

Kesesuaian Implementasi Ekonomi Hijau pada Perusahaan *Go Green* dalam Perspektif Maqashid Syariah

Andika Oktavianur¹, Lola Malihah², Husna Karimah³, Sudirwo⁴

^{1,2} Institut Agama Islam Darussalam, Martapura

^{3,4} Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Corresponding author: sudirwo@ulm.ac.id

Abstract: *This research aims to find out the general picture of the implementation of the green economy in companies that declare themselves as companies based on a green economy and analyze the implementation of the green economy in companies based on a green economy according to maqashid sharia. This research uses a literature study method (library research). The results of this research show that there is compatibility between the implementation of the green economy according to 5 principles: hifdzu din, hifdzu nafs, hifdzu aql and hifdzu mal. Although in implementation the policy each company carries out different activities. This is focused on go green innovation which is its own focus starting from raw material extraction, production processes to waste management, but all of these are still related to maqashid sharia principles.*

Keywords: *The Suitability, Green Economic, Go Green companies, Maqashid Sharia*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum implementasi ekonomi hijau pada perusahaan yang mendeklarasikan diri sebagai perusahaan yang berbasis ekonomi hijau dan menganalisis penerapan ekonomi hijau pada perusahaan yang mendeklarasikan diri sebagai perusahaan yang berbasis ekonomi hijau menurut maqashid syariah. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (library research). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara implementasi ekonomi hijau menyesuaikan dalam 5 prinsip: hifdzu din, hifdzu nafs, hifdzu nasab, hifdzu aql dan hifdzu mal. Walaupun dalam pelaksanaan kebijakan masing-masing perusahaan tersebut melakukan dengan kegiatan yang berbeda. Hal itu tertuju pada inovasi go green nya yang menjadi fokus tersendiri mulai dari pengambilan bahan baku, proses produksi sampai pengelolaan limbah, namun semua program tersebut masih berkaitan dengan prinsip maqashid syariah.

Kata Kunci: *Kesesuaian, Ekonomi Hijau, Perusahaan-perusahaan go green, maqashid syariah*

PENDAHULUAN

Kerusakan alam yang saat ini semakin parah tidak lain disebabkan karena ulah manusia yang mengeksploitasi penggunaan alam tanpa memperhatikan kehidupan generasi selanjutnya. Oleh karena itu, kerusakan alam yang terjadi sampai saat ini bukan dikarenakan oleh faktor alam saja, namun ada beberapa yang bisa dipastikan terdapat campur tangan manusia di dalamnya. Manusia merupakan pemimpin di atas bumi yang memiliki peranan penting dalam menetapkan keasrian alam sekitar. Karena manusia diutus Allah ke dunia ini untuk menjaga alam dan makhluk hidup lainnya sehingga bumi menjadi tempat yang aman bagi siapa saja tanpa terkecuali. Ketika kita bicara tentang kerusakan alam dan lingkungan maka saat ini akan dikaitkan dengan krisis iklim. Salah satu kesaksian munculnya krisis iklim yaitu yang terjadi pada bulan Januari 2019, Antartika memiliki suhu tertinggi sepanjang sejarah, yang menyebabkan runtuhnya (mencairnya) salah satu gletser atau gunung es di Antartika yaitu Pine Island. Selain itu, hal ini berdampak pada suhu laut yang meningkat sehingga matinya beberapa kerang di Selandia Baru, hal ini dikarenakan ketidakmampuan manusia untuk mengolah limbah baik secara individual maupun sektor industri. Meskipun saat ini, banyak perusahaan atau industri yang menyatakan diri sebagai perusahaan yang menerapkan konsep ekonomi hijau. Oleh karena itu, sebagian dari mereka mengatakan bahwa perusahaan terlibat untuk mewujudkan ekonomi hijau akan mendorong pembangunan berkelanjutan jangka panjang (N. Wulandari and Sholihin 2020).

Maka dari itu, program go green harus segera dikembangkan dengan menerapkan konsep meminimalisir, mendaur ulang dan mengubah limbah produk menjadi produk baru.(Kompasiana). Tujuan utama dari kegiatan penghijauan atau go green adalah sebagai upaya menjaga kelestarian lingkungan agar tetap asri dan sehat tanpa adanya pencemaran. Tanaman hijau akan menurunkan suhu tempat tersebut (Tujuan Utama Penghijauan).

Menurut Georgeson, Maslin dan Poessinouw, ekonomi hijau merupakan sebuah langkah penting untuk menerapkan efisiensi sumber daya yang ada, pelaksanaan kegiatan ramah lingkungan serta menyeluruh dan melibatkan semua pihak tanpa memandang perbedaan. semua kebijakan ini akan bermuara kepada pembangunan berkelanjutan baik di sisi ekonomi, lingkungan maupun politik di negara-negara yang berkomitmen menerapkan ekonomi hijau khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Indonesia sendiri memiliki komitmen terkait pembangunan ekonomi hijau salah satunya mengupayakan Indonesia mencapai emisi

nol bersih pada 2060 mendatang. Upaya ini membutuhkan komitmen dari pihak-pihak terkait dengan Indonesia baik mitra internasional maupun nasional, baik swasta maupun mitra pemerintah. Bahkan antar kementerian pun harus menyamakan visi dan misi terkait pembangunan berkelanjutan Indonesia untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi penerapan kebijakan. Ketika kebijakan antar kementerian bisa dikolaborasikan maka akan memungkinkan perkembangan ekonomi yang terdepan dibanding negara yang menerapkan model ekonomi yang intensif sumber daya dan tidak memperhatikan kelestarian lingkungan (Erwinsyah 2021).

Tempat awal dalam beraktivitas yang kita lakukan yaitu lingkungan. Problematika lingkungan hidup bukan individu atau pemerintah saja yang bertanggungjawab, namun itu menjadi sebuah masalah yang harus dituntaskan secara bersama-sama (Yusvita Nena Arinta 2019). Pertumbuhan penduduk yang pesat, keperluan terhadap ketersediaan sumber daya alam yang sangat minim, perubahan cuaca dan pemakaian teknologi yang lebih banyak memanfaatkan lingkungan alam karena kebutuhan industri menjadi sumber atau awal timbulnya problematika alam sekitar. Maka muncullah beberapa problematika lingkungan yang begitu serius seperti terancamnya beberapa spesies, kemerosotan lahan, perubahan iklim dan bencana alam (Lucky Nugroho 2015).

Sebagai suatu teori, maqashid syariah merupakan sebuah konsep yang menarik untuk dipelajari oleh sarjana kontemporer. Maka dari itu, pelajaran tentang teori tersebut selalu berjalan dan tidak akan berhenti. Semua itu dibuat dalam rangka bagaimana Islam bisa mewakilkan dan memberikan kontribusi yang lebih terhadap perkembangan zaman. Demikianlah, semua ajaran agama Islam selalu relevan untuk setiap masanya, dapat menghubungkan dengan ruang lingkup yang meliputinya dan memikirkan jalan keluar bagi setiap problematika yang muncul, lalu yang akan terjadi di setiap waktu dan situasi dimana agama itu diyakini oleh pemiliknya. Jadilah begitu urgennya teori tersebut, sehingga menjadi salah satu landasan syarat untuk ahli ijtihad dan ahli fatwa dalam memutuskan syariat hukum tersebut (Sahroni and A. Karim 2015).

Ekonomi hijau (*green economic*) dalam lingkup artian, sebenarnya tiada yang umum atau global. Akan tetapi sebagai bahan acuan, globalnya didefinisikan oleh *United Nations Environment Programme* (UNEP) yang mengartikan ekonomi hijau sebagai “Upaya yang membuahkan hasil untuk peningkatan kesejahteraan manusia dan keadilan sosial, mengurangi resiko kelangkaan ekologi secara signifikan sekaligus resiko lingkungan. Hal ini rendah

karbon, efisien sumber daya dan inklusif secara sosial.” Penjelasan UNEP ini mempertegas betapa urgennya efisiensi dalam pengolahan sumber daya alam, pengurangan sumber daya alam dan resiko ekologis, ekonomi yang rendah karbon dan mampu meminimalisir angka kemiskinan. Lingkup artian ekonomi hijau menurut Indonesia adalah “paradigma pembangunan yang didasarkan pada pendekatan efisiensi sumber daya dengan penekanan kuat pada pendekatan internalisasi biaya penipisan sumber daya alam terhadap degradasi lingkungan, upaya pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan pekerjaan yang layak dan memastikan pertumbuhan ekonomi.” (Zahari).

Konsep *maqashid syariah* berpotensi mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengelola inisiatif ekonomi hijau. Karena program *go green* yang dilakukan perusahaan dapat menurunkan bahaya kerusakan lingkungan dan menjaga stabilitas sumber daya alam, hal ini diduga masuk dalam prinsip *maqashid syariah*. Al-Ghazali mengartikan *maqashid syariah* sebagai suatu istilah yang makna dasarnya adalah menarik keuntungan atau menghilangkan hambatan; meski demikian, Imam Al-Ghazali tidak hanya sekedar mendefinisikan saja. Namun, Imam Al-Ghazali menginginkan agar masyarakat dapat mewujudkan dan menjunjung tinggi tujuan syariah (*maqashid syariah*). *Maqashid syariah* menurut Al-Ghazali diwujudkan dalam lima prinsip: menjaga harta, akal, agama, nyawa dan nasab. Setiap keputusan pengadilan yang mengabaikan atau menentang kelima gagasan mendasar tersebut dapat menimbulkan kerugian atau mafsadat (Musolli 2018).

Tujuan serta rahasia syariah yang dikehendaki oleh Zat Yang Maha Kuasa terhadap setiap hukum-Nya dikenal sebagai *maqashid syariah*. Hukum syariah berupaya untuk memberantas kerusakan dan meningkatkan kesejahteraan manusia. *Maqashid* diurutkan berdasarkan signifikansi dan tingkat kemanfaatannya (Sahroni and A. Karim, 2015). Berikut ini ada beberapa tahapan urgensi dan kepentingan tersebut ada tiga, yaitu:

- a. *dhauriyat* merupakan prasyarat bagi kemajuan agama dan masyarakat. Mengabaikannya akan berdampak buruk pada kehidupan seluruh manusia di dunia maupun di akhirat. Sebagai gambaran yaitu: bumi, alam, tanah dan lingkungan hidup, yang semuanya penting bagi keberadaan makhluk hidup. Semua makhluk hidup bertempat tinggal di bumi dan sekitarnya, yang juga merupakan tempat dimana bangunan-bangunan berada. Artinya lingkungan hidup dan bumi diberi kedudukan yang *dharuriyat* (Iskandar and Aqbar, 2019). Karena tidak ada planet lain yang layak dihuni, tugas kita adalah menjaga bumi sebagai

satu-satunya planet yang kita tinggali.

- b. *hajiyyat* adalah sesuatu yang bermanfaat untuk menghindar dari suatu kesukaran atau kesulitan. Ketidakadaan sesuatu tersebut hanya akan mengakibatkan kesukaran atau kesulitan, namun tidak menyebabkan kematian dan kerusakan (Ubaidillah, 2010). Seperti manusia yang tergantung di mana mereka berada di dunia, orang-orang yang berbeda tinggal di bumi. Setiap wilayah geografis mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Tanah longsor, misalnya sering terjadi di tanah dekat perairan. Oleh karena itu, adanya tanggul digunakan untuk mengamankan lahan di sekitarnya. Kawasan tersebut dilindungi oleh tanggul dan tanggul tersebut menempati posisi *hajiyyat* (Ali Mutakin and Waheeda binti H. Abdul Rahman, 2023). Letak geografis tidak hanya mempengaruhi keadaan tanah tetapi juga menentukan spesifikasi pekerjaan.
- c. *tahsiniyat* adalah kebaikan yang bertahan lama demi menjunjung tinggi prinsip moral atau norma budaya. Ia tidak dapat menimbulkan kerusakan jika sesuatu ini tidak ada (Iskandar and Aqbar, 2019). Seperti fasilitas pembuatan taman yang dikelola pemerintah. Taman tersebut menempati *hajiyyat*. Kondisi ini menjadi penyempurna dalam kehidupan manusia, maka dari itu manusia dapat menikmati kenyamanan hidup.

Kemudian Qardhawi mendefinisikan bahwa melindungi alam sekitar dapat disamakan dengan menjunjung tinggi prinsip dasar islam atau *maqashid syariah*. Karena prinsip dasar tersebut dapat menerangkan jika lingkungan dan alam semesta mendukungnya (Vita and Soehardi, 2022). Kelima prinsip tersebut ialah:

- a. ***Hifdzu din***, mengandung makna bahwa segala upaya penyelamatan alam sekitar sama dengan melindungi atau membela agama, sebab dosa mencemari alam sekitar sama dengan mencemari hakikat keberagaman, sehingga melenyapkan keberadaan manusia sebagai pemimpin di muka bumi. Jadi, manusia harus ingat karena kekuasaan Allah di bumi mereka diangkat menjadi khalifah. Perintah Allah SWT untuk melestarikan dan melindungi lingkungan hidup serta melarang tindakan apapun yang dapat merusaknya, bertentangan langsung dengan perlakuan sewenang-wenangnya terhadap lingkungan hidup (Ubaidillah, 2010).
- b. ***Hifdzu nafs***, merupakan ikhtiar untuk menjaga keberlangsungan hidup dan jiwa manusia. Islam menuntut penciptaan jiwa, termasuk memberi manusia terhadap kebutuhan dasar seperti sandang, pangan dan papan. Dilarang bagi siapapun untuk dengan sengaja

menyakiti jiwa orang lain dan menjadi tanggung jawab setiap orang untuk menjaga keselamatan jiwanya. Melestarikan dan menjaga alam sekitar dapat disamakan dengan menjaga jiwa, yang berarti melindungi keberlangsungan hidup dan menyelamatkan hidup manusia (Ubaidillah, 2010). Kelangsungan hidup manusia sangat erat kaitannya dengan keadaan lingkungan. Dimana hasil dari tindakan yang dilakukan saat ini akan diwariskan kepada generasi saat ini.

- c. ***Hifdzu nasab***, melindungi alam sekitar merupakan kerangka menjaga keturunan, yaitu kelangsungan keturunan manusia yang hidup di atas bumi. Mengabaikan alam sekitar dapat membuat dampak buruk terhadap keturunan selanjutnya. Ajaran dan nasehat untuk bersatu sebagai saudara guna membentuk solidaritas umat Islam merupakan contoh upaya menjaga keberlangsungan generasi (Helim, 2019). Faktor kepentingan dan kerusakan tersebut sepantasnya dipertimbangkan untuk nasib kehidupan keturunan selanjutnya. Sebab agama Islam melarang umat manusia meninggalkan keturunan yang lemah, dimana perbuatan manusia di masa sekarang itu dapat menyebabkan kelemahan mereka. Sebagaimana tertera di dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat: 9 yang artinya: "Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya...." Ayat tersebut menerangkan menjaga lingkungan hidup juga berarti menjaga keberlangsungan hidup generasi yang akan datang. Menyelamatkan lingkungan dari kerusakan menjadi tujuan untuk menjamin bahwa keturunan selanjutnya merasakan dan mengelola dengan baik sumber daya alam yang ada (Ali Mutakin and Waheeda binti H. Abdul Rahman, 2023). Pengambilan sumber daya yang berlebihan tanpa mempertimbangkan dampak bagi generasi yang akan datang sehingga mewariskan alam yang sudah rusak.
- d. ***Hifdzu aql***, melindungi alam sekitar dapat disamakan dengan melindungi akal. Melestarikan alam sekitar berarti bahwa orang-orang yang berakal sehat mempunyai tanggung jawab untuk melakukannya. Satu-satunya orang yang dikecualikan dari keharusan melindungi dan memelihara alam sekitar yaitu orang yang tidak berakal sehat. Usaha melindungi kelangsungan makhluk hidup akan berhenti kecuali akalnya dilindungi atau dipelihara (Ubaidillah, 2010). Dapat dikatakan bahwa dampak dari kerusakan lingkungan memang tidak secara langsung dirasakan tetapi secara bertahap dan berkesinambungan.

Hifdzu mal, semua yang ada di muka bumi dan alam semesta ini termasuk harta, pada dasarnya milik Allah. Sedangkan harta manusia hanyalah sekedar utang yang perlu dibayar kembali pada hari kiamat (hisab) di akhirat. Agar harta ini dapat dipertanggung jawabkan maka pemakaiannya pun harus sesuai dengan kebutuhan (Helim, 2019). Sebagai pemimpin di muka bumi, manusia mempunyai kewajiban melindungi dan mengatur bumi sedemikian rupa sesuai dengan maksud dan tujuan diciptakannya. Jadi, kita tidak boleh mengelola planet ini secara sembarangan dan semena-menanya. Demi kepentingan masyarakat, generasi mendatang dan ekologi, sumber daya alam yang beraneka ragam, baik di darat maupun di air, harus di manfaatkan secara seimbang, efisien dan logis (Iskandar and Aqbar, 2019). Mengolah dan mengelola SDA dengan baik serta bijaksana adalah salah satu bagian dari *maqashid syariah* terhadap menjaga harta dan menjauhkan diri dari sifat boros. *Maqashid syariah* dapat digambarkan seperti berikut:

Menurut penelitian Eni Haryani Bahri (2022), mengatakan penerapan ekonomi hijau di Indonesia sesuai dengan prinsip dasar ekonomi Islam yang bertujuan mensejahterakan manusia melalui peningkatan kualitas hidup serta sumber daya alam dan lingkungan. Dalam implementasinya salah satu konsep sistem ekonomi hijau adalah menjaga kelestarian lingkungan alam sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Menurut penelitian Iskandar and Aqbar (2019), mengatakan pula bahwa diharapkan implementasi ekonomi hijau harus reliabel, komprehensif dan memiliki model yang relevan dengan kondisi sosial dan budaya Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia juga dapat memperkenalkan konsep ekonomi hijau yang sesuai dengan prinsip *maqashid syariah* kepada para pelaku industri rumah tangga dan pelaku UMKM sehingga perilaku yang ramah lingkungan dapat dilakukan secara menyeluruh dan berkesinambungan. Hal ini, karena salah satu tantangan dalam upaya mendukung pembangunan yang berkelanjutan adalah masih rendahnya kesadaran dan pemahaman masyarakat akan dampak kerusakan lingkungan bagi generasi yang akan datang (Malihah, 2022).

METODE

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti termasuk jenis penelitian studi literatur (*library research*). Penelitian studi literatur yaitu suatu penelitian yang menggunakan literatur pustaka serta melalui artikel, website dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan objek penelitian. Tinjauan pustaka adalah suatu gambaran atau gagasan yang diperoleh dengan membaca artikel

atau tulisan lain yang mempunyai persamaan atau metode, bahkan gambaran umum dari suatu hasil penelitian yang dilakukan oleh orang lain dan disusun menjadi suatu gagasan (Nuriyati et al., 2022). Studi literatur pada penelitian adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelola data penelitian secara objektif, sistematis, analitis dan kritis tentang kesesuaian penerapan ekonomi hijau pada perusahaan-perusahaan *go green* dengan prinsip *maqashid syariah*. Penelitian studi literatur ini menganalisis dengan matang dan mendalam agar mendapatkan hasil objektif tentang kesesuaian penerapan ekonomi hijau pada perusahaan-perusahaan *go green* dengan prinsip *maqashid syariah*.

Selanjutnya, teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Analisis data dimulai dengan menggunakan hasil penelitian dari yang paling relevan, relevan dan cukup relevan. Kemudian peneliti membaca abstrak dari setiap penelitian yang lebih dahulu untuk memberikan penilaian apakah permasalahan yang dibahas sesuai dengan yang ingin dipecahkan dalam penelitian. Selanjutnya, mencatat bagian-bagian yang penting dan relevan dengan permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ide ekonomi hijau ini digagas oleh UNEP seperti, dibebani tugas untuk menghilangkan mitos yang selama ini berlanjut, yakni tarik-ulur antara ekonomi dan lingkungan hidup. Cato berpendapat ekonomi hijau dibutuhkan karena sistem ekonomi yang dipegang selama ini syarat dengan ketimpangan dan ketidakadilan. Walaupun kini ekonomi hijau telah menjadi arus utama dari gagasan pikiran ekonomi, namun sejauh ini perkembangan ekonomi hijau di banyak negara termasuk Indonesia masih dalam tataran belum memiliki proporsi signifikan pada sistem perekonomian nasional (Suhada and Setyawan, 2016). Perusahaan *go green* adalah perusahaan atau industri yang telah mendeklarasikan diri sebagai Perusahaan yang ramah lingkungan dan mengimplementasikan konsep pembangunan berkelanjutan. Kemudian, akan dikaitkan dari kebijakan ekonomi hijau pada perusahaan *go green* terhadap *maqashid syariah*. Ada 11 perusahaan yang dianalisis dalam penelitian ini dengan memiliki kriteria beroperasi di Indonesia dan sudah menerapkan ekonomi hijau. Tabel 1 penulis memaparkan melalui tabel perusahaan yang memiliki komitmen tersebut.

Tabel 1. Data Perusahaan dan Komitmen

Nama Perusahaan & Sumbernya	Komitmen Ekonomi Hijau	Maqashid Syariah
Adidas (Adidas, 2023)	Dekarbonisasi, ekonomi sirkular, keanekaragaman hayati, dan manajemen sumberdaya.	Memelihara harta, jiwa, dan keturunan
Apple (4Ever Green)	Kemasan berbahan dasar 100% serat, pengiriman rendah karbon, dan penggunaan Aluminium, kobalt, tungsten, dan emas untuk rangka	Memelihara jiwa dan keturunan
Dell (Dell Technologies)	Produk yang tahan lama dan suku cadang yang mudah diperbaiki, kemasan dari bambu, kerjasama dengan Organisasi Nirlaba terkait <i>sustainability</i> .	Memelihara jiwa, akal, harta, dan keturunan
IKEA ("Peduli Lingkungan Ikea") (Ikea)	Pembuatan produk dengan menggunakan bahan yang ramah lingkungan dan melakukan sertifikasi terhadap penebangan pohon.	Memelihara jiwa, akal dan harta
Nike (<i>Profil Nike</i>) ("Produk Nike")	Pembuatan produk dengan limbah pabrik (daur ulang limbah).	Memelihara jiwa, akal, keturunan dan harta.
Panasonic ("Profil Panasonic") (Panasonic, 2019)	Produk yang dapat mengatasi debu	Memelihara agama dan jiwa
PT Indocement Tunggal Prakarsa ("Produk Ramah Lingkungan PT. Indocement" 2022)	Memperkecil partikel debu di produknya dan menerapkan sistem <i>green accounting</i> .	Memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.
PT. Sinar Sosro (Sosro)	Mendirikan sekolah sehat sosro dan membuat gerakan dauri	Memelihara agama, jiwa dan keturunan.
Starbucks ("Profil Starbucks")	Membuat gelas plastik dengan tumbler yang dapat dipakai berkali-kali. Membuat sedotan dari kertas	Memelihara akal dan harta.
The Body Shop ("Sejarah The Body Shop,")	Membuat produk dengan bahan baku alami dan tidak menjadikan hewan sebagai alat uji coba dalam proses pembuatannya.	Memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.
Unilever ("Profil Unilever,")	Pengiklanan tentang masalah <i>go green</i> , membuat produk dengan bahan baku alami dan menerapkan sistem <i>green accounting</i> .	Memelihara jiwa, akal dan harta.

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

- a. **Adidas** didirikan oleh Adolf (Adi) Dassler pada tahun 1920-an, perusahaan ini terletak di Herzogenaurach dekat Nuremberg. Sektor industri ini diambil dari nama pendirinya dan industri ini merupakan industri sepatu di Jerman. Desain logo kaos serta sepatu industri Adidas ini mencakup tiga garis paralel dengan warna dan motif yang sama, dikenakan

sebagai logo resmi Adidas. Strategi grup Adidas sangat sederhana yaitu terus memperkuat *brand* dan melakukan improvisasi posisi kompetitif dan keuangan mereka (“Profil Adidas”). Adidas memang tidak mengklaim perusahaannya sebagai *sustainable brand* atau perusahaan yang berfokus pada kepedulian terhadap lingkungan dan sosial tetapi lebih kepada memiliki komitmen dan inovasi untuk isu lingkungan dan sosial. Ada beberapa komitmen yang diupayakan oleh Adidas yang menjadi bentuk tanggung jawab kepedulian lingkungan dan sosial. Pada laporan tahunan Adidas tahun 2023 menyatakan bahwa fokus utama isu lingkungan mereka adalah dekarbonisasi, ekonomi sirkular, keanekaragaman hayati dan manajemen sumber daya air. Sejak tahun 2019, Adidas menciptakan sepatu lari 100% mono-material dengan desain berdasarkan konsep sirkular. Dalam hal ini Adidas menyatakan bahwa produk ini dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama dengan kualitas yang bagus. Sebagai bentuk mendukung tanggung jawab ini, Adidas membuka program “bersihkan sepatumu”, menyewakan, dan bahkan menerima kembali produk-produk mereka yang sudah dipakai konsumen di toko-toko Adidas di seluruh dunia (Adidas, 2023). Produk kolaborasi pertama kalinya adalah membuat sepatu yang terbuat dari bahan plastik yang dikumpulkan dari pantai. Plastik yang dapat dikumpulkan mampu memproduksi lebih dari 11 juta pasang sepatu pada tahun 2019. Adidas akan konsisten mengolah sampah plastik daur ulang dan laut menjadi pakaian serta alas kaki. Jika ditinjau dari harganya, poliester daur ulang yang menjadi bahan dapat digunakan untuk memproduksi pakaian Adidas ini, akan tetapi harganya lebih mahal dibandingkan dengan bahan aslinya. Namun industri ini akan mengurangi harganya agar lebih banyak konsumen yang dapat membeli. Persoalan ini juga menjadi salah satu cara industri ini membawa pelanggannya untuk memakai produk berkelanjutan yang dapat menjaga lingkungan (Sicoli, Bronzetti, and Baldini, 2019).

Penggunaan bahan yang tahan lama dan menyediakan pelayanan perawatan alas kaki maupun pakaian merek Adidas merupakan bentuk komitmen Adidas untuk mengurangi produk “*fast fashion*” dimana banyak orang mengganti pakaian atau alas kaki mengikuti perkembangan model yang ada dalam waktu singkat. Tanggung jawab terhadapantisipasi pengurangan limbah fashion dari Adidas dikategorikan sebagai bentuk pemeliharaan harta (*hifz mal*) karena orang-orang tidak perlu lagi membeli begitu banyak baju atau alas kaki secara berlebihan, cukup sesuai kemampuan dan kebutuhan tidak berdasarkan tuntutan

gaya hidup. Selain itu, bentuk komitmen perusahaan ini juga merupakan pemeliharaan jiwa (*hifz. nafs*) dan pemeliharaan keturunan (*hifz. nasl*), limbah yang dihasilkan dari dampak pembuangan barang-barang yang sudah tidak terpakai dan rusak sehingga sulit terurai akan berkurang. Hal ini didukung juga dengan komitmen dekarbonisasi yang berdampak pada kualitas udara yang kita hirup setiap harinya akan menjadi lebih bersih dan terhindar dari penyakit yang muncul akibat polusi udara. Pada akhirnya, kita dan keluarga kita akan nyaman beraktivitas di luar ruangan untuk berolahraga, bermain dengan anak, ataupun bahkan untuk pergi bekerja tanpa harus menggunakan masker ataupun takut terkena dampak terkena gangguan kesehatan.

- b. **Apple.** Dengan memiliki tagline “*behind every Apple product is a plan for the future*” Apple berkomitmen untuk melindungi bumi ini dari kerusakan tetapi tetap memiliki desain dan teknologi yang disukai banyak orang. Hal ini tertuang dalam rencana mereka dan ditargetkan tercapai secara penuh pada tahun 2030 atau disebut dengan Apple 2030. Ada beberapa bentuk komitmen pada ekonomi sirkular yang dilakukan Perusahaan Apple yang didapat dari *Apple Environmental Responsibility Report 2023* yaitu pemakaian material yang didaur ulang berasal dari sumber daya alam yang bisa diperbarui. Menjadi langkah simbolis menjelang hari bumi, raksasa teknologi ini meluncurkan Daisy, robot daur ulang baru yang dapat membongkar iPhone untuk memulihkan material berharga. Daisy dapat membongkar 200 iPhone sekaligus dan dapat memisahkan material-materialnya hanya dalam waktu satu jam. Pada sisi pengiriman, perusahaan menargetkan pengiriman rendah karbon yaitu dengan cara mengurangi pengiriman lewat udara. Diyakini bahwa dengan menerapkan sistem pengiriman ini dapat mengurangi emisi karbon hingga 95%. Perusahaan Apple merancang khusus kemasan untuk pengiriman Apple Watch series 9 menjadi 25% lebih banyak dalam sekali pengiriman dan berbahan 100% serat. Menurut 4Ever Green, kemasan 100% serat ini mempunyai tingkat daur ulang yang tinggi dibandingkan kemasan berbahan metal, kaca, maupun plastik. Selain itu penggunaan kemasan berbahan serat ini diklaim rendah karbon (4Ever Green). Sejak Apple Watch Series 5 hingga Apple Watch series 9 ini digunakan casing berbahan aluminium daur ulang. Begitu pula dengan rangka Macbook menggunakan bahan berbasis aluminium daur ulang. Selain penggunaan aluminium juga digunakan beberapa bahan yang berdasarkan dari alam yaitu kobalt, tungsten, dan emas. Sejak tahun 2008, Apple, Inc. secara rutin mendapat

pujian atas catatan lingkungannya, termasuk mengurangi tagihan listrik dan emisi karbon. Apple melanjutkan upayanya untuk menerapkan proses ramah lingkungan di bidang manufaktur dan ritel (Okundia, 2021).

Upaya yang dilakukan perusahaan Apple ini untuk menyelamatkan bumi dari kerusakan alam patut diapresiasi karena hal ini diberlakukan secara terus-menerus dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini tentu saja bisa dilihat dari penggunaan bahan yang tahan lama, tahan banting, bisa didaur ulang, bahkan terbuat dari material alam yang bisa diperbaharui. Pada akhirnya dampak yang akan dihasilkan adalah memelihara jiwa dan keturunan. Menggunakan bahan dari sumber daya alam yang dapat diperbarui berarti perusahaan ini berkomitmen menjaga alam dan dapat diwariskan ke generasi-generasi selanjutnya. Bahkan sampai saat ini dengan meningkatnya popularitas penggunaan produk Apple baik sebagai kebutuhan maupun gaya hidup, tidak mengubah bahwa Apple mampu berkomitmen untuk tetap menjaga lingkungan dan bertanggung jawab terhadap produksinya dari hulu ke hilir.

- c. **Dell**, perusahaan tersebut didirikan pada tahun 1984, didirikan oleh Michael Dell. Michael mendirikan *Dell computer Corporation* saat menjalankan bisnis sebagai *Personal Computer (PC) Limited* ketika dia masih mahasiswa di Universitas Texas di Austin. Misi perusahaan Dell adalah menjadi perusahaan PC paling makmur di dunia memberikan keahlian klien paling sederhana dalam pasar yang cenderung dilayani (Aziz et al., 2020). Perusahaan Dell mempunyai komitmen terkait dengan *circularity* baik dari sisi kemasan, rencana bisnis, maupun tanggung jawab terhadap *stakeholder*. Dell berfokus pada pembuatan produk yang tahan lama, berkelanjutan dan walaupun ada kerusakan, tetap bisa diperbaiki sehingga produk tersebut tidak mudah digantikan dengan produk yang lain. Dell membuat bahan pengemasan dari bambu untuk mengurangi dampak lingkungan dan mendukung planet yang lebih sehat. Salah satu alasan lain dipilih bambu sebagai kemasan pada produk Dell karena bambu tumbuh banyak di sekitaran fasilitas produksi. Hal ini mengurangi jejak karbon terkait pengemasan perusahaan tersebut. Bambu dapat dipanen hanya dalam tiga hingga tujuh tahun, jauh lebih cepat dibandingkan kayu keras ("Dell, Bambu Sebagai Bahan Pengemasan"). Penerapan ekonomi hijau ini pun diterapkan dalam aktivitas bisnis mereka. Hal ini bisa terlihat dalam penggunaan listrik yang terbarukan, penyimpanan tadahan air hujan, dan berfokus pada pengurangan limbah dari hulu hingga

ke hilir proses produksi.

Dell percaya bahwa menjadi perusahaan yang berkelanjutan dan menerapkan ekonomi sirkular hanya bisa dilakukan jika bekerja sama dengan konsumen, pemasok, partner bisnis, bahkan kompetitor sekalipun untuk mengaplikasikan ekonomi hijau dengan baik, dan menghilangkan batas satu sama lain. Sejak tahun 2017, Dell bekerjasama dengan Lonely Whale untuk mengembangkan program bernama Nextwave Ocean dimana program ini untuk melaksanakan pengumpulan sampah plastik yang ada di lautan dalam skala komersial. Selain itu Dell bekerjasama dengan *Circular Electronic Partnership* (CEP) dan *The Platform for Accelerating the Circular Economy* (PACE) (Dell Technologies).

Dengan kebijakan yang dibuat oleh Dell menggunakan bambu untuk pengemasan dapat dikaitkan dengan kategori menjaga akal, jiwa, harta, dan keturunan. Dikatakan menjaga akal dan harta yaitu, memberikan solusi dari pengemasan bambu dan melalui kebijakan tersebut, bambu itu bisa didaur ulang tidak hanya sekali pakai dan pengurangan penggunaan plastik atau kertas terhadap pengemasan. Serta bambu itu dapat diolah lagi oleh konsumen. Selain itu, dikatakan sebelumnya bahwa perusahaan menyimpan tadahan air hujan dimana hal ini bisa disimpan dan digunakan ketika air susah untuk didapatkan dan juga perusahaan bisa bekerja sama dengan regulator terkait dan menambah tempat penyimpanan air hujan ini sehingga bisa digunakan untuk masyarakat umum yang tinggal disekitar perusahaan produksi. Komitmen Dell untuk mengumpulkan sampah plastik di lautan juga patut untuk diapresiasi karena limbah plastik yang ada di laut dapat meracuni habitat laut dan bahkan bisa membahayakan hewan yang ada di laut. Bentuk aksi ini merupakan upaya untuk melestarikan ekonomi hijau yang ada di daratan (*terrestrial*) maupun yang ada di lautan (*ocean*).

- d. **Ikea**, merupakan industri barang dagangan yang memperjualbelikan aksesoris rumah asal Swedia, mempunyai komitmen membuat aktivitas kehidupan sehari-hari yang lebih baik, banyak orang khawatir terhadap lingkungan yang berkelanjutan. Perkara tersebut dihadirkan melalui macam-macam upaya dalam membuat lingkungan berkelanjutan di manapun Ikea bekerja, termasuk di Indonesia (“Peduli Lingkungan Ikea”). Oleh karena itu ada beberapa tujuan utama terkait ekonomi hijau yang dilakukan oleh IKEA yaitu upaya menciptakan produk yang bisa didaur ulang, diperbaiki, diperbarui, dan bahkan bisa dikemas ulang dan dijual kembali. Menggunakan bahan yang daur ulang atau yang bisa

diperbaharui sambil mengembangkan material baru yang lebih ramah lingkungan. Berusaha mengubah limbah menjadi bahan utama baru dalam menciptakan suatu produk dengan tujuan tidak ada limbah atau sampah yang berakhir di pembuangan sampah. Mengembangkan ekonomi sirkular bagi pelanggan baru maupun yang sudah menjadi pelanggan tetap dalam setiap pembelian produk. Pada akhirnya, IKEA memerlukan kerjasama dengan pihak-pihak terkait yang mendukung kelestarian lingkungan dan pengembangan ekonomi hijau. Penggunaan kayu merupakan hal yang sangat vital bagi IKEA karena hampir seluruh furniturnya berbahan kayu. Akan tetapi, IKEA harus mengikuti aturan dunia yaitu melarang pengambilan kayu yang bersumber dari daerah konflik maupun penebangan ilegal. Besarnya operasi Ikea berarti memiliki kemampuan dan tanggung jawab besar untuk melindungi hutan dunia. Pada tahun 2020, 100% kayu Ikea akan bersertifikat *Forestry Stewardship Council* (FSC) atau berasal dari sumber daur ulang sudah hampir mencapai 80%. Standar FSC melindungi ekosistem dan mata pencarian masyarakat (Ikea).

Meningkatkan kualitas hidup dengan membantu orang-orang untuk makan dengan bahan-bahan yang lebih sehat dan berkelanjutan merupakan bentuk komitmen IKEA untuk mendorong masyarakat ke arah yang lebih baik, bertanggung jawab terhadap bisnis yang dijalankan sehingga tercapainya setara dan inklusif. Berusaha menerapkan ekonomi sirkular di semua lini kegiatan produksi sampai berakhir ke tangan konsumen. Kebijakan oleh perusahaan ini dapat dikaitkan dengan *maqashid syariah* kategori menjaga jiwa, keturunan dan akal. Menjaga jiwa dalam hal tidak sembarangan dalam memproduksi yang mengakibatkan pencemaran lingkungan dan pembuatan bahan baku yang ramah lingkungan. Lalu dikatakan menjaga keturunan dan akal, yaitu dengan cara tidak melakukan penebangan sembarangan dan disertifikasi untuk penebangan terhadap kayu.

- e. **Nike**, adalah gabungan multinasional Amerika yang tertarik dalam bidang desain, progres, manufaktur serta penjualan dan pemasaran pakaian, alas kaki, aksesoris, alat-alat dan akomodasi di seluruh dunia. Pusat kantor perusahaan Nike berada di dekat Beaverton, Oregon di wilayah metropolitan Portland (AS). Nike merupakan pembuat utama peralatan olahraga dan sebagian pemasok sepatu dan pakaian atletik terbesar di dunia. Nama perusahaan ini diambil dari nama dewi kemenangan Yunani, Nike (*Nikē*) (Profil Nike). Sahrub menyatakan bahwa sepatu yang diminati bermacam-macam dari *brand* terkenal

sampai tidak terkenal sekalipun (Sahrub, 2018). Masing-masing pabrik yang mengelola serta membuat sepatu dan pakaian akan menyisakan material pembuatan dan menyebabkan tersisanya bahan yang tidak terpakai menjadi lebih banyak (A. Wulandari, Pambudi, and Azhar, 2022). Permasalahan lingkungan juga berdampak dari limbah pakaian dan sepatu. Bukan hanya bahan sisa material saja yang membuat imbas kejadian tersebut, yakni pakaian yang tak dipakai. Laporan, visi perusahaan adalah untuk membantu Nike, Inc. dan konsumen Nike berkembang dalam perekonomian berkelanjutan di mana masyarakat, keuntungan dan planet berada dalam keseimbangan. Nike meluncurkan salah satu sepatu “*Mean Green*” berbahan yang tidak merusak lingkungan yang rencananya akan diluncurkan pada awal tahun 2021. Sepatu Nike *Challenger Series* ini dibuat dengan 20% bahan daur ulang terlebih dahulu, dengan warna krem hijau dan abu-abu di samping, dinding bagian dalam dengan lidah. *Heel tab* dan tumit Nike *Swoosh* dibalut serba hitam (“Produk Nike”). Nike mengatakan sepatu terbarunya adalah puncak baru untuk pembongkaran dan mewujudkan prinsip desain melingkar dalam pemilihan bahan, penghindaran limbah dan perbaikan. Hal ini membantu mendekati Nike pada visi sirkularnya sebuah sistem *loop* tertutup yang tidak menghasilkan limbah (“Produk, Servis, Desain Inovasi Nike”, 2023). Sesuai dengan prinsip *maqashid syariah*, kebijakan dari perusahaan tersebut sejalan dengan prinsip *maqashid*. Kegiatan dari perusahaan tersebut dapat memberikan pelajaran bagi generasi selanjutnya agar limbah pabrik itu diolah agar tidak mempengaruhi sumber daya alam untuk ke generasi selanjutnya. Dan sejalan dengan halnya memberikan jalan keluar untuk mengurangi limbah pabrik dengan cara mengolahnya agar tidak mencemari lingkungan sekitar. Kemudian, menyisihkan uang atau investasi dalam kegiatan tersebut, termasuk menghasilkan profit di jalan yang benar.

- f. **Panasonic**, perusahaan Panasonic Gobel memiliki sejarah yang sangat panjang dan melekat di benak masyarakat. Dimulai dengan hadirnya radio ‘tjawang’ oleh Dr. Almarhum H. Thayeb Moh. Gobel pada tahun 1954. Panasonic masih menjadi merek elektronik terkemuka di Indonesia yang menyediakan produk-produk inovatif untuk peralatan rumah tangga. Sirkuit dan solusi sistem dalam sirkuit B2C yang ditujukan untuk pasar lokal untuk menjawab kebutuhan masyarakat (“Profil Panasonic”). Filosofi manajemen Panasonic didasarkan pada pandangan pendiri perusahaan tersebut, Konosuke Matsushita yang mengatakan ‘karena perusahaan menjalankan bisnisnya melalui orang, benda, uang, tanah

dan lain-lain. Maka perusahaan adalah entitas publik.' Panasonic saat ini fokus pada empat bidang bisnis: elektronik konsumen, otomotif dan B2B, dengan slogan merek "Dunia yang lebih baik" (*A Better Life, A Better World.*) Berarti mengatasi berbagai tantangan sosial, termasuk lingkungan hidup, energi dan keamanan, dengan tujuan berkontribusi dalam mencapai masyarakat berkelanjutan dengan menyelesaikan tantangan-tantangan tersebut. Panasonic telah menerapkan rencana aksi lingkungan hidup "Rencana Hijau 2018" dan telah menunjukkan kemajuan yang stabil dalam mencapai tujuannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya *Paris Agreement* atau yang dikemukakan oleh PBB. Dalam kondisi sekarang, Panasonic ingin membantu membangun masyarakat energi bersih untuk mencapai "kehidupan yang lebih baik" dan "masyarakat berkelanjutan" dengan memanfaatkan sepenuhnya teknologi di semua bidang bisnisnya (Panasonic, 2019). Panasonic terus memberikan inovasi membuat produk yang aman untuk lingkungan dapat menaikkan kualitas hidup dan memberikan dampak yang baik untuk kesehatan, salah satunya adalah hadirnya teknologi Panasonic merek Nanoe, Panasonic meluncurkan merek AC dengan sistem pemurnian udara untuk kualitas udara bersih di rumah. Teknologi Nanoe dapat meniadakan mikroorganisme dan partikel debu sekecil PM2.5 serta menonaktifkan virus dan bakteri dengan fungsi penonaktifan dalam saringan. Merek AC lain dari Panasonic juga dapat menghilangkan 5 macam bau yang menjadi masalah di dalam rumah, yaitu: bau lembab, masakan, keringat, rokok dan bau hewan peliharaan serta dapat menghalangi pertumbuhan bakteri dan virus yang menjadi penyebab alergi dan asma ("Produk Panasonic," 2018). Perusahaan yang telah menerapkan ekonomi hijau ini dapat dimasukkan dalam *maqashid syariah*. Perusahaan tersebut ikut andil dalam proses menjaga lingkungan dengan cara meluncurkan sistem pemurnian udara yang membuat kualitas udara bersih di rumah. Produk inovasi perusahaan tersebut dapat menyelamatkan jiwa seseorang dengan cara membuat kualitas udara di rumah. Pernyataan di atas dapat dikategorikan *maqashid syariah* ke dalam menjaga agama dan jiwa.

- g. **PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk.** Sektor industri ini merupakan perusahaan hasil gabungan antara kelompok penanam saham dalam negeri dan modal asing. Pada tahun 1973 PT. *Distinct Indonesia Cement Enterprise* (DICE) didirikan, pada tanggal 1975. kemudian dijadikan sebagai hari jadi PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. dimulai juga pada tahun yang sama untuk produksi komersial (Muslikhah, 2014). Visi perusahaan

tersebut ialah: menjadi produsen semen pilihan pelanggan di Indonesia dan terkemuka. Dan misinya: Indocement berurusan dengan bisnis ketersediaan bahan bangunan dan semen berkualitas tinggi yang mengedepankan penanggulangan bagi konsumen dengan cara mengedepankan aspek tata kelola, sosial dan lingkungan (Kevin Gluskie, 2021). Akuntansi hijau merupakan salah satu akuntansi yang terdapat didalamnya memeriksa dan memasukkan dari sekian beberapa faktor berkaitan terhadap lingkungan. Implementasi akuntansi hijau dengan sebuah perusahaan adalah suatu bentuk usaha membenahi lingkungan sekitar dengan contoh sektor industri dapat mengolah pembuatan limbah dengan baik oleh, dapat mendorong peningkatan yang positif lalu dapat membenahi pandangan masyarakat terhadap sektor industri sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk. Sektor industri yang termasuk di Bursa Efek Indonesia yang sudah menjalankan sistem akuntansi yaitu PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dan sudah melakukan kebijakan tersebut sejak tahun 2017 sampai sekarang. Implementasi akuntansi hijau oleh perusahaan tersebut ditandai dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Fitria et al., 2023). Salah satu contoh upaya yang dilakukan oleh Indocement yaitu memiliki *Master Plan Schedule* untuk mengurangi polusi debu dengan memasang perangkat *bag filter* sebagai pengganti *electrostatic precipitator*. Indocement memiliki target emisi debu rata-rata sebesar 10 mg/Nm³ pada tahun 2025. Kegiatan ini merupakan wujud kontribusi langsung Indocement kepada masyarakat khususnya perusahaan dalam upaya berkelanjutan untuk mengurangi emisi udara konvensional serta emisi gas rumah kaca dan upaya perusahaan tersebut untuk memperkecil partikel debu untuk meminimalisir polusi udara (“Produk Ramah Lingkungan PT. Indocement”, 2022). Perilaku mengurangi pencemaran limbah tersebut bisa dikategorikan dalam *maqashid syariah*. Melalui kebijakan yang diadakan oleh perusahaan tersebut dapat dimasukkan ke semua kategori prinsip *maqashid syariah*.

- h. **PT. Sinar Sosro**, pada tanggal 17 juli 1974 perusahaan ini telah terdaftar, dan pendirinya adalah bapak Soegiharto Sosrodjojo. Pada tahun 1969, timbul ide untuk menjual teh siap minum dalam kemasan botol. Nama Teh Botol Sosro tersebut diambil dari nama teh yang diseduh “Teh Cap Botol” dengan nama belakang keluarga pendirinya yaitu “Sosrodjojo”. PT. Sinar Sosro menetapkan cita-cita dengan sebuah visi, yaitu sebagai sektor industri minuman kelas dunia, yang dapat melengkapi kebutuhan pelanggan, kapan, dimanapun

serta meningkatkan keuntungan untuk seluruh pihak. Hal inovasinya tercemrin dari pengolahan sisa material industri yang dilakukan perusahaan, dimana sisa teh diubah menjadi kompos dan sisa teh tersebut tidak berdampak pada alam sekitar (Sosro). PT. Sinar Sosro membuat program “Sekolah Sehat Sosro”, kegiatan ini bertujuan untuk mewujudkan sekitar sekolah yang hijau, bersih, dan sehat di Indonesia. Dengan kegiatan yang diadakan oleh industri tersebut menyatakan bahwa industri tersebut peduli terhadap lingkungan (Amalia 2023). Kebijakan dari perusahaan itu seperti terkelolanya limbah dan menghadirkan program Sekolah Sehat Sosro dapat dimasukkan ke dalam *maqashid syariah*. Dari kebijakan yang telah disebutkan, dapat dimasukkan ke dalam prinsip *maqashid syariah* kategori menjaga agama, jiwa dan keturunan. Karena perusahaan tersebut tidak hanya peduli lingkungan semata, akan tetapi juga mengajak dan menghimbau bahwa pentingnya menjaga lingkungan alam agar sumber daya alam tidak tercemar.

- i. **Starbucks**, pada tahun 1971, di sepanjang jalan berbatu di pasar Pike Place yang mempunyai sejarah di Seattle. Di situlah Starbucks mulai membuka toko pertamanya, menawarkan biji kopi segar, teh dan rempah-rempah dari seluruh dunia untuk dibawa pulang oleh pelanggannya. Nama Starbucks terinspirasi oleh kisah klasik, “*Moby-dick*” yang membangun tradisi pelaut para pedagang kopi pada masa awal (“Profil Starbucks”). *Green Marketing Strategy* adalah sebuah konsep yang tertuju kepada pemenuhan kebutuhan konsumen dengan meminimalisir dampak buruknya terhadap lingkungan melalui penerapan *green mix marketing* yang meliputi *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*. Pemasaran yang memberikan penawaran produk ramah lingkungan, harga produk setara dengan kualitas yang ditawarkan serta aman untuk lingkungan, pengolahan produk ataupun pemilihan tempat operasi yang tidak memberikan kerusakan pada lingkungan dalam hal promosinya (Ayu and Sari, 2017). Starbucks *Coffee* sebagai *green company* menyadari, bahwa semakin tingginya peningkatan jumlah konsumen Starbucks *Coffee* maka akan semakin tinggi pula produksi limbah yang dihasilkan (Irwansyah, 2017). Konsumsi ramah lingkungan itu penting untuk memelihara kelestarian lingkungan bumi mendorong Starbucks *Coffee* untuk meluncurkan berbagai program CSR untuk membantu keseimbangan ekosistem lingkungan, salah satu diantara program tersebut, yaitu: program global atau umum “*Take A Mug Pledge*”. Kebijakan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan edukasi dan mengubah perilaku konsumsi

konsumen Starbucks *Coffee* dengan kemasan ramah lingkungan (dapat dipakai secara berulang kali tanpa batas). Di Indonesia program ini dikenal dengan nama “*tumbler starbucks on the go*” merupakan kegiatan *marketing* sosial pionir. Dengan melakukan pembelian produk minuman menggunakan *tumbler* tersebut, konsumen mendapatkan keuntungan seperti potongan harga yang lebih murah dari harga jualnya (Shidiq et al., 2020). Kebijakan lain yang dibuat oleh perusahaan tersebut yaitu perubahan sedotan plastik ke sedotan kertas. Kebijakan tersebut berupaya mendukung kebijakan dan gerakan pemerintah, termasuk soal mengurangi sampah di Indonesia. Pihak Starbucks juga menyampaikan ingin turun serta mengajak para pelanggan terlibat dan berpartisipasi dalam langkah sederhana pengurangan sampah, termasuk sedotan plastik (Riani, 2022). Melalui kebijakan yang dihadirkan oleh perusahaan tersebut, dapat dimasukkan ke dalam *maqashid syariah*. Dengan menghadirkan *tumbler* yang dapat dipakai secara terus-menerus dan karena perusahaan tersebut menyadari bahwa semakin tingginya peningkatan jumlah konsumen Starbucks *Coffee* maka akan semakin tinggi pula produksi limbah yang dihasilkan dapat dikategorikan ke dalam menjaga harta dan menjaga akal. Dan perusahaan tersebut mengajarkan konsumen untuk menghindari pemborosan.

- j. **The Body Shop**, Anita Roddick pada tanggal 26 Maret 1976 dibangun oleh Anita Roddick, Anita memandang kewirausahaan sebagai sarana untuk bertahan hidup dan percaya bahwa kewirausahaan dapat memupuk semangat kreatif. Menjalankan toko pertamanya mengajarkannya suatu berdagang atau berniaga bukan hanya berhubungan dengan bidang keuangan, tapi juga berhubungan dengan perdagangan: jual-beli serta menciptakan produk atau layanan yang sedemikian bagusnya sampai orang tertarik mendapatkannya dengan membayarnya. Industri telah berpengalaman kurang lebih dari 30 tahun serta toko dengan pasar beragam (“Sejarah The Body Shop,”). Perusahaan tersebut hadir untuk memperjuangkan dunia yang lebih adil dan indah. Keyakinan perusahaan itu ialah meyakini bahwa setiap orang itu cantik (“About Us The Body Shop,”). Etos kerja industri ini bisa menolong menjaga lingkungan (Rheina Febriane, 2022). Perusahaan itu menciptakan produk ramah lingkungan dan alami dengan bahan-bahan seperti minyak biji wijen dan minyak marula (Ahmad, Lapian, and Soegoto, 2016). Menurut laporan *Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals*, ada sekitar 38.000 binatang yang dijadikan subjek dalam pengujian untuk kosmetik. Sektor industri ini telah memenuhi Standar

Kosmetik Manusiawi yang menentang penggunaan subjek terhadap binatang. Perusahaan tersebut tidak hanya peduli terhadap perawatan wajah pelanggannya tetapi juga peduli terhadap kesehatan pelanggannya (Rheina Febriane, 2022). Perusahaan tersebut menghadirkan kebijakan yang dapat dimasukkan ke dalam *maqashid syariah*. Dengan menggunakan bahan alami untuk produknya dan tidak menjadikan binatang sebagai subjek lapangan dapat dikategorikan ke dalam menjaga jiwa dan harta. Sebagaimana di dalam ajaran agama lain juga menjelaskan bahwa jangan menyakiti hewan. Karena kita hidup berdampingan dengan makhluk lain.

- k. **Unilever**, didirikan lebih dari 100 tahun yang lalu, perusahaan tersebut merupakan industri barang konsumen terbesar di dunia. PT. Unilever Indonesia, Tbk. Telah dikelola sejak tahun 1933 serta kini telah menjadi industri yang bergerak cepat terhadap barang konsumen terkemuka di Indonesia (“Profil Unilever,”). Berdasarkan keyakinan dan strategi CSR yang telah ditetapkan, sektor industri mendorong dalam perubahan bagi sektor industri lain yang bekerja sama dalam peningkatan nilai serta pemangku kepentingan seluas-luasnya. Tidak hanya ditinjau dari kacamata bisnis saja, tapi ditinjau lensa sosial juga. Penerapan CSR PT. Unilever Indonesia diliputi oleh Yayasan Unilever Indonesia peduli yaitu merupakan penggalan dan pemberdayaan terhadap potensi masyarakat, membuah hasil nilai tambah untuk masyarakat, menggabungkan kekuatan para pekerja sama dan memerankan katalisator bagi perwujudan kemitraan. Terkait penerapannya, Yayasan itu fokus terhadap sistem program yang sesuai dengan visi, misi perusahaan dan prinsip bisnis. Dan programnya berhubungan dengan masyarakat dan selalu fokus pada hal tersebut (*Community Engagement*). Adapun program-program yang dilaksanakan adalah: Program lingkungan (*Environment Program*), Pengembangan Usaha Kecil Menengah melalui program pemberdayaan petani kedelai hitam, Program Kesehatan: Program Bantuan Kemanusiaan (*Humanitarian Aid Program*), *green accounting* dan mengiklankan tentang masalah *go green* (Hendrawan and Purnaningsih, 2016). Kegiatan tersebut dapat disangkutkkan ke dalam *maqashid syariah*. Menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dapat menyelamatkan beberapa jiwa manusia. Kebijakan yang telah disebutkan dapat dimasukkan ke kategori menjaga jiwa. Kehadiran sistem *green accounting* dapat dikategorikan menjaga harta.

Perbuatan untuk mengurangi pencemaran limbah merupakan sesuatu yang urgen. Karena, dalam tahapan *maqashid syariah*, permasalahan di atas merupakan ke tahapan *dharuriyat*. Jika tahapan kebutuhan itu tidak terbenahi atau tidak dijalankan, maka dapat mengancam keselamatan umat manusia baik di dunia dan akhirat kelak. Kelogisannya seperti ini ketika melakukan pengurangan pencemaran limbah, maka yang akan merasakan dampak positif tidak hanya perusahaan, tetapi juga masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Terdapat 11 perusahaan yang berkomitmen dan memiliki tanggung jawab terhadap keberlanjutan dan isu lingkungan yang dihasilkan dari produk mereka. Perusahaan tersebut yaitu Adidas, Apple, Dell, Ikea, Nike, Panasonic, PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk, PT Sinar Sosro, Starbucks, The Body Shop dan Unilever. Masih banyak hal yang bisa dieksplor terkait dengan pembahasan perusahaan tersebut terhadap ekonomi hijau diantaranya adalah memetakan tipe-tipe keterlibatan mereka berdasarkan kegiatan ekonomi hijau tersebut. Membandingkan kegiatan ekonomi hijau dalam satu sektor bisnis dan mengapresiasi aksi tersebut terhadap perusahaan besar.

Kebijakan yang dihadirkan oleh perusahaan atau industri yang mengelola ekonomi hijau hampir semua dapat dikaitkan dengan prinsip *maqashid syariah*. Dengan adanya kebijakan tersebut dapat terlihat, perusahaan atau industri di Indonesia yang menerapkan ekonomi hijau. Sehingga tidak ada sektor industri yang terindikasi hanya melakukan *greenwashing*. Penerapan ekonomi hijau dapat terlihat mulai dari pengambilan bahan baku (hulu), proses produksi hingga produk selesai dimanfaatkan konsumen (hilir). Perusahaan atau industri yang memiliki kebijakan ekonomi hijau juga diharapkan dapat mengajak sektor industri lainnya untuk menjaga lingkungan dan sumber daya alam mengingat bahwa manusia diutus ke bumi oleh Allah sebagai pemimpin (khalifah). Keterbatasan penelitian ini terletak pada referensi buku ekonomi hijau. Dan diharapkan penelitian masa depan dapat melihat potensi lebih terhadap sektor industri yang menerapkan kebijakan ekonomi hijau.

REFERENSI

- “About Us The Body Shop.” <https://www.thebodyshop.co.id/about-us>.
- Adidas. 2023. “Annual Report 2023.”
- Ahmad, Fahlis, Joyce Lopian, and Agus Supandi Soegoto. 2016. “Analisis Green Prod & Green Market Strategy Thd Keputusan Pembelian Body Shop.” *Jurnal EMBA* 4 (1): 33–44.

- Ali Mutakin, and Waheeda binti H. Abdul Rahman. 2023. "Fiqh Ekologi; Upaya Merawat Lingkungan Hidup Berbasis Konsep Maqashid Syariah." *Syariah: Journal of Fiqh Studies* 1 (2): 107–26. <https://doi.org/10.61570/syariah.v1i2.31>.
- Amalia, Farah. 2023. "Analisis Kontribusi Green Sukuk ST007 Dalam Mendukung Sustainability Green Economy Indonesia." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UINSA*, 1–81.
- Ayu, I, and Wi Sari. 2017. "Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Pada Konsumen Starbucks Coffee Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali-Indonesia." *E-Jurnal Manajemen Unud* 6 (7): 3820–49.
- Aziz, Abdul, Daisy Mui Hung Kee, Danieal Danieal, Mohd Azmi, Mohamad Firdaus, Lulwa Alkhalaf, and Abhishek Tripathi. 2020. "Corporate Social Responsibility and Citizenship Behaviour: A Case Study of Dell." *Journal of The Community Development in Asia* 3 (1): 16–24. <https://doi.org/10.32535/jcda.v3i1.704>.
- "Dell, Bambu Sebagai Bahan Pengemasan." n.d. <https://www.dell.com/learn/bm/en/bmcorp1/corp-comm/bamboo-packaging>.
- Eni Haryani Bahri. 2022. "Green Economy Dalam Perspektif Maqashid Syariah." *Manajemen Dan Bisnis Islam* 5 (2): 1–19.
- Erwinsyah, Erwinsyah. 2021. "Peluang Ekonomi Hijau Dan Keterampilan Hijau Menuju Netral Karbon Indonesia Tahun 2060." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 8 (2): 159. <https://doi.org/10.30998/jabe.v8i2.11621>.
- Fitria, Amalia Dwi, Dhia Fadrurah, Mita Lestari, and Siti Nur Faizah. 2023. "Perbandingan Sebelum Dan Sesudah Penerapan Green Accounting Terhadap Laba Pt Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2 (1): 50–57. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i1.435>.
- Green, 4ever. "Fibre-Based: The Future of Packaging?"
- Helim, Abdul. 2019. *Maqashid Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. https://perpustakaan.mahkamahagung.go.id/slims/pasumedang/index.php?p=show_detail&id=41#:~:text=Maqashid syariah adalah tujuan-tujuan,hukum dari keseluruhan hukum-Nya.
- Hendrawan, Mohamad Fahmi, and Ninuk Purnaningsih. 2016. "Evaluasi Program Jakarta Green And Clean Sebagai Implementasi CSR PT. Unilever Indonesia Tbk." *Jurnal Penyuluhan* 5 (2). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v5i2.11417>.
- Ikea. n.d. "Memilih Bahan - Menjadi Bisnis Besar Memiliki Tanggung Jawab Yang Besar." <https://www.ikea.com>.
- Irwansyah, Akhmad. 2017. "Analisis Program Corporate Social Marketing, Pengetahuan Konsumen Dan Reputasi Perusahaan Dalam Menciptakan Green Consumerism (Program Tumbler Starbucks)." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 15 (3): 52–56. <http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/view/149>.
- Iskandar, Azwar, and Khaerul Aqbar. 2019. "Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah (Indonesia's Green Economy in the Perspective of Maqashid

- Syari'ah)." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 3 (2): 83–94.
- Kevin Gluskie, Christian Kartawijaya. 2021. "Sustainability Report 2021," 74–75. https://www.indocement.co.id/resource/03_Investor/3.8.2_Laporan_Keberlanjutan/2021-Laporan_Keberlanjutan-INTP.pdf.
- Lucky Nugroho. 2015. "Islamic Principle Versus Green Microfinance." *European Journal of Islamic Finance* 2:1–10.
- Malihah, Lola. 2022. "Tantangan Dalam Upaya Mengatasi Dampak Perubahan Iklim Dan Mendukung Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan: Sebuah Tinjauan." *Jurnal Kebijakan Pembangunan* 17 (2): 219–32. <https://doi.org/10.47441/jkp.v17i2.272>.
- Muslikhah, Noviyani (2014). 2014. "Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Melalui Program Pusat Pelatihan Dan Pemberdayaan Masyarakat Pt. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Di Kabupaten Bogor."
- Musolli, Musolli. 2018. "Maqasid Syariah: Kajian Teoritis Dan Aplikatif Pada Isu-Isu Kontemporer." *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman* 5 (1): 60–81. <https://doi.org/10.33650/at-turas.v5i1.324>.
<https://www.kompasiana.com/putri50937/61ac66f175ead6032f24d902/implementasi-go-green-sebagai-wujud-penyelesaian-permasalahan-lingkungan>.
- Nuriyati, T, Y Falaq, E D Nugroho, H H Hafid, and ... 2022. *Metode Penelitian Pendidikan (Teori & Aplikasi)*. Widina Bhakti Persada: Bandung.
- Okundia, Joy. 2021. "The Relationship Between Corporate Mission Statement and Social Responsibility: A Case Study of Apple Incorporation," no. May, 9–11. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35003.34080>.
- Panasonic. 2019. "About the Sustainability Data Book 2016." *Panasonic Corporation*.
- "Peduli Lingkungan Ikea." <https://www.kompas.com/homey/read/2021/04/24/143000876/peduli-lingkungan-ikea-buktikan-kontribusi-lewat-produk-dan-pelayanan>.
- "Produk, Servis, Desain Inovasi Nike." 2023. 2023. <https://sustainablebrands.com/read/product-service-design-innovation/nike-circular-shoe-designed-disassembly-recyclability>.
- "Produk Nike." <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/12/31/160237620/nike-perkenalkan-sneaker-ramah-lingkungan-challenger-og-mean-green>.
- "Produk Panasonic." 2018, 2018. <https://www.achematlistrik.id/news/inovasi-kami/fitur-fitur-ac-panasonic-ini-bisa-menjaga-negeri-indonesia-dari-kerusakan-alam>.
- "Produk Ramah Lingkungan PT. Indocement." 2022. 2022. <https://www.indocement.co.id/Berita-dan-Media/Keterbukaan-Informasi/Indocement-Bantu-Meningkatkan-Kualitas-Pengendalian-Pencemaran-Udara-di-Bogor?pageId=1229>.
- "Profil Adidas." <https://id.wikipedia.org/wiki/Adidas>.

AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam
Volume 8 (No 1), 2024
<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/>
p-ISSN: 2580-3360 e-ISSN: 2581-2874
DOI: 10.22236/alurban_vol8.i1/17882
Pp 62-86

“Profil Nike.” <https://nikecompanyblog.wordpress.com/about-us/>.

“Profil Panasonic.” <https://www.panasonic.com/id/corporate/profile/overview.html>.

“Profil Starbucks.” <https://www.starbucks.com/about-us/>.

“Profil Unilever.” <https://www.unilever.co.id>.

Rheina Febriane. 2022. “Analisis Green Marketing Sebagai Global Strategi the Body Shop.” *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah* 1 (6): 817–26. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.1020>.

Riani, Asnida. 2022. “Produk Ramah Lingkungan Starbucks.” 2022. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4177112/kurangi-sampah-starbucks-ganti-sedotan-plastik-dengan-sedotan-kertas>.

Sahroni, Oni, and Adiwarmarman A. Karim. 2015. *Maqashid Bisnis & Keuangan Islam Sintesis Fikih Dan Ekonomi*. Depok: Rajawali Pers.

Sahrub, Satrio Manggala Putra. 2018. “Pemaknaan Fashion Bagi Indonesia Sneakers Team Surabaya ’Pemaknaan Fashion Bagi Indonesia Sneakers Team Surabaya.’” *Pemaknaan Fashion Bagi Indonesia Sneakers Team Surabaya*, 28.

“Sejarah The Body Shop.” https://id.wikipedia.org/wiki/The_Body_Shop.

Shidiq, Alima Fikri, Fitri Hajar Purnama, Santoso Tri Raharjo, and Sahadi Humaedi. 2020. “Strategi Tanggung Jawab Sosial Starbuck Dalam Mewujudkan Lingkungan Yang Berkelanjutan.” *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 6 (3): 192. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26207>.

Sicoli, Graziella, Giovanni Bronzetti, and Maria Baldini. 2019. “The Importance of Sustainability in the Fashion Sector: ADIDAS Case Study.” *International Business Research* 12 (6): 41. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n6p41>.

Sosro, Sinar. “Profil Perusahaan PT. Sinar Sosro.” <https://sinarsosro.id/profile>.

Suhada, Bambang, and Dharma Setyawan. 2016. “The Narrative of Islam and Green Economics in Utilization of Natural Resources.” *Universitas Muhammadiyah Metro Jl. Ki Hajar Dewantara* 31 (1): 21–36.

Technologies, Dell. “Sustainability and ESG Commitments.” <https://www.dell.com/en-us/dt/corporate/social-impact/esg-resources/reports/fy23-esg-report.htm#scroll=off>.

“Tujuan Utama Penghijauan.” <https://dlh.semarangkota.go.id/penghijauan-kota-wujud-pelestarian-lingkungan-hidup-perkotaan/#:~:text=Penghijauan merupakan sarana untu melestarikan,teduh%2C nyaman%2C dan asri>.

Ubaidillah, M. Hasan. 2010. “Fiqh Al-Biah (Formulasi Konsep Al-Maqasid Al-Shari’ah Dalam Konservasi Dan Restorasi Lingkungan).” *Al-Qanun* 13 (1): 26–51.

Vita, Dwi, and Lestari Soehardi. 2022. “Sustainable Development Berbasis Green Economy.” *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik*, 31–39.

Wulandari, Archita, Terbit Setya Pambudi, and Hanif Azhar. 2022. “Upcycling Limbah Kain Produksi Sepatu Menjadi Tas Sebagai.” *E-Proceeding of Art & Design* 9 (1): 643–57.

Wulandari, Nia, and Hayat Sholihin. 2020. “Kerusakan Lingkungan Menurut Sains Dan

AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam
Volume 8 (No 1), 2024
<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/>
p-ISSN: 2580-3360 e-ISSN: 2581-2874
DOI: 10.22236/alurban_vol8.i1/17882
Pp 62-86

Ahmad Mustafa Al-Maraghi.” *Al Tadabbur: Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir* 05 (01): 121–36. <https://doi.org/10.30868/at.v5i1>.

Yusvita Nena Arinta. 2019. “Implementasi Maqashid Syariah Dengan Pengembangan Ekonomi Hijau Melalui Urban Farming.” *International Jurnal Ilhya” Ulum Al-Din* 21:192–211.

Zahari, Muhammad dan Dr. Sudirman. n.d. *Buku GREEN EKONOMI*. Edited by MM. Muhammad Alhudori, SE. Accessed October 30, 2023. [http://repository.unbari.ac.id/188/1/buku green ekonomi.pdf](http://repository.unbari.ac.id/188/1/buku%20green%20ekonomi.pdf).