

STRATEGI PENGEMBANGAN PENGELOLAAN GALON PLASTIK LE MINERAL SEKALI PAKAI UNTUK KEBERLANJUTAN TERHADAP LINGKUNGAN

Alaiki Rizky Rahmatia , Yasmin Lisa Alfi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Surabaya

Correspondence

Email: alaiki32@gmail.com
yasminlisa07@gmail.com

No. Telp:

Submitted 10 januari 2024

Accepted : 17 januari 2024

Published 18 januari 2024

ABSTRAK

Dalam era modern ini, industri air minum dalam kemasan galon plastik sekali pakai telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat. Galon plastik le mineral sekali pakai untuk keberlanjutan terhadap lingkungan menuai pro kontra di masyarakat karena dianggap merusak lingkungan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengumpulkan data melalui jurnal-jurnal, artikel ilmiah, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian mengenai strategi pengembangan pengelolaan galon plastik sekali pakai untuk keberlanjutan terhadap lingkungan. Perusahaan Le Mineral menuai pro dan kontra di tengah masyarakat berupa petisi “Tolak galon sekali pakai” disusul petisi lainnya yang serupa dengan asumsi bahwa galon sekali pakai berdampak buruk bagi lingkungan. Dengan adanya krisis tersebut perusahaan Le Mineral mengeluarkan inovasi melalui program program sosial kepedulian dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan atau dikenal dengan program (CSR). Dengan adanya program corporate social responsibility (CSR) diharapkan dapat memperbaiki citra perusahaan akibat krisis galon sekali pakai yang berdampak buruk terhadap lingkungan.

Kata kunci : *Csr, Keberlanjutan Lingkungan, Sekali Pakai, Strategi Inovasi.*

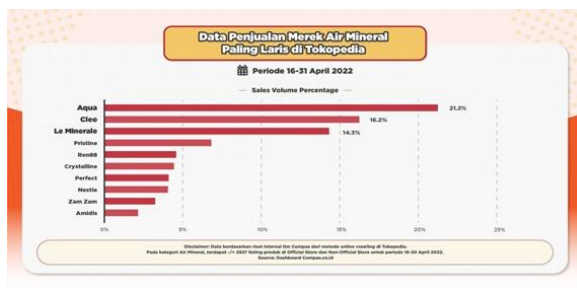
PENDAHULUAN

Air mineral adalah air minum yang berasal dari mata air pegunungan terpilih yang mengandung mineral atau bahan-bahan larut lain yang mengubah rasa atau memberi nilai-nilai terapi yang baik untuk kesehatan. Kebutuhan masyarakat akan air minum sangat tinggi tetapi ketersediaan air yang layak minum dalam arti berkualitas dan

terjamin dari segi kesehatan semakin sulit diperoleh masyarakat sehingga memunculkan inovasi bagi perusahaan yang menggarap air mineral untuk mengemasnya dalam bentuk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Saat ini banyak masyarakat yang lebih menyukai produk air mineral yang lebih alami karena tuntutan kebutuhan, dan di

samping itu karena kesibukan masyarakat sehingga mereka lebih memilih produk instan. Oleh karena itu, perusahaan yang menggarap bisnis AMDK pun semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk air mineral (Dewi Sartikawati et al., 2020).

Le Minerale merupakan merek air minuman dalam kemasan (AMDK) yang di produksi oleh PT Tirta Fresindo Jaya yang merupakan perusahaan di bawah naungan PT Mayora Indah Tbk. Saat ini Le Minerale telah memperluas portofolio produk seperti air minum dalam kemasan ukuran 330ml, 600ml, dan juga 1500 ml, kemudian pada pertengahan tahun 2020 Le Minerale telah meluncurkan produk galon sekali pakai dengan ukuran 6 liter dan 15 liter, yang diklaim memiliki beberapa keunggulan dibandingkan galon merek lain seperti Lebih bersih, Lebih praktis karena tidak perlu mengembalikan galon kosong, Bebas dari BPA, menggunakan tutup ulir anti rembes sehingga tidak akan terkontaminasi udara luar (Sapta Anggraini, 2023).



Gambar 1.1 : Data penjualan le minerale

Sumber : [Melihat Data Penjualan Merek Air Mineral Paling Laris di E-Commerce: Produk Kemasan Botol Masih jadi favorit ! - Kompas](#)

Dalam era modern ini, industri air minum dalam kemasan galon plastik sekali pakai telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat. Namun, keberlanjutan lingkungan menjadi semakin mendesak, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan dampak negatif yang dihasilkan oleh penggunaan plastik. Peningkatan konsumsi air minum dalam kemasan galon plastik sekali pakai telah menciptakan tantangan serius bagi keberlanjutan lingkungan. Dengan pertumbuhan industri air minum yang pesat, dampak negatif terhadap lingkungan, khususnya akumulasi sampah plastik, semakin memprihatinkan. Oleh karena itu, perlunya strategi pengembangan pengelolaan galon plastik sekali pakai menjadi kritis dalam rangka mencapai keberlanjutan terhadap lingkungan.

Galon sekali pakai yang di produksi le mineral kini menuai pro dan kontra, banyak masyarakat yang menolak adanya galon sekali pakai seperti yang di milki le mineral karena adanya galon sekali pakai membuat limbah sampah plastik meningkat, mengingat Indonesia merupakan penyumbang sampah plastik terbesar kedua di dunia setelah cina. Kurang dari 10% sampah plastik di Indonesia berhasil di daur ulang, dengan lebih dari 50% berakhir di tempat pembuangan akhir TPA (Dan et al., n.d.).

Di era saat ini masyarakat mulai menyadari akan pentingnya pelestarian lingkungan. Hal tersebut terjadi lantaran banyaknya bencana alam yang terjadi saat ini. Kondisi alam yang tidak pernah menentu akhir-akhir ini merupakan salah satu pertanda adanya global warming. Hal ini membuat masyarakat sadar akan pentingnya pelestarian lingkungan dan membuat mereka sadar untuk tidak memperburuk keadaan.

Oleh karena itu, perlunya strategi pengembangan pengelolaan galon plastik sekali pakai menjadi kritis dalam rangka mencapai keberlanjutan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Merupakan penelitian yang mengumpulkan data berdasarkan faktor-faktor yang dapat mendukung terhadap objek penelitian yang akan diteliti yang selanjutnya menganalisa faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya. Dalam penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan dan menguraikan tentang strategi pengembangan pengelolaan galon plastik sekali pakai untuk keberlanjutan terhadap lingkungan,

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengumpulkan data melalui jurnal-jurnal, artikel ilmiah, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian mengenai strategi pengembangan pengelolaan galon plastik sekali pakai untuk keberlanjutan terhadap lingkungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan Pengelolaan

Strategi pengembangan pengelolaan adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Pengelolaan sendiri adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian

tujuan. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat.

Strategi pengembangan dan pengelolaan saling berkaitan, dimana strategi pengembangan menentukan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai bidang usaha dalam sebuah organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa yang dihasilkan. Dalam pengembangan pengelolaan, terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan, yaitu menentukan strategi, menentukan sarana dan batasan tanggung jawab, menentukan target yang mencakup kriteria hasil, kualitas dan batasan waktu, menentukan pengukuran pengoperasian tugas dan rencana, menentukan standar kerja yang mencakup efektivitas dan efisiensi, dan menentukan ukuran untuk menilai (Rusandi et al., 2021).

Galon Sekali Pakai

Galon sekali pakai merupakan jenis galon atau wadah yang dirancang untuk digunakan sekali saja atau hanya untuk penggunaan sementara. Galon ini biasanya terbuat dari bahan Polyethylene terephthalate (PET). Produk ini dianggap lebih praktis dan higienis dibandingkan air galon isi ulang. Galon ini biasanya terbuat dari bahan yang menjadikan galon ini bisa langsung dibuang setelah digunakan. Galon sekali pakai pada umumnya digunakan untuk menyimpan atau mengemas air minum maupun air tertentu dalam jumlah yang sesuai dengan galon tersebut. Jika sudah selesai menggunakan galon sekali pakai ini, bisa langsung membuang, dijual atau dimanfaatkan

menjadi benda baru yang kreatif (Tusyaidah, 2023a).

Keberlanjutan Terhadap Lingkungan

Menurut Uni Internasional untuk Konservasi Alam (IUCN), keberlanjutan didefinisikan sebagai pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara bijak untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Konsep keberlanjutan lingkungan sangat penting untuk memelihara sumber daya yang stabil, menghindari eksploitasi sumber daya alam dan fungsi penyerapan lingkungan. Dalam mewujudkan lingkungan berkelanjutan, penekanan ekologi sangat penting, dimana setiap komponen ekologi mulai dari yang terkecil tak boleh luput dari perhatian. Dalam hal ini, perusahaan juga dapat menerapkan keberlanjutan lingkungan dengan cara memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan bisnisnya dan memperbaiki kinerja lingkungan dengan cara mengurangi limbah dan emisi (Muhammad Arief Rahmadsah Siregar, n.d.).

Keberlanjutan lingkungan mencakup kemampuan untuk mempertahankan keseimbangan lingkungan, menjaga kualitas udara dan air yang baik, serta meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Keberlanjutan lingkungan juga berkaitan dengan pelestarian sumber daya alam, konservasi keanekaragaman hayati, dan penggunaan energi terbarukan. Pentingnya keberlanjutan lingkungan menjadi semakin jelas seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap masalah lingkungan global seperti perubahan iklim, penipisan lapisan ozon, dan polusi. Upaya untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan harus menjadi

prioritas utama dalam pembangunan yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Le Mineral adalah merek air minum dalam kemasan Indonesia yang diproduksi oleh PT.Tirta Fresindo Jaya merupakan anak perusahaan Mayora Indah yang bergerak di bidang minuman. Le Mineral terus berinovasi melebarkan sayapnya dengan memproduksi galon sekali pakai. Le Mineral membuktikan komitmennya dalam menyediakan produk yang lebih baik, higienis dan praktis, sehingga di harapkan mampu mampu menarik konsumen dari produk pesaing dan meningkatkan minat beli konsumen terhadap le mineral galon.

Namun, dengan munculnya galon sekali pakai yang di produksi PT Tirta Fresindo Jaya perusahaan Le Mineral menuai pro dan kontra di tengah masyarakat berupa petisi “Tolak galon sekali pakai” disusul petisi lainnya yang serupa dengan asumsi bahwa galon sekali pakai berdampak buruk bagi lingkungan. Petisi tersebut telah ditanda tangani sekitar 53.702 orang hingga Maret 2022. Masyarakat menganggap kemasan galon sekali pakai mendatangkan masalah baru dengan semakin banyak dan bertumpuknya limbah plastik. Febri Utama, Marketing Manager Le Mineral mengatakan bahwa galon sekali pakai yang diproduksi perusahaan sudah sesuai dengan persyaratan dari BPOM maupun Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Galon plastik sekali pakai milik Le Minerale merupakan jenis plastik PET (Polyethylene Terephthalate) dengan kode plastik daur ulang nomor, artinya sampah plastik tersebut tergolong mudah didaur ulang dan dapat digunakan kembali (Tusyaidah, 2023b) .

Dengan adanya krisis tersebut perusahaan Le Minerale mengeluarkan inovasi melalui program-program sosial kepedulian dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan atau dikenal dengan program corporate social responsibility (CSR). Creating Shared Value (CSV) merupakan sebuah konsep CSR yang dapat memberikan manfaat berlipat ganda. Hal ini memungkinkan perusahaan memperoleh manfaat dari kegiatannya, tidak hanya menciptakan nilai ekonomi tetapi juga sosial bagi penerima dan masyarakat, serta menciptakan manfaat bersama (bersama). Strategi ini diterapkan oleh Mayora Group untuk mempromosikan distribusi produk AMDK Le Mineale. Program CSR Mayora Group yang membangun food court gratis bagi PKL di Kota Bogor membuahkan hasil yang luar biasa. Para pedagang di Food Court Sempur mengaku berterima kasih kepada Mayora dan Le Minerale yang telah menciptakan tempat berjualan yang bersih dan nyaman. Sebagai wujud dari rasa syukurnya penjual di foodcourt tersebut mengutamakan menjual produk Mayora, termasuk air minum Le Minerale (Ahmad, 2023).



Gambar 1.2 : Food Court Kota Bogor

Sumber : [Inovasi Program CSR Sukses Antarkan Brand Le Minerale Tembus Pasar AMDK / MAJALAH EKSEKUTIF # terbit sejak 1979 -](#)

Le Minerale, bekerja sama dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, telah menciptakan program EPR untuk mengatasi permasalahan sampah. Le Minerale membuat suatu kegiatan yaitu Gerakan Ekonomi Sirkular Nasional (GESN) yang berkolaborasi dengan multi-stakeholder di antaranya Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Asosiasi Daur Ulang Plastik Indonesia (ADUPI), dan Ikatan Pemulung Indonesia (IPI). GESN Le Minerale memiliki program kerja untuk meningkatkan proporsi plastik bekas yang dikumpulkan untuk didaur ulang oleh mitranya lebih dari 20 persen melalui bimbingan operasional, penyediaan mesin, modal kerja dan pelatihan. Visi dan tujuan GESN Le Minerale adalah mengumpulkan sampah plastik bekas konsumen, mempertemukan berbagai pemangku kepentingan, dan mengedukasi mereka tentang pemilahan sampah. Hingga saat ini Le Minerale telah menjalin kerja sama dengan 17 pihak antara lain ADUPI, IPI, Gabungan Produsen Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), Plasticpay, dan Fakultas Teknik UI. Kerja sama ini juga mencakup kegiatan edukasi dan dukungan pengelolaan sampah plastik di rumah tangga dan masyarakat. Le Minerale bekerja sama dengan ADUPI dan IPI, bekerja sama dengan pemangku kepentingan di industri daur ulang plastik, dan dengan penyedia pengumpulan tradisional Bank Sampah Utama dan Unit

Sampah, akan mengumpulkan total 158 titik pengumpulan di wilayah Jabodetabek.

Kolaborasi dengan Cosmonaut merupakan wujud nyata implementasi program “Gerakan Nasional Ekonomi Sirkular Le Minerale” (GESN) yang telah berjalan kurang lebih satu tahun dari atas ke bawah Le Minerale berkolaborasi dengan merek pakaian lokal Cosmonauts Spacewear meluncurkan koleksi kaos pertamanya yang terbuat dari botol plastik daur ulang. Le Minerale melibatkan generasi muda secara langsung dan mendorong gaya hidup berkelanjutan melalui penggunaan produk daur ulang. Kegiatan ini juga dimaksudkan sebagai ajang edukasi mengenai cara membuang sampah plastik untuk memperpanjang siklus plastik. Astronaut selalu mengungkapkan nilai imajinasi tanpa batas dalam setiap produk dan desain. Karya seni yang ditampilkan dalam koleksi ini terinspirasi oleh pemisahan dan daur ulang sampah, serta diilustrasikan dengan ilustrasi khas astronot yang mengeksplorasi tema luar angkasa dan imajinasi tanpa batas. Kolaborasi ini merupakan wujud nyata penerapan nilai-nilai tersebut dalam produksi pakaian yang mengandung bahan daur ulang dari plastik PET. Kolaborasi Le Minerale dan Cosmonauts menghadirkan koleksi pakaian ramah lingkungan berupa T-shirt berbahan 75% katun dan 25% poliester daur ulang. Untuk menjamin suksesnya kerjasama kedua pihak, banyak pihak juga turut terlibat, termasuk PT Ocean Asia Industry selaku produsen kain kaos itu sendiri. Lalu ada PT Reka Inti Chatura Hasta yang bertanggung jawab mentransformasikan kain ramah lingkungan menjadi kaos ramah lingkungan yang modern dan inspiratif. Le Minerale terus melakukan berbagai inisiatif untuk menerapkan rantai nilai plastik PET yang

komprehensif untuk mendukung tujuan Indonesia dalam mengurangi limbah produsen sebesar 30% pada awal tahun 2030. Pada tahun 2022, GESN berencana mencapai peningkatan atau pertumbuhan koleksi sebesar 101% dibandingkan tahun lalu 2021 hingga tahun 2023, GESN berhasil mengumpulkan sedikitnya 859 ton per bulan (Kompas, 2022).



Gambar 1.3 : Pengelolaan dan edukasi sampah PET

Sumber : [Satu Tahun Gerakan Ekonomi Sirkular, Le Minerale Gencarkan Pengelolaan dan Edukasi Sampah PET \(epr-indonesia.id\)](#)

Dalam rangka Hari Peduli Sampah Nasional yang jatuh pada tanggal 21 Februari setiap tahunnya, PT Bluebird Tbk bekerja sama dengan Le Minerale sebagai bagian dari upaya mengurangi sampah plastik di ruang kerja Bluebird. Program tersebut diwujudkan dengan memberikan 4.500 botol minum (gelas) kepada pengendara Bluebird dari tujuh kolam percontohan di wilayah Jabetabek dan memberikan fasilitas air minum kemasan berukuran galon ke kolam-kolam tersebut. Program kerja sama ini merupakan wujud nyata kedua belah pihak dalam mengedepankan gaya hidup yang

bertanggung jawab dan berkelanjutan untuk mencegah sampah plastik yang tidak terpakai di Indonesia. Wakil Presiden dan Direktur PT Blue Bird Tbk, Adrianto Jokosoetno mengatakan Blue Bird telah mengukuhkan komitmennya dalam menciptakan kehidupan berkelanjutan melalui visi keberlanjutan perusahaan yang sejalan dengan visi keberlanjutan Blue Bird yang terangkum dalam tiga pilar: BlueSky, BlueLife dan BlueCorp. Inisiatif ini merupakan bagian dari pilar BlueSky, dan komitmen perusahaan untuk menjalankan seluruh aktivitasnya secara bertanggung jawab dengan mengembangkan layanan transportasi berkelanjutan yang ramah lingkungan dan terus berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup dan lingkungan (Le Minerale, 2022).



Gambar 1.4 : Le Minerale dan Bluebird

Sumber : [*Le Minerale Bersama Bluebird Jadikan Pengemudi Sebagai Agen Perubahan Lingkungan*](#)

Le Minerale bersinergi dengan pemerintah melalui pendirian pabrik daur ulang plastik food grade. Kedepan, Le

Minerale berharap pemerintah mampu memberikan insentif bagi produsen baru dan penggiat industri untuk mendaur ulang produk untuk kebutuhan jangka panjang. Sementara itu, Le Minerale sedang berupaya dengan aplikasi pengelolaan sampah digital untuk meningkatkan tingkat pemulihan sampah plastik daur ulang.

Selain itu CSR yang dilakukan oleh perusahaan Le Minerale melalui program IPI (Ikatan Pemulung Indonesia) dengan memberikan beasiswa senilai Rp 500 juta kepada 100 anak-anak pemulung yang terancam putus sekolah di Indonesia. Peran pemulung sebagai garda terdepan dalam proses daur ulang plastik yang tidak hanya berkontribusi terhadap kebersihan lingkungan namun membantu mengurangi pembuangan sampah. Namun hal ini juga membantu dalam aspek sosial ekonomi dengan menyediakan lapangan kerja bagi jutaan orang. Dukungan dari perusahaan Le Minerale akan terus diberikan, terutama dengan tujuan untuk terus memanusiasikan dan meningkatkan harkat dan martabat para pemulung. Oleh karena itu, ada sinergitas antara produsen dan pelaku bawahan, khususnya para pemulung yang memungut limbah dan sampah. Program beasiswa yang dijalankan oleh Le Minerale ini merupakan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang mendukung keberlangsungan pendidikan anak-anak pemulung. Le Minerale berharap dukungan ini dapat meringankan beban, meningkatkan keinginan anak-anak untuk belajar, dan dapat melanjutkan pendidikan.

KESIMPULAN

Galon Le Minerale sekali pakai telah menjadi solusi populer bagi mereka yang

mencari kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan air minum berkualitas tinggi. Namun, di balik kenyamanan yang ditawarkan, ada dampak buruk terhadap lingkungan yang perlu diperhatikan. Galon sekali pakai yang di produksi PT Tirta Fresindo Jaya perusahaan Le Minerale menuai pro dan kontra di tengah masyarakat berupa petisi “Tolak galon sekali pakai” disusul petisi lainnya yang serupa dengan asumsi bahwa galon sekali pakai berdampak buruk bagi lingkungan. Dengan adanya krisis tersebut perusahaan Le Minerale mengeluarkan inovasi melalui program program-program sosial kepedulian dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan atau dikenal dengan program corporate social responsibility (CSR) seperti Program CSR Mayora Group yang membangun food court gratis bagi PKL di Kota Bogor, Gerakan Ekonomi Sirkular Nasional (GESN) yang berkolaborasi dengan multi-stakeholder di antaranya Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Asosiasi Daur Ulang Plastik Indonesia (ADUPI) dan Ikatan Pemulung Indonesia (IPI), Kolaborasi Le Minerale dan Cosmonauts menghadirkan koleksi pakaian ramah lingkungan, PT Bluebird Tbk bekerja sama dengan Le Minerale sebagai bagian dari upaya mengurangi sampah plastik di ruang kerja Bluebird, program IPI (Ikatan Pemulung Indonesia) dengan memberikan beasiswa. Dengan adanya program corporate social responsibility (CSR) diharapkan dapat memperbaiki citra perusahaan akibat krisis galon sekali pakai yang berdampak buruk terhadap lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2023, July 24). *Inovasi Program CSR Sukses Antarkan Brand Le Minerale Tembus Pasar AMDK*.
- Dan, B., Islam, P., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (n.d.). *Strategi manajemen krisis PT. Tirta fresindo (le minerale) Sinta nadziatul izqia (2001016092)*.
- Dewi Sartikawati, I., Ali, A., Setiawan, A., & Bangkinang, S. (2020). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KEUNGGULAN PRODUK, GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK LE-MINERALE (Studi Kasus Pada Malaya Mart dan Ranggong Mart di Bangkinang Kota) EFFECT OF ADVERTISING, PRODUCT SUPERIORITY, LIFE STYLE AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF THE LE-MINERALE MINERAL WATER BRAND (Case Study On Malaya Mart and Ranggong Mart In Bangkinang City). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(4).
- Kompas. (2022, March 8). *Satu Tahun Gerakan Ekonomi Sirkular, Le Minerale Gencarkan Pengelolaan dan Edukasi Sampah PET*.
- Le Minerale. (2022, February 21). *Bagikan Botol Minum Kepada Pengemudi, Le Minerale dan Bluebird Targetkan Pengurangan Sampah 1,7 Ton*.
- Muhammad Arief Rahmadsah Siregar. (n.d.). *Peran Pertanian Organik dalam Mewujudkan Keberlanjutan Lingkungan dan Kesehatan Masyarakat*.
- Rusandi, A., Hakim, A., Wiryawan, B., & Yulianto, I. (2021). *INDONESIA Development of Marine Protected Area to Supporting Sustainable Fisheries Management in Indonesia Oleh*. 12(2).

Sapta Anggraini, S. (2023). ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 2656–6265.

Tusyaidah, A. (2023a). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE KOTA SEMARANG. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Tusyaidah, A. (2023b). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE KOTA SEMARANG. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jia>