dari sumber desakan untuk memperhatikan lingkungan yang berasal dari luar (eksternal) dan respon seseorang terhadapnya (internal). Hal ini menunjukkan fakta lain bahwa *environmental commitment* juga dapat dipengaruhi oleh dorongan internal dan eksternal seorang individu.

MODEL ENVIRONMENTAL COMMITMENT DAN ENTREPRENEURSHIP

Analisis yang disampaikan sebelumnya telah menyatakan bahwa baik komitmen ataupun *entrepreneurship* adalah 2 hal yang bisa dikaitkan dengan permasalahan *environmental*. Lalu bagaimana kita menghubungkan kedua faktor tersebut sebagai faktor yang saling mempengaruhi? Keogh dan Polonsky (1998) menyatakan hubungan diantara faktor komitmen dan *entrepreneurship* dalam permasalahan *environmental* dalam sebuah model yang dijelaskan dalam bagan 2.

Berdasarkan pada model hubungan tersebut dinyatakan bahwa orientasi sikap *entrepreneurship* individu dipengaruhi oleh dimensi komitmen yang dimiliki oleh individu tersebut. Hal ini menjelaskan berbagai pendapat dalam literatur sebelumnya yang menyatakan bahwa pendekatan *entrepreneurial* terhadap faktor *environmental* dapat dibagi dalam 2 kategori, yaitu *policy entrepreneurship* dan *collaborative entrepreneurship* (Drumwright, 1994; Lober, 1997). Berdasarkan pada model ini perbedaan tipologi tersebut terjadi dikarenakan adanya komitmen yang berbeda antar individu. Dimensi *affective commitment* secara natural akan melibatkan faktor emosional secara mendalam, menyediakan hasrat untuk mencari informasi sebanyak mungkin, dan menggunakan sebanyak mungkin energi untuk meraih tujuan yang diinginkan. Dengan adanya berbagai pengaruh lingkungan eksternal dan internal, dimensi komitmen ini akan menghasilkan tipe *intrepreneur* yang mengintegrasikan berbagai aktivitas yang bersifat proaktif pada permasalahan lingkungan.

Dimensi komitmen kedua yaitu *continuance commitment* akan menghasilkan komitmen yang berdasarkan pada rasionalitas pada biaya ekonomi dan sosial. Komitmen ini mengarahkan berbagai pendekatan lingkungan dengan mengadakan berbagai peraturan. Pada sudut pandang *entrepreneurship*, komitmen ini menghasilkan individu yang mengintegrasikan aktivitasnya berdasarkan *scope* yang terbatas yaitu tentang biaya sosial dan ekonomi. Sedangkan dimensi *normative commitment* menghasilkan individu yang berkomitmen dikarenakan adanya unsur paksaan dan kewajiban. Dengan demikian, jiwa *entrepreneurship* yang terjadi adalah usaha mencapai visi diakibatkan alasan peraturan dan kewajiban yang dimiliki.

Tabel 2
Model Hubungan Environmental Commitment Dan Entrepreneurship
 Sumber: Keogh, P. D. & Polonsky, M. J. 1998. Environmental commitment: a basis for environmental entrepreneurship? *Journal of Organizational Change Management*, 11 (1): 38-49.

Commitment Dimension	Intrinsic Forces	Extrinsic Forces	Orientasi Entrepreneurial
Affective	Deep personal desires, efforts, underlying beliefs, emotional attachments, and identification with the importance of the natural environment to society and business	Capacity to accept and understand the qualitative costs and benefits of the environmental concern 'entity' concerning the natural environment	Collaborative Identifies global factors and their inter-relationships. Defines environmental opportunity in both external and internal terms.
Continuance	Desires, efforts, and beliefs predicated almost exclusively on the economic and social costs associated with disregarding the environment	Capacity to understand quantifiable costs arguments on the environmental concern 'entity'	Policy Seeks to guide opportunity identification through policy formulation. Defines opportunity in largely policy achievement terms.
Normative	Desires, efforts, and beliefs limited to a sense of obligation-doing only what one is obligated to do for the environment	Capacity to accept stipulated concerns-those concerns that the 'entity' obligates the individual to follow	Debtor Opportunity defined in terms of satisfying obligation or 'debt'
None	Life to no desire, effort, or belief about the importance of the natural environment	Capacity to accept only those extrinsic forces which are predominantly coercive	Defensive Minimalist and reactive

Sumber: Keogh, P. D. & Polonsky, M. J. 1998. Environmental commitment: a basis for environmental entrepreneurship? *Journal of Organizational Change Management*, 11 (1): 38-49.

ENVIRONMENTAL COMMITMENT, ENTREPRENEURSHIP, DAN STRATEGI ORGANISASI

Model hubungan *environmental commitment* dan *entrepreneurship* yang telah dijelaskan mengantarkan kita pada paradigma baru tentang hubungan antara visi dan komitmen. Berbagai literatur menyatakan bahwa visi adalah sesuatu yang mempengaruhi komitmen individu. Namun paradigma ini tampaknya harus berubah karena model ini dapat menjelaskan bahwa komitmenlah yang mempengaruhi visi. Tipe komitmen yang dimiliki individu yang kemudian bersinergi dengan dorongan eksternal dan internal akan membentuk visi yang ingin dicapai oleh individu tersebut. Dalam salah satu aplikasinya, individu yang berkomitmen berdasarkan dimensi *affective commitment* cenderung melibatkan berbagai sikap emosional dan pencarian informasi yang menyeluruh yang mengakibatkan munculnya tipe *entrepreneurship* yang luas guna mencapai visi lingkungan yang luas dan mendalam.

Artikel ini berimpikasi pada organisasi untuk menciptakan iklim yang dapat membentuk komitmen karyawan yang sesuai dengan tujuan yang ingin diraih organisasi. Bila organisasi merencanakan untuk mencapai visi lingkungan yang mendalam maka organisasi tersebut harus memfasilitasi iklim yang memunculkan *affective commitment* pada individu dalam organisasi. Visi organisasi terhadap lingkungan selain dipengaruhi oleh desakan pihak internal dan eksternal sebenarnya merupakan hasil atas jiwa *entrepreneurship* yang dimiliki oleh pendiri perusahaan dikarenakan komitmen yang dimiliki. Dengan demikian, ketika organisasi bervisi ramah lingkungan, maka sesungguhnya dia melaksanakan komitmen dan *entrepreneurship* organisasi sekaligus memuaskan *stakeholders* yang dimiliki. *Environmental commitment* dan *entrepreneurship* mengarahkan sikap-sikap strategik yang dimiliki organisasi. Dengan kata lain, *environmental commitment* akan menjadi faktor fundamental bagi *environment entrepreneurship* organisasi dalam usaha untuk meraih visi berwawasan lingkungan yang dimiliki organisasi.

PENUTUP

Berbagai tuntutan *stakeholders* mengantarkan pemikiran untuk memahami faktor apa yang harus dimiliki individu dalam

organisasi untuk memuaskannya. Faktor *entrepreneur* dan *environmental commitment* dimunculkan sebagai faktor penting dalam usaha tersebut dikarenakan faktor ini menjadikan manusia sebagai individu yang giat dan bertanggung jawab untuk meraih visi yang ditetapkan. Berdasarkan pada kajian visi dan nilai, sinergi diantara keduanya akan mengarahkan organisasi pada upaya strategik untuk mencapai tujuan organisasi yang berwawasan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Anderson, A. R. 1998. Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneuring. *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2): 135-144.
2. Batten. F. 2002. Out of the blue and into the black. *Harvard Business Review*, April: 112-115.
3. Chen, S. Y., Sawyer, B. R. & Williams, F. P. 1997. Reinforcing ethical decision making through corporate culture. *Journal of Business Ethics*, 885-865.
4. Dechant, K. dan Altman, B. 1994. Environmental leadership: from compliance to competitive advantage. *Academy of Management Review*, 8 (3): 7-27.
5. Drumwright, M. 1994. Socially responsible organizational buying: environmental concern as a noneconomic buying criterion. *Journal of Marketing*, 58 (3): 1-19.
6. Gibb, A.A. 1995. Entrepreneurship and small business management: Can we afford to neglect them in the twenty-first century business school? *British Journal of Management*, 7 (4): 309-321.
7. Johnson, D. B. dan Macy, G. 2001. Using environmental paradigms to understand and change an organization's response to stakeholders. *Journal of Organizational Change Management*, 14 (4): 314-334.
8. Jones, T. 1995. Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *The Academy of Management Review*, 20 (1): 404-437.
9. Keogh, P. dan Polonsky, M.J. 1998. Environmental commitment: A basis for environmental entrepreneurship? *Journal of Organizational Change*, 11 (1): 38-49.

10. Kuemmerle, W. 2002. A test for the fainthearted. *Harvard Business Review*, May: 122-127.
11. Lober, D. J. 1997. Explaining the formation of business-environmentalist collaborations: Collaborative windows and the paper task force. *Policy Sciences*, 30.
12. Menon, A. dan Menon, A. 1997. Enviropreneurial marketing strategy: The emergence of corporate environmentalism as marketing strategy. *Journal of Marketing*, 61, January, 51-67.
13. Meyer, J. dan Allen, N. 1991. A three component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1 (1): 60-89.
14. Nulty, E. 2002. Welcome abroad (But don't change a thing). *Harvard Business Review*, October: 32-40.
15. Reinhardt, F. L. 1999. Bringing the environment down to earth. *Harvard Business Review*, July-August: 149-157.
16. Sims, L. R. dan Keon, T. 1997. Ethical work climate as a factor in development of person-organization fit. *Journal of Business Ethics*, 16, 1095-1105.
17. Tomer, J. F. 1992. The human firm in the natural environment: a socioeconomic analysis of its behavior, *Ecological Economics*, 6: 119-138.

