

**GO GREEN SEBAGAI PILAR PERADABAN BISNIS ISLAM DALAM
AL-QURAN**

TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan studi Strata Dua
untuk memperoleh gelar Magister Agama (M.Ag)



Oleh:
ABDUL SATAR
NIM: 2386131060

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR
KONSENTRASI ILMU TAFSIR
PASCASARJANA UNIVERSITAS PTIQ JAKARTA
2025 M./1447 H.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi dan menginisiasi konsep *go green* sebagai pilar peradaban bisnis Islam berbasis Al-Quran, memformulasikan penerapan produk hijau dan etika bisnis Islam, serta menginisiasi bisnis berkelanjutan sebagai bentuk konservasi alam semesta.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tafsir tematik (*maudhu'i*), mengumpulkan dan menganalisis ayat-ayat Al-Quran terkait lingkungan hidup, etika bisnis, dan keberlanjutan, didukung studi literatur dari kitab tafsir, jurnal, dan data empiris.

Kesimpulan tesis menunjukkan bahwa *go green* merupakan manifestasi tanggung jawab ekologis manusia sebagai khalifah, dengan tiga pilar operasional: pertama, *tauhid ekologis* (kesatuan penciptaan), kedua, *mîzân* (keseimbangan sumber daya), dan ketiga, *mashlahah generasional* (keberlanjutan untuk generasi mendatang).

Cara mendapatkan kesimpulan dilakukan melalui analisis mendalam ayat-ayat kunci (QS. Ar-Rûm/30: 41, QS. Ar-Rahmân/55: 7-9) yang dikontekstualisasikan dengan konsep ekonomi sirkular dan *maqâshid syariah*, serta verifikasi silang dengan temuan lapangan terkait UMKM hijau.

Tokoh pendukung seperti Quraish Shihab (dalam *Tafsir Al-Mishbah*) menegaskan peran khalifah (QS. Al-Baqarah/2: 30) mengharuskan integrasi nilai lingkungan dalam muamalah. Fazlun Khalid menekankan etika lingkungan Islam sebagai kerangka operasional pembangunan berkelanjutan. Tokoh penentang paradigma antroposentris Descartes (*cogito ergo sum*) melegitimasi eksploitasi alam tanpa batas, sebagaimana dikritik Vandana Shiva sebagai “kolonialisme ekologis” yang bertentangan dengan prinsip *mîzân* dalam Al-Quran.

Implikasi penelitian menyediakan kerangka bisnis Islam berkelanjutan untuk transformasi UMKM hijau, mendorong kebijakan *carbon zakat* dan *eco-sadaqah*, serta berkontribusi pada pencapaian SDGs melalui sinergi ekonomi-ekologi berbasis tauhid.

Kata Kunci: *Go Green, Bisnis Islam, Etika Lingkungan, Maqashid Syariah, Khalifah*

ABSTRACT

Purpose of this research is to explore "go green" as a pillar of Islamic business civilization based on the Quran, formulate the implementation of green products and Islamic business ethics, and initiate sustainable business as a form of environmental conservation.

Research methods employ qualitative thematic tafsir (maudhu'i), collecting and analyzing Quranic verses on environmental ethics, business principles, and sustainability, supported by literature studies from tafsir books, journals, and empirical data.

Thesis conclusion reveals that "go green" manifests human ecological responsibility as *khalifah*, with three operational pillars: (1) *eco-tawhid* (unity of creation), (2) *mizan* (resource equilibrium), and (3) *generational maslahah* (future-oriented sustainability).

Conclusion derivation involved in-depth analysis of key verses (QS. Ar-Rûm/30: 41, QS. Ar-Rahmân/55: 7-9) contextualized with circular economy concepts and *maqashid sharia*, cross-verified with field findings on green UMKM.

Supporting scholars like Quraish Shihab (in *Tafsir Al-Mishbah*) assert that the *khalifah* role (QS. Al-Baqarah/2: 30) necessitates environmental integration in transactions. Fazlun Khalid emphasizes Islamic environmental ethics as actionable sustainability frameworks. Opposing anthropocentric views by Descartes ("*cogito ergo sum*") justify unlimited exploitation, criticized by Vandana Shiva as "ecological colonialism" contradicting Quranic *mizan*.

Research implications provide a sustainable Islamic business framework for green UMKM transformation, advocate *carbon zakat* and *eco-sadaqah* policies, and contribute to SDGs through eco-tawhid-based economy-ecology synergy.

Keywords: Go Green, Islamic Business, Environmental Ethics, Maqashid Sharia, Khalifah.

الملخص

هدف البحث إلى استكشاف مفهوم "go green" كركن للحضارة التجارية الإسلامية المستند إلى القرآن، وصياغة تطبيق المنتجات الخضراء وأخلاقيات الأعمال الإسلامية، وبدء أعمال مستدامة كشكل من الحفاظ على البيئة.

استخدم المنهج التفسيري الموضوعي (الموضوعي) النوعي، بجمع وتحليل الآيات القرآنية المتعلقة بالأخلاق البيئية ومبادئ الأعمال والاستدامة، مدعومًا بدراسات أدبية من كتب التفسير والمجالات والبيانات التجريبية.

خلصت الأطروحة إلى أن "go green" يجسد المسؤولية البيئية للإنسان بصفته خليفة، عبر ثلاثة أركان: الأولى التوحيد البيئي (وحدة الخلق)، والثانية الميزان (توازن الموارد)، والثالثة المصلحة الأجيالية (الاستدامة للمستقبل).

وتم استنتاج النتائج عبر تحليل عميق لآيات محورية (الروم/٤١:٣٠، الرحمن/٧:٥٥-٩) موضوعة في سياق الاقتصاد الدائري ومقاصد الشريعة، مع التحقق الميداني لمشاريع المشاريع الصغيرة والمتوسطة الخضراء.

يدعم الرأي علماء مثل القرضاوي (في تفسير "المصباح") بأن دور الخليفة (البقرة/٣٠:٢) يقتضي دمج القيم البيئية في المعاملات. ويؤكد فضلون خالد (مؤسس المؤسسة الإسلامية للإيكولوجيا) على الأخلاق البيئية الإسلامية كأطر عملية للتنمية المستدامة. بينما يعارض نموذج ديكارت الأنثروبوسينثري (أنا أفكر إذاً أنا موجود) الاستغلال غير المحدود، وتنتقده فاندانا شيفا كـ "استعمار بيئي" يناقض الميزان القرآني.

تتمثل الآثار البحثية في تقديم إطار عمل إسلامي مستدام لتحويل المشاريع الصغيرة الخضراء، ودعم سياسات زكاة الكربون والصدقة البيئية، والمساهمة في أهداف التنمية المستدامة عبر تكامل الاقتصاد والبيئة القائم على التوحيد.

الكلمات المفتاحية: Go Green، الأعمال الإسلامية، الأخلاق البيئية، مقاصد الشريعة، الخليفة.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdul Satar
Nomor Induk Mahasiswa : 2386131060
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir
Konsentrasi : Ilmu Tafsir
Judul Tesis : Go Green Sebagai Pilar Peradaban Bisnis Islam
dalam Al-Quran

Menyatakan bahwa:

1. Tesis ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tesis ini hasil jiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan sanksi yang berlaku di lingkungan Universitas PTIQ Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 24 Juli 2025
Yang membuat pernyataan,



Abdul Satar

TANDA PERSETUJUAN TESIS

GO GREEN SEBAGAI PILAR PERADABAN BISNIS ISLAM DALAM
AL-QUR'AN

TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan studi Strata Dua
untuk memperoleh gelar Magister Agama (M.Ag.)

Disusun oleh:
Abdul Satar
NIM: 2386131060

Telah selesai dibimbing oleh kami, dan menyetujui untuk selanjutnya dapat
diujikan.

Jakarta, 24 Juli 2025
Menyetujui:

Pembimbing I,



Dr. Abd Aziz, M.Pd.I.

Pembimbing II,



Dr. H. Abd. Muid N., M.A.

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. H. Abd. Muid N., M.A.


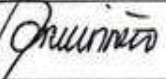
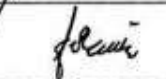
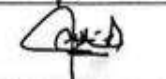
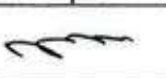
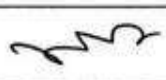
TANDA PENGESAHAN TESIS

GO GREEN SEBAGAI PILAR PERADABAN BISNIS ISLAM DALAM AL-QUR'AN

Disusun oleh:

Nama : Abdul Satar
Nomor Induk Mahasiswa : 2386131060
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi : Ilmu Tafsir

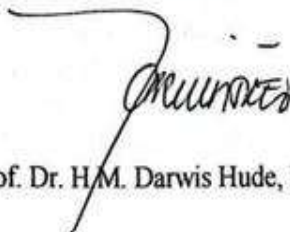
Telah diajukan pada sidang munaqasah pada tanggal:
Kamis, 31 Juli 2025

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan
Prof. Dr. H.M. Darwis Hude, M.Si.	Ketua	
Prof. Dr. H.M. Darwis Hude, M.Si.	Penguji I	
Prof. Dr. Hj. Nur Arfiyah Febriani, M.A.	Penguji II	
Dr. Abd Aziz, M.Pd.I.	Pembimbing I	
Dr. H. Abd. Muid N., M.A.	Pembimbing II	
Dr. H. Abd. Muid N., M.A.	Sekretaris	

Jakarta, 7 Agustus 2025

Mengetahui,

Direktur Pascasarjana
Universitas PTIQ Jakarta



Prof. Dr. H.M. Darwis Hude, M.Si.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri
Agama dan Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia
Tanggal 12 Januari 1988.

Arb	Ltn	Arb	Ltn	Arb	Ltn
ا	`	ز	z	ق	q
ب	b	س	s	ك	k
ت	t	ش	sy	ل	l
ث	ts	ص	sh	م	m
ج	j	ض	dh	ن	n
ح	<u>h</u>	ط	th	و	w
خ	kh	ظ	zh	ه	h
د	d	ع	”	ء	a
ذ	dz	غ	g	ي	y
ر	r	ف	f	-	-

Catatan:

- a. Konsonan yang ber-*syaddah* ditulis dengan rangkap, misalnya: رب *Rabba*
- b. Vokal panjang (mad): *fathah* (baris diatas) ditulis *â* atau *Â*, kasrah (baris di bawah) ditulis *î* atau *Î*, serta *dhammah* (baris depan) ditulis dengan *û* atau *Û*, misalnya: القارعت ditulis *al-qâri`ah*, المساكينه ditulis *al-masâkîn*, المفلحن ditulis *al-muflihûn*.
- c. Kata sandang *alif + lam* (ال) apabila diikuti oleh huruf *qamariyah* ditulis *al*, misalnya: الكافرون ditulis *al-kâfirûn*. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf *syamsiyah*, huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya: الرجال ditulis *ar-rijâl*, atau diperbolehkan dengan menggunakan transliterasi *al-qamariyah* ditulis *al-rijâl*. Asalkan konsisten dari awal sampai akhir.
- d. Ta[”] marbûthah (ة), apabila terletak di akhir kalimat, ditulis dengan h, misalnya: البقرة ditulis *al-Baqarah*. Bila di tengah kalimat ditulis dengan t, misalnya: المال زكاة *zakât al-mâl*, atau ditulis سرة النساء *sûrat an-Nisâ*. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, misalnya: الرازقيه خير وهى ditulis *wa huwa khair ar-Râziqîn*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur hanya kepada Allah yang telah menganugerahkan berbagai macam nikmat kepada penulis, terutama nikmat Iman, Islam, sehat dan nikmat pendidikan, yang dengan nikmat tersebut sempurnalah segala upaya untuk mencapai kebaikan yang buahnya tertuang pada selesainya tesis ini.

Shalawat beriring salam semoga senantiasa terlimpah kepada manusia yang menjadi rujukan akademik dan keilmuan seluruh civitas akademika sedunia dan lintas masa yakni Baginda Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, pengikut dan siapa saja yang senantiasa merujuk, baik sikap maupun keilmuannya kepada beliau.

Penulis menyadari bahwa rampungnya tesis ini sebagai tugas akhir tidak bisa lepas dari bantuan berbagai pihak. Tanpa bantuan, arahan, motivasi dan semangat dari semuanya, rasa kecil kemungkinan peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Sebab itu, izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nasaruddin Umar, M.A. selaku Rektor Universitas PTIQ Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. H.M. Darwis Hude, M.Si. Direktur Pascasarjana Universitas PTIQ Jakarta.
3. Bapak Dr. Akhmad Shunhaji, M.Pd.I. Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas PTIQ Jakarta.
4. Dosen Pembimbing Tesis Bapak Dr. Abd Aziz, M.Pd.I. dan Bapak Dr. H. Abd. Muid N., M.A, yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan petunjuknya kepada penulis dalam penyusunan Tesis ini.

5. Kepala Perpustakaan beserta staf Universitas PTIQ Jakarta.
6. Segenap Civitas Universitas PTIQ Jakarta, para dosen yang telah banyak memberikan fasilitas, kemudahan dalam menyelesaikan penulisan Tesis ini.
7. Kepada kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa mendo'akan, memberi semangat dan memberikan fasilitas sehingga saya mampu menyelesaikan Tesis ini dengan baik.
8. Sahabat IAT seperjuangan selama perkuliahan yang memotivasi saya sehingga saya mampu menyelesaikan Tesis.
9. Seluruh pihak yang telah mendukung perjuangan selama di kampus terkhusus selama penelitian dan penyusunan penelitian ini. Semoga Allah Swt memberikan balasan pahala jariyah yang terus mengalir.

Hanya harapan dan doa, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan Tesis ini.

Pada akhirnya penulis serahkan segalanya kepada Allah Swt dengan harapan agar tesis ini bermanfaat bagi masyarakat secara umum, bagi penulis secara pribadi, serta bagi generasi mendatang. Aamiin.

Jakarta, 24 Juli 2025
Penulis

Abdul Satar

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Abstrak.....	ii
Pernyataan Keaslian Tesis.....	ix
Tanda Persetujuan Tesis.....	xi
Tanda Pengesahan Tesis.....	xiii
Pedoman Transliterasi.....	xv
Kata Pengantar.....	xvii
Daftar Isi.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	17
C. Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	17
D. Tujuan Penelitian.....	18
E. Manfaat Penelitian.....	18
F. Kerangka Teori.....	18
G. Tinjauan Pustaka.....	24
H. Metode Penelitian.....	27
I. Sistematika Penulisan.....	29
BAB II <i>GO GREEN</i> DAN PILAR ETIKA BISNIS ISLAM.....	31
A. Gerakan <i>Go Green</i>	31
1. Akar Historis dan Gerakan <i>Go Green</i>	31
2. Dialektika Kritis Gerakan <i>Go Green</i>	33
B. <i>Green Product</i> Sebagai Manifestasi Operasional <i>Go Green</i>	36
1. Kerangka Konsep <i>Green Product</i>	36

2. Kriteria <i>Green Product</i>	37
3. Manfaat <i>Green Product</i> Bagi Peradaban Islam	39
C. Etika Bisnis Islam Sebagai Fondasi Teologis <i>Go Green</i>	42
1. Etika Bisnis Islam Berbasis Landasan Qurani42	
2. Prinsip Etika Bisnis Islam untuk Memperkuat Pilar <i>Go Green</i> 43	
D. Integrasi <i>Green Produk</i> dalam Etika Bisnis Islam	53
BAB III GO GREEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM: INTEGRASI	
TEOLOGIS, FIKIH, DAN BISNIS	59
A. Pendekatan Islam Dalam Membangun Kesadaran Ekologis	59
1. Kerangka Teologis untuk Pelestarian Alam	62
2. Pendekatan Fikih Lingkungan (<i>Fiqh al-Bi'ah</i>) untuk Bisnis	
Berkelanjutan	62
B. <i>Green Marketing</i> Dalam Kerangka Bisnis Islam.....	94
1. Konsep <i>Green Marketing</i> sebagai Strategi Bisnis Berkelanjutan..94	
2. Prinsip Etika Pemasaran Islami (<i>Islamic Marketing Ethic</i>).....	95
3. Konvergensi <i>Green Marketing</i> dan Etika Bisnis97	
BAB IV BISNIS GO GREEN SEBAGAI BENTUK KONSERVASI	
KELESTARIAN ALAM SEMESTA DAN PUBLIK DALAM	
AL-QUR'AN	99
A. Transformasi Konsumsi: Landasan Perilaku Hijau	99
B. Fondasi Etis Khalifah dalam Bisnis <i>Go Green</i> Untuk Peradaban	
Islam	106
C. Inovasi Hijau (<i>Green Innovation</i>): Integrasi Maslahat Publik dan	
Nilai Quran	110
D. Keseimbangan Ekologis: Perspektif Al-Qur'an pada Krisis	
Lingkungan.....	121
E. Kesadaran Kolaboratif: Sinergi Agama-Negara Dalam Ekosistem	
Bisnis Islam	142
F. Sinergi Multistakeholder: Model Pemulihan Ekosistem Bisnis	
Berbasis Qur'an	147
BAB V PENUTUP	151
A. Kesimpulan.....	151
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	152
C. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai tulang punggung ekonomi nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) membentuk denyut nadi kesejahteraan Indonesia. Catatan Kementerian Koperasi dan UMKM mengungkap besarnya pengaruh sektor ini: pada 2019, lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) ditopang oleh UMKM. Namun, gelombang tantangan di 2020, diduga kuat akibat pandemi global, memangkas kontribusi tersebut secara signifikan menjadi 37,3%. Fenomena ini menegaskan dua hal: pertama, aktivitas ekonomi kerakyatan berbasis skala mikro hingga menengah merupakan jantung kemandirian finansial bangsa; kedua, fluktuasi tajam ini menyoroti kerentanan sektor vital meski potensinya tak terbantahkan. Data resmi tersebut sekaligus menjadi cermin dinamika UMKM yang terus berdenyut meski dihantam ketidakpastian.

**Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia
Tahun 2017-2019**

Keterangan	Tahun		
	2017	2018	2019
Usaha Mikro	62.106.900	63.350.222	64.601.352
Usaha kecil	757.090	783.132	798.679
Usaha Menengah	58.627	60.702	65.465
Jumlah	62.922.617	64.194.056	65.465.496

Sumber: Kementerian Koperasi dan usaha kecil, dan Menengah Republik Indonesia, 2022

Lanskap usaha rakyat Indonesia menunjukkan vitalitas yang konsisten. Catatan Kementerian Koperasi dan UMKM (Tabel 1.1) mengungkap tren positif berkelanjutan: unit usaha mikro, kecil, dan menengah bertumbuh dari 62,9 juta (2017) menjadi 64,2 juta (2018), lalu mencapai 65,5 juta pada 2019. Peningkatan beruntun selama tiga tahun ini bukan sekadar angka statistik mencerminkan denyut nadi ekonomi kerakyatan yang menjadi penggerak utama kesejahteraan nasional. Dalam persaingan global, setiap bangsa berjuang meningkatkan produktivitas ekonominya. Di Indonesia, UMKM telah membuktikan diri sebagai pilar strategis yang perlu terus dikembangkan dan diberdayakan. Namun, di balik dinamika positif ini, muncul tantangan kompleks: pesatnya pertumbuhan bisnis seringkali beriringan dengan degradasi lingkungan. Limbah industri dan sampah yang sulit terurai, khususnya plastik, telah menjadi krisis multidimensi. Menurut kajian United Nations Environment Programme (2023), polusi limbah padat di Asia Tenggara termasuk yang paling mengkhawatirkan secara global, memerlukan respons terintegrasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat.

Sebagai motor penggerak ekonomi kerakyatan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia menurut catatan Kementerian Koperasi dan UKM (2019).¹ Lebih dari sekadar kontributor PDB, sektor ini menjadi penopang vital ketenagakerjaan nasional, dengan 65 juta unit usaha menyerap 119 juta pekerja atau 96,92% total angkatan kerja sektor formal. Meski sempat terpukul di awal pandemi, gelombang transformasi digital berhasil memulihkan 84% aktivitas UMKM. Fenomena “UMKM Go Digital” ini bukan hanya strategi survival, melainkan lompatan adaptif yang mengubah tantangan menjadi peluang. Data terbaru menunjukkan bahwa usaha mikro dan kecil yang mengadopsi platform digital mengalami peningkatan omzet rata-rata 23% dibandingkan yang bertahan dengan model konvensional (Studi UNDP, 2022).



Gambar 1. Perkembangan UMKM pada tahun 2018 dan 2019

¹ Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, “Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019,” n.d., <https://www.depkop.go.id>.

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (2019)²

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa di tengah kontraksi ekonomi global kuartal IV-2019 yang dipicu pandemi, UMKM Indonesia membuktikan diri sebagai jaring pengaman ekonomi yang tangguh. Meski mengalami tekanan, sektor ini tetap berkontribusi signifikan, sebuah bukti ketahanan struktural yang langka. Analisis Badan Pusat Statistik mengungkap DNA kewirausahaannya: *modularitas operasional*, responsivitas pasar, dan kapasitas inovasi spontan menjadi senjata menghadapi turbulensi.³

Karakter unik inilah yang membedakan UMKM dari korporasi konvensional, yakni model bisnis cair yang mudah beradaptasi (misalnya: warung makan yang beralih ke layanan delivery dalam 48 jam saat PPBI), struktur biaya ringkas dengan kebutuhan modal minimalis, dan mobilitas geografis memungkinkan relokasi cepat sesuai dinamika pasar. Kelincahan ini merupakan keunggulan komparatif UMKM di negara berkembang. Namun, tantangan sesungguhnya terletak pada transformasi ketangguhan krisis menjadi pertumbuhan berkelanjutan, khususnya melalui peningkatan akses pembiayaan dan pendalaman pasar digital.

Dalam denyut nadi perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan sebagai katalisator kemajuan sosial yang unik. Kelenturan adaptifnya mencerminkan prinsip Islam tentang keselarasan ekologis, sebagaimana diajarkan dalam konsep *khalifah fil ard* (QS. Al-Baqarah/2: 30) yang menekankan tanggung jawab manusia sebagai penjaga bumi.⁴ Fazlun Khalid, pendiri Islamic Foundation for Ecology and Environmental Sciences, menegaskan bahwa etika lingkungan dalam Islam bukan sekadar anjuran, melainkan kerangka operasional untuk pembangunan berkelanjutan.

Maraknya gerakan *green branding* di kalangan pelaku usaha bukan sekadar tren pasar. Menurut studi Nielsen Global Sustainability Report (2022), 66% konsumen global bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan, sebuah segmen yang terus melebar seiring kesadaran ekologis. Namun ‘hijau’ sesungguhnya melampaui citra; ia adalah paradigma operasional yang mengintegrasikan efisiensi energi, minimalisasi limbah, dan inovasi sirkular. Kunci keberhasilannya terletak pada dua pilar: adopsi teknologi alternatif (seperti energi terbarukan atau bioplastik) dan internalisasi filosofi berkelanjutan dalam DNA bisnis. Di tengah gelombang ini, konsumen

² Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah, “Data UMKM,” n.d., <https://kemenkopukm.go.id/dataumkm/?9ifxpOyCHohdMg2cH4qZKjUrYCbSQ%0AIwQqSDVgIYnf6Gsc8Lj31>.

³ Badan Pusat Statistik, “Statistics Indonesia,” *Analisis Hasil SE2016 Lanjutan Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil*, 2019.

⁴ Grant J., “Green Marketing,” 2008 24, no. 6 (2008): 25–27, <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/02580540810868041>.

modern tumbuh semakin kritis. Kampanye hijau tak lagi cukup dengan mengubah kemasan atau slogan - mereka menuntut transparansi rantai pasok dan audit ekologis yang terverifikasi. Greenwashing pun menjadi bumerang; riset TerraChoice Environmental Marketing (2023) menunjukkan 78% produk berklaim “eco-friendly” gagal memenuhi standar dasar lingkungan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah berperan aktif dalam mengarusutamakan kesadaran ekologis melalui produk dan layanan berkelanjutan. Secara intrinsik, model bisnis ini berkomitmen pada peningkatan kesejahteraan komunitas, merealisasikan prinsip pembangunan berkelanjutan yang menyelaraskan dimensi ekonomi, ekologi, dan kesejahteraan sosial. Kontribusinya secara nyata mendukung pencapaian target global: pengentasan kemiskinan, penuntasan kelaparan, serta pemacu pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan. Menyadari pentingnya aspek lingkungan dalam agenda global, semakin banyak pelaku UMKM yang mengintegrasikan praktik ramah lingkungan demi menyamai langkah korporasi besar. Kendati demikian, warisan operasional bisnis Indonesia yang cenderung mengabaikan keberlanjutan ekologis masih menjadi tantangan struktural. Meski sebagian UMKM telah mulai mengadopsi prinsip-prinsip lingkungan dan berupaya membentuk perilaku konsumen yang bertanggung jawab secara ekologis, transformasi ini belum menjadi arus utama. Minimnya sosialisasi kebijakan maupun visibilitas komitmen lingkungan di tingkat usaha dan regulasi mencerminkan akar masalah: pemahaman konseptual pelaku usaha dan konsumen tentang pelestarian lingkungan masih terbatas, sementara praktik sehari-hari yang berkelanjutan belum menjadi kebiasaan mapan.⁵

Operasionalisasi komitmen berkelanjutan dalam usaha mikro dan menengah menghadapi hambatan multidimensi. Temuan Badan Pusat Statistik (2019) mengungkap asimetri antara kapasitas adaptif UMKM dengan tuntutan transformasi ekologis—tercermin dari terbatasnya akses pembiayaan, rendahnya kompetensi sumber daya manusia, defisit infrastruktur digital, serta ketidakmampuan merespons dinamika preferensi konsumen. Fenomena ini bertolak belakang dengan narasi fleksibilitas usaha mikro, sebab respons adaptif terhadap krisis tetap memerlukan investasi signifikan. Produk berkelanjutan yang tidak selaras dengan ekspektasi pasar berisiko mengalami stagnasi penjualan. Biaya pengembangan produk tanpa jaminan return of investment cenderung menghambat inovasi ramah lingkungan.

Penerapan strategi pemasaran berkelanjutan masih terpinggirkan di kalangan pelaku UMKM, sering dianggap sebagai beban operasional tambahan. Persaingan tidak sehat semakin memperparah keadaan ketika klaim

⁵ Hartono et al., “Green Business UMKM Di Kota Depok,” *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 83–89, <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/jks.v3i2.1268>.

"ramah lingkungan" digunakan sebagai alat branding semata tanpa implementasi nyata—praktik yang menggerus kepercayaan pasar. Data BPS memperlihatkan realitas struktural: 90% usaha mikro berstatus informal, mengandalkan teknologi konvensional tanpa akses digital, dengan hanya 7% yang membangun sinergi dengan korporasi besar.

Kompleksitas transformasi ekologis UMKM beririsan langsung dengan beban kerusakan lingkungan. Agenda Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) menegaskan perlunya integrasi triadis: pertumbuhan ekonomi, pemerataan kesempatan, dan preservasi ekosistem. Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mengonfirmasi besarnya beban finansial yang ditanggung negara akibat degradasi lingkungan—sebuah paradoks dimana aktor ekonomi terdampak justru minim berkontribusi pada solusi, sebagaimana gambar berikut:



Gambar 2. Total Kerugian Lingkungan Hidup, 2018

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), 2018⁶

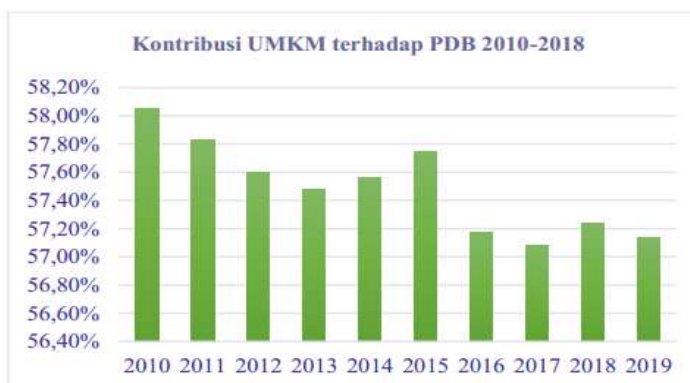
Temuan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2020) menegaskan posisi Indonesia sebagai kontributor utama polusi laut global, menempati peringkat kedua dunia dalam cemaran plastik. Analisis Direktorat Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan mengungkap komposisi pencemar perairan: material plastik mendominasi (36%), disusul kayu (24%), dan karet (13%). Bank Dunia memperkirakan beban finansial penanganan residu mencapai Rp31,7 triliun tahunan, dengan alokasi terbesar untuk transportasi limbah (44%), operasi tempat pembuangan akhir (48%), dan pengumpulan sampah (8%). Fenomena plastifikasi tanah akibat akumulasi kemasan sekali pakai secara progresif merusak ekosistem—kontaminan

⁶ Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, "Kerugian Lingkungan Hidup," 2018.

kimianya menggerogoti kesuburan tanah, mencemari sumber air, serta mengancam kesehatan manusia dan keutuhan lingkungan.⁷

Persoalan ekologis tidak terbatas pada sampah rumah tangga, melainkan mencakup limbah industri sebagai implikasi aktivitas produksi. Eskalasi volume residu mencerminkan imbal balik pertumbuhan ekonomi: peningkatan permintaan, diversifikasi gaya hidup, dan pola konsumsi masyarakat di negara berpenduduk padat. Aktivitas industri berskala bervariasi—dari UMKM hingga korporasi—menyisakan kompleksitas penanganan yang menuntut inovasi ramah lingkungan. Sisa produksi telah menjadi konsekuensi tak terelakkan dari kemajuan sosioekonomi. Visualisasi data memperlihatkan besaran biaya restorasi lingkungan, memperkuat urgensi transformasi ekologis di seluruh sektor usaha yang kini menjadi prioritas kebijakan nasional.

Analisis data mengindikasikan korelasi positif antara eskalasi degradasi ekologis dan dinamika pertumbuhan ekonomi nasional. Implikasinya, skala peranan suatu entitas bisnis terhadap produk domestik bruto berbanding lurus dengan potensi dampak negatifnya terhadap kesinambungan lingkungan. Data Badan Pusat Statistik (2018) mengungkap sektor pengolahan sebagai kontributor utama pembentukan PDB sekaligus penghasil limbah dalam skala masif. Di sisi lain, usaha mikro dan menengah yang bergerak di berbagai bidang—produksi, perdagangan, maupun jasa—memiliki signifikansi ekonomi yang substansial dalam struktur perekonomian nasional. Signifikansi ini terlihat dalam catatan statistik kontribusi UMKKN terhadap pergerakan ekonomi nasional berdasarkan nilai konstan selama periode 2010-2018.



Gambar 3. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia 2010-2018

⁷ Siyavooshi M., Foroozanfar A., and Sharifi Y., “Effect of Islamic Values on Green Purchasing Behavior,” *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 125–37, <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0063>.

Sumber: diolah dari Lokadata (2018)⁸ dan Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (2019)⁹

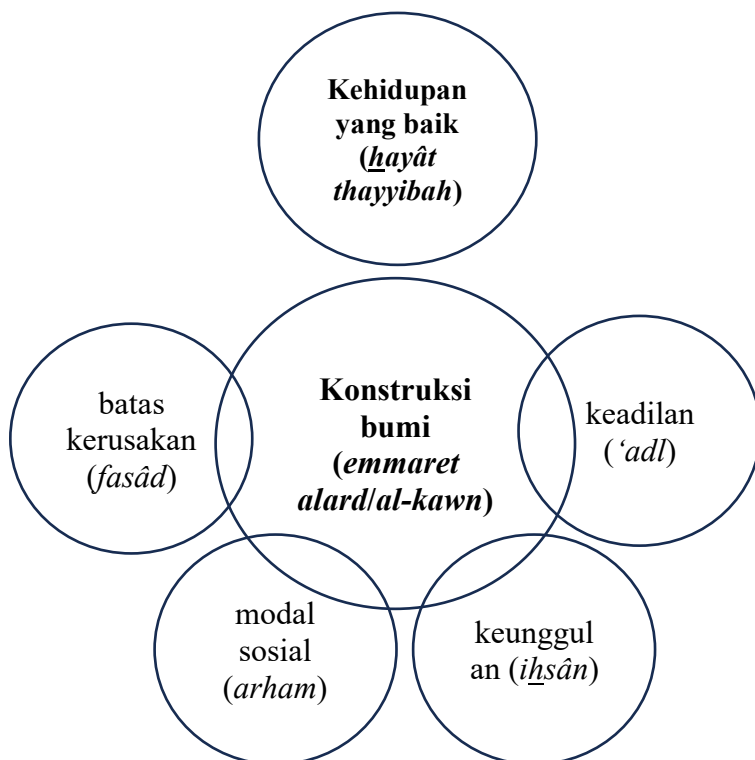
Data di atas menunjukkan bahwa dalam jantung denyut ekonomi Indonesia, sektor UMKM bukan sekadar penyangga material, melainkan kanvas hidup bagi prinsip muamalah Islam. Kelahirannya yang organik mencerminkan semangat Q.S. al-Ahqâf/46: 3, di mana langit, bumi, dan segala isinya diciptakan “*bil haqqi*” (dengan kebenaran) dan “*ajalan musamma*” (batas waktu tertentu). Konsekuensinya radikalnya, yaitu bahwa setiap transaksi komersial adalah ibadah temporal yang memikul amanah ekologis. Omar Sandikci menegaskan bahwa kebangkitan UMKM syariah sejatinya adalah gerakan kultural. Ketika usaha mikro mengadopsi etika Qurani, bukan sekadar label halal, mereka membangun ekosistem ekonomi yang mengubah standar hidup menjadi sakral. Di tengah euforia green marketing global, paradigma ini justru menawarkan keunikan: sementara gerakan lingkungan sering terjebak dalam antroposentrisme pragmatis, ekonomi syariah menancapkan akar pada tauhid ekologis.¹⁰ Meskipun green marketing tergolong pendatang baru dibandingkan lembaga keuangan syariah yang telah berakar berabad-abad, keduanya bersimpang di titik krusial: keduanya menolak reduksi manusia menjadi *homo economicus*. Potensi sinergis ini, konsumsi produk syariah-ramah lingkungan, dapat tumbuh lebih cepat dibandingkan segmen konvensional di Asia Tenggara. Ayat dalam al-Ahqâf mengingatkan tentang sifat fana segala aktivitas manusia. Dalam konteks bisnis, ini berarti setiap keuntungan material bersifat sementara, dampak ekologis bersifat abadi, dan keseimbangan (*mîzân*) menjadi parameter utama.

Agama Islam menawarkan paradigma holistik dalam menjamin keberlangsungan ekosistem dan pemeliharaan sumber daya alam. Warisan etis dan spiritual dalam keyakinan ini menjadi sumber hikmah untuk menjawab kompleksitas krisis ekologis kontemporer secara mendasar dan menyeluruh.

⁸ Lokadata, “Kontribusi UMKM Terhadap PDB, 2010-2018,” 2018, <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2010-2018-1562917830>.

⁹ Menengah, “Data UMKM.”

¹⁰ Sandikci O., “Researching Islamic Marketing: Past and Future Perspectives,” *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 3 (2011): 246–58, <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/17590831111164778>.

Tabel. *Sustainable Development Islam*

Dariah memetakan pembangunan berkelanjutan Islami sebagai arsitektur kosmis: intinya merepresentasikan *hayât thayyibah* (kehidupan berkualitas etis), sementara lingkaran luarnya melambangkan *emmarat alard* (tatanan kosmik). Empat pilar menyangga struktur ini: keadilan ('*adl*), keunggulan moral (*ihsân*), modal sosial berbasis ikatan kemanusiaan (*arham*), dan batas toleransi kerusakan (*fasâd*). Kerangka ini melampaui triad ekonomi-sosial-lingkungan konvensional dengan mengintegrasikan dimensi nilai transendental. Ekonomi ditempatkan sebagai sarana pencapaian tujuan ilahiah, kohesi sosial dimaknai sebagai solidaritas kolektif dalam menghadapi kesulitan, sementara pelestarian alam menjadi manifestasi tanggung jawab manusia kepada Pencipta.¹¹

Bisnis Islami dalam era keberlanjutan dengan demikian menyinerjikan tiga domain melalui prinsip-prinsip Qurani: integrasi ekonomi-lingkungan-sosial dijiwai penegakan keadilan, penguatan jaringan

¹¹ Auzairi R. Dariah, Mohd Shukri Salleh, and Haslinda M. Shafiai, "A New Approach for Sustainable Development Goals in Islamic Perspective," in *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 219, 2016, 159–66, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.001>.

sosial, dan etika ekologis. Transaksi komersial dalam Islam secara inheren berorientasi keberlanjutan jangka panjang. Sebagaimana ditegaskan Susanti, kerja manusia bertujuan meraih kemakmuran duniawi sekaligus bekal eskatologis.¹² Dalam konteks ini, fungsi pemasaran bertransformasi menjadi saluran etis yang mempromosikan kesejahteraan usaha sekaligus ekosistemnya melalui pendistribusian manfaat yang berkeadilan.

Bencana lingkungan global—mulai udara beracun di metropolis hingga naiknya permukaan laut yang menggerus pesisir—menyiratkan kekeliruan komunal dalam menjalankan mandat kekhalifahan di bumi. Perspektif ekonomi Islam memandangnya bukan semata kerusakan ekologis, melainkan pelanggaran terhadap titipan transenden dalam Q.S. al-Mulk/67:15 tentang pemanfaatan planet secara beramanah. Di tengah situasi genting ini, inovasi berwawasan ekologis muncul sebagai refleksi teologis. Aktivitas produksi dalam Islam merupakan pengejawantahan ibadah yang mensyaratkan tiga kesucian: bahan baku yang suci (*halal source*), proses tanpa jejak destruktif (*zero ecosystem harm*), dan dampak yang menebar manfaat berantai (*ripple-effect masalah*). Q.S. Hud/11:61 tentang peran manusia sebagai *umran* (pelestari bumi) menegaskan bahwa transisi industri berkelanjutan merupakan kewajiban eksistensial, bukan sekadar preferensi strategis.

Dalam kerangka ekonomi Islam yang berporos pada *masalah*, produk hijau muncul sebagai manifestasi konkret tanggung jawab ekologis sekaligus peluang pasar strategis. Filosofi ini menganggap bumi sebagai *amanah* (titipan ilahi), sehingga setiap proses produksi wajib meminimalkan *dharar* (kerusakan lingkungan). Secara operasional, produk ramah lingkungan atau “produk yang lahir dari simbiosis dengan alam” bukan sekadar mengurangi dampak negatif, melainkan menciptakan siklus regeneratif. Karakteristik utamanya meliputi eko-efisiensi material (minim limbah, hemat energi), non-toksisitas holistik (aman bagi manusia dan ekosistem), dan desain sirkular (kemasan daur ulang, masa pakai panjang). Namun yang sering terabaikan adalah dimensi spiritual: dalam pandangan *eco-tawhid*, produk hijau sesungguhnya adalah medium ibadah ekologis.

Produk berkelanjutan didefinisikan sebagai hasil kreasi dan proses manufaktur yang secara holistik meminimalkan jejak ekologis dalam seluruh siklus hidupnya—mulai fabrikasi, distribusi, hingga tahap penggunaan. Konsekuensinya, terminologi ini bersifat kontekstual, merujuk pada komoditas dengan tingkat gangguan ekosistem minimal. Dalam perspektif

¹² Susanti V., “Green Marketing: A Review From Islamic Marketing Ethics Perspective,” *Asas* 6, no. 1 (2014): 106–15.

industri, karakteristik utamanya terletak pada pemanfaatan teknik produksi berbasis prinsip ekologis.

Penelitian ini mengadopsi kerangka evaluasi tiga dimensi: tingkat risiko produk terhadap fisiologi manusia, desain kemasan berorientasi sirkularitas, dan asal-usul material pembentuk. Transformasi pola konsumsi menuju pilihan berkelanjutan merefleksikan evolusi etika konsumen yang menyadari urgensi preservasi biosfer. Fenomena ini secara intrinsik terkait dengan imperatif moral pelaku usaha sebagai penjaga keberlangsungan alam dan integritas kesehatan masyarakat.

Periode awal 2020 menunjukkan percepatan pertumbuhan pembiayaan mikro di Sulawesi Selatan dengan laju 12,4% (year-on-year), mengalami peningkatan signifikan dibanding capaian triwulan sebelumnya sebesar 11,7%. Kontribusi sektor ini mencapai 4,1% terhadap ekspansi kredit UMKM regional—angka yang menyumbang hampir separuh total pertumbuhan keseluruhan. Pada strata usaha berbeda, kredit kecil dan menengah masing-masing mencatat kenaikan 7,5% dan 0,5% secara tahunan, secara kolektif memberi dampak 2,8% terhadap kemajuan finansial UMKM. Dinamika sektoral mengungkap disparitas mencolok: penyaluran kredit pertanian melesat 33% (year-on-year), sementara sektor perdagangan justru berkontraksi menjadi 3% setelah sebelumnya mencatat pertumbuhan 5%.¹³

Kinerja kredit sektor transportasi yang mencatat pertumbuhan 21% secara tahunan belum signifikan mendorong pembiayaan UMKM mengingat porsinya yang marginal. Padahal, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan pilar strategis perekonomian nasional. Keunggulan kompetitif UMKM Indonesia terletak pada kemampuan pemanfaatan sumber daya lokal, sehingga diperlukan pendekatan inovatif untuk memperkuat ketahanan bisnis skala kecil berkelanjutan. Lebih dari itu, industri UMKM dituntut menginternalisasi prinsip ekologis dalam proses produksi—mulai dari eksploitasi bahan baku hingga pengolahan residu—untuk mencegah degradasi lingkungan. Transisi menuju produk berkelanjutan dan proses industri minim dampak ekologis menjadi imperatif sekaligus tantangan kompleks bagi pelaku usaha kecil.

Selaras dengan doktrin Al-Ghazali dalam *al-Mustasyfâ*, kemaslahatan manusia sebagai tujuan syariah termanifestasi melalui perlindungan lima hak dasar: akidah, nyawa, rasio, generasi, dan properti. Setiap inisiatif yang memajukan elemen-elemen ini merupakan aktualisasi kemaslahatan universal.¹⁴ Kerangka filosofis ini menjadi landasan etis bahwa aktivitas

¹³ Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan, “Kajian Fiskal Regional DIY,” *Kajian Fiskal Regional 2020 D.I. Yogyakarta, 2020, 202*, 2021.

¹⁴ Rahadi Krisyanto, “Konsep Pembiayaan Dengan Prinsip Syariah Dan Aspek Hukum Dalam Pemberian Pembiayaan,” 2002, 99–117.

komersial wajib menghindarkan praktik yang mengancam integritas ekosistem.

Operasionalisasi usaha mikro syariah semestinya menginternalisasi nilai-nilai etis Islam dalam praktik komersial. Fenomena eksekutif dimana pelaku ekonomi mengorbankan keberlanjutan ekologis demi keuntungan maksimal menyiratkan perlunya reorientasi bisnis berbasis syariah.¹⁵ Kerangka usaha berkelanjutan harus mengintegrasikan dampak ekologis jangka panjang, mengutamakan kemaslahatan lingkungan di atas laba sempit. Transformasi hijau dalam model bisnis membuka peluang strategis melalui peningkatan kredibilitas ekologis yang menarik preferensi pasar kontemporer. Riset Hermawan mengkonfirmasi bahwa kesadaran konsumen terhadap praktik ramah lingkungan secara signifikan meningkatkan persepsi kualitas produk dan minat beli.¹⁶

Temuan Usad di Kabupaten Sidoarjo menunjukkan kontribusi substantif produk berkelanjutan terhadap kinerja UKM berbasis ekologi.¹⁷ Paralel dengan ini, studi Aq mala mengungkap sinergi antara inovasi hijau, kinerja operasional, dan tanggung jawab sosial korporasi.¹⁸ Konvergensi bukti empiris ini menegaskan urgensi integrasi prinsip ekologis dalam kerangka syariah - dimulai dari transformasi kesadaran individu menuju praktik usaha yang menghindari segala bentuk pelanggaran terhadap keseimbangan alam.

Konsep inovasi ekologis (*green Innovation*) mengalami kebangkitan signifikan dalam dekade terakhir, seiring intensifikasi respons global terhadap kompleksitas tantangan planet. Di ranah akademik Barat, ekologi ekonomi berkembang sebagai disiplin yang menawarkan kerangka solutif bagi persoalan bumi melalui instrumen kebijakan finansial berbasis preservasi ekosistem.

Inovasi berwawasan ekologis terklasifikasi dalam dua spektrum:¹⁹ Inovasi produk ekologis merekonfigurasi barang/jasa untuk meminimalisasi jejak ekologis, diwujudkan melalui seleksi sumber material rendah emisi, optimasi konsumsi energi, serta desain sirkular yang memungkinkan

¹⁵ Marliana Wahyuni Nasution Enni Siregar, "Lingkungan Hidup" 8, no. 4 (2020): 589–93.

¹⁶ Devy Listiyani Putri, "Faktor-Faktor Yang Mengembangkan Kreasi Produk Pada Ina Priyono The Muslim Wear," 2019, 1–19.

¹⁷ Diana Aq mala, "Peluang Usaha Kecil Menengah Dalam Melakukan Inovasi Produk Ramah Lingkungan," n.d.

¹⁸ Aq mala.

¹⁹ Yu Shan Chen, "The Influence of Proactive Green Innovation and Reactive Green Innovation on Green Product Development Performance: The Mediation Role of Green Creativity," *Sustainability (Switzerland)* 8, no. 10 (2016), <https://doi.org/10.3390/su8100966>.

dekomposisi atau daur ulang.²⁰ Sementara inovasi proses berkelanjutan menciptakan metodologi produksi-distribusi superior yang mengintegrasikan efisiensi energi, pencegahan polusi, dan regenerasi limbah. Implementasinya terukur dari kapasitas reduksi emisi toksik, transformasi limbah menjadi sumber daya, dan konservasi bahan baku serta energi dalam rantai nilai. Sinergi efisiensi material dan optimalisasi produksi ini berdampak langsung pada peningkatan daya saing korporasi.²¹

Konvergensi inovasi ekologis dan karakteristik sosio-budaya Indonesia beroperasi dalam konteks kekayaan biosfer yang unik. Negara ini menduduki peringkat kedua global dalam keanekaragaman biota terestrial, sementara di ranah kelautan hanya Brasil yang memiliki biodiversitas lebih kaya. Ekosistem hutan yang meliputi 52% wilayah daratan—berdasarkan pemantauan Direktorat Jenderal Pengelolaan Hutan Lestari—memperlihatkan tren penurunan laju kerusakan yang stabil. Dinamika tutupan lahan ini terus berevolusi seiring aktivitas pembangunan.

Melalui pengawasan ketat terhadap 187 juta hektar wilayah berhutan (baik dalam maupun luar kawasan proteksi), Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencatat pencapaian historis: deforestasi periode 2019-2020 menyusut 75% (setara 115.500 hektar). Secara agregat, degradasi hutan selama enam tahun terakhir (2015-2020) tercatat seluas 2,1 juta hektar.

Indonesia mengkontekstualisasikan inovasi hijau sebagai manifestasi ekonomi berkelanjutan yang perlu mengkristalisasi karakteristik lokal unik, melampaui sekadar efisiensi sumber daya. Prioritas strategisnya berfokus pada pengentasan kemiskinan dan inkorporasi biaya lingkungan ke dalam kalkulasi ekonomi. Sebagai bangsa multikultural, masyarakat Indonesia dirajut dari keberagaman etnis, kelas, dan ras, dengan pluralitas keagamaan sebagai dimensi khas. Konfigurasi demografis menunjukkan mayoritas signifikan menganut Islam (86,88%), diikuti Kristen (7,49%), Katolik (3,09%), Hindu (1,71%), Buddha (0,75%), Konghucu (0,03%), dan penganut kepercayaan (0,04%).

Indonesia menempati posisi terdepan global dalam populasi muslim dengan 231 juta penganut pada 2021 (Worldpopulationreview), mengungguli Pakistan yang mencatat 212,3 juta. Realitas demografis ini membuka peluang strategis untuk mengintegrasikan nilai-nilai transendental dalam aktivitas sosio-ekonomi. Dominasi kuantitatif seharusnya menjadi katalis natural penerapan ekonomi berbasis prinsip syariah. Signifikannya, inisiatif hijau

²⁰ Azwar Iskandar and Khaerul Aqbar, "Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah," *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2019): 83, <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v3i2.9576>.

²¹ Ilker Murat Ar, "The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern" 62 (2012): 854–64, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.144>.

dalam komunitas muslim Indonesia memiliki pijakan konstitusional melalui UUD 1945 Pasal 29 Ayat 1 yang menegaskan fondasi ketuhanan sebagai karakter fundamental negara. Konsekuensinya, inovasi ekologis berlandaskan nilai Islam tidak sekadar selaras dengan kerangka hukum nasional, melainkan terkonstitusionalisasi secara organik. Integrasi visi lingkungan dengan nilai universal Islam dalam sistem perundangan akan membentuk simbiosis harmonis dalam kehidupan bernegara.²²

Agama Islam secara tegas mendukung transformasi ekologis berkelanjutan melalui dua strategi transformatif: penerapan sistem ekonomi syariah dan penguatan kelembagaan pengelola sumber daya berbasis nilai-nilai keislaman.²³ Akar krisis lingkungan tidak semata bersifat teknis-operasional, melainkan berpangkal pada filosofi relasi manusia-alam yang keliru. Penyembuhan krisis ekologis justru dimulai dari rekonstruksi filosofis ini—menata ulang posisi manusia dalam jaring-jaring kehidupan. Landasan filosofis ini menemukan resonansinya dalam berbagai pasase kitab suci, seperti seruan larangan merusak keseimbangan ekosistem pasca penciptaan sempurna (Q.S. al-A'rāf/7:56) yang menekankan komunikasi transendental penuh khidmat.

Banyak teks suci lainnya (ar-Rûm ayat 21, Surat al-Baqarah 11-12, 27, 60 dan 205) menggemakan pesan serupa tentang larangan perusakan bumi beserta konsekuensinya. Narasi ini menegaskan visi integral tentang keselarasan kosmik antara manusia dan semesta. Bagi Indonesia—negara yang mengalami kondisi degradasi masif—menjadi imperatif untuk merancang model ekonomi hijau autentik yang selaras dengan karakter sosio-kulturalnya. Urgensi ini muncul dari risiko distorsi ekosistem ekonomi akibat problematika implementasi konsep hijau global maupun nasional.

Ecological pioneering melampaui manfaat ekonomis bagi produsen dan konsumen, mentransformasi kapasitas teknis organisasi sekaligus memperkaya jejaring kehidupan. Tradisi Islam menegaskan mandat kosmik ini melalui narasi Quran, manusia sebagai entitas berpikir termulia diwajibkan mencegah degradasi bumi dan merawat keseluruhan ciptaan, sebagaimana esensi Q.S. al-Qaṣaṣ/28:77.

Ini berarti bahwa mengejar keabadian tanpa melupakan tanggung jawab duniawi, berbuat kebajikan selaras karunia Ilahi, serta menolak segala bentuk perusakan ekosistem. Visi ekoteologis Islam memancarkan keutuhan integral, memproyeksikan kesadaran ekologis sebagai benteng pelestarian keseimbangan biosfer. Inovasi berkelanjutan merupakan aktualisasi nilai-nilai

²² Iskandar and Aqbar, “Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syari’ah.”W

²³ St. Nur Rahma and Siradjuddin, “Inovasi Hijau Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah,” *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam* 8, no. 1 (2022): 35–48, <https://doi.org/doi: 10.36701/nukhbah.v8i1.522>.

Quraniq yang menyatu dengan spiritualitas, di mana pemeliharaan alam menjadi medium transendental ibadah. Prinsip dasarnya terangkum dalam: kesatuan transendental (tauhiid), pembacaan tanda-tanda kosmis, peran khalifah sebagai penjaga amanah ekologis, penegakan keadilan ('adl), dan pemulihan keseimbangan (mizân). Pemikiran Ibrahim Abdul Matin merefleksikan ecological pioneering sebagai ikhtiar preventif menghadapi krisis planet—sebuah kesadaran kolektif bahwa perlindungan alam merupakan respons imanen terhadap keagungan penciptaan.²⁴ Sebab, kerusakan yang diakibatkan manusia akan berbalik membahayakan peradabannya sendiri, selaras pesan Q.S. ar-Rûm/30:41.

Pelanggaran kosmik terhadap ketetapan Ilahi (fasad) memicu disrupsi ekosistem terestrial dan akuatik. Disintegrasi alam ini terwujud dalam peristiwa seperti kebakaran hutan yang mengancam biodiversitas, pemanasan iklim ekstrem, serta siklus kekeringan berkepanjangan.²⁵ Habisnya keselarasan kosmis berujung pada siksaan otomatis bagi peradaban manusia sendiri, sebuah siklus kausal yang ditegaskan dalam Q.S. ar-Rûm/30:41.

Kerusakan bumi merupakan implikasi otomatis perbuatan antropogenik, sekaligus mekanisme Ilahi untuk menyadarkan manusia.

Berdasarkan kerangka normatif syariah, Riyadh Manshur al-Khalify mengartikulasikan lima pilar *maqâshid al-syarî'ah fî al-iqtishâd* sebagai fondasi transaksi komersial Islami. Jalinan nilai ini mencakup: dialektika keadilan (*al-'adâlah*) melawan tirani (*al-dzhulm*), integritas informasi (*al-shidq wa al-bayân*) versus distorsi fakta (*al-kidzb wa al-kitmân*), sirkulasi kekayaan (*at-tadâwul*) kontra akumulasi kapital (*al-kanz*), sinergi kolektif (*al-jamâ'ah wa al-i'tilâf wa at-ta'âwun*) sebagai antitesis disintegrasi sosial (*al-furqah wa al-ikhtilâf*), serta prinsip fasilitasi (*al-taysîr wa raf' al-haraj*)²⁶ yang menghapus hambatan sistemik.

Transformasi hijau pada UKM dapat diinisiasi melalui pendekatan bertahap: memulai dengan praktik produksi berkelanjutan, kemudian berinovasi dalam rantai pasok - mulai penyediaan bahan, pengolahan, hingga distribusi - melalui pemanfaatan teknologi adaptif. Proses ini sekaligus menjadi manifestasi etika bisnis Islami dalam operasional nyata.

Integritas etika menempati posisi vital dalam tata kelola perusahaan, diwujudkan melalui kerangka nilai moral yang membedakan tindakan legitimate dari praktik tercela. Dalam perspektif Islam, aktivitas komersial merupakan ibadah terpuji yang mensyaratkan pertimbangan holistik: mulai

²⁴ Ahmad Saddam, "Paradigma Tafsir Ekologi," n.d.

²⁵ Atik Wartini, "Corak Penafsiran M. Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misbah," *HUNIFA: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): 109, <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.343.109-126>.

²⁶ Ali Murtadho, "Pensyari'ahan Pasar Modal Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah Fi AlIqtishad," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 2016.

dari aktor individu, kelembagaan, kebijakan operasional, hingga pola perilaku. Etika bisnis syariah pada hakikatnya adalah aktualisasi nilai transendental yang menempatkan keutamaan kemaslahatan kolektif di atas pertimbangan profit semata, dilaksanakan dengan keteguhan tanpa keraguan.

Ketegasan ilahiah dalam wahyu tentang larangan perusakan lingkungan menetapkan batasan etis mutlak bagi aktivitas komersial manusia. Q.S. ar-Rûm/30:41-42 mengungkap kausalitas tragis: kerusakan ekosistem darat-laut merupakan implikasi langsung tindakan antropogenik. Melalui mekanisme sebab-akibat ini, manusia diajak berefleksi atas konsekuensi perbuatannya sekaligus diingatkan untuk kembali ke jalan transendental. Perintah observasi sejarah ("*Bepergianlah di bumi...*") menegaskan pola berulang kehancuran peradaban akibat penyimpangan nilai.

Ayat ini menegaskan mandat kekhalifahan manusia di bumi yang bersifat dualistik: sebagai *abd* (penyembah) sekaligus pemelihara kosmos, di mana dampak destruktif aktivitas insani berupa bencana ekologis merupakan pelanggaran terhadap amanat transendental ini. Pelanggaran tersebut berakar pada perdebatan akademik paradigmatis antara visi antroposentris, yang menempatkan manusia sebagai pusat penguasa alam (Descartes' *cogito ergo sum*), melawan perspektif ekosentris yang mengakui nilai intrinsik alam. Dalam ranah bisnis, paham antroposentris melegitimasi eksploitasi sumber daya tanpa batas, sebagaimana terkonfirmasi oleh data Global Footprint Network (2023) bahwa manusia kini membutuhkan 1,7 planet Bumi untuk memenuhi pola konsumsi saat ini.²⁷ Kritik tajam terhadap distorsi ini datang dari ekofeminis seperti Vandana Shiva (2020) yang mengecamnya sebagai "*kolonialisme ekologis*", sementara tafsir ekologis QS. Ar-Rum: 41 oleh Quraish Shihab (*Tafsir Al-Mishbah*) secara teologis mengidentifikasi kerusakan bumi (*fasad fil ardh*) sebagai konsekuensi langsung pengingkaran terhadap konsep *khalifah*. Dalam kerangka inilah kesuksesan sejati Islam—yang mencakup pertanggungjawaban eskatologis atas tindakan duniawi, menuntut rekonfigurasi radikal relasi manusia-alam.

Sektor bisnis global terjebak dalam dikotomi profit versus planet. Laporan UNEP (2023) mengungkap 70% perusahaan Fortune 500 masih menganut *shareholder primacy*, mengorbankan lingkungan demi keuntungan jangka pendek.²⁸ Studi WEF (2024) membuktikan praktik *greenwashing* meningkat 45% sejak 2020, seperti kasus *fast*

²⁷ Mathis Wackernagel, "How Can We Make the Need for Resource Security More Obvious to Diverse Audiences? Asks Mathis Wackernagel," Global Footprint Network, 2019, <https://www.footprintnetwork.org/2019/09/04/18187/>.

²⁸ L. Oates et al., "Using Green and Digital Technologies to Reduce Food Waste at the Consumer Level-Case Study: Kampala, Uganda," *UN Environment Programme*, 2021, <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/36805>.

fashion yang memproduksi 92 juta ton limbah tekstil/tahun. Paradigma ini bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam yang mensyaratkan keadilan ekologis ('*adl fil bi'ah*). Ibnu Qayyim dalam *I'lam al-Muwaqqi'in* menegaskan: "*Setiap transaksi yang merusak lingkungan adalah batil*", sejalan dengan tempaan empiris Harvard Business Review (2023): perusahaan berorientasi keberlanjutan justru meraih ROI 34% lebih tinggi.

Egosektoral, ego sektoral antar lembaga, menjadi penghambat utama transisi hijau. Riset LPEM UI (2024) mengungkap di Indonesia terjadi tumpang tindih 23 regulasi lingkungan antara Kementerian LHK, ESDM, dan Perindustrian.²⁹ Data OECD (2023) menunjukkan hanya 12% negara G20 yang memiliki *policy coherence* hijau. Fenomena ini bertentangan dengan konsep *ukhuwah basyariyah* (persaudaraan manusia) dalam QS. Al-Hujurat: 13 yang menuntut kolaborasi lintas sektor. Telaah kritis ICEL (2024) membuktikan egosektoral menyebabkan kebocoran 8,7 juta ton karbon/tahun di sektor energi Indonesia akibat koordinasi lemah.

UMKM hijau menghadapi ketidakadilan sistemik: studi Bank Dunia (2023) mengungkap hanya 15% UMKM di Global Selatan mengakses pendanaan hijau, berbanding 65% korporasi besar. Di Indonesia, data KemenkopUKM (2024) menunjukkan 80% UMKM daur ulang kesulitan pemasaran karena kalah bersaing dengan produk *fast fashion*. Padahal, filosofi Ihya al-Mawat (menghidupkan tanah mati) dalam hadis Nabi SAW mendorong UMKM sebagai agen regenerasi ekologis. Riset UGM (2024) membuktikan UMKM berbasis *eco-print* mampu mengurangi limbah tekstil hingga 70%, namun terhambat *regulatory sand* dari birokrasi.

Tesis ini menawarkan solusi transformatif, *Go Green sebagai Pilar Peradaban Bisnis Islam* melalui rekonstruksi arsitektur ekonomi berbasis tauhid ekologis. Dengan memadukan prinsip *mîzân* (keseimbangan, QS. Ar-Rahman/55: 7-9), *israf* (anti-borosity, QS. Al-A'raf/7: 31), dan amanah (tanggung jawab, QS. Al-Ahzab/33: 72), kerangka ini mengatasi dikotomi antroposentris-ekosentris, mengubah orientasi profit menjadi profit-plus-impact, serta memutus rantai egosektoral melalui integrasi silaturahmi kebijakan. Berpijak pada paradigma ini, penelitian ini mengeksplorasi manifestasi peradaban bisnis Islam melalui praktik usaha berkelanjutan ("go green") yang berlandaskan prinsip Qurani.

²⁹ Alvin Ulido Lumbanraja, "When Officials Don't Know What They Don't Know: Dunning-Kruger Effect in the Case of Green Budgeting for Local Government," *LPEM-FEB UI Working Paper* 14 (2017).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka permasalahan-permasalahan yang perlu untuk diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Masih terdapat pelaku bisnis yang belum menerapkan seperangkat prinsip berbisnis yang selaras dengan etika Islam dan Quran
2. Kampanye *go green* pada setiap lini bisnis tidak menjadi sekadar menghijaukan brand konvensional
3. Kerugian dan penurunan kualitas lingkungan diakibatkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat akan pelestarian lingkungan
4. Krisis lingkungan tidak hanya disebabkan oleh perilaku teknis, tetapi juga dapat disebabkan oleh *ecosophy* yang kurang tepat. Untuk mengatasi krisis lingkungan juga bisa dimulai dari *ecosophy* dengan memposisikan secara tepat hubungan manusia dalam ekosistem.
5. Dominasi paradigma antroposentris dalam praktik bisnis yang menempatkan manusia sebagai pusat eksploitasi alam, mengabaikan prinsip keseimbangan (*mizân*) dan tanggung jawab ekologis (*khalifah*) dalam perspektif Islam.
6. Wawasan dan pengetahuan konsumen menjadi faktor penting bagi upaya melakukan *go green* di Indonesia. Secara umum, pengetahuan masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan masih relatif rendah sehingga perlu mendapatkan perhatian serius.
7. Aksi-aksi politik (*political action*) tersebut dilakukan melalui pengembangan gagasan hijau, pembuatan kebijakan publik yang pro-lingkungan di tingkat internasional, nasional, dan lokal, keadilan iklim, dan perundang-undangan tentang iklim yang sangat diperlukan.

C. Pembatasan dan Rumusan Masalah

Dari pembatasan permasalahan yang dilakukan, selanjutnya peneliti merumuskan permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *go green* sebagai pilar peradaban bisnis islam dalam Al-Quran?
2. Bagaimana penerapan green product dan etika bisnis Islam
3. Bagaimana pandangan Islam terkait lingkungan hidup
4. Bagaimana bisnis *go green* sebagai bentuk konservasi kelestarian alam semesta dan publik dalam al-Quran

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menemukan konsep *go green* sebagai pilar peradaban bisnis islam dalam Al-Quran.
2. Memformulasikan cara penerapan green product dan etika bisnis Islam.
3. Menginisiasi bisnis *go green* sebagai bentuk konservasi kelestarian alam semesta dan publik dalam al-Quran

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi bidang ekonomi secara umum dan secara khusus dapat menambah ilmu tentang bisnis *go green* dalam al-Quran dan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM, sebagai bahan acuan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan produk di masa akan datang.
- b. Bagi akademisi, bisa untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan juga digunakan sebagai pembanding untuk penelitian yang akan datang.

F. Kerangka Teori

Dalam sebuah penelitian ilmiah, kerangka teori sangat diperlukan antara lain untuk membantu memecahkan dan mengidentifikasi masalah yang hendak diteliti, selain itu kerangka teori juga dipakai untuk memperlihatkan ukuran-ukuran atau kriteria yang dijadikan dasar untuk membuktikan sesuatu.³⁰ Selain itu kerangka teori juga menggambarkan hubungan antara konsep-konsep khusus yang akan diteliti. Konsep merupakan salah satu teori yang mempunyai sifat lebih konkrit daripada teori.³¹ Adapun penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana bisnis *go green* yang mencerminkan peradaban bisnis Islam dalam al-Quran? yang nantinya sejumlah konsep-konsep mengenai bisnis *go green* yang dapat membentuk bisnis yang berperadaban berbasis al-Quran akan menyentuh sejumlah aspek yang dapat membentuk sikap dan lingkungan yang diinginkan, antaranya:

³⁰ Abdul Mustaqim, *Metode Penelitian al-Qur'an dan Tafsir*, Yogyakarta: Idea Press, 2014, hal. 168.

³¹ Salim dan Syahrudin, *Desain Penelitian Kualitatif*, Bandung: Ciptapusaka Media, 2012, hal. 196.

Istilah *go green* merujuk pada upaya mengadopsi gaya hidup yang ramah lingkungan guna mengurangi dampak negatif terhadap alam serta mendukung keberlanjutan lingkungan. Menurut Kumar dan Choudhary, “*Go green refers to making more environmentally conscious decisions such as reducing waste, conserving energy and water, and opting for sustainable products and services.*” *Go green* mencakup tindakan seperti pengurangan limbah, konservasi energi, dan penggunaan produk berkelanjutan.³² Konsep ini menjadi bagian penting dalam strategi pembangunan berkelanjutan, yang menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi harus sejalan dengan perlindungan lingkungan dan keadilan sosial.

Go green secara fundamental merujuk pada transformasi sistemik menuju praktik berkelanjutan yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Menurut *United Nations Environment Programme (UNEP)*, konsep ini mencakup tiga pilar utama: (1) *efisiensi sumber daya* (pengurangan limbah dan energi), (2) *adopsi energi terbarukan*, dan (3) *desain sirkular* untuk produk dan kemasan.³³ Dalam perspektif bisnis, *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* menekankan bahwa *go green* bukan sekadar kepatuhan regulasi, melainkan strategi inti yang mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam model nilai perusahaan, mulai dari rantai pasok hingga inovasi produk.

Dalam ranah korporat, *go green* dioperasionalkan melalui *eco-innovation* dan ekonomi sirkular. Bisnis hijau menciptakan *shared value* dengan mengubah kendala lingkungan menjadi peluang kompetitif, misalnya, melalui *green product design* yang mengurangi biaya sekaligus menarik konsumen sadar ekologi. Hal ini dengan menunjukkan bahwa inovasi hijau (*green innovation*), seperti substitusi bahan baku ramah lingkungan dan *closed-loop production*, meningkatkan kinerja pasar perusahaan secara signifikan.

Konsep *go green* berakar dari pemikiran lingkungan modern yang menekankan pentingnya pelestarian ekosistem melalui perubahan perilaku dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan. *Go green* secara umum mengacu pada gaya hidup, sistem, dan strategi pembangunan yang berorientasi pada pelestarian alam, efisiensi sumber daya, serta pengurangan polusi dan emisi karbon. *Go green* mencakup prinsip-prinsip seperti pengurangan konsumsi energi, penggunaan sumber daya terbarukan, dan daur ulang sebagai bagian integral dari gaya hidup berkelanjutan. Konsep ini

³² Jyoti Diwakar et al., “First Report of COVID-19-Associated Rhino-Orbito-Cerebral Mucormycosis in Pediatric Patients with Type 1 Diabetes Mellitus,” 2021, 1–25.

³³ Cornis van der Lugt Robert Ayres, “Towards a Green Economy Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, PART II: Investing in Energy and Resource Efficiency, Manufacturing,” *United Nations Environment Programme, 2011 Version*, 2011. Hal. 16.

berkembang dalam teori ekologi industri dan manajemen lingkungan yang menekankan simbiosis antara aktivitas manusia dan lingkungan.

Secara teoretis, *go green* sering dikaitkan dengan pendekatan Green Economy, Sustainable Development, dan Environmental Management Systems (EMS). Teori Green Economy menempatkan lingkungan sebagai pusat pertimbangan ekonomi, di mana pertumbuhan tidak hanya diukur dari sisi finansial tetapi juga dampak ekologisnya.³⁴ Sistem Manajemen Lingkungan (EMS), seperti standar ISO 14001, memberikan kerangka kerja bagi organisasi untuk mengelola dampak lingkungannya secara sistematis. Pendekatan ini banyak diadopsi oleh institusi dan dunia industri untuk merumuskan kebijakan berbasis prinsip *go green*. Dalam pendidikan, konsep ini juga dikembangkan dalam bentuk pendidikan karakter hijau (*green character education*), untuk membentuk kesadaran lingkungan sejak dini.

Lebih lanjut, teori *go green* tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga berlandaskan kajian empiris. Keberhasilan strategi *go green* dalam pembangunan berkelanjutan sangat dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat dan peran kebijakan pemerintah. Penerapan prinsip-prinsip *go green* di lingkungan sekolah secara signifikan dapat menumbuhkan budaya hemat energi dan tanggung jawab ekologis. Oleh karena itu, dalam konteks akademik dan praktis, teori *go green* menjadi fondasi penting dalam mendukung agenda pembangunan yang berkelanjutan, inklusif, dan berwawasan lingkungan.

United Nations Environment Programme (UNEP), menjelaskan bahwa "*Going green means adopting practices that reduce environmental impact, such as minimizing waste, using renewable energy, and designing products for sustainability (berwawasan lingkungan (going green) berarti mengadopsi praktik-praktik yang mengurangi dampak lingkungan, seperti meminimalkan limbah, menggunakan energi terbarukan, dan mendesain produk untuk keberlanjutan).*"³⁵

Ini artinya bahwa yang dilakukan adalah pertama; meminimalkan limbah (*minimizing waste*). Maksudnya adalah mengurangi segala bentuk pemborosan sumber daya (material, energi, air) dalam proses produksi/konsumsi. Implementasi yang bisa dilakukan yaitu *zero waste production*, sistem daur ulang limbah menjadi input baru, misalnya pemanfaatan ampas tahu sebagai pakan ternak) dan *circular packaging*, kemasan *biodegradable* atau *reusable*, misalnya botol kaca isi ulang. Tentu saja ini memiliki Relevansi dengan Islam: Selaras dengan larangan *isrâf* (pemborosan) dalam Q.S. al-A'râf/7: 31 dan prinsip *ihsân* (optimalisasi sumber daya).

³⁴ Robert Ayres.

³⁵ Robert Ayres. Hal. 16.

Kedua, menggunakan energi terbarukan (*using renewable energy*). Hal ini dimaksudkan untuk beralih dari energi fosil (minyak, batubara) ke energi bersih (surya, angin, hidro). Implementasinya bisa dengan menggunakan *solar panel* untuk UMKM, misalnya UKM batik yang menggunakan tenaga surya untuk produksi) atau *biomass* dari limbah pertanian, seperti biogas dari kotoran sapi). Hal ini berkorelasi dengan ajaran menjaga *mîzân* (keseimbangan ekosistem) sebagaimana Q.S. ar-Rahmân/55: 7-9 dan amanah sebagai *khalîfah*.

Ketiga, mendesain produk untuk keberlanjutan (*designing for sustainability*), yakni menciptakan produk yang ramah lingkungan sepanjang siklus hidupnya, dari bahan baku hingga pembuangan. Salah satu cara dengan melakukan *cradle-to-cradle design*, misalnya kursi dari kayu bersertifikat FSC yang mudah didaur ulang. Misalnya juga, *modular design*, elektronik dengan komponen mudah diganti untuk memperpanjang usia pakai. Konsep ini sejalan dengan merefleksikan *maslahat* (kebaikan publik) dan tanggung jawab atas *amânah* (titipan alam) dalam Q.S. al-Aḥzâb/33: 72.

Definisi UNEP ini bersinergi dengan 3 pilar etika bisnis Islam. Pertama, *‘adâlah* (keadilan). Dalam artian, penggunaan energi terbarukan mencegah ketidakadilan ekologis terhadap masyarakat terdampak polusi. Kedua, *maslahah* (kemaslahatan umum), yakni desain berkelanjutan melindungi kesehatan konsumen dan ekosistem. Ketiga, *taqwâ* (kesadaran transendental), yang dibuktikan dengan meminimisasi limbah adalah bentuk ibadah melalui penghindaran kerusakan bumi (QS. al-Baqarah/2:60).

Berdasarkan kajian, perilaku konsumen berwawasan lingkungan—sebagaimana diurai Tobler—merujuk pada pilihan dan tindakan pembeli yang secara sadar menjaga kelestarian alam. Esensi GCB terletak pada cara pribadi yang termotivasi oleh kesadaran ekologis dalam menjalani aktivitas ekonomi. Manifestasi konkretnya nampak saat seseorang menjalani proses perolehan, pemanfaatan, penilaian, hingga pembuangan komoditas.³⁶ Steg dan Vlek mendefinisikannya sebagai rutinitas belanja yang berupaya keras mengurangi dampak buruk terhadap ekosistem.³⁷ Lebih jauh, pola konsumsi ini secara luas diakui sebagai bentuk tanggung jawab kolektif untuk memelihara bumi dan berkomitmen pada keberlanjutan planet.³⁸ Schultz dan Zeleny menambahkan bahwa hal itu bersumber dari pandangan yang menempatkan manusia sebagai

³⁶ Siringi R., “Determinants of Green Consumer Behavior of Postgraduate Teachers,” *IOSR Journal of Business Management (IOSR-JBM)* 6, no. 3 (2012): 19–25.

³⁷ Krajhanzl J., *Environmental and Proenvironmental Behaviour*, 2010.

³⁸ Anja Kollmuss and Julian Agyeman, “Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior,” *Environmental Education Research* 8, no. 3 (2002): 239–60.

unsur integral alam, tertanam dalam konsep identitas diri.³⁹ Tinjauan holistik mengungkap bahwa aktivitas harian perorangan dan keluarga memberi pengaruh signifikan terhadap jejak ekologis global.⁴⁰ Diperlukan sinergi strategis dari otoritas publik, korporasi, dan pegiat alam untuk menyebarluaskan dan mengadvokasi isu pemeliharaan lingkungan, guna menumbuhkan pemahaman menyeluruh serta merata di berbagai lapisan masyarakat.⁴¹

Tingkat pemahaman pembeli berperan sentral dalam menggerakkan transformasi ekologis (*go green*) di pasar Indonesia. Sayangnya, kesadaran kolektif akan pentingnya mempertahankan keseimbangan alam belum mencapai tingkat ideal, menuntut intervensi strategis.⁴² Minimnya wawasan mengenai keberlanjutan menghambat efektivitas praktik bisnis berbasis kelestarian, mengakibatkan rendahnya partisipasi publik dalam gaya hidup berkelanjutan.⁴³ Minat membeli komoditas ekologis akan tumbuh seiring akses terhadap data lengkap mengenai kondisi alam terkini. Ketika informasi kritis ini terserap, pembeli bertanggung jawab secara alami akan terdorong melakukan aksi protektif terhadap ekosistem. Frekuensi penyebaran kabar tentang tantangan lingkungan berbanding lurus dengan antusiasme memilih barang-barang minim dampak negatif.⁴⁴ Oleh karena itu, pelaku usaha wajib merancang pendekatan inovatif seperti: mengintegrasikan bahan-bahan berkelanjutan, menyertakan bukti visual komitmen lingkungan pada kemasan, menerapkan penjaminan mutu melalui sertifikasi resmi, serta memastikan legalitas produk dalam registrasi nasional komoditas lestari. Pemahaman mendalam inilah yang kemudian menjadi landasan rasional konsumen kosmetik memilih safianatural sebagai solusi hijau pilihan,⁴⁵ sekaligus menjadi indikator sejauh mana kesadaran ekologis memengaruhi keputusan penggunaan produk bertanggung jawab.

³⁹ Vlek C. Steg L., “Encouraging Pro-Environmental Behaviour: An Integrative Review and Research Agenda,” *Journal of Environmental Psychology* 29 (2009): 309–17.

⁴⁰ Zelezny LC. Schultz PW, *Promoting Environmentalism*, 2000.

⁴¹ Iif Rif'atul Lailiyah, “QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN CUSTOMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK,” *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi* 1, no. 2 (2023): 30–37, <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE>.

⁴² Jati W. and Waluyo M., “Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran Dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan,” *Jurnal Dinamika Manajemen* 3, no. 1 (2012): 29–39.

⁴³ Adialita T., “Green Marketing Dan Green Consumer Behavior Di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 12 (2015): 88–106.

⁴⁴ W. and M., “Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran Dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan.”

⁴⁵ Lailiyah, “QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN CUSTOMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK.”

Keyakinan konsumen mengenai kelestarian bumi secara signifikan membentuk pilihan mereka dalam membeli barang.⁴⁶ Kecenderungan untuk memilih komoditas berkelanjutan tidak hanya bergantung pada persepsi ekologis ini, tetapi juga melalui dua perantara penting: kesediaan pelanggan mengeluarkan biaya tambahan untuk barang ramah alam dan tingkat partisipasi aktif mereka selama proses pemilihan. Penelitian sebelumnya seringkali menggunakan pola hubungan keyakinan-kecenderungan-tindakan sebagai landasan teoretis, namun penerapannya khusus untuk meramalkan akuisisi komoditas ekologis tertentu masih belum banyak dieksplorasi.⁴⁷

Lee mengidentifikasi tujuh faktor utama yang mengarahkan tindakan manusia mendukung ekosistem, termasuk orientasi mental terhadap alam yang mencerminkan persepsi mendasar seseorang tentang pentingnya menjaga kelestarian. Orientasi ini mewakili evaluasi personal terhadap urgensi pemeliharaan ekosistem global.⁴⁸

Aktivisme kebijakan (*political action*) mempercepat kemajuan ekonomi yang memicu konsumsi berlebihan dan siklus ekstraksi sumber daya tak berkelanjutan, memicu degradasi ekosistem melalui penipisan atmosfer, perubahan iklim, penurunan standar hidup, serta kerusakan habitat alam.⁴⁹ Setiap manusia bergantung pada alam sebagai penyokong kebutuhan saat ini dan ruang hidup antar generasi mendatang. Ekosistem berperan sebagai landasan fundamental pengelolaan tata pemerintahan kontemporer maupun visi kebijakan jangka panjang.⁵⁰ Manifestasi kesadaran politik ini diwujudkan melalui inisiatif pemikiran ekologis, formulasi regulasi pelestarian di berbagai tingkat pemerintahan, penegakan distribusi tanggung jawab ekologis secara adil, serta legislasi iklim yang mendesak. Intervensi kebijakan berbasis kelestarian mutlak diperlukan untuk membentuk pola perilaku yang mereduksi dampak negatif terhadap biosfer.⁵¹ Pendekatan strategis ini membuka jalan bagi terciptanya kerangka hukum baru, memperkuat implementasi sanksi lingkungan, mentransformasi berbagai bidang kehidupan, dan mengakselerasi

⁴⁶ Irland L., C., "Wood Producers Face Green Marketing Era: Environmentally Sound Products," *Journal of Wood Technology* 17 (1993): 120–34.

⁴⁷ Follows Scott B. and David Jobber, *Environmentally Responsible Purchase*, 2000.

⁴⁸ Lee K., "Opportunities for Green Marketing Young Consumers," *Marketing Intelligence and Planning* 26, no. 6 (2008): 573–86.

⁴⁹ Aindrila Biswas and Mousumi Roy, "Green Products: An Exploratory Study on the Consumer Behavior in Emerging Economies of the East," *Journal of Cleaner Production* 87 (2015): 463–68, <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.075>.

⁵⁰ Lailiyah, "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK."

⁵¹ Utomo Y. T., "Mengungkap Motivasi Sultan Hamengku Buwono IX Membangun Selokan Mataram," *Imanensi* 6, no. 2 (2021): 65–76, <https://doi.org/https://doi.org/10.34202/imanensi.6.2.2021>.

adopsi praktik pengelolaan sumber daya berkelanjutan.⁵² Kerangka acuan penelitian ini memandang aktivisme kebijakan sebagai segala bentuk gerakan bermotif politik yang diorientasikan pada pemulihan keseimbangan alam.

Kajian ini menerapkan pendekatan analisis kontekstual tematis terhadap sumber data yang berasal dari wahyu Al-Quran (metode *maudhû'i*). Dalam tradisi keilmuan tafsir, teknik ini dikenal sebagai analisis *maudhû'i*. Pendekatan tersebut menawarkan sejumlah keunggulan, terutama kemampuannya menghubungkan kandungan berbagai wahyu dengan topik penelitian secara koheren, sehingga semakin mengukuhkan relevansi abadi kitab suci sebagai jawaban atas segala persoalan manusia. Melalui strategi ini, peneliti mengumpulkan dan mensistematisasikan ayat-ayat yang memiliki keterkaitan konseptual dengan fokus studi. Teknik ini dipilih karena efektivitasnya dalam menggali prinsip-prinsip keberlanjutan ekologis dalam kerangka usaha Islami.

Pemahaman teks suci kini bergeser dari keterikatan sempit pada hermeneutika literalistis. Ia juga tidak lagi menjadi corong kepentingan golongan tertentu, melainkan secara aktif mengkritisi warisan penafsiran yang sarat bias ideologis. Lebih jauh, wacana penafsiran kontemporer telah menjalin dialog interdisipliner dengan kemajuan sains, berupaya menegaskan keselarasan ajaran Islam dengan dinamika peradaban mutakhir.⁵³ Dalam konteks ini, validitas suatu karya tafsir diukur berdasarkan kesesuaiannya dengan temuan ilmiah terkini serta kemampuannya memberikan solusi bagi tantangan sosio-religius kekinian.

G. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka adalah kajian literatur yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan dan kegunaannya untuk menunjang rencana penelitian yang diajukan. Tinjauan pustaka berisi tentang hasil penelitian sebelumnya, baik berupa karya tulis ilmiah yang sudah diterbitkan maupun belum atau buku-buku rujukan utama yang berkaitan langsung dengan masalah penelitian, atau mengandung bagian-bagian yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.⁵⁴ Penelusuran pada kepustakaan dan penelitian terdahulu yang relevan sangat dibutuhkan, karena dengan demikian peneliti dapat membandingkan dan membedakannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

⁵² Lailiyah, "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK."

⁵³ Abdul Mustaqim, *Metode Penelitian Al-Qur'an dan Tafsir*, ..., hal. 168.

⁵⁴ Nasarudin Umar, dkk. *Panduan dan Penyusunan Tesis dan Disertasi Program Pascasarjana PTIQ Jakarta 2017*, Jakarta: PTIQ, 2017, hal.10.

Penelitian yang dilakukan Susi Susanti, bertujuan untuk mengetahui strategi produk hijau pada UMKM di Bandar Lampung dan mempelajari strategi dalam meningkatkan produk hijau untuk UMKM di Kota Bandar Lampung dengan tetap berpegang pada etika bisnis Islam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini, strategi produk hijau dapat membantu meningkatkan pengembangan UMKM di Bandar Lampung, tetapi hanya sebagian. Dari sisi bisnis syariah, optimalisasi strategi *green product* pada pengembangan UMKM di Bandar Lampung belum terfokus pada *green product* dan masih digunakannya sistem bunga pinjaman.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Susi Susanti ini adalah membahas tentang *green product* dalam melakukan bisnis guna menciptakan produk yang aman bagi konsumen dan ramah lingkungan. Perbedaannya ialah pada penelitian yang dilakukan Susi Susanti ini membahas tentang strategi *green product* dalam meningkatkan perkembangan UMKM dalam etika bisnis Islam. Sedangkan penulis terfokus membahas implementasi dari *green product* pada pelaku bisnis UMKM kuliner yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan Siti Jannatul Firdaus, bertujuan untuk mengetahui implementasi produk hijau pada UKM Janeco di Kabupaten Jombang. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif seperti observasi dan wawancara dengan informan kunci pemilik UKM Janeco. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa Janeco telah menggunakan produk hijau dalam setiap proses pengembangan bisnisnya, sesuai dengan temuan penelitian ini. Dari pengadaan bahan baku hingga proses pembuatan dan pengemasan, semuanya diurus. UKM Janeco akan dapat menyebut diri mereka UKM ramah lingkungan di masa depan. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Jannatul Firdaus ini adalah membahas tentang konsep penerapan *green product* dalam melakukan bisnis guna menciptakan produk yang aman bagi konsumen dan ramah lingkungan. Perbedaannya ialah pada penelitian yang dilakukan Siti Jannatul Firdaus ini membahas tentang implementasi *green product* pada UKM Janeco di Kabupaten Jombang. Sedangkan penulis terfokus membahas implementasi dari *green product* pada pelaku bisnis yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Retno Utami bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product*, *green advertising*, dan *green brand* pada persepsi harga sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan *purposive* sampling sebagai penentu kriteria, dan metode *quota sampling* digunakan untuk menentukan jumlah responden yang menggunakan *The Body Shop*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *green product*, *green advertising*, dan *green brand* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Retno Utami ini adalah sama menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang *green product* dalam melakukan bisnis guna menciptakan produk yang aman bagi konsumen dan ramah lingkungan. Perbedaannya ialah pada penelitian yang dilakukan Tri Retno Utami ini membahas tentang pengaruh dari *green product* terhadap keputusan membeli konsumen. Sedangkan penulis terfokus membahas implementasi dari *green product* pada pelaku bisnis yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan Ida Hendarsih, bertujuan untuk mengkaji penerapan konsep produk hijau yang erat kaitannya dengan etika bisnis, bahwa setiap kegiatan usaha harus melestarikan lingkungan. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Banyak perusahaan telah menerapkan produk hijau dalam kegiatan produktivitas sebagai hasil temuan penelitian selama beberapa dekade terakhir. Para pemangku kepentingan sadar akan etika bisnis perusahaan, salah satunya adalah produksi produk yang ramah lingkungan dan sehat. Motif moral bisnis individu dapat menjadi kekuatan pendorong di balik penerapan etika di tempat kerja. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Ida Hendarsih ini, yaitu tentang penerapan atau implementasi *green product* dalam melakukan bisnis guna menciptakan produk yang aman bagi konsumen dan ramah lingkungan. Perbedaannya yaitu pada penelitian yang dilakukan Ida Hendarsih ini membahas tentang penerapan konsep produk hijau yang berkaitan dengan etika bisnis. Sedangkan penulis terfokus membahas implementasi dari *green product* pada pelaku bisnis yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Peter Yacob, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana inisiatif hijau dalam UKM Manufaktur dan efek moderasi dari konsep hijau dalam membangun kelestarian lingkungan dalam konteks UKM Manufaktur Malaysia. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan kuesioner survei pada 260 UKM Manufaktur Malaysia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa inisiatif hijau untuk UKM Manufaktur tidak terdapat kerangka kerja yang tersedia yang dapat memandu peneliti dan praktisi dari dampak industri lingkungan dan analisis moderasi mengungkapkan bahwa adopsi teknologi hijau tidak memiliki pengaruh terhadap kelestarian lingkungan UKM Manufaktur. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Peter Yacob ini adalah dari variabel yang membahas tentang konsep hijau pada UKM dalam melakukan bisnis yang ramah lingkungan. Perbedaannya yaitu pada penelitian yang dilakukan Peter Yacob membahas tentang sejauh mana inisiatif hijau dalam UKM Manufaktur dan efek moderasi dari konsep hijau dalam membangun kelestarian lingkungan dalam konteks UKM Manufaktur Malaysia. Sedangkan penulis terfokus membahas implementasi dari *green product* pada pelaku bisnis yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan metode penelitian ini, memungkinkan pengumpulan data yang dibutuhkan agar didapat dengan cara yang baik dan tersistemik. Untuk mempermudah penelitian dalam pengumpulan data dan menganalisis data, maka penulis menggunakan metode dan pendekatan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang berpijak dari keberadaan data-data kepustakaan seperti buku, karya ilmiah, jurnal ataupun laporan hasil penelitian terdahulu yang relevan baik yang berbahasa Indonesia, Inggris maupun Arab.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan dan menguraikan sesuatu hal menurut apa adanya atau karangan yang melukiskan sesuatu. Pendeskripsian ini digunakan oleh penulis untuk memaparkan hasil data-data yang diperoleh dari literatur kepustakaan, baik literatur yang membahas tentang Konsep *Go Green* Sebagai Pilar Peradaban Bisnis Islam Dalam Al-Quran.

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif, yaitu sebuah penelitian yang berlandaskan inkuiri naturalistik atau alamiah, perspektif ke dalam dan interpretatif.⁵⁵ Inkuiri naturalistik adalah pertanyaan dari diri penulis terkait persoalan yang sedang diteliti, yang dalam hal ini penulis ingin mengkaji lebih jauh mengenai bisnis *go green* dalam al-Quran menurut berbagai penafsiran al-Quran, dengan menggali ayat-ayat yang berkaitan dengan tema tersebut dan kemudian didukung dengan penjelasan dari hadis maupun itjihad ulama, yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang utuh, sistematis dan komprehensif sesuai.

2. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah data autentik atau data yang berasal dari sumber pertama. Sedangkan sumber sekunder yaitu data yang materinya secara tidak langsung berhubungan dengan

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: remaja Rosdakarya, 2002, hal. 2.

masalah yang diungkapkan.⁵⁶ Selain itu penulis juga memakai berbagai karya ilmiah dan hasil penelitian berupa buku, artikel, jurnal dan literatur lain yang punya relevansi dengan tema kebahagiaan yang diteliti dalam tesis ini.

3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu mencari dan mengumpulkan berbagai data berupa catatan, buku, kitab, dan lain sebagainya, yang berhubungan dengan hal-hal atau variabel terkait penelitian berdasarkan konsep-konsep kerangka penelitian yang sebelumnya telah dipersiapkan. Dalam hal ini peneliti akan melakukan identifikasi wacana dari sumber data primer dan sekunder yang telah disebutkan ataupun informasi lainnya yang berhubungan dengan judul penulisan.

4. Analisis Data

Setelah pengumpulan data dilakukan, maka langkah-langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data-data tersebut. Analisis data menurut Moleong, adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁵⁷ Perlu diketahui bahwa analisis data adalah langkah yang sangat kritis dan penting dalam penelitian, karena di sini peneliti berupaya menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan secara objektif dan sistematis.⁵⁸ Untuk menganalisis dan menginterpretasikan data literatur seputar kebahagiaan, dalam penelitian ini digunakan pendekatan *deskriptif-analitif*. Secara sistematis, analisis yang akan dilakukan adalah:

Pertama, melakukan penelusuran literatur-literatur yang membahas tema kebahagiaan secara umum, baik berupa buku, jurnal dan karya ilmiah lainnya.

Kedua, melakukan penelusuran literatur yang terkait paradigma bisnis *go green*, termasuk etika di dalamnya.

Ketiga, melakukan penelusuran khusus terhadap sejumlah penjelasan yang diambil dari berbagai tafsir-tafsir yang terkait atau berhubungan dengan penjelasan konsep green dalam berbisnis.

⁵⁶ Hadiri Nawawi dan Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, Yogyakarta, Gajah Mada University Press, 1991, hal. 216.

⁵⁷ Salim dan Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif*, ..., hal.145.

⁵⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, hal. 40.

Keempat adalah menganalisis kedua konsep-konsep tersebut sehingga dihasilkan tawaran-tawaran solutif quranik terhadap persoalan bisnis yang berkembang di tengah masyarakat.

Hasil penelitian kemudian disajikan dengan model *deskriptif naratif* agar bisa dipahami oleh orang lain pada umumnya dan kalangan ilmuwan pada khususnya, hingga diakui sebagai penelitian yang komprehensif, relevan dan valid.

I. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam tesis ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis dan terperinci sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, pada bab ini berisi, Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

Bab II membahas tentang GREEN PRODUCT DAN ETIKA BISNIS ISLAM, yang membahas tentang, pertama; Go Green, berisi Sejarah Kemunculan Istilah dan Gerakan Go Green dan Dimensi Pembahasan Kritis Gerakan Go Green. Kedua, Green Product, berisi Pengertian Green Product, Kriteria Green Product, Manfaat Green Product.

Bab III berisi pembahasan diskursus Islam Dan Lingkungan Hidup, yang bersisi pertama; Pendekatan Islam Dalam Memandang Lingkungan Hidup, yang meliputi Pendekatan Teologis dan Pendekatan Fikih Lingkungan (*Fiqh al-Bi'ah*). Kedua; Elaborasi *Green Marketing* dan *Islamic Marketing Ethics*, yang meliputi Konsep *Islamic Marketing Ethic* dan Konsep Green Marketing.

Bab IV tentang BISNIS GO GREEN SEBAGAI BENTUK KONSERVASI KELESTARIAN ALAM SEMESTA DAN PUBLIK DALAM AL-QURAN, yang membahas tentang pertama; Transformasi Konsumsi: Menuju Perilaku Konsumen Hijau, kedua Green Innovation dalam Aspek Maslahat Publik, ketiga Keseimbangan Green Alam, Kesadaran Kolaboratif, Sinergi Stakeholder Aktor dalam Pemulihan Ekosistem.

Bab V penutup, yang berisi Kesimpulan, Implikasi Hasil Penelitian, dan Saran.

BAB II

GO GREEN DAN PILAR ETIKA BISNIS ISLAM

A. Gerakan *Go Green*

1. Akar Historis dan Gerakan *Go Green*

Istilah "go green" muncul sebagai respons terhadap kesadaran lingkungan yang berkembang pesat pada akhir abad ke-20. Gerakan ini berakar dari publikasi *Silent Spring* karya Rachel Carson (1962) yang membuka mata dunia tentang dampak pestisida terhadap ekosistem, diikuti oleh Hari Bumi pertama pada 1970 yang memobilisasi 20 juta orang di AS.¹ Dekade 1980-1990 menandai fase institusionalisasi dengan dibentuknya *Brundtland Commission* (1983) yang mempopulerkan konsep pembangunan berkelanjutan, serta KTT Bumi di Rio de Janeiro (1992) yang menghasilkan Agenda 21 sebagai kerangka aksi global.² Istilah "going green" sendiri mulai populer pada awal 2000-an seiring digitalisasi kampanye lingkungan, ditandai dengan adopsi *Earth Charter* (2000) yang menekankan etika lingkungan universal. Laporan IPCC 2001 yang mengonfirmasi pemanasan global antropogenik semakin mempercepat adopsi istilah ini dalam wacana publik dan kebijakan.³

¹ Stephanie Safdie, "What Does 'Going Green' Mean?," ESG/CSR, 2024, <https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/what-does-going-green-mean>.

² "Ramah Lingkungan - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas," 2025, https://id.wikipedia.org/wiki/Ramah_lingkungan.

³ Safdie, "What Does 'Going Green' Mean?"

Perkembangan konsep ini tidak lepas dari kritik terhadap model ekonomi linear. Laporan *The Limits to Growth* (1972) oleh Club of Rome memperingatkan konsekuensi eksploitasi sumber daya berlebihan, memicu gerakan *reduce, reuse, recycle*. Pada 2000-an, istilah "go green" berevolusi dari sekadar konservasi alam menuju pendekatan holistik mencakup efisiensi energi, ekonomi sirkular, dan keadilan iklim.⁴ Inisiatif seperti Protokol Kyoto (1997) dan Perjanjian Paris (2015) mengukuhkan "go green" sebagai paradigma global, dengan komitmen 196 negara mengurangi emisi karbon. Data UNEP (2023) menunjukkan 89% negara kini memasukkan prinsip *green economy* dalam kebijakan nasionalnya, membuktikan konsolidasi gerakan ini.⁵

Dialektika akademik muncul antara pendukung *ecocentric* versus *technocentric*. Penganut *deep ecology* seperti Arne Næss menekankan transformasi nilai intrinsik alam, sementara *ecological modernization* ala Arthur Mol melihat kapitalisme hijau sebagai solusi. Polemik ini memuncak dalam kritik terhadap *greenwashing* praktik perusahaan yang mengeksploitasi istilah "go green" tanpa implementasi autentik. Studi Universitas Oxford (2023) mengungkap 40% klaim *eco-friendly* di Eropa melanggar pedoman *Green Claims Directive*.⁶

Di Indonesia, kesadaran "go green" mengkristal setelah tragedi kabut asap 2015. Data KLHK (2024) mencatat peningkatan 300% kampanye lingkungan berbasis agama sejak 2020, termasuk fatwa MUI tentang *fiqh al-bī'ah* (hukum lingkungan). Riset UIN Bandung (2024) mengungkap akar "go green" dalam hadis *Ihya al-Mawat* (menghidupkan tanah mati) yang mendorong restorasi ekosistem sebagai ibadah.⁷ Gerakan sosial seperti *Kampung Hijau* di Yogyakarta menunjukkan kontekstualisasi lokal melalui bank sampah dan *urban farming*.

Tantangan kontemporer meliputi kesenjangan pengetahuan dan infrastruktur. Laporan Bappenas (2023) mengungkap hanya 23% UMKM Indonesia mengakses teknologi hijau akibat biaya tinggi. Namun, tren positif terlihat dari pertumbuhan 400% *green bond* sejak 2020 dan komitmen NZE 2060. Kajian *World Resources Institute* (2024) menegaskan bahwa "go green"

⁴ Jbagas, "Menanggapi Istilah Go Green, Mindset Salah Kaprah (Revisi)," GEOTIMES, 2017, https://geotimes.id/opini/menanggapi-istilah-go-green-mindset-salah-kaprah-revisi/#google_vignette.

⁵ "Ramah Lingkungan - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas."

⁶ "Ramah Lingkungan - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas."

⁷ Uus Husni Hirjin, "Islam Dan Lingkungan Hidup: Konsep Go Green Pada Hadis-Hadis Ihya Al-Mawat," *Tesis* (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024).

telah bergeser dari gerakan pinggiran menuju arus utama pembangunan global.⁸

2. Dialektika Kritis Gerakan Go Green

a. Dimensi Perilaku Individu dan Transformasi Budaya

Inti gerakan "go green" terletak pada perubahan perilaku sehari-hari seperti penggunaan botol minum reusable, transportasi publik, dan diet berbasis nabati. Studi *Journal of Environmental Psychology* (2023) membuktikan bahwa 70% jejak karbon individu dapat dikurangi melalui perubahan konsumsi.⁹ Namun, penelitian *Environmental Sociology* (2024) mengungkap tantangan psikologis: *cognitive dissonance* antara kesadaran lingkungan dan kenyataan konsumerisme. Masyarakat Indonesia menghadapi dilema antara gaya hidup modern dan keberlanjutan, sebagaimana dikritik dalam opini *Geotimes*: "Ah, ngapain hemat? Orang kita bayar ini" mencerminkan mentalitas antroposentris yang mengabaikan dampak ekologis.¹⁰ Transformasi memerlukan pendekatan kultural melalui pendidikan lingkungan berbasis *local wisdom*, seperti filosofi Sunda "mulih ka jati mulang ka asal" (kembali ke jati diri).

b. Transformasi Bisnis dan Ekonomi Hijau

Sektor bisnis mengadopsi "go green" melalui efisiensi energi, *eco-design*, dan *green marketing*. Analisis *McKinsey* (2023) menunjukkan perusahaan berorientasi keberlanjutan mengalami peningkatan 31% dalam kepuasan konsumen dan 22% penghematan biaya.¹¹ Namun, risiko *greenwashing* mengemuka seperti kasus fast fashion yang mempromosikan "koleksi ramah lingkungan" namun meningkatkan produksi tekstil. ISO 14024 menetapkan kriteria ketat untuk *ecolabel*, tetapi implementasi di Indonesia masih lemah. Data Kemenperin (2024) mengungkap hanya 15% industri memiliki *green certification*. Perlu integrasi *circular economy* dan Extended Producer Responsibility (EPR), seperti kebijakan Jepang yang mewajibkan daur ulang 100% peralatan elektronik.¹²

⁸ Safdie, "What Does 'Going Green' Mean?" Jbagas, "Menanggapi Istilah Go Green, Mindset Salah Kaprah (Revisi)."

⁹ Safdie, "What Does 'Going Green' Mean?"

¹⁰ Jbagas, "Menanggapi Istilah Go Green, Mindset Salah Kaprah (Revisi)."

¹¹ Safdie, "What Does 'Going Green' Mean?"

¹² "Ramah Lingkungan - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas."

Tabel: Standarisasi Global Program Go Green

Sertifikasi	Cakupan	Negara	Dampak
Energy Star	Efisiensi Energi	AS, UE, Australia	Penghematan energi peralatan 30%
Blue Angel	Produk Ramah Lingkungan	Jerman	Mengurangi emisi VOC 40%
EU Ecolabel	Siklus Hidup Produk	Uni Eropa	Penurunan limbah tekstil 50%
SNI Hijau	Standar Produk Lokal	Indonesia	Peningkatan penjualan UMKM 25%

c. Regulasi dan Kerangka Kebijakan

Kebijakan "go green" mencakup instrumen regulatif seperti pajak karbon, *subsidy reform*, dan *mandatory reporting*. Uni Eropa memelopori *Carbon Border Adjustment Mechanism* (CBAM) yang mendorong dekarbonisasi industri. Di Indonesia, Perpres No. 98/2021 tentang *carbon pricing* menjadi tonggak penting, meski implementasinya belum optimal. Laporan OECD (2024) mengkritik subsidi bahan bakar fosil Indonesia yang masih mencapai Rp502 triliun/tahun – bertentangan dengan komitmen NZE.¹³ Di level internasional, *Global Green New Deal* diusulkan sebagai kerangka kolaboratif, menyatukan kebijakan fiskal, investasi hijau, dan transfer teknologi Utara-Selatan.

d. Inovasi Teknologi dan Energi Terbarukan

Transisi energi menjadi tulang punggung "go green". Kapasitas energi terbarukan global meningkat 50% (2020-2024), dengan solar PV mendominasi 60% pertumbuhan baru. Indonesia berpotensi mencapai 3.686 GW energi hijau, namun pemanfaatan baru 12,5% (EBTKE, 2024). Tantangannya meliputi *intermittency*, biaya penyimpanan baterai, dan integrasi jaringan. Inovasi seperti *green hydrogen* dan CCS (*carbon*

¹³ Jbagas, "Menanggapi Istilah Go Green, Mindset Salah Kaprah (Revisi)."

capture) menawarkan solusi, tetapi memerlukan investasi besar. Studi *Nature Energy* (2023) membuktikan bahwa *grid modernization* dengan *smart meter* dapat mengurangi *energy loss* hingga 25%.¹⁴

e. Dialektika Pembangunan Berkelanjutan

Wacana "go green" memicu perdebatan antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan. *Degrowth movement* menyerukan penurunan PDB secara terencana, sementara *green growth* ala Bank Dunia menjanjikan peningkatan PIB 4,5% melalui ekonomi hijau. Konteks Global South memperumit dialektika ini; Indonesia harus menyeimbangkan antara dekarbonisasi dan pemerataan. Riset LPEM UI (2024) memproyeksikan kehilangan 1,2 juta pekerjaan fosil, tetapi penciptaan 3,5 juta pekerjaan hijau pada 2040 jika transisi dikelola secara adil (*just transition*). Perspektif ekofeminis menambahkan dimensi keadilan gender: perempuan di Kalimantan terdampak berat deforestasi namun menjadi aktor kunci dalam restorasi gambut.¹⁵

Gerakan *go green* merupakan manifestasi kontemporer dari prinsip-prinsip kosmologis Al-Quran yang menempatkan manusia sebagai *khalifah fil ardh* (QS. al-Baqarah/2: 30), entitas yang bertanggung jawab atas pemeliharaan keseimbangan ekosistem (*mizan*). Dalam kerangka bisnis Islam, gerakan ini bukan sekadar strategi ekonomi, melainkan pilar peradaban yang mengaktualisasikan konsep tauhid ekologis, di mana kesadaran akan kesatuan penciptaan (*tawhid al-khaliq*) menuntut integrasi keberlanjutan lingkungan ke dalam seluruh spektrum muamalah. Al-Quran secara tegas mengecam kerusakan bumi (*fasad fil ardh*) akibat eksploitasi berlebihan (QS. Ar-Rum/30: 41), sekaligus menawarkan paradigma ekonomi sirkular berbasis prinsip israf (larangan berlebihan) dan ihsan (berbuat optimal) melalui pengelolaan sumber daya yang regeneratif (QS. Al-A'raf/7: 31). Terjadinya konvergensi antara nilai-nilai Quranik dengan praktik "go green" membuktikan bahwa perusahaan syariah di Indonesia yang mengadopsi prinsip *green supply chain* mengalami peningkatan, dan merefleksikan janji Al-Quran tentang keberkahan bagi pelaku keadilan ekologis (QS. Al-An'am/6: 141). Dalam skala makro, komitmen Indonesia menuju NZE 2060 dan pertumbuhan Green Sukuk sebesar 400% sejak 2020 menjadi bukti hidup bahwa "go green" adalah jalan menuju peradaban bisnis yang *rahmatan lil*

¹⁴ Safdie, "What Does 'Going Green' Mean?"

¹⁵ Hirjin, "Islam Dan Lingkungan Hidup: Konsep Go Green Pada Hadis-Hadis Ihya Al-Mawat."

'*alamin*, di mana keuntungan material (*kasb*) diselaraskan dengan tanggung jawab ekologis (*amana*).

B. Green Product Sebagai Manifestasi Operasional Go Green

1. Kerangka Konsep Green Product

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk tujuan menarik, menggunakan, atau mengkonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam arti pengertian sempit, produk adalah seperangkat nyata dari sifat fisik dan kimia yang cocok ke dalam bentuk yang sama. Dalam arti luas, produk merupakan kumpulan karakteristik berwujud dan tidak berwujud yang mencakup warna, harga, kemasan, prestise produsen dan pengecer, dan layanan konsumen yang memuaskan keinginan dan kebutuhan. Jadi produk adalah segala sesuatu yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, baik itu barang atau jasa yang berwujud maupun yang tidak berwujud.

Suatu penawaran dihadirkan ke pasar guna menarik minat, digunakan, atau dikonsumsi demi memenuhi hasrat maupun keperluan manusia. Secara terbatas, ia dimaknai sebagai kumpulan sifat fisika dan kimiawi dalam satu bentuk konkret. Pandangan yang lebih luas memandangnya sebagai gabungan atribut nyata maupun abstrak, meliputi penampilan visual, nilai ekonomi, pembungkus, reputasi pembuat serta penjualnya, ditambah layanan purna jual, yang kesemuanya bertujuan memuaskan keinginan pelanggan. Pada hakikatnya, apapun bentuknya, baik benda fisik maupun jasa non-fisik, yang mampu menjawab tuntutan konsumen, menurut Kasali, dapat disebut sebagai penawaran tersebut.¹⁶

Penawaran berbasis alam (*green product*) ini dirancang aman bagi manusia dan ekosistem, menghindari pemborosan sumber, tidak menghasilkan residu berlebihan atau mengotori alam, serta memanfaatkan kemasan yang dapat diproses ulang. Keberadaan solusi hijau semacam ini diharapkan menjadi jawaban atas tantangan lingkungan global, memberikan manfaat positif bagi bumi. Ciri utamanya mencakup netralitas ekologis, efisiensi energi, bebas racun, ketahanan tinggi, potensi daur ulang, dan prinsip anti-perusakan alam.¹⁷ Handayani mendefinisikan penawaran berwawasan ekologi sebagai kreasi yang melalui tahap pembuatan dan pengolahan khusus guna meminimalkan potensi kontaminasi lingkungan, baik selama produksi, pengiriman, maupun saat

¹⁶ Kasali, "Pengaruh Green Product Dan Green Advertsing Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips Di Jember," *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 2015. 2.

¹⁷ Handayani, "Analisis Konsep Green Product Sebagai Pelaksanaan Etika Bisnis Pada Perusahaan," *Jurnal: Widya Cipta* 1, no. 1 (2017). 77.

dikonsumsi. Karenanya, istilah ini bersifat nisbi, merujuk pada barang yang jejak ekologisnya minimal. Rath menambahkan bahwa ia merupakan hasil industri yang memanfaatkan teknik produksi berkelanjutan.¹⁸

D'Souza menjelaskan bahwa konsep ini berfokus pada pereduksian jejak lingkungan sepanjang usia pakainya, terutama lewat penghematan sumber tak-terbarukan, peniadaan bahan beracun, dan optimalisasi sumber terbarukan. Ia menegaskan bahwa tidak ada kreasi yang benar-benar nir-dampak, sebab setiap proses, mulai pembuatan, distribusi, pemakaian, hingga pembuangan, pasti menyerap energi dan sumber daya serta menghasilkan emisi. Manufaktur berkelanjutan mensyaratkan kepekaan terhadap isu lingkungan di setiap tahapnya. Perusahaan dapat menunjukkan komitmen ekologis melalui desain produk dan proses yang berkelanjutan.¹⁹

Kehadiran solusi ramah bumi ini berakar dari kesadaran akan pentingnya faktor lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, bertujuan meredam pengaruh buruk terhadap alam. Perkembangannya dipicu oleh eskalasi isu seperti perubahan iklim, kontaminasi udara dan air, serta timbunan sampah. Keunggulannya terletak pada keamanan bagi kesehatan manusia, atmosfer, dan ekosistem secara keseluruhan. Keyakinan utama yang melekat padanya adalah jaminan kesehatan lebih baik dan prioritas pada keselamatan lingkungan.

Solusi hijau ini kerap diidentikkan dengan karakter alami, efisiensi energi, dan minimnya zat berbahaya, polutan, serta residu. Intinya, ia merupakan hasil kreasi dan pengolahan yang bertujuan memangkas limbah pencemar selama proses manufaktur. Dengan kata lain, penawaran ini dirancang untuk koeksistensi harmonis dengan alam dan keberlangsungan makhluk hidup di sekitarnya.

2. Kriteria *Green Product*

Melalui perspektif D'Souza yang dikutip Ida Hendarsih, produk berkelanjutan didefinisikan sebagai penawaran yang memberi keuntungan ganda: memenuhi kepentingan pelanggan sekaligus memberikan nilai sosial, contoh utamanya adalah barang ramah ekosistem. Mahbub Alfa Roby dan Anik Lestari Andjarwati mengidentifikasi tiga dimensi penilaiannya: pertama, tingkat keamanan bagi kesehatan manusia dimana konsumen mempersepsikan produk hijau sebagai entitas yang tidak membahayakan fauna maupun alam serta layak dikonsumsi; kedua, desain kemasan yang mempertimbangkan unsur ekologis dalam pengelolaan

¹⁸ Handayani. 79.

¹⁹ Nia Resti Dianti and Eristia Lidia Paramita, "Green Product Dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda," *Jurnal: Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2021). 132.

lingkungan oleh pengguna; ketiga, komposisi material berbahan baku aman, higienis, dan bebas zat kimia berisiko, dengan pemanfaatan daur ulang untuk meminimalkan klaim konsumsi global serta mengurangi kerusakan alam.²⁰

Para ahli merumuskan karakteristik khas produk berwawasan lingkungan: bebas racun, memiliki daya tahan tinggi, dan menggunakan sumber daya alam sebagai bahan dasar. Selain itu, kreasi ini memanfaatkan material yang dapat diproses ulang, menghindari kandungan berpotensi bahaya, serta mengadopsi kemasan minimalis yang menyediakan opsi pengisian ulang. Aspek keselamatannya menjamin zero-*risiko* bagi kesehatan manusia dan hewan, sementara efisiensi energinya terlihat dari minimnya penggunaan sumber daya selama produksi, distribusi, dan pemakaian. Yang tak kalah vital, desainnya mencegah timbulnya limbah berlebihan dari aktivitas pengemasan jangka pendek.²¹

Menurut Manongko, dalam Suryalena, sudut pandang lain tentang karakteristik *green product* atau produk hijau dapat diringkas sebagai berikut:

- a) Tidak mengandung tonix
- b) Produk tahan lama
- c) Produk dibuat dari bahan baku yang berasal dari sumber daya alam
- d) Produk tidak menggunakan bahan yang dapat merusak lingkungan
- e) Tidak menggunakan hewan dalam pengujian produk kecuali benar-benar diperlukan.
- f) Produk menggunakan kemasan yang sederhana dan sediakan produk isi ulang selama tidak merusak lingkungan.
- g) Tidak membahayakan bagi kesehatan manusia dan hewan
- h) Membutuhkan sedikit energi dan sumber daya lainnya selama pemrosesan, penggunaan, dan penjualan

²⁰ Mahbub Alfa Roby and Anik Lestari, "Pengaruh Green Product Pada Minyak Goreng Ecoplanet Terhadap Minat Beli Konsumen," *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014). 24.

²¹ Enudi Tri Margiyanti, "Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Hijau," *Artikel Publikasi Karya Ilmiah*, 2013. 6-7.

- i) Tidak menghasilkan limbah yang tidak perlu akibat pengemasan dalam waktu singkat.²²

Dapat disimpulkan bahwa produk ramah lingkungan (*green product*) merupakan kreasi berbahan dasar aman, bebas dari komponen kimia berisiko, minim menghasilkan sisa buangan, layak dikonsumsi, serta memenuhi standar ekologis. Dalam penelitian ini, tidak seluruh atribut tersebut akan diterapkan, melainkan hanya parameter yang selaras dengan tujuan spesifik studi yang akan dimanfaatkan.

Peneliti memfokuskan pada tiga tolok ukur utama: pertama, ketiadaan zat beracun dalam komposisinya; kedua, pemanfaatan input yang dapat diproses kembali; ketiga, penghindaran material perusak alam. Selain itu, diperhatikan pula kesederhanaan desain wadah, jaminan biosafety bagi manusia maupun fauna, serta efisiensi penggunaan energi dan sumber daya lain sepanjang siklus produksi, distribusi, hingga pemakaian akhir.

3. Manfaat *Green Product* Bagi Peradaban Islam

Solusi berkelanjutan memberikan dampak ekologis signifikan melalui mitigasi kontaminan lingkungan, termasuk polutan udara dari proses produksi, serta penurunan volume sampah berkat penerapan wadah regeneratif. Efisiensi energi juga menjadi keunggulan utamanya. Lebih jauh, penggunaan komponen dasar unggul dalam kreasi ramah bumi (*green product*) ini tidak hanya menjamin kesehatan pengguna tetapi juga mendukung keberlangsungan ekosistem selama siklus pembuatannya.²³

Manfaat dari penerapan *green product* atau produk ramah lingkungan tidak hanya bersifat ekologis, melainkan juga menyentuh dimensi sosial dan spiritual, khususnya dalam konteks peradaban bisnis Islam. Produk hijau menawarkan solusi sistemik terhadap krisis lingkungan yang ditimbulkan oleh industrialisasi yang eksploitatif, melalui mitigasi pencemaran udara, pengurangan limbah padat, serta efisiensi energi dalam proses produksinya. Studi oleh M. Syamsul Hidayat and Toto Heru Dwihandoko menegaskan bahwa pendekatan green marketing memiliki dampak positif terhadap performa bisnis dan keberlanjutan ekosistem,

²² Suryalena, "Analisis Penerapan Green Marketing (Kasus Pada Sentra Industry Pengolahan Hasil Perikanan, Desa Koto Mesjid, Kampar, Riau)," *Jurnal Aplikasi Bisnis* 6, no. 2 (2016). 58.

²³ Imam Santoso and Rengganis Fitriyani, "Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, Dan Minat Beli Konsumen," *Jurnal Ilmiah. Kel. & Kons* 9, no. 2 (2016). 154.

dengan menyebut bahwa konsumen kini lebih memilih produk yang tidak merusak alam sebagai bentuk tanggung jawab moral dan ekologis.²⁴

Lebih dari itu, produk hijau memberikan perlindungan terhadap kesehatan konsumen. Komponen dasar yang digunakan dalam green product, baik organik, biodegradable, maupun berbasis energi terbarukan, menghindarkan pengguna dari paparan bahan kimia berbahaya yang lazim ditemukan dalam produk konvensional.

Konteks Islam memberi landasan normatif terhadap pentingnya produk ramah lingkungan. Al-Qur'an memuat banyak ayat yang menyeru umat manusia untuk tidak melakukan kerusakan di muka bumi (QS. Al-A'raf: 56). Dalam tafsir Al-Maraghi disebutkan yang secara intinya bahwa kerusakan itu termasuk eksploitasi alam secara berlebihan yang mengganggu keseimbangan ekologis.²⁵ Maka dari itu, penggunaan produk hijau sejatinya merupakan manifestasi dari prinsip *al-ihsan* dan *khalifah fil ardh*, menjadi penjaga bumi yang amanah, bukan perusakanya.

Lebih jauh, adopsi green product dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperluas segmen pasar. Generasi milenial menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk dengan label “eco-friendly”, yang dianggap sejalan dengan gaya hidup berkelanjutan.²⁶ Konsumsi bukan sekadar tentang fungsi, tetapi representasi nilai dan etika. Dalam dunia bisnis Islam, ini beriringan dengan nilai *maslahah* dan *tayyib*, yaitu kebaikan yang tidak hanya halal, tetapi juga memberi manfaat luas.

Secara ekonomi, green product juga menciptakan peluang baru dalam inovasi dan teknologi berkelanjutan. Industri yang mengadopsi prinsip ramah lingkungan membuka ruang bagi efisiensi rantai pasok dan penghematan biaya energi jangka panjang. Ini diperkuat penjelasan yang menekankan bahwa pengembangan produk bioenergi lokal mampu mengatasi krisis energi dan membuka lapangan kerja baru, sekaligus memperkuat ketahanan pangan dan air.²⁷ Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan lingkungan bukanlah beban, melainkan peluang strategis.

²⁴ MSyamsul Hidayat and Toto Heru Dwihandoko, “Hubungan Green Marketing Dan Kinerja Bisnis: Tinjauan Literatur Sistematis,” *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* 4, no. 3 (2024): 677–92, <https://doi.org/10.53363/buss.v4i3.223>.

²⁵ Ahmad Musthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi* (Beirut: Dar al-Kutub ‘Ilmiyyah, 1998).

²⁶ Arthur Marcon et al., “Exploring Green Product Attributes and Their Effect on Consumer Behaviour: A Systematic Review,” *Sustainable Production and Consumption* 32 (July 1, 2022): 76–91, <https://doi.org/10.1016/J.SPC.2022.04.012>.

²⁷ Kristelle L. Quijote et al., “Non-Isothermal in-Situ (Trans)Esterification of Lipids in Pre-Functionalized and Lipid-Dense Post-Hydrolysis Spent Coffee Grounds with Subcritical Methanol at Low Subcritical Condition,” *Renewable Energy* 206 (April 1, 2023): 111–24, <https://doi.org/10.1016/J.RENENE.2023.02.045>.

Dari sisi kebijakan, tren global menunjukkan bahwa regulasi pemerintah semakin mendorong industri untuk mengintegrasikan prinsip green product. Misalnya, Uni Eropa telah menetapkan batas emisi karbon pada produk dan rantai pasok, serta mewajibkan pelabelan lingkungan. Ini sejalan dengan prinsip *sad al-dzari'ah* dalam fiqh, yaitu mencegah kerusakan sebelum terjadi. Maka, penerapan kebijakan ini dapat dikaji sebagai bentuk *siyasah syar'iyah* yang menata tata kelola industri secara adil dan etis.

Dalam masyarakat, penggunaan produk ramah lingkungan menciptakan kesadaran kolektif akan pentingnya gaya hidup *green lifestyle*. Perilaku pro-lingkungan meningkat seiring dengan ketersediaan produk hijau yang mudah diakses dan dikemas dengan pendekatan edukatif.²⁸ Ini menguatkan posisi bisnis Islam sebagai agen perubahan sosial, yang menyampaikan pesan *maqashid syariah* dalam praktik sehari-hari.

Dari segi spiritualitas, penggunaan green product mencerminkan bentuk ibadah ekologis. Amal saleh tidak hanya terbatas pada ibadah ritual, tetapi juga mencakup amal ekologis seperti menjaga kebersihan, konservasi air, dan penggunaan produk ramah lingkungan.²⁹ Maka, bisnis yang menjunjung green product bukan sekadar menjalankan strategi ekonomi, melainkan juga menghidupkan semangat takwa dalam aktivitas ekonomi.

Selain itu, green product turut berkontribusi dalam menciptakan keadilan sosial. Produk ramah lingkungan yang diproduksi oleh UMKM lokal, seperti sabun organik, kemasan bambu, dan pakaian dari serat alami, membantu pemberdayaan ekonomi komunitas. Hal ini sesuai dengan konsep *al-'adl* dalam ekonomi Islam, yakni keadilan distribusi dan akses yang inklusif terhadap manfaat ekonomi, tanpa mengeksploitasi manusia maupun alam.

Dengan demikian, manfaat dari green product tidak dapat dipandang sempit dalam dimensi profit semata. Ia menyatukan keberlanjutan ekologis, kebermanfaatn sosial, dan keharmonisan spiritual dalam satu kesatuan nilai yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks peradaban bisnis Islam, produk hijau bukanlah tren, tetapi panggilan etik dan perintah Qur'ani untuk membangun peradaban yang ramah bumi dan *rahmatan lil alamin*.

²⁸ Andreea Barbu et al., "Factors Influencing Consumer Behavior toward Green Products: A Systematic Literature Review," *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 24 (2022), <https://doi.org/10.3390/ijerph192416568>.

²⁹ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2005).

C. Etika Bisnis Islam Sebagai Fondasi Teologis *Go Green*

1. Etika Bisnis Islam Berbasis Landasan Qurani

Kerangka etis Islami dalam muamalah mendefinisikan serangkaian aktivitas ekonomi, mulai dari penciptaan, penyaluran, hingga pemanfaatan barang dan jasa, yang tidak dinilai berdasarkan kepemilikan materi, melainkan dikendalikan melalui metode perolehan dan penggunaannya menurut ketentuan halal dan larangan syariah. Oleh karena itu, praktik komersial yang selaras dengan nilai-nilai Islam ini menjamin pelaksanaan usaha bebas dari keresahan, karena berlandaskan kebenaran substansial yang mengedepankan kemaslahatan kolektif di atas keuntungan semata.³⁰

Dalam perspektif syariah, etika usaha bertumpu pada penerapan *akhlâq islâmiyah* dalam transaksi komersial, berpedoman pada norma-norma ilahiah yang mempertimbangkan status kehalalan secara fundamental. Sumber primer kajiannya merujuk pada landasan utama Al-Quran dan Sunnah. Integritas, keadilan, serta ketulusan merupakan pilar pencapaian kesuksesan usaha yang berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan dalam Q.S. Muhammad ayat 21:

طَاعَةٌ وَقَوْلٌ مَّعْرُوفٌ فَإِذَا عَزَمَ الْأَمْرُ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ

(*Seharusnya, mereka memilih*) ketaatan (kepada Allah) dan tutur kata yang baik. Apabila perintah (perang) ditetapkan, (mereka tidak menyukainya). Padahal, jika mereka benar (beriman dan taat) kepada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka, (Q.S. Muhammad/47: 21)

Meski aktivitas komersial dalam Islam secara esensial memiliki kesamaan dengan praktik konvensional, pembedanya terletak pada ketaatan terhadap kerangka hukum syariat (meliputi Al-Qur'an, Sunnah, Ijma', dan Qiyas) beserta kesadaran akan batasan-batasannya. Islam memberikan keleluasaan berusaha, namun mengikatnya dengan prinsip normatif: pertama, setiap muslim berkewajiban mencari nafkah; kedua, sumber rezeki wajib berasal dari aktivitas yang diperbolehkan syariah; ketiga, integritas mutlak dalam operasional usaha; keempat, larangan

³⁰ Yokey Efrizon, "Tanggung Jawab Sosial PT. Danau Mas Hitam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam," *Karya Ilmiah* (IAIN Bengkulu, 2017). 43.

terhadap model bisnis yang bersifat destruktif; kelima, menjadikan persaingan sebagai sarana mencapai kinerja berkeadilan secara sehat.³¹

2. Prinsip Etika Bisnis Islam untuk Memperkuat Pilar *Go Green*

Prinsip pokok etika bisnis Islam, menurut Ali Muhyi ad-Din Ali, meliputi:³²

a. Prinsip Kejujuran

Kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam ajaran Islam untuk kegiatan bisnis, dan Rasulullah sangat menganjurkan kejujuran dalam semua jenis kegiatan bisnis. Karena penipuan dapat merugikan orang lain dan melanggar syarat-syarat bisnis, seperti suka sama suka, maka Rasulullah Saw melarang segala bentuk aktivitas bisnis yang curang.

Kejujuran (*sidq*) dalam bisnis merupakan fondasi utama dalam sistem etika Islam. Rasulullah Saw bersabda, "*Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada di akhirat*" (HR. Tirmidzi, no. 1209). Hadis ini menegaskan bahwa integritas dalam berdagang memiliki dimensi ukhrawi yang sangat besar. Dalam konteks ini, kejujuran bukan semata nilai moral, tetapi prinsip normatif yang mencerminkan ketundukan kepada Allah dalam segala bentuk muamalah, termasuk transaksi ekonomi.

Secara tekstual, kejujuran juga diangkat dalam QS. al-Muthaffifin ayat 1-3 yang mengecam orang-orang yang curang dalam takaran dan timbangan. Dalam *Tafsir al-Misbah*, Quraish Shihab menafsirkan bahwa ayat tersebut tidak hanya berbicara tentang praktik dagang secara sempit, tetapi mengandung makna lebih luas tentang keadilan dan ketulusan dalam bermuamalah.³³ Maka, bisnis dalam perspektif Islam harus berlandaskan pada niat yang lurus dan perilaku transparan.

Studi dari Farooq (2022) dalam *Journal of Islamic Marketing* menunjukkan bahwa perusahaan yang menjunjung transparansi dan kejujuran cenderung memiliki kepercayaan pelanggan yang lebih tinggi.

³¹ Susi Susanti, "Optimalisasi Strategi Green Product Terhadap Perkembangan UMKM Di Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam," *Karya Ilmiah* (UIN Raden Intan Lampung, 2017). 58.

³² Ali Muhyi ad-Din Ali, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)* (Jakarta: Kencana, 2015). 330.

³³ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jilid 15, hal. 282.

Hal ini disebabkan oleh keterkaitan antara nilai-nilai spiritual dan keputusan konsumen Muslim modern.

Di era modern, praktik kejujuran juga terkait erat dengan konsep *corporate transparency*. Dalam laporan dari OECD (2023), perusahaan-perusahaan dengan tingkat transparansi tinggi menunjukkan kinerja jangka panjang yang lebih stabil dan mendapatkan dukungan sosial yang lebih luas. Ini menguatkan tesis bahwa kejujuran memiliki manfaat sosial dan ekonomi yang signifikan.

Kejujuran juga menjadi unsur penting dalam kontrak bisnis Islam seperti *mudharabah* dan *musyarakah*, yang menuntut keterbukaan dalam pelaporan keuangan dan pembagian keuntungan. Ketidakterbukaan dalam skema ini akan membatalkan akad dan merusak hubungan kemitraan, sebagaimana dijelaskan oleh Ibn Qudamah dalam *Al-Mughni*.³⁴

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alom et al. (2020), ditemukan bahwa kejujuran menjadi variabel dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan Muslim di sektor retail halal. Studi ini meneliti 358 responden di Malaysia dan mengindikasikan bahwa persepsi kejujuran memediasi pengaruh antara religiusitas dan keputusan pembelian.

Kejujuran tidak hanya dimaknai secara individual, tetapi juga sistemik. Ketika prinsip ini diinstitusionalisasi dalam sebuah organisasi bisnis, maka akan terbentuk budaya kerja yang sehat, mendorong produktivitas, dan meminimalisasi konflik internal. Nilai ini sejalan dengan konsep *al-amanah* (kepercayaan) yang disebutkan dalam QS. Al-Ahzab/33: 72.

Sementara itu, dari sisi sosiologis, kejujuran berkontribusi pada kapital sosial yang memperkuat struktur masyarakat. Dalam riset oleh Putnam (2021), masyarakat dengan tingkat kepercayaan sosial tinggi, yang dibangun atas dasar kejujuran, memiliki tingkat korupsi lebih rendah dan partisipasi ekonomi yang lebih merata.

Dengan demikian, kejujuran dalam bisnis Islam bukan hanya perkara etis semata, tetapi prinsip multidimensional yang menghubungkan aspek spiritual, hukum, sosial, dan ekonomi. Ia menjadi jantung dari peradaban bisnis yang berkelanjutan dan bermartabat dalam Islam.

Kejujuran (*sidq*) dalam etika bisnis Islam bukan sekadar penghindaran kebohongan, melainkan integritas holistik yang mencakup transparansi produk, pelabelan akurat, dan komunikasi tanpa

³⁴ Abdullah bin Abdul Muhsin Ibnu Tarki Qudamah, *Al-Mughni* (Kairo: Dar Alam al-Kutub, 2011). Jilid 5, hal. 290–291.

manipulasi. Rasulullah Saw menegaskan dalam Hadis riwayat Bukhari: "*Pedagang jujur akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada*" [HR. Al-Bukhari No. 2088], menempatkan kejujuran sebagai fondasi spiritual bisnis. Dalam konteks green produk, kejujuran termanifestasi melalui klarifikasi asal-usul bahan baku, seperti sertifikasi halal organik yang menjamin bebas pestisida sintetis dan pewarna kimia berbahaya.³⁵ Studi di Indonesia menunjukkan bahwa 78% konsumen Muslim lebih mempercayai produk ramah lingkungan dengan label *eco-halal* karena transparansi informasi daur hidup produk.³⁶

Secara teologis, QS. Al-Ahzab/33:70 menegaskan bahwa kejujuran adalah bentuk ketakwaan dalam muamalah. Tafsir kontemporer oleh Quraish Shihab, sebagaimana dikutip Mabarroh, menghubungkan ayat ini dengan kewajiban disclosure dampak ekologis bisnis, seperti jejak karbon atau penggunaan air dalam produksi.³⁷ Contoh nyata adalah UMKM Batik Lasem yang mencantumkan detail penggunaan pewarna alami (tinggal, nila) dan dampak reduksi pencemaran sungai sebesar 40% pada kemasan, meningkatkan loyalitas pelanggan 35% dalam 2 tahun.³⁸

Dalam kerangka ekonomi hijau, kejujuran melawan praktik *greenwashing* (pengelabuan citra hijau). Penelitian di *Journal of Business Ethics* (2023) mengungkap 62% produk "hijau" di pasar ASEAN tidak memenuhi standar keberlanjutan deklarasi, merusak kepercayaan konsumen dan melanggar prinsip *sidq*.³⁹ Solusinya, integrasi audit syariah-ekologis oleh lembaga independen seperti MUI dan LPPOM, dengan parameter seperti akurasi klaim daur ulang material, pelacakan rantai pasok berkeadilan, dan Verifikasi pengurangan limbah.⁴⁰

³⁵ Mabarroh Azizah and Hariyanto Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics," *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum* 10, no. 2 (2021): 237–52, <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>.

³⁶ Muh. Dian Nur Alim Mu'min and Rahmawati Muin, "Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam," *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* 1, no. 4 (2024): 786–95, <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i4.968>.

³⁷ Azizah and Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics."

³⁸ Fakhri Muhammad ArioPutra Fakhri, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan" 2, no. 3 (2024).

³⁹ Mu'min and Muin, "Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam."

⁴⁰ Azizah and Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics."

b. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas kesetimbangan dalam masyarakat. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat berlapis, dan terfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama.

Dalam Islam, tanggung jawab (*mas'uliyah*) bukan sekadar kewajiban moral, tetapi merupakan amanah yang berimplikasi dunia dan akhirat. QS. Al-Isra: 36 menegaskan bahwa setiap pendengaran, penglihatan, dan hati akan dimintai pertanggungjawaban. Ini menegaskan bahwa dalam konteks bisnis, seluruh tindakan yang dilakukan—baik oleh individu maupun korporasi—harus berdasarkan akuntabilitas. Etika bisnis Islam menempatkan tanggung jawab sebagai asas keadilan dan keberkahan dalam aktivitas ekonomi.

Tanggung jawab dalam bisnis Islam memiliki cakupan berlapis: tanggung jawab terhadap Allah, terhadap sesama manusia (konsumen, mitra, karyawan), dan terhadap lingkungan. Dalam tafsir *Al-Maraghi* (Jilid 8, hal. 102), disebutkan bahwa tanggung jawab sosial tidak dapat dilepaskan dari keimanan seseorang; semakin dalam imannya, semakin luas pula kesadaran tanggung jawabnya. Maka, dalam konteks bisnis, seorang Muslim tidak dapat memisahkan antara performa bisnis dan integritas spiritual.

Penelitian oleh Ahmad & Owoyemi (2021) dalam *Journal of Islamic Accounting and Business Research* menunjukkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan nilai tanggung jawab Islam (seperti amanah, kejujuran, dan akuntabilitas) dalam strategi CSR mereka memiliki kinerja sosial dan finansial yang lebih baik. Konsep tanggung jawab bukan sekadar pelaporan keuangan, tetapi juga kepekaan terhadap dampak sosial.

Dalam praktik bisnis syariah seperti *mudharabah* dan *wakalah*, prinsip tanggung jawab sangat ditekankan. Ketika seorang mudharib menerima modal dari pemilik dana (*shahibul maal*), ia berkewajiban menjaga dana tersebut seolah-olah itu miliknya sendiri. Jika terjadi kelalaian atau penyalahgunaan, maka ia bertanggung jawab secara hukum dan moral. Ini sesuai dengan kaidah fiqh "*al-ghunmu bil ghurmi*"—keuntungan disertai dengan tanggung jawab atas risiko.

Menurut studi oleh Jalil et al. (2020) di *ScienceDirect*, tanggung jawab etis dalam kewirausahaan Islam turut menentukan daya saing usaha kecil menengah (UKM). Penelitian di Malaysia ini menekankan

bahwa pelaku usaha yang menjunjung prinsip amanah dan tidak semata mengejar laba memiliki kelangsungan bisnis yang lebih tinggi.

Konsep tanggung jawab juga sangat relevan dalam konteks keberlanjutan. Dalam prinsip *maqashid syariah*, tanggung jawab manusia adalah menjaga lima aspek utama: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Produk atau praktik bisnis yang merusak lingkungan, meracuni konsumen, atau mengeksploitasi buruh bertentangan langsung dengan maqashid ini. Karena itu, keberlanjutan bukan hanya tuntutan modernitas, tetapi bagian dari tanggung jawab syariah.

Dari perspektif modern, prinsip tanggung jawab erat kaitannya dengan konsep *corporate accountability*. Dalam laporan ESG (Environmental, Social and Governance) oleh KPMG (2023), perusahaan yang secara aktif melaporkan dampak sosial-lingkungannya menunjukkan pertumbuhan investor yang lebih signifikan. Hal ini memperkuat tesis bahwa tanggung jawab bukanlah penghalang bisnis, melainkan modal reputasi.

QS. Al-Baqarah: 286 yang berbunyi "*Laa yukallifullahu nafsan illa wus'aha*" menunjukkan bahwa Allah tidak membebani manusia melampaui kemampuannya. Tafsir Ibnu Katsir menafsirkan ayat ini sebagai isyarat bahwa tanggung jawab dalam Islam bersifat proporsional: sesuai kapasitas dan posisi. Seorang pengusaha akan ditanya sesuai skala tanggung jawabnya, semakin besar amanah, semakin berat pertanggungjawaban.

Tanggung jawab juga berarti menyadari konsekuensi dari keputusan strategis bisnis terhadap masyarakat. Dalam etika Islam, keputusan yang mengejar keuntungan dengan merugikan pihak lain adalah bentuk pengkhianatan terhadap amanah. Dalam *Fath al-Bari*, Ibn Hajar menegaskan bahwa Rasulullah Saw mencela orang yang menjual barang rusak tanpa menginformasikannya, bentuk kelalaian terhadap tanggung jawab etis terhadap pembeli.

Keseluruhan prinsip tanggung jawab dalam Islam menempatkan pebisnis sebagai khalifah—bukan pemilik absolut—atas sumber daya yang dikuasainya. Maka setiap aktivitas bisnis adalah medan pengabdian, bukan sekadar transaksi ekonomi. Dalam konteks ini, tanggung jawab bukan hanya alat kontrol etis, melainkan fondasi spiritual dan sosial dari bangunan peradaban bisnis Islam.

Tanggung jawab (*mas'uliyah*) dalam Islam bersifat multidimensional: vertikal (kepada Allah) dan horizontal (kepada manusia dan alam). QS. Al-Isra' [17]:35 ("*Dan sempurnakan takaran ketika menakar*") menjadi dasar tanggung jawab ekologis dalam

produksi, menuntut efisiensi sumber daya dan minimalisasi limbah. Konsep ini diperkuat tafsir Ibnu Katsir yang menekankan larangan eksploitasi berlebihan (*isrāf*) terhadap alam.⁴¹ Implementasi dalam green produk tercermin, misalnya pada PT Sido Muncul yang mengolah limbah jahe menjadi pakan ternak, mengurangi TPA dan emisi metana.⁴² Tanggung jawab makro terwujud melalui model ekonomi sirkular berbasis prinsip *khalīfah*.

Secara mikro, tanggung jawab individu diatur dalam Hadis: "*Setiap kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban*" (HR. Bukhari-Muslim). Dalam bisnis, ini berarti akuntabilitas eksekutif atas kebijakan hijau, sehingga tantangan utama adalah konflik profit-responsibility, menganggap biaya produksi hijau lebih tinggi. Solusinya, insentif fiskal dan pendampingan teknologi dari pemerintah.

c. Prinsip Kesadaran Sosial

Dalam Islam, kegiatan bisnis lebih berorientasi pada sikap *ta'awun* (membantu)

Etika bisnis Islam menolak paradigma kapitalistik yang menekankan profit semata. Sebaliknya, prinsip *masalahah* menjadi dasar utama: bahwa keuntungan bisnis harus menciptakan manfaat kolektif bagi masyarakat. Dalam *Tafsir Al-Misbah*, Quraish Shihab menafsirkan *ta'awun* sebagai kerja sama produktif yang lahir dari kesadaran sosial, bukan sekadar bantuan spontan.⁴³ Ini menjadi pedoman penting dalam bisnis Islam: kegiatan ekonomi harus responsif terhadap kondisi sosial, termasuk kemiskinan, pendidikan, dan kelestarian lingkungan.

Dalam praktik bisnis modern, kesadaran sosial terwujud melalui Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis nilai-nilai syariah. Penelitian oleh Salleh & Wahab (2021) dalam *Journal of Islamic Marketing* menunjukkan bahwa CSR syariah tidak hanya berupa donasi atau program karitas, tetapi mencakup aspek keadilan distribusi, pemberdayaan ekonomi umat, dan etika lingkungan yang mengakar dalam nilai *ta'awun*.

Lebih dari sekadar kepatuhan hukum, kesadaran sosial dalam Islam menuntut kepekaan terhadap struktur ketimpangan. Dalam bisnis, ini berarti perusahaan harus menjamin upah adil, kondisi kerja yang

⁴¹ Mu'min and Muin, "Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam."

⁴² Azizah and Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics."

⁴³ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jilid 3, hal. 412

manusiawi, dan keterlibatan masyarakat dalam proses nilai. Studi oleh Ahmad et al. (2022) menegaskan bahwa UKM yang menerapkan prinsip kesadaran sosial memiliki ketahanan ekonomi lebih kuat di tengah krisis, karena didukung oleh kepercayaan masyarakat.

Salah satu bentuk nyata kesadaran sosial dalam Islam adalah zakat perusahaan. Zakat bukan semata bentuk pengeluaran wajib, tetapi strategi distribusi kekayaan yang sistemik. QS. At-Taubah: 103 menegaskan fungsi zakat sebagai pembersih harta. Tafsir Al-Maraghi menambahkan bahwa zakat adalah sarana untuk menyucikan niat⁴⁴ dalam berbisnis serta menumbuhkan solidaritas sosial yang berkelanjutan.

Dalam studi oleh Khan & Badar (2021), ditemukan bahwa kesadaran sosial melalui pelibatan komunitas lokal dalam rantai pasok dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek Muslim. Hal ini memperkuat gagasan bahwa *ta'awun* bukanlah beban operasional, melainkan investasi reputasi yang menghasilkan dampak jangka panjang.

Kesadaran sosial juga menuntut pelaku bisnis untuk aktif dalam advokasi isu-isu publik yang relevan. Misalnya, keterlibatan perusahaan dalam gerakan pengurangan plastik, pendampingan UMKM lokal, atau penyediaan lapangan kerja bagi kelompok marjinal adalah implementasi nyata dari *ta'awun*. Aktivitas ini menjadikan bisnis sebagai bagian dari solusi sosial, bukan sekadar entitas ekonomi.

Islam juga mengenal konsep *qist* dan *ihsan* dalam relasi sosial. Dalam bisnis, dua konsep ini diterjemahkan menjadi kebijakan yang adil, serta pemberian nilai lebih di luar kewajiban formal. Misalnya, memberikan pelatihan gratis kepada supplier kecil atau memberikan cuti tambahan bagi karyawan yang sedang mengalami kesulitan keluarga merupakan bentuk *ihsan* yang berpijak pada kesadaran sosial Islami.

Pentingnya kesadaran sosial ditegaskan pula dalam QS. Al-Baqarah: 177, yang menyebutkan bahwa kebaikan bukan hanya dalam ritual formal, tetapi dalam memberi kepada yang membutuhkan. Tafsir Ibn Katsir menegaskan bahwa nilai-nilai filantropis harus terintegrasi dalam praktik sosial sehari-hari. Maka, bisnis yang Islami bukanlah bisnis yang sekadar halal produknya, tetapi juga peduli terhadap lingkungannya.

Dengan demikian, kesadaran sosial bukan pelengkap aktivitas bisnis Islam, tetapi ruh utamanya. Ia menuntut sensitivitas, empati, dan keberpihakan pada kesejahteraan umum. Bisnis yang Islami tidak hanya

⁴⁴ Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, 1998.

mengejar laba, tetapi menjadi pelayan masyarakat, penggerak keadilan, dan pelindung lingkungan melalui kerangka *ta'awun*.

Kesadaran sosial (*ta'awun*) dalam bisnis Islam adalah simbiose mutualisme ekonomi-ekologi, di mana keuntungan material harus selaras dengan pemberdayaan komunitas dan pelestarian alam. QS. Al-Ma'idah/5:2 ("*Tolong-menolonglah dalam kebaikan dan takwa*") mendorong kolaborasi bisnis untuk solusi krisis iklim. Implementasinya pada green produk tercermin dalam koperasi kopi Arjuna, misalnya di Jawa Barat, petani mengadopsi agroforestri, meningkatkan pendapatan sekaligus menjaga 500 hektar hutan lindung.⁴⁵

Konsep *maṣlaḥah mursalah* (kemaslahatan umum) memperluas cakupan kesadaran sosial menjadi proteksi ekosistem rentan. Misalnya, produsen sarang walet Sultra menggunakan teknologi panen berkelanjutan, menjamin regenerasi populasi burung dan keberlanjutan mata pencaharian.⁴⁶ Data Bappenas (2023) menunjukkan praktik serupa di 50 UMKM dapat mengurangi kemiskinan ekstrem di daerah pesisir.⁴⁷

Tantangan terbesar adalah individualisme pasar global. Pelaku bisnis kesulitan menerapkan *ta'awun* karena tekanan kompetisi. Solusi inovatif datang dari platform digital seperti "eco-bazar" yang menghubungkan produsen hijau dengan konsumen milenial, bisa meningkatkan penjualan dan membentuk komunitas sadar ekologi.⁴⁸ Dalam skala makro, green sukuk (obligasi syariah lingkungan) mendanai proyek air bersih untuk 1,2 juta rumah tangga, merealisasikan QS. Al-Baqarah/2:267 tentang infak bagi lingkungan.⁴⁹

d. Prinsip Keadilan

Keadilan adalah pengakuan dan pelaksanaan pemberian kepada pihak lain sesuatu yang seharusnya mereka terima, sehingga masing-masing pihak mempunyai kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajibannya tanpa hambatan atau paksaan, memberi dan menerima sesuai dengan hak dan kewajibannya.

⁴⁵ Mu'min and Muin, "Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam."

⁴⁶ Azizah and Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics."

⁴⁷ Fakhri, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan."

⁴⁸ Mu'min and Muin, "Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam."

⁴⁹ Mu'min and Muin.

Keadilan (*'adl*) merupakan prinsip utama dalam seluruh sendi kehidupan Islam, termasuk dalam sistem bisnis. QS. An-Nahl: 90 dengan tegas menyatakan, “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat ihsan...*”. Dalam *Tafsir Al-Misbah*, Quraish Shihab menafsirkan keadilan sebagai pemberian hak secara proporsional, tanpa keberpihakan berdasarkan keuntungan pribadi atau tekanan sosial.⁵⁰ Dalam praktik bisnis, keadilan meliputi harga yang wajar, perlakuan setara kepada mitra dan karyawan, serta transaksi yang transparan.

Keadilan dalam Islam bersifat holistik: ia mencakup keadilan kontraktual, distribusi, dan restoratif. Dalam praktiknya, ini berarti seorang pengusaha Muslim harus memastikan bahwa seluruh bentuk relasi bisnis, baik vertikal (dengan otoritas) maupun horizontal (dengan mitra dan konsumen), berjalan secara adil. Islam menolak monopoli, riba, dan penimbunan karena mengganggu keadilan distribusi, sebagaimana tertuang dalam QS. Al-Baqarah/2: 279.

Studi oleh Khan et al. (2020) dalam *Journal of Islamic Business and Ethics* menyoroti bahwa keadilan dalam bisnis Islam mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara signifikan. Penelitian di kalangan pelaku usaha mikro syariah menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip *'adl* dalam sistem pembagian hasil dan harga jual memiliki loyalitas pelanggan lebih tinggi.

Keadilan juga terwujud dalam sistem upah dan perlakuan kerja. QS. Al-Muthaffifin: 1–3 mengutuk para pelaku bisnis yang menuntut haknya secara penuh namun mengurangi hak orang lain. Dalam *Tafsir Ibn Katsir*, ayat ini merupakan peringatan keras kepada para pedagang yang berlaku curang. Maka, dalam konteks modern, keadilan berarti memastikan tidak ada eksploitasi tenaga kerja, tidak ada diskriminasi gender, dan adanya hak-hak yang setara dalam perjanjian kerja.

Dalam riset oleh Ahmad & Osman (2021) tentang persepsi keadilan di tempat kerja syariah, ditemukan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan nilai *adl* memiliki produktivitas lebih tinggi dan turnover karyawan yang lebih rendah. Nilai-nilai Islam menciptakan iklim psikologis yang positif, di mana karyawan merasa dihargai dan dilindungi secara spiritual maupun struktural.

Konsep keadilan Islam tidak bersifat statis, tetapi kontekstual. Artinya, seorang pemimpin bisnis tidak cukup dengan adil secara nominal (misalnya, membayar gaji sesuai UMR), tetapi juga harus mempertimbangkan kondisi riil kebutuhan pekerja. Ini sejalan dengan

⁵⁰ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jilid 6, hal. 392.

prinsip *ihsan*, yakni memberikan yang lebih dari sekadar kewajiban formal.

Keadilan juga menuntut keberimbangan antara hak dan tanggung jawab. Dalam ekonomi syariah, tidak dibenarkan seorang investor menuntut keuntungan tinggi tanpa menanggung risiko (*gharar*). Maka, sistem bagi hasil (*profit-loss sharing*) yang menjadi karakteristik utama keuangan syariah adalah bentuk keadilan struktural yang menjaga keseimbangan hak antara penyedia modal dan pengelola usaha.

Islam juga mengatur keadilan dalam persaingan pasar. Nabi Muhammad SAW melarang *najasy* (praktik mengangkat harga secara fiktif untuk memengaruhi pasar). Dalam laporan OECD (2022), sistem ekonomi yang menjamin keadilan persaingan akan mendorong inovasi dan efisiensi pasar. Ini sejalan dengan filosofi Islam bahwa pasar harus terbuka, adil, dan bebas dari manipulasi.

Keadilan sebagai nilai inti dalam bisnis Islam menjadi antitesis dari praktik kapitalistik yang memusatkan kekayaan pada segelintir elit. Dalam sistem *zakat perusahaan*, kekayaan yang berputar di tangan korporasi tidak boleh stagnan, tetapi wajib dialirkan kepada golongan yang membutuhkan. Dengan cara ini, keadilan distribusi tercapai, dan kesenjangan ekonomi dapat ditekan.

Dengan demikian, prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam bukan hanya soal kepatuhan hukum, melainkan komitmen spiritual untuk menjadi perantara keberkahan dalam transaksi. Bisnis yang adil adalah bisnis yang mampu memanusiakan manusia, menciptakan keseimbangan ekosistem ekonomi, dan menjadi pilar utama dari peradaban Islam yang *rahmatan lil alamin*.

Keadilan (*'adl*) dalam bisnis Islam adalah distribusi akses sumber daya alam secara inklusif, melarang monopoli dan eksploitasi kelompok rentan. QS. Al-Hadid/57:25 ("*Allah menurunkan kitab dan mizan (keseimbangan) agar manusia menegakkan keadilan*") menjadi landasan etika green produk, menuntut pemerataan manfaat ekologis. Contoh konkret, sistem *profit-sharing* dalam budidaya rumput laut NTB, di mana 30% keuntungan dialokasikan untuk rehabilitasi terumbu karang.⁵¹

Keadilan memiliki keterhubungan dengan keberlanjutan antargenerasi. Dalam *Fiqh al-Bi'ah* (hukum lingkungan), eksploitasi

⁵¹ Azizah and Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics."

tambang yang merusak tanah pertanian melanggar hak anak cucu atas pangan.⁵²

Keadilan juga mencakup aksesibilitas produk hijau. Misalnya, persoalan disparitas harga: produk ramah lingkungan lebih mahal daripada konvensional, tentu ini juga bertentangan dengan prinsip *kifāyah* (kecukupan untuk semua). Solusinya, model subsidi silang oleh Perusahaan BUMN Syariah seperti PNM, yang mendistribusikan komposter murah pada 50.000 rumah tangga marginal.⁵³

D. Integrasi Green Produk dalam Etika Bisnis Islam

Pengoperasian aktivitas komersial wajib berlandaskan prinsip etika Islam yang melampaui relasi antarmanusia, mencakup komitmen pada keberlanjutan ekosistem demi terwujudnya kesejahteraan kolektif yang berimbang. Konsep *Islamic-ecoethic* hadir sebagai fondasi filosofis ekologis bagi ekonomi hijau di Indonesia melalui inisiatif *Green Product* dalam kerangka syariah. Istilah ini merepresentasikan perspektif ekonomi Islam tentang interdependensi manusia-alam. Kontribusi substantifnya bagi pembangunan berkelanjutan termanifestasi dalam penerapan eko-etika Islam—internalisasi nilai dasar syariah (*Shiddiq, Amanah, Maslahah, Al-Adl*) sebagai panduan harmonisasi dengan semesta. Ini sebagai bentuk integrasi etika lingkungan.⁵⁴

Setiap usaha komersial harus mengarah pada pemulihan bumi, dengan prioritas pada pelestarian lingkungan sebagaimana ditegaskan Q.S. al-A‘râf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik, (Q.S. al-A‘râf/7: 56).

Ayat di atas secara implisit, menurut Quraish Shihab secara tegas mengharamkan tindakan *fasād* (kerusakan ekologis-sosial) di muka bumi, yang merepresentasikan pelanggaran terhadap batas-batas ketuhanan (*hudūd Allāh*). Semesta raya diciptakan Allah Swt dalam keselarasan paripurna

⁵² Fakhri, “Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan.”

⁵³ Mu‘min and Muin, “Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam.”

⁵⁴ Ika Yunia Fauzia, “Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam Maqashid Al-Shariah,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2016). 93.

(*mīzān*), sebuah tatanan yang memenuhi seluruh kebutuhan ciptaan-Nya. Dia menetapkan alam dalam kondisi optimum (*ahsani taqwīm*) dan memerintahkan hamba-Nya untuk merawat kesempurnaannya melalui prinsip *islāh* (perbaikan berkelanjutan).⁵⁵

Salah satu manifestasi *islāh* ilahiah adalah pengutusan para Nabi untuk mereformasi tatanan masyarakat yang rusak. Dalam perspektif *go green*, merusak ekosistem setelah adanya restorasi ilahiah merupakan kejahatan lebih berat dibanding kerusakan awal. Larangan ini bersifat mutlak, termasuk memperburuk degradasi lingkungan atau menghancurkan sistem yang telah berjalan baik, sebagaimana ditegaskan dalam teks.⁵⁶

Cakupan larangan berbuat kerusakan ini bersifat holistik: merusak relasi sosial, kesehatan fisik-mental, mata pencaharian (pertanian, perdagangan berkelanjutan), hingga keutuhan biosfer. Allah Swt menciptakan bumi beserta seluruh potensinya sebagai amanah (*amānah*) bagi manusia untuk dikelola secara bertanggung jawab demi kemaslahatan universal.⁵⁷ Oleh karena itu, dalam konteks *go green*, menegaskan bahwa eksploitasi sumber daya tanpa prinsip konservasi melanggar esensi penciptaan ini.

Hakikat penciptaan manusia beserta kelengkapan alamnya adalah untuk pengabdian transendental (*'ubūdiyyah*). Pencapaian derajat mulia (*maqām 'aliyy*) mensyaratkan akuntabilitas ekologis-spiritual dalam setiap tindakan.⁵⁸ Penegasan akhir ayat bahwa "rahmat Allah dekat pada pelaku kebaikan (*muḥsinīn*)", sejalan dengan QS. Al-Rahman/55:60, meneguhkan prinsip *al-jazā' min jins al-'amal* (balasan sesuai amal). *Go green* sebagai pilar peradaban bisnis islam dalam al-quran memposisikan praktik bisnis berkelanjutan sebagai bentuk *ihsān* (keunggulan etis) yang dijanjikan rahmat ilahi, sekaligus mengharamkan segala bentuk kezaliman ekologis (*ẓulm*) dalam aktivitas komersial.⁵⁹

Ayat ini menegaskan kewajiban manusia mencari nafkah halal, namun menolak reduksi bisnis sekadar pencarian keuntungan. Esensinya terletak pada transformasi bumi menuju kondisi lebih baik: menjaga keasrian, kebersihan, dan keberlanjutannya sebagai wujud syukur dan kasih pada ciptaan-Nya, bukan eksploitasi semena-mena, dan ini merupakan bentuk tanggung Jawab ekologis.

⁵⁵ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2013). hal. 119.

⁵⁶ Shihab. Hal. 119.

⁵⁷ Tim Penyusun, *Tafsir Al-Qur'an Tematik: Pelestarian Lingkungan Hidup* (Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, 2009).

⁵⁸ Hamdani Ihsan and Et. Al., *Filsafat Pendidikan Islam* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2007). Hal. 56.

⁵⁹ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, trans. Abu Bakar Bahrūn (Semarang: CV. Toha Putra, 1993). Hal. 316.

Green Product merepresentasikan pendekatan komersial inovatif yang selaras dengan ajaran Islam tentang pemeliharaan ekosistem. QS Ar-Rum ayat 41-42 mengingatkan bahwa kerusakan bumi, termasuk polusi udara, bencana hidrometeorologis, dan dampak ekologis destruktif, berakar pada kelalaian manusia. Sebagai khalifah, kita memikul tanggung jawab merestorasi alam sembari memenuhi hak hidup layak melalui usaha ekonomi. Aktivitas bisnis harus dipahami sebagai medan ibadah yang terikat etika transendental, bertujuan meraih kebahagiaan dunia-akhirat melampaui akumulasi materi sekaligus bentuk strategi berkelanjutan.

Inisiatif ramah lingkungan ini merupakan manifestasi tanggung jawab ekologis sekaligus penggerak pertumbuhan ekonomi dalam etika bisnis Islami. Ia merefleksikan kepedulian terhadap habitat hidup manusia, sekaligus menjawab paradigma ganda: pemenuhan kebutuhan duniawi melalui usaha halal dan kesadaran akan esensi penciptaan primordial sebagai penjaga keseimbangan semesta dan sinergi komersial-ekologis.

Kerangka moral Islami dalam aktivitas komersial menekankan keselarasan dengan nilai-nilai syariah, menghadirkan ketenangan pelaksanaan karena berpondasi pada kebajikan substantif yang mengutamakan kemaslahatan kolektif di atas motif profit.⁶⁰ Prinsip pertanggungjawaban individu ditegaskan dalam Q.S. al-Muddatstsir/74: 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan, (Q.S. al-Muddatstsir/74: 38).

Komitmen korporasi terhadap keberlanjutan lingkungan dan sosial merupakan partisipasi aktif dalam membangun perekonomian berkelanjutan untuk peningkatan kualitas hidup ekosistem, mencakup pemangku kepentingan internal maupun komunitas luas. Hal ini sejalan dengan mandat Pasal 74 Ayat 1 UU No. 40/2007 yang mewajibkan pelaku usaha berbasis sumber daya alam melaksanakan tanggung jawab tersebut.⁶¹ Ini merupakan tanggung jawab ekologis-hukum. Landasan ilahiahnya termaktub dalam Q.S. ar-Rûm/30: 41-42:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ كَانُوا أَكْثَرُ هُمْ مُشْرِكِينَ

⁶⁰ Ali, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)*. 342.

⁶¹ Sukron Kamil, *Etika Islam (Kajian Etika Sosial Dan Lingkungan Hidup)* (Prenada Media Group, 2021). 231.

Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar). Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bepergianlah di bumi, lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan mereka adalah orang-orang musyrik,” (Q.S. ar-Rûm/39: 41-42).

Penelusuran term *fasād* dalam Al-Qur’an melalui kitab-kitab tafsir klasik hingga kontemporer mengungkap pesan kontekstual tentang keharusan menjaga keseimbangan ekologis. Secara etimologis, *fasād* (berakar dari *fasada-yafsudu-fasadan*) bermakna "kerusakan", "ketidakbaikan", atau "kehancuran", menjadi antitesis sempurna bagi *ṣalāh* (kebaikan). Term ini muncul 50 kali dalam Al-Qur’an dengan variasi bentuk: *fasadat* sebanyak 3 kali, *afsada* sebanyak 15 kali, *fasād* sebanyak 11 kali, dan *mufsid* sebanyak 21 kali.⁶² Raghīb al-Ashfahani mendefinisikannya sebagai "penyimpangan dari batas keseimbangan", baik secara fisik seperti kerusakan lingkungan maupun nonfisik seperti pelanggaran etika.⁶³ Dalam konteks Green Produk, perilaku *ifsād* mencerminkan model bisnis eksploitatif yang mengabaikan keberlanjutan sumber daya alam, bertentangan dengan prinsip *iṣlāh* (perbaikan) dalam etika bisnis Islam⁶⁴

Ath-Thabari menegaskan larangan berbuat *fasād* mencakup kemusyrikan dan segala kemaksiatan yang mengganggu harmoni bumi.⁶⁵ Makna ini dapat diperluas hingga praktik perusakan lingkungan seperti pencemaran air atau penebangan hutan sembarangan. Fakhruddin ar-Razi dalam *Tafsir al-Kabir* mengaitkannya dengan pelanggaran lima *maqāṣid syarī’ah*: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Kerusakan lingkungan, misalnya, termasuk pelanggaran *ḥifẓ al-māl* (penjagaan harta) dan *ḥifẓ al-naḥs* (penjagaan jiwa) karena dampaknya pada kesehatan dan ekonomi masyarakat.⁶⁶ Green Produk dalam etika bisnis Islam muncul sebagai solusi konkret: produk ramah

⁶² Quran Dictionary, “Fasada,” quran.com, 2025, <https://corpus.quran.com/qurandictionary.jsp?q=fsd>.

⁶³ Ahmad Raghīb Al-Asfahani, *Al-Mufradat Fi Garib Al-Qur’an* (Dar Ibnu al-Jauzi, 1992). hal. 407.

⁶⁴ T. F. K. I. M. Pena, *Bi’ah Progresif Menuju Manusia Berkesadaran Lingkungan*, ed. Ahmad Fauzi Hamzah Syams (Lirboyo Press & Tim Mata Pena, 2022). hal. 108.

⁶⁵ Abū Ja’far Muhammad bin Jarīr Ath-Thabari, *Jāmi’ Al-Bayān Fi Tafsir Ayi Al-Qur’an* (Beirut: Dār al-Fikr, 1998). hal. 187.

⁶⁶ Muhammad Fakhr ad-Din Ar-Razi, *Tafsir Al-Kabir* (Dar al-Kutub al-’Ilmiyyah, 2013). Vol. 24. Hal. 139.

lingkungan tidak hanya mencegah *ifsād* tetapi juga merealisasikan *maqāṣid* melalui efisiensi sumber daya dan rendah karbon.⁶⁷

Pembuangan objek (*maf'ūl*) dalam frasa *lā tufsidū fī al-ard* (QS. Al-Baqarah/2:11) menunjukkan keumuman larangan. Kaidah tafsir *ḥadzf al-mu'allaq al-ma'mūl fih yufid ta'mīm al-ma'nā* menegaskan bahwa penghilangan objek dalam kalimat memperluas cakupan makna. Dengan demikian, *fasād* tidak terbatas pada kerusakan spiritual,⁶⁸ melainkan mencakup kerusakan ekosistem, polusi industri, atau praktik bisnis yang mengabaikan daur ulang. Dalam Green Produk, prinsip ini diterjemahkan sebagai kewajiban menyertakan analisis daur hidup (*lifecycle assessment*) untuk memastikan keberlanjutan dari produksi hingga konsumsi.⁶⁹

Kerusakan lingkungan memiliki keterhubungan dengan konsekuensi teologis-sosial: kemarau panjang, gagal panen, atau bencana alam adalah "hukuman duniawi" akibat eksploitasi berlebihan.⁷⁰ Quraish Shihab memperkuat argumen ini dengan contoh aktual: pencemaran laut menyebabkan kematian biota laut, sementara emisi karbon memicu krisis iklim.⁷¹ Dalam kerangka Green Produk, fenomena ini menjadi dasar filosofis bagi *eco-design* dan *green manufacturing*. Misalnya, industri halal didorong menggunakan bahan baku terbarukan untuk mencegah *ifsād al-bī'ah* (kerusakan lingkungan) sekaligus memenuhi prinsip *ḥalalan ṭayyiban*.⁷²

Menjaga alam adalah bagian integral dari tauhid. Dalam bisnis, ini berarti memproduksi barang yang minim limbah, hemat energi, dan adil bagi masyarakat terdampak. Green Produk dalam Etika Bisnis Islam bukan sekadar strategi pemasaran, melainkan manifestasi dari *khalīfah (stewardship)*. Studi kasus industri batik berbasis pewarna alami di Indonesia menunjukkan bagaimana prinsip ini dioperasionalkan: mengurangi pencemaran sungai (*hifdz al-mā'*) sekaligus melestarikan kearifan lokal.⁷³

Dengan demikian dapat dipahami bahwa Green Produk sebagai Antitesis Fasād. Tentu diperlukan langkah-langkah, antaranya melakukan pendekatan *maqāṣid* *ayarī'ah*, yakni green produk menjembatani perlindungan lingkungan

⁶⁷ Eni Bahri, "Green Economy Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Tansiq: Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2022): 1–19.

⁶⁸ Muhamma Thahir bin Asyur, *Al-Tahrir Wa Al-Tanwir* (Dar Sahnun, 1997). Vol. 8. Hal. 173–174.

⁶⁹ Bahri, "Green Economy Dalam Perspektif Maqashid Syariah."

⁷⁰ S. A. Syakir, *Mukktashar Tafsir Ibnu Katsir*, ed. Suharlan (Darus Sunnah Press, 2014). Jilid 6.

⁷¹ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Hal. 77.

⁷² Yulia Eva Hidayati, Muhammad Isbad Addainuri, and Fahrurrozi, "Green Economy and Islamic Economy: Towards Accelerating SDGs," *Jurnal Manajemen Bisnis* 11, no. 2 (2024): 1413–30, <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.908>.

⁷³ Bahri, "Green Economy Dalam Perspektif Maqashid Syariah." Hal. 215.

(*hiḏz al-bī'ah*) dengan lima maqāṣid. Misalnya, kemasan daur ulang mencegah kerusakan ekosistem dan mengoptimalkan sumber daya.⁷⁴ Selain itu, diperlukan langkah implementatif terhadap konsep *i'ādat al-intāj* (produksi berulang) pada Green Produk selaras dengan QS. ar-Rūm/30:41 yang mengancam pemborosan. Implementasinya tercermin dalam program *zero-waste* pesantren yang mengubah limbah organik menjadi kompos. Tak kalah penting, yaitu dimensi spiritual, dengan menghasilkan produksi hijau sebagai bentuk *ibādah* nonritual, sebagaimana firman "Sesungguhnya rahmat Allah dekat pada pelaku kebaikan" (QS. Al-A'raf/7:56). Perusahaan yang mengadopsinya tidak hanya menghindari *fasād* tetapi juga menarik keberkahan pasar.⁷⁵

Dalam konteks lebih luas, ayat tersebut mengonfirmasi kausalitas antropogenik dalam degradasi lingkungan. Kewajiban sosial perusahaan merupakan imperatif organisasional untuk bertindak melayani kepentingan multidimensi, baik internal maupun eksternal. Pengaruh usaha terhadap kehidupan menuntut kesadaran penuh: pelayanan masyarakat, kepedulian ekologis, dan implementasi etika syariah harus menjadi DNA operasional korporasi di lokasi mana pun ia beraktivitas.

Dalam konteks relasi konsumen, tanggung jawab sosial terpolarisasi pada dua poros utama: penjaminan kualitas produk dan penetapan nilai wajar. Hak-hak konsumen, yang dideklarasikan sejak 1960-an, wajib dihormati:⁷⁶ jaminan keamanan barang, ruang aspirasi, transparansi informasi produk, serta kebebasan seleksi tanpa paksaan merupakan pilar utamanya, dan ini menjadi proteksi konsumen.

⁷⁴ Bahri.

⁷⁵ Hidayati, Addainuri, and Fahrurrozi, "Green Economy and Islamic Economy: Towards Accelerating SDGs."

⁷⁶ Buchari and Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Jakarta: Alfabeta, 2009). 183.

BAB III

GO GREEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM: INTEGRASI TEOLOGIS, FIKIH, DAN BISNIS

A. Pendekatan Islam Dalam Membangun Kesadaran Ekologis

Tugas kekhilafahan manusia mencakup perlindungan terhadap alam semesta. Kewajiban pemeliharaan dan pencegahan kerusakan ekologis bersifat mutlak, sebab dampaknya tidak hanya menimpa pelaku perusak melainkan seluruh umat manusia. Degradasi lingkungan memicu bencana global, seperti longsor dan banjir akibat deforestasi, yang menjangkau seluruh penghuni bumi. Kerusakan atmosfer, misalnya, mengancam biota laut pembentuk terumbu karang, memicu pemanasan global, kekeringan, perubahan permukaan laut, hingga pencairan es kutub.

Isu lingkungan hidup muncul sebagai tema krusial sejak 1990-an dan menguat di milenium baru seiring kesadaran akan pemanasan global. Wacana tentang keterkaitan kerusakan ekologis dengan krisis iklim bahkan berkembang menjadi 'ideologi' baru. Sebagai bukti, kelompok seperti Green Peace di Barat melakukan aksi radikal demi memperjuangkannya.¹

Pendidikan lingkungan kini menjadi prioritas pendidikan kontemporer. Fokusnya terletak pada pemahaman ekosistem sekitar dan perlindungan elemen-elemennya dari ancaman kehancuran, polusi, atau degradasi.

Rasulullah Saw telah menanamkan prinsip ini kepada para sahabat. Abu Darda' mencatat bahwa majelis ilmu Rasul mengajarkan pentingnya

¹ Azyumardi Azra, "Pangeran Charles, Islam Dan Lingkungan Hidup," 2024, <http://www.uinjkt.ac.id/index.php/section-blog/28-artikel.html>.

bercocok tanam, penghijauan, serta transformasi lahan gersang menjadi subur. Amalan ini diganjar pahala besar sekaligus merupakan bentuk ibadah melalui pemakmuran bumi²

Pendidikan lingkungan Rasul bersumber pada wahyu, sehingga banyak ditemukan landasan ilmiah dalam Al-Quran dan Sunnah. Pesan ekologis Kitab Suci bersifat gamblang dan visioner, seperti tercermin dalam Q.S. al-Qashash/28: 77, berikut:

وَاتَّبِعْ فِيْمَا أَنشَأَ اللهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan, (Q.S. al-Qashash/28: 77)

Wahbah al-Zuhaili menawarkan kerangka hermeneutis terkait ayat tersebut, mengurai empat pilar fundamental bagi peradaban manusia. Pertama, aktualisasi amal kebajikan secara konsisten. Kedua, pengelolaan bumi secara bertanggung jawab tanpa kecenderungan eksploitatif atau kesombongan struktural. Ketiga, relasi sinergis antarmanusia lintas batas sosial. Keempat, konsistensi penegakan prinsip keadilan universal. Menurutnya, kelalaian terhadap salah satu pilar ini memerlukan respons kolektif kaum beriman untuk melakukan restorasi nilai sesuai petunjuk ilahi.³

Quraish Shihab menghadirkan perspektif naratif berbeda dengan menautkan ayat ini pada dinamika Nabi Musa dan Qarun. Figur Qarun direpresentasikan sebagai simbol distorsi spiritual akibat fetisisme materi yang melampaui batas kewajaran. Kecanduan materialistik ini menghapus kesadaran filantropisnya. Shihab menekankan pesan transendental: dalam meraih kenikmatan duniawi, manusia tidak boleh mengabaikan “investasi eskatologis” berupa komitmen berbagi kepada mustahik sebagai refleksi syukur atas karunia Ilahi.

Inti revolusioner dari penafsiran ini terletak pada larangan holistik terhadap segala bentuk perusakan, baik ekosistem alam maupun jaringan sosial, dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan hidup. Pengelolaan bumi harus

² Yusuf Al-Qaradawi, *Fiqh Peradaban: Sunnah Sebagai Paradigma Ilmu Pengetahuan* (Surabaya: Dunia Ilmu, 1997). 183.

³ Wahbah Az-Zuhaili, *At-Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa as-Syari'Ah Wa Al-Manhaj* (Beirut: Dar al-Fikr, 1998). vol. 10, hal. 429.

berdimensi ganda: menghormati integritas ekologis sekaligus menjamin kesejahteraan manusia.

Shihab kemudian mengkaji term *ahsin* secara filologis, menelusuri akar katanya pada konsep *hasan* (kebaikan).⁴ Konstruksi gramatikal perintah dalam ayat ini secara unik menghilangkan objek langsung, sehingga cakupannya meliputi seluruh entitas yang bisa disentuh kebaikan: mulai dari lingkungan non-manusia, aset material, flora-fauna, hingga relasi interpersonal, termasuk interaksi dengan pihak antagonis dalam koridor etis. Hadis riwayat Muslim melalui Syaddad Ibn Aus menguatkan universalitas prinsip ini: “*Sungguh Allah mewajibkan ihsan atas segala sesuatu*”.⁵ Shihab cenderung memaknai partikel *kamâ* sebagai “disebabkan oleh” (kausalitas), bukan ‘sebagaimana’ (komparasi), karena kapasitas manusia berbuat baik takkan pernah menyamai skala anugerah Ilahi.⁶

Konsep ekologi Islam: penghijauan, revitalisasi lahan mati, menjaga kebersihan, pelestarian sumber daya alam, proteksi kesehatan, keramahan lingkungan, pencegahan perusakan, dan penjagaan keseimbangan ekosistem.

Al-Quran menguraikan lingkungan sebagai sistem integral, tanggung jawab pemeliharaan manusia, larangan perusakan, problematika sumber daya vital, peringatan kerusakan antropogenik, serta solusi pengelolaan berbasis petunjuk Ilahi. Sementara Sunnah memberikan penjabaran rinci atas prinsip-prinsip global Kitab Suci melalui hukum dan panduan operasional.⁷

Dengan populasi besar penganutnya, Islam berpotensi menciptakan dampak ekologis masif jika seluruh pemeluknya memiliki kesadaran lingkungan serius. Karena itu, tokoh agama perlu menggali lebih dalam

⁴ Elsaid memaknai istilah tersebut sebagai cerminan dari tindakan yang menyiratkan penghiasan nilai, penyebaran kebaikan, pemberian bantuan, dukungan tulus, sikap bijaksana, penilaian positif terhadap sesuatu, penerimaan atas hal yang bernilai, hingga kemampuan untuk memberi apresiasi. Dalam kerangka pelestarian lingkungan, makna ‘bertindak dengan benar’ yang terkandung di dalamnya sejalan dengan prinsip etis dalam menjaga keseimbangan alam. Dengan demikian, istilah tersebut tidak hanya sekadar bermakna normatif, tetapi juga mencerminkan orientasi moral yang mendorong seseorang untuk berperilaku selaras dengan prinsip keberlanjutan. Elsaid M. Badawi and Muhammad Abdel Haleem, *Arabic-English Dictionary of Quranic Usage* (Leiden, Boston: Brill, 2008). Hal. 208.

⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, vol. 10, h. 407.

⁶ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, vol. 10, h. 407. Lihat juga pendapat senada dalam karya Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Juz XX, h. 127; Ah}mad Musthafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, vol. 7, h. 198-199; dan Wahbah al-Zuhaili, *Tafsir al-Munir*, vol. 20, h. 161.

⁷ Abd al-Majid ibn ‘Aziz Zindani, *Mujizat Al-Qur’an Dan As-Sunnah Tentang IPTEK* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997). 194.

elemen teologis, fikih, dan ajaran lain untuk memotivasi umat mencintai dan bertanggung jawab atas alam semesta.⁸

1. Kerangka Teologis untuk Pelestarian Alam

Meskipun pembahasan Al-Quran mengenai asal-usul alam semesta dan ekologi terbilang terbatas, hal ini tidak mencerminkan ketidakpedulian terhadap lingkungan.⁹ Keterbatasan tersebut dapat dimaknai sebagai kontekstualisasi historis, isu lingkungan belum mendesak saat pewahyuan. Fokus kontemporer seharusnya beralih dari memperdebatkan kelangkaan teks ekologis menjadi mengembangkan dasar teologis dan fikih berbasis ayat-ayat alam yang ada, guna membentuk perspektif baru bagi kesadaran ekologis umat Islam.

Beberapa bagian dalam Al-Quran menegaskan Allah sebagai pemilik mutlak, penguasa tak terbantahkan, dan pemelihara penuh kasih semesta raya. Pernyataan ini membangun fondasi teologis tentang relasi ilahi dengan alam: Sang Pencipta mengasihi seluruh ciptaan-Nya. Implikasinya, manusia dan alam semesta, sebagai entitas yang setara dalam penciptaan, semestinya saling mengasihi, merefleksikan kasih ilahi tersebut.

Dalam kosmologi Quranik, ciptaan Allah menempati posisi mulia. Seluruh fenomena jagat raya disebut sebagai “ayat-ayat-Nya” (tanda kekuasaan), sebagaimana tersurat dalam Surah Ali Imran 190 tentang hikmah di balik langit, bumi, dan siklus siang-malam bagi pemikir kritis. Penghormatan terhadap unsur alam juga tercermin dalam pemikiran tokoh seperti al-Jahiz dalam *al-Hayawan*, yang bahkan mengisyaratkan adanya kesadaran pada benda mati seperti batu.¹⁰

Ayat-ayat yang telah diurai memperkuat basis teologis bahwa Al-Quran memberi tempat istimewa bagi ciptaan dan elemen alam. Dengan demikian, tidak ada legitimasi bagi eksploitasi semena-mena terhadap alam. Sebaliknya, manusia dituntut menghargai semesta sebagai entitas bermartabat tinggi yang dekat dengan Sang Pencipta.

2. Pendekatan Fikih Lingkungan (*Fiqh al-Bi'ah*) untuk Bisnis Berkelanjutan

Meskipun pendekatan teologis menempatkan alam sebagai ciptaan yang dekat dengan Sang Pencipta, perspektif ini dinilai belum memadai untuk

⁸ Gropesh, “Islam Dan Lingkungan Hidup,” 2024, <http://gropesh.multiply.com/journal>.

⁹ Fahzrul Rahman, *Tema Pokok Al-Qur'an* (Bandung: Penerbit Pustaka, 1983). 95.

¹⁰ Budhy Munawar-Rachman (ed), *Kotekstualisasi Doktrin Islam Dalam Sejarah* (Jakarta: Penerbit Paramadina, 1995), 59.

menjawab kompleksitas masalah ekologis kontemporer. Diperlukan pendekatan lebih konkret melalui kacamata fikih, sistem hukum Islam yang mampu memberikan kepastian normatif. Kepastian ini menjadi landasan motivasional kuat bagi umat Islam untuk memprioritaskan pelestarian lingkungan sebagai kewajiban agama.

Fikih klasik sebenarnya telah menyinggung tanggung jawab ekologis manusia, namun pembahasannya tersebar dalam berbagai bab tanpa pembahasan tersistematisasi. Hal ini wajar mengingat masyarakat masa lalu belum menghadapi krisis lingkungan sedahsyat sekarang. Di tengah kerusakan ekosistem masif akibat keserakahan manusia dan penyalahgunaan teknologi, pengembangan fikih lingkungan menjadi kebutuhan mendesak untuk merespons zaman.¹¹

Islam sebagai agama yang organik menyimpan potensi besar dalam perlindungan bumi. Kata ‘bumi’ (*ardh*) muncul 485 kali dalam Al-Quran dengan beragam konteks, sementara elemen-elemen ekologis lain juga banyak dirujuk dalam teks suci dan hadis. Relasi manusia-bumi-makhluk lain membentuk ekosistem yang kelestariannya bergantung pada moralitas manusia sebagai *khalifah*.

Dalam kerangka ini, perlindungan lingkungan menjadi kewajiban individual setiap Muslim. Gagasan ini perlu diintegrasikan dan disosialisasikan secara kreatif, khususnya di Indonesia. Ulama sebagai pewaris nabi memikul peran krusial: membumikan konsep fikih lingkungan dan meyakinkan publik bahwa tanggung jawab ekologis adalah beban kolektif umat, bukan sekadar institusi. Urgensi ini makin nyata melihat maraknya bencana alam akibat degradasi lingkungan di Indonesia.

Konvergensi pendekatan teologis dan fikih lingkungan akan membentuk landasan motivasi kokoh bagi kepedulian ekologis umat Islam. Di Indonesia yang 80% penduduknya Muslim, internalisasi tanggung jawab ini berpotensi menciptakan dampak transformatif bagi keseimbangan dan keberlanjutan alam.

Konvergensi perspektif teologis dan fikih lingkungan diyakini mampu merespons krisis ekologis sekaligus membangun motivasi intrinsik umat Muslim dalam aksi pelestarian alam. Di Indonesia, dengan 80% populasi beragama Islam, internalisasi tanggung jawab, kepedulian, dan kesadaran ekologis berpotensi menciptakan dampak transformatif bagi terwujudnya harmoni dan keberlanjutan lingkungan hidup.

Anugerah ekologis dari Allah Swt merupakan karunia yang wajib dipelihara dan dikembangkan kapasitasnya, agar tetap menjadi penyangga kehidupan bagi bangsa Indonesia dan seluruh makhluk demi menjaga kualitas eksistensi. Islam sebagai sistem ajaran holistik mencakup seluruh dimensi

¹¹ Budhy Munawar-Rachman (ed), *Kontekstualisasi Doktrin Islam Dalam Sejarah* (Jakarta: Penerbit Paramadina, 1995), 311.

kebutuhan manusia, baik personal maupun sosial, melalui rambu-rambu yang mengatur kompleksitas kehidupan.

Di antara isu yang mendapat perhatian serius adalah tata kelola sosial-ekologis. Dalam kerangka hukum Islam, kontaminasi air dan udara tergolong tindakan terlarang (*ḥarām*) serta termasuk dosa besar. Pelanggaran ini merepresentasikan pengingkaran terhadap nikmat Ilahi dan termasuk kategori kesalahan yang sulit diampuni (*ghayr maghfūrah*).

Krisis ekologi masa kini menempatkan pelestarian lingkungan sebagai wacana fundamental. Ironisnya, isu yang dianggap baru dalam masyarakat industri modern telah diantisipasi Islam 14 abad silam melalui rambu-rambu teologis dan solusi praktis. Kitab suci mewajibkan penganutnya menaati regulasi individual-kolektif sekaligus menawarkan metodologi pemeliharaan kesehatan ekosistem.¹²

Pengakuan atas semesta sebagai milik mutlak Allah Swt menjadi pondasi relasi manusia-alam. Al-Quran menegaskan penciptaan semesta berlandaskan keseimbangan presisi, di mana setiap entitas memiliki fungsi esensial. Status manusia sebagai *khalifah* bukan pemilik, melainkan pengelola bumi di bawah kedaulatan ilahi.

Hak pemanfaatan sumber daya alam disertai kewajiban pemeliharaan, prinsip yang beresonansi dengan konsep *pembangunan berkelanjutan* PBB. Pembangunan multidimensi (ekonomi-sosial-politik) ini mensyaratkan keberlanjutan sumber daya bagi generasi mendatang, selaras dengan anjuran Rasulullah untuk hidup sederhana dan menghindari eksploitasi indulgen. Aspek krusialnya adalah peningkatan kualitas SDM sebagai aktor bijak, nilai yang ditekankan Islam.¹³

Di komunitas pedesaan berbasis kekerabatan, kredibilitas ulama menjadi kunci sukses program lingkungan. Masyarakat cenderung meneladani perilaku pemimpin spiritual mereka, sehingga kapasitas ekologis ulama menjadi vital. Sementara di perkotaan individualistik, intelektual Muslim dituntut menjadi katalisator kesadaran lingkungan melalui integrasi ilmu dan spiritualitas, menjadi perwujudan nyata kasih semesta.

a. Pengelolaan dan Pemanfaatan Sumber Daya Alam untuk Kemakmuran Rakyat

Pembangunan merupakan upaya terencana dalam mengoptimalkan potensi sumber daya alam guna meningkatkan kesejahteraan material dan

¹² Mohammad Adlany, Islam dan Lingkungan dalam [http://teosophy.wordpress.com/2011/03/28/Islam dan Lingkungan Hidup « TEOSOPHY.htm](http://teosophy.wordpress.com/2011/03/28/Islam-dan-Lingkungan-Hidup-«-TEOSOPHY.htm) akses tanggal 17 Juni 2011, 07.09 WIB

¹³ Agus Sofyan, Islam Rahmat Dunia dalam [http://agsofyan.multiply.com/journal/item/4/ISLAM dan LINGKUNGAN](http://agsofyan.multiply.com/journal/item/4/ISLAM_dan_LINGKUNGAN), akses tanggal 28 Juni 2011, 17:05 WIB.

spiritual masyarakat. Konsekuensinya, eksploitasi sumber daya wajib selaras dengan kapasitas regeneratif ekosistem,¹⁴ menuntut pertimbangan mendalam:

1. Islam mengatur seluruh dimensi kehidupan manusia, dari kompleksitas politik hingga praktik personal seperti tata cara bersuci, mencerminkan karakteristiknya sebagai sistem ajaran komprehensif dan universal. Dengan demikian, isu sosial-lingkungan telah menjadi perhatian integral sejak awal sejarah Islam. Universalitas ini memungkinkan perumusan filosofi dan kebijakan berbasis prinsip-prinsip abadi dalam ajaran Islam.
2. Penciptaan manusia dalam Islam bukanlah tindakan sembarangan, melainkan bermakna filosofis mendalam. Hukum sosial Islam dirancang selaras dengan tujuan penciptaan ini, seringkali diwujudkan dalam bentuk anjuran etis dengan konsekuensi akhirat. Namun, pengabaian aturan dapat mengakibatkan sanksi duniawi. Prinsip universal menetapkan larangan menghancurkan sumber kehidupan generasi manusia, seperti tindakan zalim atau pengingkaran nikmat Ilahi,¹⁵ sebagai perbuatan terlarang (*ḥarām*).

Dalam perspektif Islam, setiap upaya penciptaan rasa aman dan kesejahteraan kolektif dianggap sebagai manifestasi ketundukan transendental, bentuk ibadah murni yang menyatu dengan tujuan penciptaan manusia.

Pelestarian ekosistem, proteksi kesehatan lingkungan, dan pencegahan polusi merupakan aksi penyelamatan peradaban dari kehancuran ekologis. Karena itu, tindakan-tindakan ini naik ke tataran nilai spiritual (wajib atau mustahab) sebagai konsekuensi logis dari fungsinya memelihara martabat kehidupan. Islam tidak berhenti pada pengaturan prinsip universal semata, melainkan memberikan penekanan spesifik pada isu-isu krusial yang memerlukan respons kontekstual.

¹⁴ Imam Ma'arif, Implementasi Konsep Pelestarian Lingkungan Hidup Menurut Hukum Islam Dalam Kebijakan Lingkungan Dan Hukum Positif Di Indonesia (Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang, 2008), 1.

¹⁵ Memanfaatkan nikmat-nikmat Ilahi yang diciptakan oleh Tuhan untuk para hamba-Nya untuk keselamatan manusia, kesejahteraan dan kenyamanannya, memiliki tempat tersendiri. Konsekuensitas minimal yang dimiliki oleh manusia berhadapan dengan nikmat-nikmat yang diperoleh dari-Nya adalah memanfaatkan nikmat-nikmat tersebut untuk kebutuhan penyempurnaan fisik dan spiritual dirinya dan selainnya. Jika manusia mencemari udara yang sehat, atau mengubah air jernih dan suci yang diturunkan-Nya dari langit, "... dan Kami turunkan dari langit air yang dapat menyucikan." (Q.S. Furqân25/: 48) yang mengalir ke permukaan tanah dan menjadi unsur penting dalam kehidupan manusia menjadi cairan yang berbahaya, maka tindakan ini merupakan pemanfaatan yang tidak benar terhadap nikmat-nikmat Ilahi, dan dikatakan pula sebagai tindakan yang mengkhufuri nikmat.

b. Relevansi Islam dengan Krisis Ekologis Global

Wacana pemanasan global telah melampaui lingkup aktivis lingkungan dan pemimpin pemerintahan, menyentuh kesadaran publik secara masif. Istilah seperti “Perubahan Iklim” dan “Pemanasan Global” kini meresap dalam keseharian, muncul berulang di media cetak-digital, ruang publik, hingga pusat perbelanjaan dan institusi pendidikan.¹⁶ Kesadaran permukaan ini terlihat ketika respons spontan masyarakat terhadap pertanyaan terkait isu tersebut sering kali tersedia, meski pemahaman mendalam masih terbatas pada aspek-aspek permukaan.

Pangeran Charles menegaskan bahwa tradisi agama-agama besar memusatkan perhatian pada pelestarian lingkungan sebagai anugerah transendental. Ia mendorong komunitas beragama di seluruh dunia untuk merevitalisasi koneksi dengan ajaran ekologis dalam tradisi masing-masing.¹⁷

Degradasi lingkungan membentuk jejaring krisis yang saling bertaut: polusi udara, kenaikan suhu global, kontaminasi air, perdagangan karbon, kerusakan terumbu karang, hingga penebangan liar. Titik kritis yang mengkhawatirkan kian terdekup ketika aktivitas manusia melampaui batas daya dukung alam. Studi hidrologi mutakhir mengungkapkan kenaikan suhu 2°C akan meninggikan muka air laut 1 cm/tahun, proyeksi yang mengancam tenggelamnya Bali pada 2050. Jakarta pun menghadapi risiko serupa dengan 25% wilayah terancam akibat eksploitasi air tanah dan deforestasi.¹⁸

Pemanasan global kini beralih dari wacana abstrak menjadi realitas konkret yang menggerus kenyamanan bumi sebagai habitat. Anomali iklim—panas ekstrem berkepanjangan, curah hujan abnormal, banjir, hingga badai destruktif adalah manifestasi nyata yang terhubung langsung dengan akumulasi gas rumah kaca. Data ilmiah mengkonfirmasi lonjakan konsentrasi CO₂ di atmosfer berkorelasi positif dengan aktivitas antropogenik: rumah tangga, industri, dan transportasi.¹⁹

Dalam perspektif Q.S. Ar-Rūm: 41, kerusakan darat-laut (*fasad al-barr wa al-bahr*) merupakan konsekuensi tindakan manusia. Fenomena di atas

¹⁶ P.Nasoetion, Pemanasan Global dan Upaya Sederhana dalam Menanggulangnya dalam http://www.gogreenindonesiaku.com/green_opinion.php, akses tanggal 17 Juni 2011, 14:05 WIB.

¹⁷ Azyumardi Azra, Pangeran Charles, Islam dan Lingkungan Hidup dalam <http://www.uinjkt.ac.id/index.php/section-blog/28-artikel.html> akses tanggal 29 Juni 2011, 10:13 WIB

¹⁸ Thalita Hurriyah, Paradigma Umat Islam Untuk Lingkungan dalam [http://jnukmi.uns.ac.id/category/artikel/Paradigma Umat Islam untuk Lingkungan.htm](http://jnukmi.uns.ac.id/category/artikel/Paradigma%20Umat%20Islam%20untuk%20Lingkungan.htm) akses tanggal 28 Juni 2011, 08:44 WIB.

¹⁹ P. Nasoetion, Green Campus dan Pemanasan Global dalam http://www.gogreenindonesiaku.com/green_opinion.php, akses tanggal 17 Juni 2011, 14:05 WIB.

memperjelas relevansi tafsir kontemporer yang menghubungkan ayat ini dengan krisis ekologis. *Go Green* sebagai pilar bisnis Islam bukan sekadar strategi ekonomi, melainkan respons teologis terhadap amanah kekhalifahan (QS. Al-An'ām: 165).

Oleh sebab itu, tiga prinsip integratif yang diperlukan:

1. Eco-Tawhid: Mengelola sumber daya sebagai amanah ilahi, bukan kepemilikan mutlak.
2. Keseimbangan (*Mīzān*): Menolak eksploitasi berlebihan (*isrāf*) sebagaimana tercermin dalam rekor deforestasi Indonesia.
3. Keberlanjutan (*Istikhlāf*): Mengadopsi reverse logistics dan daur ulang limbah sebagai bentuk *ibadah iqtisādiyyah* (ibadah ekonomi).

Bisnis Islam wajib bertransformasi menjadi *green enterprise* yang menginternalisasi:

- Green Supply Chain: Menggantikan praktik *illegal logging* dengan sertifikasi kayu halal berkelanjutan.
- Carbon Zakat: Mengalokasikan 2.5% keuntungan perusahaan untuk rehabilitasi ekosistem terdegradasi.
- Aquatic Waqf: Mengembangkan wakaf produktif untuk konservasi pesisir, mencegah tenggelamnya kota seperti Jakarta.

Degradasi lingkungan menjadi cermin kegagalan manusia membaca “ayat-ayat kaunyah” (tanda alamiah kebesaran Allah). Bisnis Islam yang berlandaskan Al-Quran harus memelopori transisi dari *profit-driven* menuju *planet-driven economy*, menjadikan *Go Green* sebagai solusi operasional sekaligus bentuk ketundukan pada hukum kosmis (*sunnatullāh*).

Akar kerusakan lingkungan bukan terletak semata pada industrialisasi atau kemajuan teknologi, melainkan pada kesalahan paradigmatis manusia tentang posisinya dalam kosmos. Manusia adalah *part* (bagian organik) dari alam, bukan *apart* (entitas terpisah) darinya. Keberlangsungan hidup manusia bergantung pada kemampuan menghormati batas-batas ekologis. Krisis ekologis kontemporer muncul dari kegagalan mengendalikan nafsu konsumtif, yang memicu eksploitasi brutal, diperparah oleh dominasi paham materialisme, kapitalisme, dan pragmatisme atas nama pembangunan.²⁰

Dalam perspektif Al-Quran (QS. Ar-Rūm: 41), kerusakan lingkungan (*fasad*) adalah konsekuensi langsung dari penyimpangan manusia dari peran *khalifah*-nya. Konsep "Go Green" dalam bisnis Islam bukan sekadar strategi ekonomi, melainkan reaktualisasi prinsip, pertama, *tawhīd* ekologis, yakni mengakui alam sebagai ayatullah (tanda kekuasaan Allah) yang tak boleh dieksploitasi semena-mena (QS. Ali Imran: 190). Kedua, *mīzān*

²⁰ Rita Punto, Islam Mengatakan: Go Green! dalam <http://www.wikimu.com/News/Opini.aspx> akses tanggal 19 Juni 2011, 13:22 WIB.

(keseimbangan). Dalam arti menolak *isrāf* (pemborosan) sebagaimana tercermin dalam budaya konsumtif modern (QS. Al-A'raf: 31). Ketiga, masalah generasional, yakni memastikan keberlanjutan sumber daya bagi generasi mendatang.

Untuk menjadi refleksi bahwa krisis ekologis adalah cermin krisis spiritual. "Go Green" dalam peradaban bisnis Islam bukan retorika, melainkan panggilan untuk menghidupkan kembali *eco-theology* Al-Quran, di mana setiap transaksi adalah mediasi antara kebutuhan manusia dan hak alam.

Islam mengklasifikasikan kerusakan menjadi dua dimensi: pertama, *zhāhirī* (material), termanifestasi dalam bencana ekologis yang menghancurkan harta benda dan jiwa manusia. Kedua, *bāthinī* (spiritual): akar penyimpangan moral yang memicu eksploitasi alam. Q.S. Ar-Rūm/30: 41-42, menegaskan korelasi langsung antara tindakan manusia (*bimā kasabat aydī al-nās*) dengan kerusakan sistematis di darat-laut. Ayat ini bukan sekadar peringatan, melainkan kerangka diagnostik untuk krisis kontemporer.

Global warming sebagai manifestasi kerusakan *zhāhirī*. Pemanasan global, dengan dampak seperti pencairan es kutub, anomali iklim, dan kerusakan terumbu karang, adalah bukti empiris dari ayat tersebut. Ironisnya, negara industri (Amerika-Eropa) menyumbang 60% emisi karbon global, namun kerap menuduh negara tropis sebagai biang deforestasi. Padahal, catatan historis menunjukkan banyak hutan Eropa asli telah musnah akibat industrialisasi abad ke-19. Ketimpangan kebijakan ini memperlihatkan hipokrisi ekologis: menekan negara berkembang melestarikan hutan sambil mengabaikan restorasi ekosistem di wilayah sendiri.²¹

Dalam konteks Q.S. Ar-Rūm: 41, *go green* adalah operasionalisasi tafsir kontemporer. Prinsip "khalifah ekologis" mengharuskan bisnis Islam mengadopsi "eco-jihad", perlawanan terhadap eksploitasi melalui model *zero-carbon supply chain*; menggantikan bahan baku merusak dengan sumber terbarukan dan *adl* (keadilan iklim); menolak praktik dumping limbah di negara berkembang. Sebab itu, krisis ekologis merupakan ujian atas kegagalan manusia membaca "ayat-ayat kauniyah". Bisnis Islam, berlandaskan Q.S. Ar-Rūm: 41, harus memimpin transisi dari ekonomi ekstraktif menuju ekonomi regeneratif, di mana "Go Green" menjadi manifestasi ketundukan pada *mīzān* (keseimbangan kosmis).

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional mencatat hilangnya keanekaragaman hayati beriringan dengan deforestasi masif. Padahal, LIPI mengungkap 940 spesies liar Indonesia merupakan bahan baku obat vital, kontribusi ekonomi yang bernilai 40% PDB global (PROSEA/ *Plant*

²¹ Zarkasih, Islam dan Lingkungan dalam <http://www.pkesinteraktif.com/edukasi/opini.html> akses tanggal 18 Juni 2011, 14:16 WIB.

Resources of South East Asia, 2023). Ironisnya, 43 juta hektar hutan telah rusak pada 1999 (setara 1/3 total luas), dengan laju kerusakan 1.6-2.4 juta hektar/tahun. Proyeksi matematis menunjukkan hutan Indonesia akan punah pada 2039.

Meski pemerintah mengeluarkan PP No. 29/1986 tentang AMDAL, regulasi ini gagal mencegah eksploitasi sumber daya alam. Bambang Sugiharto (2021) dalam *Critique of Ecological Modernity* menyatakan kerusakan ini berakar pada dualisme Cartesian, pemisahan subjek-objek yang mengubah alam menjadi "mesin produksi". Filsafat modern ini melahirkan eksploitasi tanpa batas, memicu kritik filsuf postmodern.²²

Pada November 2006 PBB telah merilis laporan mengejutkan yang berhasil membuka mata dunia bahwa ternyata 18% dari emisi gas rumah kaca datang dari aktivitas pemeliharaan ayam, sapi, babi, dan hewan-hewan ternak lainnya. Di sisi lain, mobil, sepeda motor, truk-truk besar, pesawat terbang, dan semua sarana transportasi lainnya yang bisa disebutkan hanya menyumbang 13% emisi gas rumah kaca. Bayangkanlah kenyataan ini: ternyata penghasil utama emisi gas berbahaya yang mengancam kehidupan planet kita saat ini bukanlah mobil, sepeda motor, ataupun truk dan bus dengan polusinya yang menjengkelkan. Tetapi emisi berbahaya itu datang dari sesuatu yang nampak sederhana, tidak berdaya, dan nampak lezat yaitu daging.

Laporan ini bukan dirilis oleh sekelompok ilmuwan paranoid yang tidak kompeten, ataupun peneliti dari tingkat universitas lokal. Laporan ini dirilis langsung oleh PBB melalui FAO (*Food and Agriculture Organization*-Organisasi Pangan dan Pertanian). Tentu agak sulit membayangkan bagaimana mungkin seekor anak ayam yang terlahir dari telurnya yang begitu rapuh, yang terlihat begitu kecil dibandingkan luasnya planet ini, bisa memberikan pengaruh yang begitu besar pada perubahan iklim. Jawabannya adalah pada jumlah mereka yang luar biasa banyak. Amerika Serikat saja menjagal tidak kurang dari 10 miliar hewan darat setiap tahunnya (tidak termasuk ikan dan hewan laut lainnya). Bayangkan berapa banyak jumlahnya bila digabungkan dengan seluruh dunia.²³

Industri peternakan modern ternyata menyimpan jejak ekologis yang sangat dalam, bertolak belakang dengan prinsip "Go Green" yang selaras dengan etika bisnis Islam dalam Al-Quran (QS. Al-A'raf: 31 tentang larangan berlebihan). Di balik produksi daging, tersembunyi konsumsi energi listrik yang masif, terutama untuk pendinginan sepanjang rantai pasok, mulai

²² Abdur Rosyidi, Menggagas Islam yang Ramah Lingkungan, dalam <http://www.fahmina.or.id/artikel-aberita/Menggagas-Islam-Ramah-Lingkungan.htm> akses tanggal 19 Juni 2011, 12:04 WIB.

²³ Melinda Rachman, 80 % Global Warming Disebabkan Oleh Ternak, dalam <http://gogreenindonesia.blogspot.com/2011/02/80-global-warming-disebabkan-hewan.html> akses tanggal 29 Juni 2011, 08.09 WIB.

peternakan, distributor, hingga pengecer. Mesin pendingin, sebagai salah satu perangkat paling rakus energi, menjadi titik inefisiensi utama, sementara peralatan pendukung seperti penghangat ruangan dan pemotong daging turut menyedot daya secara signifikan.

Lebih dari itu, mobilitas logistik industri ini, mulai pengangkutan hewan, pakan, hingga suplai obat-obatan, menyumbang emisi karbon yang mengkhawatirkan. Kebutuhan akan pakan ternak, hormon pertumbuhan, dan obat-obatan bukan hanya membebani ekonomi, tetapi juga menguras sumber daya alam yang sebenarnya bisa dialokasikan untuk konsumsi manusia langsung. Ironisnya, sapi saja menghabiskan pakan setara kalori untuk 8,7 miliar orang, melebihi populasi global, padahal tanaman itu bisa menjadi solusi kelaparan dunia.

Demi membuka lahan peternakan dan budidaya pakan, hutan hujan tropis menjadi korban penggundulan besar-besaran. Padahal, satu individu vegetarian dapat menyelamatkan 0,5 hektar pepohonan per tahun. Deforestasi ini bukan hanya kehilangan biodiversitas, tetapi juga melepas karbon yang tersimpan di biomassa tanaman, mempercepat pemanasan global. Kontribusi emisi ternak lebih parah lagi: sapi menghasilkan metana melalui pencernaan, gas rumah kaca 23 kali lebih merusak daripada CO₂, dengan total global mencapai 100 miliar ton per tahun. Angka ini diperkuat oleh laporan IPCC tahun 2023 yang menegaskan peternakan sebagai sumber metana antropogenik terbesar.

Bahaya lain datang dari limbah kotoran hewan. Setiap detik, peternakan AS saja menghasilkan 39,5 ton kotoran yang mengandung nitro oksida (N₂O), polutan 300 kali lebih berbahaya daripada CO₂. Volume yang luar biasa ini seringkali berakhir di sungai dan tanah karena ketidakmampuan pengolahan, mencemari air dan ekosistem. Dalam konteks Islam, praktik semacam ini bertentangan dengan konsep *khalifah fil ard* (penjaga bumi) dalam QS. Al-Baqarah: 30, yang menekankan tanggung jawab manusia menjaga keseimbangan alam.

Solusi *go green* dalam kerangka bisnis Islam bukan sekadar tren, melainkan pilar peradaban yang mendesak. Transisi ke energi terbarukan untuk operasional peternakan, pengelolaan limbah berbasis biorefinery, dan diversifikasi pangan berkelanjutan bisa menjadi langkah konkret. Sebagaimana ditegaskan dalam ayat berikut:

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ ۗ أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ ۗ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Langit telah Dia tinggikan dan Dia telah menciptakan timbangan (keadilan dan keseimbangan), agar kamu tidak melampaui batas dalam

timbangan itu. Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi timbangan itu, (QS. Ar-Rahmân/55: 7-9).

Dalam ayat tersebut, ada isyarat tentang ketinggian langit yang diciptakan dengan keteraturan yang menyerupai sistem timbangan. Dalam penafsiran al-Maraghi, keteraturan yang tertanam di seluruh penjuru alam semesta menjadi cerminan bahwa manusia pun dituntut untuk menjalani hidup dengan prinsip keseimbangan. Keseimbangan ini tidak hanya menyentuh aspek spiritual dan jasmani secara proporsional, tetapi juga mencakup sikap moderat dalam keberagamaan, serta kebijaksanaan dalam mengelola harapan dunia dan akhirat. Artinya, harmoni kosmis yang dihadirkan oleh Sang Pencipta adalah pelajaran terbuka bagi manusia agar tidak terjebak dalam ketimpangan, dalam bentuk apa pun.²⁴

Hamka, dalam tafsirnya, menyoroti bagaimana langit diciptakan dengan ketinggian yang luar biasa, bukan hanya dalam bentuk fisiknya tetapi juga sebagai simbol keadilan yang telah ditetapkan oleh Tuhan agar manusia tidak bertindak melampaui batas. Ia mengajak pembaca untuk merenungkan fenomena langit, pada siang hari terbentang biru dan berawan, sedangkan pada malam gelap dan berhias bulan serta bintang. Hamka menekankan bahwa dalam rentang waktu panjang manusia hidup di bumi, tak pernah terlihat bintang yang saling bertabrakan, meskipun para astronom menyatakan bahwa jumlahnya mencapai miliaran. Ketertiban itu tetap terjaga, menjadi bukti betapa agungnya keteraturan ciptaan Tuhan di ruang angkasa.²⁵

Melalui ayat ini, tersirat bagaimana Allah mendorong manusia untuk memahami pentingnya pengetahuan dalam merancang, menyempurnakan ukuran, serta memadukan unsur teknis dengan sentuhan estetika. Hal ini memberi gambaran betapa vitalnya peran ilmu arsitektur dalam peradaban manusia. Hal ini dapat dilihat berbagai pencapaian arsitektural dari beragam bentuk dan skala, seperti halnya kemegahan Piramida Mesir yang hingga kini tetap menjadi warisan kemegahan yang mengagumkan.²⁶ Muhammad Quraish menafsirkan bahwa ungkapan *allâ tathqaw fi al-mîzân* mencerminkan maksud Tuhan dalam menetapkan prinsip keadilan melalui keberadaan *mîzân*. Apa pun interpretasi atas istilah tersebut, jika dipahami sebagai simbol keadilan, maka pesan ayat ini menekankan pentingnya menjadikan nilai keadilan

²⁴ Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, 1998. Juz. IX, hal. 378.

²⁵ Hamka, *Tafsir Al-Azhar* (Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1983). Juz: XXVII-XXVIII, hal. 185.

²⁶ Hamka. Juz XXVII-XXVIII, hal. 184.

sebagai landasan dalam setiap tindakan manusia, baik dalam relasi terhadap dirinya sendiri maupun terhadap sesama.²⁷

Penggunaan kata kerja imperatif *aqîmû* dalam ayat ini memberi penekanan pada pelaksanaan yang konsisten dan tuntas terhadap perintah yang dimaksud, sesuai dengan tuntunan dan standar yang ditetapkan. Kata tersebut kerap dipakai dalam perintah untuk mendirikan salat, yang menunjukkan kesinambungan serta kesungguhan pelaksanaan. Dalam pandangan Hamka, redaksi tersebut memberi pengajaran bahwa manusia diperintahkan untuk menjunjung tinggi keadilan dalam setiap proses transaksi, tanpa ada pengurangan sedikit pun terhadap timbangan, karena integritas dan kejujuran menjadi ruh dari prinsip keadilan yang dituntut.²⁸

Ibnu Katsir menguraikan makna ayat tersebut dengan menggambarkan keteraturan ciptaan Tuhan, mulai dari langit yang ditinggikan hingga prinsip keadilan yang ditegakkan. Ia mengingatkan agar manusia tidak berlaku sewenang-wenang dalam menghadapi prinsip tersebut. Allah menciptakan bumi sebagai ruang yang stabil bagi kehidupan, disangga oleh gunung-gunung yang kukuh, dan menyediakan beragam hasil bumi, biji-bijian yang berlapis pelindung dan bunga-bunga yang bukan hanya elok secara visual, tetapi juga menyegarkan dengan aromanya. Semua ini menjadi bagian dari anugerah Tuhan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga menyentuh keindahan jiwa. Maka, seruan retorik pun hadir: nikmat mana lagi yang masih diingkari oleh manusia dan jin dari sekian limpahan karunia-Nya?²⁹

Pada intinya, ayat tersebut menjelaskan tentang pentingnya keadilan dan keseimbangan, industri ini perlu reorientasi agar tak lagi menjadi beban ekologis, tetapi bagian dari solusi peradaban yang berkelanjutan.

c. Go Green dan Konservasi Lingkungan

Dalam kerangka peradaban Islam yang mengusung prinsip "Go Green", menanam pohon tak sekadar aktivitas ekologis, melainkan ibadah multidimensional yang dampaknya menjangkau dunia dan akhirat. Setiap tunas yang ditanam seorang muslim menjadi manifestasi nyata dari konsep *rahmah lil-'alamin* (QS. Al-Anbiya: 107), menciptakan kaskade manfaat: naungan bagi pejalan dan fauna, sumber pangan melalui buah-daunnya, bahan baku alat dari batangnya, penahan erosi oleh akarnya, hingga

²⁷ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Vol. XIII, hal. 502.

²⁸ Hamka, *Tafsir Al-Azhar*. juz: XXVII-XXVIII, hal. 186.

²⁹ Abi al-Fida' al-Isma'il Ibn 'Umar ad-Dimashqi Ibn Kathir, *Tafsir Al-Qur'an Al-Adzhim* (Beirut: Dar al-Kutub Ilmiyyah, 1999). Juz. VII, hal. 452.

penyejuk mata dan penjaga keseimbangan iklim mikro.³⁰ Lebih dari itu, vegetasi berperan sebagai paru-paru alam yang menyaring polutan udara, sebuah kontribusi vital bagi kesehatan publik yang sejalan dengan maqasid syariah tentang perlindungan jiwa (*hifz an-nafs*).

Menyadari kompleksitas krisis lingkungan, solusinya memerlukan pendekatan triadik: pertama, penyiapan SDM unggul yang memiliki kesadaran ekologis holistik, kepatuhan hukum, dan komitmen praktis. Kedua, pembangunan berkelanjutan yang memadukan kearifan ekosistem. Ketiga, dan ini poros utamanya, kembali kepada petunjuk Ilahi dalam mengelola alam (QS. Al-A'raf:56). SDM andal dalam visi ini bukan sekadar teknokrat, melainkan *khalifah* yang memahami relasi simbiotik manusia-alam.

Di sinilah pandangan holistik Islam menemukan relevansinya: manusia bukan penguasa alam, melainkan entitas terintegrasi dalam jaringan ekosistem sosiobiogeofisik. Kerusakan lingkungan adalah luka yang otomatis membahayakan manusia sendiri, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Ar-Rum:41: "*Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia...*". Kesejahteraan kita bergantung pada keutuhan sistem ini—sebuah prinsip yang mengarusutamakan kehati-hatian (*i'tidal*) dalam eksploitasi sumber daya.

Konsekuensinya, tanggung jawab pelestarian alam bersifat inklusif dan trans-skalar: melibatkan pemerintah, komunitas, individu, serta kerjasama lintas batas (lokal hingga global). Pengelolaan lingkungan harus integral-universal menuju keberlanjutan (*sustainability*) dan kemakmuran sejati (*prosperity*).³¹ Dalam konteks "Go Green sebagai Pilar Peradaban Bisnis Islam", pendekatan ini menjadi basis etis industri, mulai dari agroforestry syariah hingga *green infrastructure*, yang mengubah penghijauan dari aksi karitatif menjadi model ekonomi sirkular berlandaskan tauhid.

Dalam upaya konservasi lingkungan, gerakan *go green* Indonesia telah mencanangkan beberapa program signifikan,³² sebagai berikut:

1. Menanam Pohon.
2. Menyuarakan dan mendorong agar semua elemen masyarakat, kalangan Pemerintahan, swasta, baik organisasi maupun individu untuk dapat

³⁰ Ummu Jauharah at-Taqiyah (ed.), *Go Green: Amalan yang Mencerminkan Islam*, dalam <http://miftahulnurusna.blogspot.com/JalanMenujuSyurgaGoGREEN!AmalanyangcerminkanIslam.htm> akses tanggal 18 Juni 2011, 14:08 WIB.

³¹ Riana Kesuma Ayu, *Pengelolaan Lingkungan Menurut Islam* dalam <http://websiteayu.com/materi/hukum-lingkungan/> akses tanggal 29 Juni 2011, 13:02 WIB.

³² Go Green Indonesia-ku, *9 Green Programs*, dalam <http://www.gogreenindonesiaku.com/9-greenprograms.php> akses tanggal 28 Juni 2011, 09:08 WIB.

menyukseskan *Green Campaign*, guna tercipta budaya yang baik dengan kebiasaan kita Anak Bangsa Indonesia adalah “Jangan Membuang Sampah Sembarangan, Buanglah Sampah Dengan Baik & Benar”; yakni memisahkan sampah Organik dan Non Organik.

3. Mengefisienkan penggunaan energi listrik sehari-hari dan mengurangi penggunaan bahan-bakar minyak dan batu bara, serta berupaya mendorong terwujudnya Indonesia yang menggunakan energy hijau yang bersih dan berkelanjutan/*renewable energy; solar panel, wind energy*, energi *hidroelektrik* adalah energi air, dan energi *geothermal/panas bumi*.
4. Mengurangi penggunaan kertas, dengan cara mengantikannya secara elektronik atau *online* atau dengan menggunakan kertas dari bahan daur ulang.
5. Mengefisienkan dan mengurangi penggunaan air yang tidak perlu dalam penggunaannya sehari-hari, untuk menghadapi ancaman badai elnino yang berkepanjangan di Indonesia serta menggalakkan pembuatan lubang *biofory* khususnya di Perkotaan.
6. Melakukan perubahan ke gaya hidup hijau yang ramah lingkungan dengan menggunakan dan membeli produk-produk yang ramah lingkungan pula */green products*.
7. Jika barang atau alat elektronik rusak, maka tidak langsung membuangnya menjadi limbah atau sampah elektronik yang berbahaya, tetapi berupaya dahulu untuk melakukan perbaikan atau repair.
8. Berkomitmen untuk terus mengajak semua anak bangsa tanpa kecuali, agar dapat terus menyuarakan dan mempromosikan *go green* Indonesia-ku kepada semua bangsa Indonesia lainnya yang hidup di tanah tumpah darah Indonesia ini, untuk dapat memberikan sumbangsih dan baktinya dengan tindakan nyata guna membuat Indonesia yang lebih hijau dan bersih.
9. Menggalakkan program perbaikan; memperbaiki hutan bumi ibu pertiwi yang semakin bertambah Rusak, program perbaikan sungai dan laut agar bersih dari sampah. dan tidak membiarkan sungai dan laut semakin rusak dan menjadi keranjang sampah.

Kondisi atmosfer kawasan urban kini mengalami metamorfosis signifikan akibat konsentrasi aktivitas kota, menuntut kajian iklim mikro tersegmentasi yang terpisah dari pola regional—termasuk dampak defisit ruang hijau terhadap ekosistem perkotaan dalam kaitannya dengan kualitas udara, tanah, akuifer, dan elemen-elemen konstruktif lingkungan.³³ Meski isu ruang terbuka hijau kontemporer tidak diuraikan eksplisit dalam teks primer

³³ Mohammad Adlany, Islam dan Lingkungan dalam <http://teosophy.wordpress.com/2011/03/28/IslamdanLingkunganHidup<TEOSOPHY.htm> akses tanggal 17 Juni 2011, 07.09 WIB

keagamaan, ia tercakup dalam prinsip universal: anjuran penyematan vegetasi, partisipasi publik dalam penghijauan, serta larangan perusakan flora, merefleksikan concern Islam terhadap keberlanjutan ekologis.

Krisis ekologi bukanlah fenomena takteratasi selama manusia menyadari akar antropogeniknya. Problema utamanya terletak pada inkonsistensi antara kesadaran perawatan lingkungan dengan skala destruksi yang terjadi—banyak pihak masih abai terhadap komitmen ekologis. Di sinilah agama memainkan peran krusial: pertama, sebagai sistem keyakinan mayoritas populasi global; kedua, sebagai sumber nilai positif pengelolaan alam yang dapat membangkitkan kesadaran kolektif (minimal bagi pemeluknya). Dengan demikian, agama berpotensi menjadi katalis transformatif untuk menumbuhkan tanggung jawab lingkungan, sekaligus membongkar narasi keliru yang menyematkan status "pemicu kerusakan ekologis" pada institusi keimanan.

Sebagai keyakinan dengan basis pengikut global signifikan, Islam memegang potensi strategis dalam mitigasi krisis ekologi planet. Respons keagamaan terhadap degradasi lingkungan termanifestasi melalui dua pendekatan utama: penguatan wacana teologis tentang relasi kosmis antara alam dan Pencipta, serta pengembangan kerangka fikih lingkungan yang komprehensif. Transformasi kesadaran ekologis umat ini diharapkan berkontribusi pada pemulihan sistemik bumi sekaligus sebagai peran strategis Islam.

Isu lingkungan telah menjadi pusat kecemasan kolektif terkini, dipicu kekhawatiran perubahan iklim yang mempopulerkan gerakan keberlanjutan. Fenomena ini mendorong adaptasi organisasional menuju pembentukan komunitas berbasis ekosentrisme, seiring mengemukanya ekonomi hijau sebagai paradigma pembangunan pro-lingkungan dengan pilar triadik: keadilan sosial (*people*), kemakmuran ekonomi (*profit*), dan preservasi ekologis (*planet*). Ini bentuk evolusi kesadaran ekologis.

Transisi ekonomi berkelanjutan merupakan proses kompleks berbasis komitmen jangka panjang, dengan Korea Selatan menjadi model percontohan melalui alokasi 2% PDB sejak 2013 untuk investasi energi terbarukan. Inisiatif Global Green Growth Institute (GGGI) yang diluncurkan pemerintah Korea memperluas pengaruh kebijakan hijau ini ke negara berkembang.³⁴

Perlu adanya kemitraan stakeholder. Tanggung jawab lingkungan bersifat multisektoral, melibatkan aktor negara hingga korporasi. Pelaku usaha, khususnya yang beroperasi di ekosistem alami, memikul peran krusial

³⁴ Alwi Alatas et al., "GREEN ECONOMY DALAM PERSPEKTIF FIQH AL-BI'AH DANMAQAHID SYARI'AH (HIFZAL-NASL & HIFZ AL-MAL)," *Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2023).

melampaui eksploitasi sumber daya: penciptaan lapangan kerja harus diimbangi preservasi habitat operasional.

Konsep *fikih al-bi'ah* muncul sebagai respons teoretis terhadap imperatif Al-Qur'an tentang preservasi alam (Q.S. al-Anbiyâ' 35-39). Meski belum memiliki kerangka sistematis terkait status halal-haram ekologis, pendekatan ini menawarkan perspektif unik untuk Indonesia sebagai negara muslim mayoritas, walau kurang dikenal dibanding wacana ekonomi hijau (*green economy*) konvensional.

Sinergi antara fikih lingkungan dan maqâshid syari'ah memperkuat fondasi etis ekonomi Islam,³⁵ sehingga perlu kewajiban korporasi menjaga ekosistem operasional dan optimalisasi lahan pekarangan sebagai solusi ketahanan hidup sekaligus preservasi lingkungan.

Menurut UNEP, ekonomi hijau merupakan model pengurangan dampak iklim melalui kebijakan terintegrasi konten, kelembagaan, dan pembiayaan. Pendekatan ini meningkatkan ketahanan bencana, mendorong transisi energi rendah karbon, serta menciptakan kesejahteraan sosial lewat industrialisasi berkelanjutan yang bertanggung jawab.

Visi ekonomi hijau mengusung misi ganda: pertama, pengembangan teori ekonomi makro berbasis investasi hijau (*green investment*) yang menciptakan lapangan kerja lingkungan; kedua, formulasi kebijakan investasi pro-poor untuk pengentasan kemiskinan. Target utamanya adalah mobilisasi kebijakan lintas sektor guna mengatasi paradoks "coklat" seperti emisi karbon sambil menciptakan kemakmuran inklusif.

Model ekonomi hijau versi Cato menekankan karakteristik unik yang membedakannya dari sistem konvensional. Pertama, ia berpusat pada kemandirian komunitas lokal sebagai fondasi aktivitas ekonomi. Kedua, relasi sosial diprioritaskan di atas transaksi komersial, dengan mekanisme redistribusi aset melalui warisan yang diperluas dan pengaturan pajak penghasilan modal. Ketiga, ruang pasar dipahami sebagai wahana interaksi sosial yang menyenangkan, tempat pertukaran gagasan politik sekaligus barang dan jasa. Keempat, instrumen fiskal secara strategis digunakan untuk mengarahkan perilaku korporasi dan menyeimbangkan kekuatan bisnis. Kelima, kesinambungan ekologis menjadi parameter utama keberhasilan, menggantikan ukuran moneter semata. Keenam, diakui bahwa pertumbuhan ekonomi berkualitas justru dapat berdampak destruktif terhadap struktur ekonomi mapan. Ketujuh, ketahanan sistem ini bergantung pada kolaborasi komunitas dalam membatasi akses teknologi dan pola konsumsi. Kedelapan, peran signifikan diberikan pada sektor informal dan kegiatan berbasis

³⁵ Wafda Vivid Izziyana, "Maqashid Syari'ah Dan Tanggung Jawab Pelaku Bisnis Terhadap Lingkungan," in *Prosiding Semnas Ums*, 2016, 281-95, <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9445?show=full>.

dukungan kolektif. Kesembilan, sistem kesehatan direorientasi ke layanan primer berbasis lokal dan peningkatan kualitas hidup, menggeser ketergantungan pada farmasi multinasional dan obat berteknologi tinggi. Terakhir, pertanian organik didorong sebagai tulang punggung sistem pangan berbasis keterhubungan langsung produsen-konsumen.³⁶

a) *Fiqh Al-Bi'ah: Dasar Hukum Ekologis untuk Ekonomi Hijau*

Fiqh al-bī'ah merupakan disiplin hukum kontemporer yang mengatur tata nilai dan norma pengelolaan ekosistem berkelanjutan. Sebagai cabang spesialisasi fikih mutakhir, ia secara khusus mengkaji dimensi normatif dari interaksi manusia dengan habitatnya.

Mawardi merumuskan kerangka sistematis ilmu fikih melalui empat pilar: pertama, *rub' al-'ibādāt* (pengaturan relasi transendental manusia-Tuhan); kedua, *rub' al-mu'āmalāt* (tata kelola interaksi sosial); ketiga, *rub' al-munākahāt* (harmonisasi ikatan familial); keempat, *rub' al-jināyāt* (penjaminan keamanan dan kedamaian kolektif).

Pengelolaan lingkungan hidup menuntut kesadaran bahwa interaksi antara manusia dan alam semesta merupakan sebuah ikatan timbal balik yang saling menguntungkan. Pendekatan ini mengharuskan kita mengutamakan semangat kerja sama dan gotong royong sebagai landasan utama. Esensinya, manusia perlu memahami larangan untuk bertindak kontradiktif melalui aktivitas yang berpotensi menimbulkan degradasi ekologis.

Keseimbangan relasi antara umat manusia dan jagad raya, khususnya dengan lautan lepas, merupakan salah satu bentuk harmoni tersebut. Samudera adalah karunia Ilahi yang mengandung beragam sumber kehidupan, jauh melampaui sekadar kekayaan fauna; mencakup pula flora serta berbagai keindahan yang mampu menjadi sandaran hidup manusia. Kendati demikian, kitab suci al-Qur'an memberikan peringatan tegas: pemanfaatan sumber daya kelautan maupun ekosistem lain hanya diperkenankan jika disertai kearifan dan perencanaan bijak demi mencegah kepunahan makhluk hidup. Eksploitasi tak terkendali akan menghilangkan kesempatan bagi keturunan mendatang untuk menikmati apa yang ada sekarang. Degradasi alam dewasa ini merefleksikan sikap lalai manusia dalam mengelola dan memanfaatkan potensi lingkungan secara bertanggung jawab.³⁷ Allah Swt berfirman:

³⁶ Sudarsono Soedomo, "Ekonomi Hijau: Pendekatan Sosial, Kultural Dan Teknologi," *Konsep Ekonomi Hijau/Pembangunan Ekonomi Yang Berkelanjutan Untuk Indonesia*, 2010.

³⁷ Badru Tamam, "EKOTEOLOGI DALAM TAFSIR KONTEMPORER," *Disertasi* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021). Hal. 311.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik, (Q.S. al-A‘râf/7: 56).

Sayyid Quthub menafsirkan ayat ini sebagai larangan tegas dari Allah bagi manusia agar tidak menyebarkan kerusakan di muka bumi. Ia memandang bahwa ayat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan menggambarkan keterpaduan empat unsur mendasar dalam diri manusia, yakni ruhani, intelektual, nurani, dan jasmani, yang seharusnya berjalan sinergis dalam mengemban amanah sebagai khalifah di bumi.³⁸ Gagasan ini memiliki keselarasan pemikiran dengan pandangan Badru Taman yang menekankan pentingnya integrasi antara hati, pikiran, dan tangan dalam menjaga kelestarian alam. Maka, prinsip penghormatan terhadap alam semesta dan tanggung jawab dalam menjaganya telah diilustrasikan dengan jelas oleh al-Qur’an melalui frasa *uli aydi wa al-abshar*, yang menegaskan pentingnya pengamatan aktif terhadap lingkungan, serta larangan eksplisit untuk tidak merusaknya setelah Allah menjadikannya tertata dan memesonakan.³⁹

Ayat ini menancapkan prinsip keutuhan ekosistem sebagai fondasi etis peradaban. Persoalan pelestarian habitat (*bi’ah*) telah berevolusi dari tantangan lokal primordial menjadi krisis global lintas generasi, menempatkannya sebagai isu sentral peradaban manusia sepanjang sejarah.

Konsep ekonomi hijau telah lebih dulu dikenal masyarakat dibandingkan *fiqh al-bi’ah*, meskipun prinsip relasi antara Islam dan ekosistem sebenarnya telah tertanam dalam teks suci selama berabad-abad. Akar persoalan yang melatarbelakangi kedua wacana ini identik: degradasi lingkungan akibat transformasi gaya hidup manusia yang mengejar kepraktisan instan. Pola konsumsi ini termanifestasi dalam ketergantungan pada kemasan sekali pakai berbahan non-biodegradable—seperti plastik—yang menumpuk di alam selama dekade, praktik pembuangan limbah sembarangan yang mencemari ekosistem akuatik dan membahayakan rantai pangan, eksploitasi hutan tanpa reboisasi untuk memenuhi permintaan industri kayu, serta penurunan kualitas udara akibat polutan dan akumulasi gas rumah kaca. Dampak kumulatifnya adalah destabilisasi iklim global, bencana ekologis, dan kerusakan habitat berskala masif.

Secara esensial, ekonomi hijau bertujuan menciptakan tiga dampak transformatif: *Pertama*, membuka lapangan kerja dan sumber penghidupan

³⁸ Sayyid Quthb, *Fi Dzhalil Al-Qur’an* (Kairo: Dar as-Syuruq, 1998). Juz. III, hal. 1298.

³⁹ Tamam, “EKOTEKOLOGI DALAM TAFSIR KONTEMPORER.” Hal. 272.

berkelanjutan; *Kedua*, menekan emisi karbon, mengoptimalkan efisiensi sumber daya, dan meminimalkan pencemaran serta residu; *Ketiga*, memadukan pembangunan berkelanjutan, keadilan sosial, dan pengurangan kemiskinan sebagai kontribusi bagi kemaslahatan kolektif—meskipun capaian sosial ini tidak otomatis terwujud. Realisasi tujuan ketiga memerlukan intervensi kelembagaan spesifik yang terintegrasi dalam aktivitas ekonomi hijau. Intinya, sistem ekonomi ini berkomitmen pada pertumbuhan yang memadukan vitalitas ekonomi dengan keselarasan ekologis.

Ekonomi hijau bertumpu pada visi mendorong kemajuan ekonomi yang lestari melalui minimalisasi eksploitasi alam berlebihan dan penciptaan ekosistem lebih bersih serta sehat. Di sisi lain, maqâshid syarî‘ah merangkum sasaran-sasaran fundamental dalam syariat Islam—meliputi perlindungan keyakinan, nyawa, rasionalitas, generasi penerus, dan aset material. Konsepsi ini menegaskan bahwa manusia hadir untuk meraih misi-misi khusus dalam hidupnya, sehingga tatanan ekonomi maupun sosial wajib dirancang guna mendukung pencapaian sasaran-sasaran esensial tersebut.

Dalam ranah ekonomi, kedua kerangka ini menjalin titik temu signifikan. Keduanya sepakat bahwa mekanisme ekonomi perlu diarahkan untuk merespons cakupan sasaran lebih luas—termasuk dimensi ekologis dan kemasyarakatan. Prinsip keberlanjutan dan penghindaran perusakan lingkungan beserta sumber daya alam juga menjadi kesamaan pandangan. Meski demikian, perbedaan mendasar muncul: ekonomi hijau mengutamakan kelestarian alam, sementara maqâshid syarî‘ah menekankan keadilan sosial dan kesejahteraan kolektif. Aspek sekuler melekat kuat pada pendekatan pertama, sedangkan dimensi spiritual menjadi ruh pendekatan kedua.

Secara implementatif, integrasi kedua paradigma dapat melahirkan sistem ekonomi berkarakter lestari, ramah ekologi, dan berkeadilan sosial. Ambil contoh, sebuah model ekonomi yang mengadopsi prinsip ekonomi hijau sekaligus maqâshid syarî‘ah mampu mengakselerasi kemajuan ekonomi berkelanjutan, menekan pemborosan sumber daya alam, serta membentuk lingkungan hidup lebih sehat—tanpa mengabaikan prinsip keadilan sosial dan etika religius. Merujuk inti maqâshid syarî‘ah, esensi ekonomi hijau pun dapat dikaji dan diurai melalui dua pilar utamanya: pemeliharaan generasi (*hifzh an-nasl*) dan pengelolaan kekayaan bertanggung jawab (*hifzh al-mâl*).

b) Sinergi Ekonomi Hijau dan Perlindungan Generasi (*Hifzh an-Nasl*)

Dampak ekologis yang merusak berpotensi mewariskan kerentanan bagi generasi penerus, baik dalam aspek kesehatan maupun kemakmuran material. Seruan dalam Q.S. an-Nisâ’ (4:9) mengingatkan:

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُ ضَعْفًا حَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقِمُْوا قَوْلًا سَدِيدًا

Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya), (Q.S. an-Nisâ'/4: 9).

Dalam kerangka pembangunan berwawasan jangka panjang dan ekologis, prinsip *hifzh an-nasl* memainkan peran krusial guna memastikan setiap kebijakan atau aktivitas ekonomi mempertimbangkan konsekuensinya bagi alam dan manusia masa depan. Integrasi antara Ekonomi Berwawasan Ekologis (*Green Economy*) dan *hifzh an-nasl* bertujuan merancang paradigma pembangunan yang tidak semata mengejar kemajuan finansial, tetapi juga menjamin kesinambungan alam serta mencegah kerusakan permanen pada ekosistem dan garis keturunan manusia. Kedua konsep ini bersifat komplementer: pendekatan ekonomi ekologis menawarkan mekanisme praktis bagi keberlanjutan lingkungan, sementara *hifzh an-nasl* memperkuat landasan etis melalui perspektif transendental untuk menjaga alam dan generasi.

Sinergi ini terwujud dalam berbagai aplikasi. Investasi di sektor energi terbarukan—sebagai bagian dari ekonomi ekologis—mengurangi polusi udara dan emisi gas rumah kaca yang membahayakan kesehatan manusia, selaras dengan semangat *hifzh an-nasl* dalam melindungi kesejahteraan fisik. Praktik agrikultur berkelanjutan seperti penggunaan pupuk organik tidak hanya memelihara kesuburan tanah, tetapi juga meningkatkan kualitas nutrisi pangan, merealisasikan tujuan perlindungan kesehatan dan ketahanan pangan dalam *hifzh an-nasl*. Pengembangan transportasi rendah karbon (seperti kendaraan listrik) mengurangi kontribusi terhadap perubahan iklim sekaligus menjamin akses adil terhadap layanan kesehatan, pendidikan, dan ekonomi—unsur vital bagi keberlangsungan generasi. Perlindungan sumber daya alam seperti pengelolaan air dan konservasi biodiversitas menjadi fondasi ekosistem sehat yang mendukung kualitas hidup manusia jangka panjang. Kolaborasi kedua paradigma ini menciptakan kerangka holistik yang mengintegrasikan efisiensi sumber daya, keberlanjutan ekologis, dan pertimbangan dampak transgenerasional ke dalam aktivitas ekonomi.

c) Hubungan Green Ekonomi dan *Hifzh al-Mâl*

Hifzh al-Mâl merepresentasikan kerangka Islam dalam penatalayanan kekayaan, menekankan perlindungan aset melalui pemanfaatan bertanggung jawab, distribusi berkeadilan, serta pencegahan pemborosan dan penyalahgunaan sumber daya. Landasan etis ini termaktub dalam Q.S. an-Nisâ'/4:5 yang secara eksplisit melarang penyerahan pengelolaan harta kepada

pihak yang tidak kompeten, seraya menegaskan kewajiban memenuhi kebutuhan dasar dan berkomunikasi secara humanis terkait sumber-sumber penghidupan.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalannya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan)-mu yang Allah jadikan sebagai pokok kehidupanmu. Berilah mereka belanja dan pakaian dari (hasil harta) itu dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik, (Q.S. an-Nisâ'/4: 5).

Integrasi ekonomi hijau dengan *hifzh al-mâl* melahirkan paradigma pembangunan berkelanjutan yang menyelaraskan kemajuan ekonomi dengan pelestarian ekosistem dan pengelolaan aset berprinsip. Implementasinya mencakup alokasi modal untuk inisiatif berorientasi lingkungan—seperti energi terbarukan dan pertanian organik—yang merealisasikan prinsip penatalayanan kekayaan sekaligus memberi dampak ekologis positif. Transformasi operasional termanifestasi dalam sistem sirkular melalui daur ulang material dan minimalisasi residu, memadukan efisiensi sumber daya dengan konservasi alam. Pola konsumsi berevolusi menuju preferensi produk ramah lingkungan dan awet, mencerminkan kebijaksanaan pengelolaan harta jangka panjang. Sektor keuangan berperan strategis melalui lembaga yang menginternalisasi kriteria ekologis dalam kebijakan pembiayaan, merealisasikan pengelolaan dana berkelanjutan. Pilar krusial terletak pada edukasi yang membangun kesadaran holistik tentang sinergi antara praktik ekonomi berwawasan lingkungan dan etika pengelolaan kekayaan Islami, memberdayakan masyarakat mengambil peran aktif dalam tata kelola sumber daya berkeadaban.

Integrasi kedua paradigma ini bertujuan mewujudkan triadik keberlanjutan: pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, proteksi ekosistem, dan stewardship aset produktif untuk generasi kini dan mendatang. Sinergi konseptual ini membentuk fondasi pembangunan inklusif yang menjamin keselamatan ekologis sekaligus kemaslahatan sosial. Implementasinya memfasilitasi pemanfaatan sumber daya secara bijak, menghasilkan dampak positif bagi integritas alam dan kesejahteraan manusia.

Berdasarkan uraian tersebut, *fiqh al-bī'ah* dipahami sebagai disiplin hukum ekologis yang menetapkan parameter etis-legal dalam ekonomi berkelanjutan. Dalam kerangka *green economy*, ia mengatur dikotomi halal-haram sebagai panduan perilaku ekonomi manusia. Pelaku usaha—baik perorangan maupun korporasi—wajib mendasarkan kebijakan bisnis pada *maqāṣid syarī'ah*, khususnya entitas yang beroperasi langsung di ekosistem

alami. Esensi akhirnya adalah aktualisasi kemaslahatan umat manusia melalui praktik komersial berkelanjutan.

Green economy menunjukkan simetri konseptual dengan ekonomi Islam dalam menempatkan peningkatan kualitas hidup manusia dan alam sebagai inti sistem. Islam menginstitutionalkan dualisme preservasi: *hifzh an-nasl* (konservasi generasi) dan *hifzh al-māl* (proteksi aset), termasuk aktivitas ekonomi ekologis sebagai manifestasi *maqāṣid syarī'ah*. Indonesia perlu mengembangkan model ekonomi hijau autentik yang selaras dengan karakteristik nasional—sebuah sistem komprehensif yang menjamin keberlanjutan ekologis dan keadilan antargenerasi.

d) *Eko-Ushûl al-Fiqh: Metodologi Hukum Islam untuk Konservasi*

Diskursus konservasi ekologis melalui lensa *eko-ushûl al-fiqh* kini mengemuka sebagai respons intelektual terhadap ancaman krisis lingkungan planetaris. Para sarjana semakin mengadopsi metodologi *ushûl al-fiqh* sebagai kerangka analitik untuk mengeksplorasi dimensi syariah terkait pelestarian alam. Imperatif ini muncul karena meskipun isyarat-isyarat Al-Qur'an tentang degradasi lingkungan dan keprihatinan global telah lama ada, elaborasi ilmiahnya masih bersifat parsial. Pesan normatif Islam mengenai ekologi belum terartikulasikan secara komprehensif, sehingga dibutuhkan dekonstruksi epistemologis *ushûl al-fiqh* guna membekali komunitas Muslim berkontribusi substantif dalam mitigasi krisis lingkungan global.

Konsep lingkungan dalam tradisi syariah memang bersifat generik, sehingga memerlukan reinterpretasi kontekstual untuk mencapai tingkat operasionalisasi praktis. Proyek ini melibatkan pembacaan ulang tematik terhadap khazanah tafsir dan fikih melalui instrumen yurisprudensial—sebuah pendekatan yang mendefinisikan esensi *eko-ushûl al-fiqh*. Dalam kerangka ini, prinsip *mashlahah* dan *maqāshid syarī'ah* beserta derivasinya akan dianalisis secara dinamis sebagai landasan responsif terhadap tantangan ekologis kontemporer.

Istilah "*eko-uşûl al-fiqh*" menyintesiskan "ekologi" sebagai ilmu relasi organisme dengan habitat fisik-biologisnya, dan "*uşûl al-fiqh*" sebagai metodologi penggalan hukum praktis dari sumber rinci.⁴⁰ Ekologi dipahami sebagai studi interdependensi makhluk hidup dengan ekosistemnya, sementara *uşûl al-fiqh*—menurut Muḥammad Abū Zahrah—didefinisikan:

⁴⁰ Otto Soemarwoto, *Ekologi, Lingkungan Hidup, Dan Pembangunan*, vol. 8 (Jakarta: Penerbit Djambatan, 2004). 22.

إِنَّ أُصُولَ الْفِقْهِ هُوَ الْعِلْمُ بِالْقَوَاعِدِ الَّتِي تَرَسَّمُ الْمَنَاهِجَ لِاسْتِنْبَاطِ الْأَحْكَامِ الْعَمَلِيَّةِ مِنْ أَدَلَّتِهَا
التَّفْصِيلِيَّةِ^{٤١}

Ilmu tentang kaidah yang merancang metodologi istinbāt hukum praktis.

Gabungan konseptual ini melahirkan pendekatan baru: analisis hubungan manusia-lingkungan melalui lensa filosofi hukum Islam, atau kajian isu ekologis berbasis kerangka *uṣūlī*. Tradisi keilmuan Islam menempatkan *uṣūl al-fiqh* sebagai instrumen interpretasi teks suci yang mencegah kesewenangan pemahaman. Sebagaimana ditegaskan Abū Zahrah:

الْقَانُونُ الَّذِي يَلْتَزِمُهُ الْفَقِيهُ لِيَعْتَصِمَ بِهِ مِنَ الْخَطَا فِي الْإِسْتِنْبَاطِ^{٤٢}

Pedoman yang melindungi faqīh dari kekeliruan istinbāt.

Kitab *al-Risālah* karya al-Syāfi'ī, karya pionir *uṣūl al-fiqh*, dilahirkan untuk mengatasi kesewenangan *istinbāt* hukum pada masanya. Dalam konteks inilah eko-*uṣūl al-fiqh* hadir sebagai evolusi metodologis: penguatan kapasitas *istinbāt* hukum dan etika Islam yang berfokus pada preservasi ekosistem global.

Penerapan kerangka metodologis *uṣūl al-fiqh* dalam analisis ekologis tidak hanya menjauhkan hasil kajian dari distorsi atau kesalahan interpretasi, melainkan membuka peluang bagi prinsip-prinsip fikih dasar untuk merumuskan postulat ekologis yang memperkuat dasar-dasar pelestarian alam, sebuah pendekatan yang kemudian dikenal sebagai *eko-ushūl al-fiqh*. Metodologi serupa telah diadopsi para pemikir Islam kontemporer ketika membahas relasi agama dengan isu lingkungan, seperti terlihat pada karya Yusuf Qaradhwī, Musthafa Abu-Sway, dan Mawil Y. Izz Deen. Lebih jauh, teks-teks klasik semisal *al-Mustashfā* dan *al-Muwāfaqāt* telah menginisiasi konsep *mashlahat* serta lima kebutuhan esensial (*ad-dharūriyyāt al-khams*) yang intinya menjamin perlindungan lima pilar vital: keyakinan, kehidupan, kelangsungan generasi, kepemilikan, dan rasio. Dengan menelaah fondasi filosofis *mashlahat* dan *al-maqāshid as-syarī'iyah* demi menjamin keberlangsungan lima pilar tersebut dalam kerangka *eko-ushūl al-fiqh*, konsep inti konservasi lingkungan menemukan landasan epistemologisnya.

Paradigma *eko-ushūl al-fiqh* karenanya menawarkan tiga pilar strategis konservasi alam. Pertama, penguatan kapasitas metodologis *uṣūl al-fiqh*—terutama aspek yang relevan dengan pelestarian ekosistem—melalui kritik konstruktif terhadap prinsip usang dan formulasi kaidah baru berbasis

⁴¹ Muhammad Abu Zahrah, *Usul Al-Fiqh* (Kairo: Dar al-Fikr, n.d.). Hal. 7

⁴² Zahrah. Hal. 10

argumen aktual. Kedua, eksplorasi mendalam prinsip *mashlahat* dan *al-maqâshid as-syarî'ah* untuk tujuan preservasi lingkungan.⁴³ Ketiga, perluasan cakupan *mashlahat* melampaui batasan pemikiran al-Ghazali dan asy-Syâthibî, dengan memasukkan segala bentuk kebaikan substantif⁴⁴ seperti inovasi teknologi rendah emisi, pencegahan polusi, serta pengendalian aktivitas ekonomi yang mengabaikan dampak ekologis.

Sementara pendekatan ekoteologi dan ekосоfi mengeksplorasi pelestarian alam melalui lensa teologis, filosofis, dan sufistik, eko-ushûl al-fiqh memanfaatkan fondasi metodologis hukum Islam untuk merumuskan pilar-pilar utama perlindungan ekosistem. Argumentasi ini menegaskan bahwa meskipun produk hukum masa lampau (*fiqh*) lahir dari interpretasi kontekstual ruang-waktu tertentu yang mungkin usang hari ini, kerangka teoritis hukum Islam (*ushûl al-fiqh*) tetap mempertahankan relevansinya sebagai kearifan abadi (*philosophia perennis*). Dalam kajian ini, kerangka teoritis itulah yang dimanfaatkan untuk mengekstraksi prinsip-prinsip konservasi lingkungan. Sebelum mengkaji lebih dalam wawasan eko-ushûl al-fiqh tentang pelestarian alam, aspek-aspek relasi syariah dengan lingkungan perlu dipetakan terlebih dahulu.

e) Konservasi Lingkungan Berbasis *al-Maqâshid as-Syarî'ah*

Kerangka *maqâshid asy-syarî'ah* dalam preservasi ekologis diinisiasi oleh Musthafa Abu Sway⁴⁵ dan Yusuf al-Qaradawi. Kontributor kontemporer semisal M. Fadhlun Khalid dan Ibrahim Ozdemir memperkaya perspektif ini melalui eksplorasi konsep *maşlahah* sebagai landasan teoretis konservasi alam.⁴⁶ Kedua tokoh perintis tersebut mendasarkan argumennya pada analisis klasik Imam al-Ghazâlî, asy-Syâthibî, dan asy-Syaukânî, khususnya teori *maşlahah* dan *maqâshid*, guna menjawab tantangan krisis ekologi global yang kian akut.

⁴³ As-Syathibî berbicara *mashlahat* hanya dalam batasan syariah dan tidak dalam pandangan manusia. al-Syathibî, misalnya, mengatakan bahwa tujuan syariat adalah untuk membebaskan para mukalaf dari belenggu hawa nafsunya hingga mereka bisa menjadi hamba-hamba Allah. Pandangan al-Syathibî ini, tentu saja, menafikan pertimbangan pribadi atau individual sebagai unsur dalam pertimbangan *mashlahat*.

⁴⁴ At-Thufi, justru berpendapat bahwa akal secara mandiri bisa menentukan *mashlahat* dan *mafsadat*, terutama dalam lapangan muamalat dan 'adat. Piramida pemikiran al-Thufi tentu saja berbeda dengan al-Syathibî dan lebih luas. Mushthaf Zayd, *Al-Mashlahat Fi at-Tasyr' Al-Islami Wa Najmuddîn Al-Thufi* (Kairo: Dar al-Fikr al-Arabi, 1954). Hal. 18.

⁴⁵ Musthafa Abu-Sway, "Towards an Islamic Jurisprudence of the Environment: Fiqh Al-Bî'ah Fî Al-Islam," n.d., <http://homepages.iol.ie/~afifi/Articles/environment.htm>.

⁴⁶ Ali Yafie, *Merintis Fikih Lingkungan Hidup* (Jakarta: Ufuk Press, 2006).

Asy-Syaukânī mendefinisikan *maṣlahah* melalui kutipan al-Khawārizmī:

الْمَصْلَحَةُ هِيَ الْمُحَافَظَةُ عَلَى مَقْصُودِ الشَّرْعِ بِدَفْعِ الْمَفَاسِدِ عَنِ الْخَلْقِ⁴⁷

Pemeliharaan tujuan syariat melalui pencegahan kerusakan makhluk.

Prinsip *maslahat* ini beserta *maqāṣid asy-syarī'ah*, yang berporos pada pencapaian kemaslahatan dan objektif hukum,⁴⁸ menjadi kerangka konseptual utama diskursus syariah tentang preservasi lingkungan di kalangan pemikir Muslim ekologis. Meski berakar pada abad IV-V H, relevansi intinya bertahan, walau aspek instrumentalnya memerlukan rekontekstualisasi.

Konsep *aḍ-ḍarūriyyāt al-khams* (agama, jiwa, keturunan, harta, akal) menuai reinterpretasi kritis. Ibnu 'Āsyūr memperluasnya dengan menyertakan keadilan (*al-'adālah*) dan kebebasan (*al-ḥurriyyah*).⁴⁹ Abu-Sway memandangnya sebagai komponen organik preservasi ekologis, sementara Ali Yafie merekonfigurasi urutan prioritas: jiwa, akal, harta, keturunan, lalu agama.

Evolusi interpretatif terhadap *aḍ-ḍarūriyyāt al-khams* merupakan keniscayaan epistemologis, selaras dengan karakter 'illat hukum yang berkembang dinamis dalam merespons realitas kontemporer.

Menurut al-Syātibī, tujuan fundamental syariat (*al-maqāṣid asy-syar'iyyah*) terpusat pada perwujudan kemaslahatan universal yang terhimpun dalam lima prinsip inti (*al-kulliyāt al-khams* atau *aḍ-ḍarūriyyāt al-khams*), meliputi preservasi keyakinan, eksistensi manusia, kelangsungan keturunan, perlindungan hak milik, dan pemeliharaan akal sehat. Ia menegaskan kelima aspek ini bersifat absolut karena menjadi landasan kemaslahatan duniawi-spiritual; ketiadaan satu saja akan meruntuhkan tatanan kehidupan berkelanjutan. Lebih jauh, al-Syātibī menyatakan universalitas prinsip ini melintasi semua tradisi keagamaan, sebagaimana termaktub dalam pernyataannya: "*innahā murā'āhu fī kulli millah*" (prinsip ini dijunjung tinggi dalam setiap ajaran agama). Dengan demikian, operasionalisasi *maqāṣid asy-syarī'ah* berorientasi pada aktualisasi kemaslahatan holistik.

Secara kebahasaan, istilah *maṣlahah* merupakan derivasi nominal dari akar kata *shaluḥa*. Verba ini mengindikasikan kondisi ideal suatu entitas atau individu, mencakup integritas, kesehatan, kebenaran, keadilan, kebajikan, dan

⁴⁷ As-Syaukanī, *Irsyad Al-Fuhul Li Tahqiq Al-Haqq Min 'Ilm Al-Ushul* (Beirut: Darl-Fikr, n.d.). hal. 242.

⁴⁸ Terkait *maslahat*, dapat dilihat dalam Ibn Al-Mandzhur, *Lisan Al-'Arab*, vol. II (Kairo: Dar al-Fikr, 1972). Hal. 348.

⁴⁹ Ismail Hasani, *Nazhariyyat Al-Maqshid 'ind Al-Imm Muhammad Al-Thhir Ibn Ashkr* (Dar as-Syuruq, 1991). Hal. 16.

kejujuran, atau kepemilikan atribut-atribut mulia tersebut. Secara kontekstual, istilah ini juga merujuk pada aktivitas atau transaksi yang bersifat konstruktif bagi kebaikan kolektif atau yang dirancang khusus untuk meraih tujuan mulia.

Dalam disiplin *uṣūl al-fiqh*, para ahli mendefinisikan *maṣlahah* secara kebahasaan sebagai padanan konseptual "manfaat", baik secara leksikal maupun substantif. Istilah ini juga merujuk pada nilai tambah dalam aktivitas praktis seperti perdagangan. Berbagai formulasi ulama mengenai konsep ini, meski beragam, memiliki inti esensial serupa. Al-Ghazālī mereduksi maknanya menjadi "perolehan manfaat dan penangkalan madarat demi merawat objektif syariat".

Setiap kebijakan yang mengandung kemaslahatan harus berorientasi pada preservasi kelima prinsip tersebut sekaligus menghindari ancaman terhadapnya. Dengan demikian, *maṣlahah* merupakan teleologi final dari *maqāṣid asy-syarī'ah*. Formulasi teoritis al-Ghazālī (w. 505 H/1111 M) ini menjadi landasan epistemologis bagi pengembangan doktrin *maqāṣid* secara komprehensif oleh asy-Syātibī (w. 790 H/1388 M) pada abad berikutnya.

Pasca era al-Ghazālī, asy-Syātibī menempati posisi sentral dalam pengembangan teori *maqāṣid asy-syarī'ah* melalui magnum opus-nya *al-Muwāfaqāt fī Uṣūl asy-Syarī'ah*.⁵⁰ Kajiannya kerap menyamakan makna *maṣlahat* dengan *maqāṣid* sebagai konsep intersubstitutif, jika yang pertama merepresentasikan kebijakan universal, maka yang kedua berfungsi sebagai kerangka operasional untuk merealisasikannya.

Dalam konteks preservasi lingkungan, prinsip *maṣlahat* diaplikasikan sebagai tameng terhadap degradasi ekologis melalui perlindungan lima pilar fundamental: keyakinan, kehidupan manusia, rasionalitas, regenerasi, dan hak kepemilikan. Perspektif ekosistem memandang kelimanya sebagai komponen habitat yang tak tergantikan, atau dalam termonologi *uṣūl al-fiqh* disebut *al-kulliyāt al-khams*, elemen yang keberadaannya bersifat non-negotiable.

Yūsuf al-Qaraḍāwī mengartikulasikan simbiosis teologis dengan menyatakan preservasi lingkungan setara dengan pemeliharaan agama. Eksploitasi ekosistem atau pengabaian konservasi dinilai sebagai pelanggaran sakralitas agama yang mengingkari *maqāṣid asy-syarī'ah*. Meskipun praktik

⁵⁰ Secara ringkas teori Syatibi dapat dinyatakan demikian: Aturan-aturan partikular (*juz'ī*) syariah dibangun oleh hukum-hukum universal (*qawnīn kulliyah*). Hukum-hukum itu diketahui melalui survei komprehensif terhadap pernyataan-pernyataan syariah. Dengan menggunakan prosedur induksi sempurna (*istiqrā' tāmm*), seseorang dapat bergerak dari aturan-aturan partikular kepada hukum-hukum universal syariah. Tawaran as-Syatibi tidak lain dari suatu pergeseran yang luar biasa dalam prosedur metodologis. Karena itu, dengan menggunakan tawaran Syatibi segera akan memperluas jangkauan ijtihad dari keterbatasan-keterbatasan *qiyas* partikular sebelumnya, kepada suatu proses komprehensif, di mana induksi dan deduksi digunakan sekaligus. Induksi memungkinkan kita bergerak dari partikular kepada general, sebaliknya deduksi bergerak dari general kepada partikular. Ibrahim ibn Musa Al-Syathibi, *Al-Muwfaqāt Fi Ushul Al-Syari'ah*, vol. II (Beirut: Dar al-Ma'rifah, n.d.).hal. 29-39

spesifik seperti polusi atau deforestasi tidak disebut eksplisit dalam teks suci, pelarangannya bersumber dari prinsip maqāsid: setiap tindakan yang mengancam *ad-darūriyyāt al-khams*, dengan implikasi merusak kemaslahatan, secara otomatis menjadi terlarang.

Qaraḍāwī memperluas persamaan preservasi alam dengan perlindungan jiwa, akal, keturunan, dan hak milik, berargumen bahwa degradasi elemen-elemen ini mencemari eksistensi manusia dalam ekosistem. Ia mengintegrasikan prinsip maṣlaḥah ke dalam triadik iḥsān (kesempurnaan), ibadah, dan akhlak, mengembangkan teori maqāsid asy-syarī'ah al-Syāṭibī yang menegaskan preservasi *ad-darūriyyāt al-khamsah* sebagai imperatif absolut, meliputi pemeliharaan eksistensi dan pencegahan kepunahannya.⁵¹ Meski berakar pada abad ke-14, prinsip perennial ini tetap relevan dengan modifikasi kontemporer untuk konservasi ekologis berbasis Islam.

Dinamika konsep maṣlaḥah mencapai momentum transformatif melalui Musthafa Abu-Sway yang menempatkannya sebagai lensa utama proteksi lingkungan dalam kerangka maqāsid asy-syarī'ah. Secara radikal, ia menyatakan preservasi ekosistem sebagai teleologi tertinggi syariat—sebuah klaim tegas yang belum terdokumentasi dalam tradisi ulama klasik. Bukan karena ketidaktahuan salaf akan isu lingkungan, melainkan krisis ekologi sebagai fenomena modern yang kesadarannya mengemuka global sejak 1960-an.⁵²

Berbeda dengan kehati-hatian Qaraḍāwī, Abu-Sway secara revolusioner mentransmutasi spirit maqāsid abad ke-14 menjadi imperatif ekologis modern. Ia tidak sekadar menetapkan preservasi alam sebagai kewajiban, melainkan menempatkannya sebagai objektif syariat paling esensial.⁵³ Penegasan ini membawa konsekuensi paradigmatis: secara etis, legal, teologis, dan filosofis, ia menyetarakan kelestarian lingkungan dengan kemutlakan eksistensial, tanpanya, makna kekhalifahan manusia di bumi punah.

Musthafa Abu-Sway menegaskan suatu perspektif kritis: kerusakan alam secara fundamental menghalangi peran manusia sebagai wakil ilahi di

⁵¹ As-Syathibi membagi *mashlahat* pada tiga *dharurī*, *hāji*, dan *taḥṣīnī*. Pada keharusan menjaga yang *dharurī*, Syathibi menyatakan bahwa jika kelima hal tidak terjaga atau rusak, maka stabilitas agama dan kehidupan menjadi rusak. Al-Syathibi. Hal. 8.

⁵² Mary Evelyn Tucker and John A. Grim, *Worldviews and Ecology: Religion, Philosophy, and the Environment* (New York: Orbis Book, 1994).

⁵³ As-Syathibi sebagai ulama yang mempopulerkan konsep ini menegaskan bahwa *ad-dharūriyyāt al-khams* adalah wajib dan mutlak keberadaannya. Sebab tanpa kelima hal itu (memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan properti) kehidupan tak pernah ada. Al-Syathibi, *Al-Muwfaqat Fi Ushul Al-Syari'ah*. Hal. 8.

bumi, bahkan mengancam keberlangsungan hidup umat manusia itu sendiri.⁵⁴ Pernyataan ini memperkuat relevansi prinsip maqâshid syarî'ah dalam merespons tantangan lingkungan global.

Lebih jauh, kerangka maqâshid syarî'ah sebagai alat analisis hukum Islam dapat diperluas hingga mencakup elemen-elemen terkecil diskursus fikih, termasuk penafsiran ulang status legal-formal seperti halal.⁵⁵ Dalam pembacaan ekologis, kehalalan suatu produk tidak lagi semata ditentukan oleh kebersihan atau dampak langsungnya, melainkan juga oleh komitmen terhadap kelestarian alam. Konsekuensinya, sertifikasi halal perlu mengadopsi prinsip ekolabel, suatu penanda yang mengikat keberterimaan produk (baik barang maupun jasa) dengan jejak ekologisnya. Demikian pula dalam ekonomi syariah, pola produksi dan konsumsi wajib diarahkan pada keselarasan ekosistem, mencakup sektor seperti pengelolaan hutan dan sistem transportasi.

Di ranah lain, prinsip maqâshid dan kemaslahatan memberikan dasar argumentatif bagi pengendalian populasi—isu krusial terkait beban ekologis. Ledakan penduduk yang tak tertahankan berpotensi melampaui kemampuan planet dalam menyediakan pangan dan kebutuhan dasar, sehingga memicu krisis lingkungan.⁵⁶ Teks-teks keagamaan yang secara literal menganjurkan kelahiran tinggi perlu ditinjau ulang atau dikontekstualisasikan (*takhshîsh*) demi menjamin terpenuhinya lima kebutuhan dasar manusia (*ad-dharûriyyât al-khams*) dalam ekosistem yang sehat. Singkatnya, segala penilaian hukum dan moral, mulai dari status halal-haram hingga kategori etis—harus memasukkan bobot ekologis secara menyeluruh.

Mengangkat pelestarian ekosistem sebagai prinsip utama syariah menuntut transformasi filosofis mendasar dalam pendekatan fikih, teologi, serta ajaran-ajaran Islam menuju paradigma yang menghargai keselarasan

⁵⁴ Abu-Sway, "Towards an Islamic Jurisprudence of the Environment: Fiqh Al-Bî'ah Fî Al-Islam."

⁵⁵ Istilah *ecolabelling* muncul sebagai cara baru dunia industri melindungi lingkungan. *Ecolabelling* diartikan sebagai "a label which identifies overall environmental preference of a product or service within a specific product/service category based on life cycle considerations." (suatu label yang mengidentifikasi keseluruhan preferensi lingkungan dari produk atau jasa dalam suatu kategori jasa atau produk khusus yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan lingkungan hidup). "Ecolabelling," 2009. <http://www.gen.gr.jp/eco.html>

⁵⁶ Penjelasan-penjelasan tentang prediksi pertumbuhan pendudukan dan pengaruhnya pada masalah lingkungan dapat dilihat dalam Joel E. Cohen, "Population Growth and Earth's Human Carrying Capacity," *Science* 35, no. 6 (1995): 341–46. Informasi-informasi tentang prediksi penambahan penduduk dunia juga dapat diakses pada <http://www.undp.org/popin/wdtrends/exescum.html>

alam.⁵⁷ Pemahaman kesejahteraan holistik (*mashlahat*) yang selama ini dikungkung oleh batasan tekstual semata, sebagaimana dipahami para pemikir terdahulu, perlu diperluas cakupannya melalui pertimbangan rasionalitas universal.⁵⁸ Keharusan ini muncul mengingat sumber-sumber tertulis bersifat terbatas, sementara dinamika sosial-budaya dan tata hukum mengalami perkembangan tak terduga kecepatannya. Tantangan-tantangan ekologis berikut kompleksitasnya—seperti kepadatan penduduk, degradasi kualitas alam, dominasi sistem ekonomi tertentu, serta penerapan teknologi yang mengabaikan keberlangsungan hayati—merupakan isu-isu mendesak yang memerlukan respons otentik dari kerangka hukum Islam.⁵⁹ Fenomena inilah yang dikenal sebagai darurat lingkungan, sebuah realitas ilmiah yang menegaskan peran dominan aktivitas insani dalam merusak keseimbangan planet.

Dalam kerangka memperluas definisi kesejahteraan holistik tersebut, pemikiran Najmuddîn at-Thûfi dapat dijadikan rujukan historis yang relevan. Ia menyatakan bahwa penentuan kemaslahatan dan kerusakan berdasar pada empat pilar: Pertama, kapasitas nalar independen untuk mengidentifikasi manfaat dan mudarat, khususnya dalam ranah interaksi sosial dan tradisi. Menurutnya, pertimbangan intelektual murni, tanpa selalu merujuk wahyu, cukup memadai untuk mengenali nilai baik dan buruk suatu hal. Pilar pertama inilah yang menjadi fondasi pemikirannya, meski ia memberi batasan pada wilayah muamalah dan adat, membebaskannya dari ketergantungan mutlak pada petunjuk tertulis. Kedua, kesejahteraan holistik berkedudukan sebagai sumber hukum otonom yang validitasnya tidak bergantung pada membenaran

⁵⁷ Muna Abu Fadl, misalnya, mengakui bahwa untuk memberi kontribusi dalam perumusan suatu teori sosial yang secara intrinsik bersifat Islami, ilmuwan-ilmuwan sosial Muslim harus memiliki akses terhadap sumber-sumber wahyu. Dia juga menegaskan bahwa warisan *ushûl* sebagaimana adanya sekarang tidak lagi memadai dan tak dapat digunakan untuk tujuan penelitian sosial. Agar operatif, metode-metode *ushûl* memerlukan suatu restrukturisasi komprehensif dengan mengelompokkan partikular ke dalam universal. Itulah sebabnya, kata Muna selanjutnya, ilmuwan-ilmuwan Muslim kontemporer tidak memiliki jalan lain kecuali membangun disiplin-disiplin mereka berdasarkan konsep-konsep yang didasarkan secara langsung dari al-Quran. Muna Abu Al-Fadl, *Towards a Methodology for Dealing with the Sources of Islamic Theorizing*, ed. Al-Thayyib Abidin (Herndon, VA: Institute of International Islamic Thought, 1990). Hal. 2072-2078.

⁵⁸ Seperti diketahui *mashlahat* dalam teori awalnya hanya dibatasi pada hal-hal yang telah disebut baik atau manfaat oleh syariat. Teori ini kemudian dikritik di antaranya oleh para teologi seperti 'Asy'arî. Menurut teologi ini, kemaslahatan tak dapat diketahui tanpa melalui proses penalaran akal. Muhammad Khalid Masud, *Islamic Legal Philosophy: A Study of Abu Ishaq Al-Syathibi's Life and Thought* (Islamabad: Islamic Research Institute, 1977).

⁵⁹ Tentang Krisis lingkungan sebagai akibat dari aktivitas manusia yang ceroboh (antropogenik) dapat dibaca dalam D. Meadows, *The Limits to Growth* (New York: Potomac Associate, 1972).

teks suci, melainkan semata pada pertimbangan rasional.⁶⁰ Dengan demikian, nilai suatu tindakan sebagai pembawa manfaat dapat ditetapkan melalui kebiasaan masyarakat atau pengalaman empiris, tanpa harus selalu merujuk pada otoritas tertulis.

Prinsip maşlahat secara eksklusif berlaku dalam ranah muāmalah dan praktik sosial-adat, sementara domain ibadah ritual seperti şalāt dan şawm tunduk pada parameter ketat syariat sebagai hak prerogatif Ilahi (ḥuqūqullāh). Dalam interaksi antarmanusia, nalar insani mampu mengidentifikasi kebaikan dan keburukan secara otonom.

Maşlahat menempati posisi sebagai dalil syar'i paling fundamental—mengungguli naş dan ijmā' jika bertentangan—melalui mekanisme takhşīş (pengkhususan) dan bayān (elaborasi), bukan penafian teks suci.⁶¹ Perspektif at-Thūfī ini merepresentasikan lompatan epistemik dalam uşūl al-fiqh untuk mengakomodasi dinamika sosio-kultural kontemporer.⁶²

Tujuan syariat yang antroposentris (sekadar kemaslahatan manusia) kini dianggap usang. Objektivitasnya harus diperluas menjadi kemaslahatan kosmik yang pada akhirnya bermuara pada kesejahteraan manusia. Tesis ini berdasar tiga argumen: pertama, terpeliharanya ađ-đarūriyyāt al-khams mustahil tanpa ekosistem sehat sebagai prasyarat kehidupan. Kedua, eksistensi manusia bersifat temporal sementara bumi telah bertahan miliaran tahun tanpa manusia—QS al-Baqarah: 30 menegaskan kekhalfahan sebagai mandat preservasi planet. Ketiga, alam adalah amanah (kepercayaan ilahiah), bukan aset; pemanfaatan bertanggung jawab menjadi esensi kekhalfahan.

Formulasi syariah antroposentris berisiko melegitimasi agresi ekologis tanpa visi keberlanjutan antargenerasi. Ini bertolak belakang dengan paradigma Islam yang menolak reduksionisme Baconian—sebagaimana tergambar dalam manifestasinya: "*Tujuan ilmu adalah penguasaan dan pengendalian alam... mengubah manusia menjadi tuan dan pemilik alam*"—sebab transformasi manusia menjadi "pemilik alam" bertentangan dengan konsep amanah kosmik.

Kerangka *al-maqaşhid al-syar'iyyah* dan *mashlahat* menuntut pembaruan pemahaman terhadap konsep-konsep kunci seperti *khalīfatullāh fī al-'ardh, taskhīr* (QS. al-Jātsiyah/45:13), dan *i'mār* (QS. Hūd/11:61). Tafsir klasik maupun modern yang cenderung menempatkan manusia sebagai "penguasa mutlak" alam semesta perlu dikaji ulang menuju visi holistik pelestarian lingkungan berbasis ekologi. Meski literatur fikih tradisional

⁶⁰ Zayd, *Al-Mashlahat Fi at-Tasyr' Al-Islami Wa Najmuddīn Al-Thufi*. Hal. 127-132.

⁶¹ Husein Hamid Hasan, *Nadzariyyat Al-Mashlahah Fī Al-Fiqh Al-Islmī* (Dar al-Nahdhah al-'Arabiyyah, 1971). Hal. 529.

⁶² Bassam Tibi, *Islam and the Cultural Accommodation of Social Change* (San Fransisco & Oxford: Westview Press, 1990).

jarang membahas konservasi secara eksplisit, hal ini tidak mengurangi tanggung jawab Islam untuk merespons krisis ekologis. Disiplin ilmu lain telah menyediakan perangkat analitik berharga—seperti pendekatan metafisika sains dari pemikir semacam Seyyed Hossein Nasr—serta temuan mutakhir ekologi dan klimatologi. Semua ini menjadi bahan vital dalam merumuskan prinsip-prinsip perlindungan lingkungan Islami, khususnya melalui lensa *maqâshid* dan *mashlahat*.

‘Izz aD-Dîn bin ‘Abd al-Salâm memperluas cakupan *mashlahat* dan *mafsadat* menjadi empat dimensi masing-masing: *mashlahat* mencakup kenikmatan (*al-laddzât*) beserta sumbernya, serta kebahagiaan (*al-afrâh*) dan pemicunya; sementara *mafsadat* meliputi penderitaan/ketidaknyamanan (*al-âlâm*) dan akar penyebabnya, ditambah kesedihan (*al-ahzân*) dan faktor pencetusannya. Klasifikasi ini memperluas daya jangkau teori tersebut dalam menampung kompleksitas persoalan hukum dan moral masyarakat.⁶³

Berdasarkan elaborasi ‘Izz al-Dîn di atas, dialektika *mashlahat* dan *mafsadat* dalam tradisi intelektual Islam melahirkan konsep *ishlâh* (secara harfiah bermakna ‘perbaikan’ atau ‘pelestarian’) sebagai kebalikan dari *ifsâd* (kerusakan/korupsi). Al-Qur’an secara tegas menghubungkan kedua istilah ini dalam konteks bumi: "*Wa lâ tufsidû fî al-arḍi ba‘da iṣlāḥihā*" (Janganlah kalian berbuat kerusakan di bumi setelah ia dijadikan baik, QS. al-A‘râf/7:56). Frekuensi tinggi derivasi kata *ishlâh*—muncul 181 kali dalam teks suci,⁶⁴ menegaskan signifikansinya sebagai prinsip inti perlindungan lingkungan. Pengulangan ini mengisyaratkan fondasi etis yang kokoh bagi tindakan konservasi dan penjagaan kebaikan integral, sesuai makna leksikalnya.

Istilah *ifsâd* mengacu pada tindakan perusakan sistematis, sebagaimana larangan merusak bumi dalam teks suci. Merujuk pada penjelasan tentang kerusakan darat-laut akibat campur tangan manusia, konsep ini secara fundamental bertolak belakang dengan etika pelestarian alam (*ishlâh al-bi‘ah*). Yusuf Qaradhwî, dalam mendefinisikan perbaikan ekologis, mengangkat konsep *ihsân*—yang melampaui dimensi ritual semata—untuk mencakup perlakuan penuh kelembutan, penghormatan, dan pemeliharaan terhadap seluruh entitas alam. Prinsip-prinsip inti dalam sudut pandang eko-teori hukum Islam ini merefleksikan suatu etos genuin yang

⁶³ Teori ini dalam tradisi *ushûl al-fiqh*. Teori ini adalah pengembangan dari *mashlahat*, dan pemakaiannya secara hukum masih diperdebatkan di kalangan para yuris klasik. Hal ini demikian, karena *al-mashlahat al-mursalâh* merupakan kebaikan dan kemanfaatan yang tidak disebutkan keharamannya ataupun kehalalannya. Wahbah Zuhaylî, *Ushkl Al-Fiqh Al-Islmî*, vol. I (Beirut: Dar al-Fikr al-Mu‘ashir, 1986). hal. 757.

⁶⁴ Muhammad Fu‘ad Abdul Baqî, *Al-Mu‘jam Al-Mufahras Lil-Alfdz Al-Qur‘n Al-Karîm* (Maktabah Dahlan, n.d.). Hal. 520-523

berorientasi pada kebaikan holistik ekosistem. Esensinya menekankan proteksi lingkungan sebagai prioritas tertinggi, sebab degradasi alam akan menggagalkan upaya menjaga lima kebutuhan dasar manusia (agama, jiwa, akal, keturunan, harta). Inilah manifestasi dari tujuan tertinggi syariah (*al-maqâshid as-syarî'ah*).

Pembahasan mengenai perbaikan (*ishlâh*) dan perusakan (*ifsâd*) lingkungan merupakan implementasi praktis dari tujuan syariah tersebut, sekaligus bagian integral dari wacana etika dalam tafsir klasik—khususnya ketika menafsirkan ayat-ayat terkait kedua konsep itu. Ayat-ayat serta hadis tentang perlindungan alam pada dasarnya memerlukan penjabaran operasional melalui argumen-argumen hukum beserta metodologinya: teori hukum Islam (*ushûl al-fiqh*). Kerangka *al-maqâshid as-syarî'ah* justru dapat memperkuat landasan etis bagi gerakan penyelamatan ekologis.

Berdasarkan teori tujuan syariah dan konsep kemaslahatan sebelumnya, pendekatan eko-teori hukum Islam menawarkan minimal dua strategi konservasi lingkungan. Pertama, mendefinisikan ulang konsep dosa, status hukum, serta parameter baik-buruk dan etis-tidak etis dengan memasukkan kriteria keberlangsungan ekologis. Ini berarti pertimbangan manfaat (*mashlahat*) dan mudarat (*mafsadat*) tidak lagi terbatas pada kepentingan antroposentris, tetapi harus mencakup keberlanjutan biosfer. Kedua, mempelajari ilmu-ilmu pendukung pelestarian alam—seperti geografi, ekologi, fisika—memiliki kesetaraan epistemologis dengan mempelajari ilmu-ilmu keagamaan. Alasannya, perlindungan lima kebutuhan dasar manusia mustahil tercapai tanpa dukungan ilmu pengetahuan teknis yang relevan. Pandangan konvensional sering menempatkan ilmu agama sebagai kewajiban individual (*fardhu 'ayn*), sementara ilmu lain dianggap kewajiban kolektif (*fardhu kifâyah*).⁶⁵ Dua formulasi ini merepresentasikan aplikasi konkret tujuan syariah dan kemaslahatan dalam konteks penyelamatan lingkungan.

Pemeriksaan filosofis yang lebih dalam mengungkap bahwa kerangka masalah dan tujuan syariat (*al-maqâshid asy-syarî'ah*) menawarkan pendekatan paling adaptif dan berdaya tahan ketika berhadapan dengan kompleksitas kehidupan modern, termasuk tantangan serta krisis ekologis beserta strategi penyelamatannya.⁶⁶ Walau demikian, penajaman aspek

⁶⁵ Dalam urutan komponen *ad-dharûriyyât al-khams* yang disebut pertama oleh al-Ghazali dan al-Syathibi adalah komponen agama, disusul jiwa, keturunan, harta, dan akal. Tentu saja, ini menunjukkan bahwa memelihara agama itu paling utama, padahal dia menjadi kurang berarti jika kondisi jiwa sakit atau jika lingkungan terus dalam ancaman bencana dan terus dalam krisis yang akut.

⁶⁶ Henry Laoust, misalnya, sangat memuji teori *mashlahat* dan *al-maqâshid as-syarî'ah* sebagai kekayaan peradaban Muslim. Ia mengatakan bahwa prinsip *mashlahat* dan *al-maqâshid as-syarî'ah* adalah salah satu gagasan yang membuat teori hukum Islam dan

teknisnya mutlak diperlukan agar secara tegas mengafirmasi keberlangsungan alam. Konsep lima kebutuhan mendasar (ad-dharûriyyât al-khams) yang digagas asy-Syâthibî pada dasarnya belum cukup kokoh untuk menjadi landasan utuh pelestarian ekologis.

Konsep lima pilar esensial—memprioritaskan perlindungan iman, nyawa, garis keturunan, kekayaan, dan rasionalitas—cenderung menempatkan manusia sebagai pusat segalanya. Inti kemaslahatan dalam perspektif asy-Syâthibî adalah kepentingan umat manusia di ranah duniawi dan ukhrawi. Menurut paradigma ini, keselamatan hidup manusia di bumi bergantung pada terjaminnya kebutuhan-kebutuhan pokok yang melekat pada dirinya (lima dharûriyyât). Sementara jaminan keselamatan akhirat terutama terletak pada kemurnian keyakinan. Kelangsungan makhluk di luar manusia ditempatkan pada urutan prioritas sekunder atau bahkan tersier. Keyakinan asy-Syâthibî tercermin dalam pernyataannya bahwa fondasi kesejahteraan dunia dan agama terletak pada penjagaan kelima unsur tadi. Meski bukan satu-satunya teori yang menekankan keutamaan manusia, pemikiran ini memperkuat pemahaman antroposentris tentang peran manusia sebagai khalifah, yang menafsirkan penguasaan (taskhîr) atas alam sebagai bentuk penundukan.

Perspektif konservasi lingkungan modern ala Seyyed Hossein Nasr menuntut rekonstruksi teori antroposentris kekhalifahan—dari konsep mikrokosmos (al-âlam as-shaghîr) menuju visi makrokosmos (al-âlam al-kabîr) yang menempatkan kosmos sebagai entitas primordial.⁶⁷ Pendekatan ini memerlukan kerangka epistemik baru tentang triadik relasi Ilahiat-alam-manusia. Konstruksi fikih dan uşûl al-fiqh konvensional—terkungkung logika Abad Pertengahan ketika manusia menjadi korban alam—kini usang; 'illat hukum mengalami inversi ketika posisi terbalik: alam menjadi korban antropogenik. Perubahan rasio legis ini mentransformasi konsep maşlahat dan maqâşid syar'iyah, menegaskan preservasi ekologis sebagai teleologi syariat tertinggi.

Meski kontribusi al-Syâthibî terbatas secara ekologis, ekspansi kapasitas teorinya telah dielaborasi sarjana Muslim dan non-Muslim melalui ekoteologi, ekosofi, ekosufi, dan etika lingkungan Islam. Melalui portal maqâşid dan maşlahat, revitalisasi pemikiran Islam—khususnya fikih dan pemahaman syariat—memperoleh dinamika progresif. Sebagaimana dibuktikan Abu-Sway dan Qarađawî, kerangka ini mendekonstruksi rigiditas fikih klasik sekaligus merekonstruksinya menjadi sistem hukum responsif.

studi-studi Islam lebih unggul daripada Kristen. Karena prinsip inilah Islam memiliki kesadaran akan realitas secara lebih maju daripada Kristen. Masud, *Islamic Legal Philosophy: A Study of Abu Ishaq Al-Syathibi's Life and Thought*.

⁶⁷ Seyyed Hossein Nasr, *The Encounter of Man and Nature* (California: University of California Press, 1984). Richard C. Foltz, ed., *Worldviews, Religion and the Environment: A Global Anthology* (Belmont, Calif: Wadsworth Thomson, 2002).

Dilatasi makna (tawassu') dalam teori maṣlaḥat dan maqāṣid inilah yang memfasilitasi integrasi konsep preservasi lingkungan ke dalam wacana fikih kontemporer.

Proyek *eko-ushûl al-fiqh* menjawab kebutuhan penjelajahan dimensi syariah yang belum tersentuh dalam wacana pelestarian alam. Literatur tafsir konvensional umumnya hanya menyajikan panduan lingkungan bersifat umum dan kabur, sehingga sulit ditransformasikan menjadi pedoman praktis. Yang tersisa hanyalah ajaran-ajaran normatif tentang relasi manusia dengan alam.

Inti pendekatan ini adalah penelusuran metodologis hukum Islam untuk menyikapi persoalan ekologi secara rinci. Secara fundamental, upaya dekonstruksi syariah demi konservasi lingkungan mensyaratkan pembongkaran epistemologi *ushûl al-fiqh* itu sendiri. Namun dekonstruksi ini bukan penghancuran tanpa arah, melainkan pembongkaran kreatif yang bertujuan merakit ulang kerangka syariah agar lebih responsif terhadap tantangan ekologis. Tanpa fase rekonstruksi, proses ini hanya akan meninggalkan runtuhnya gagasan yang kontraproduktif.

Eko ushûl al-fiqh merepresentasikan jiwa zaman ketika umat manusia menghadapi ancaman kehancuran dini akibat krisis lingkungan global yang dipicu kegagalan menjaga alam. Sebagai bagian integral komunitas dunia, umat Islam dituntut kontribusi konkret—baik intelektual maupun etis—dalam upaya kolektif mengatasi bencana ekologis melalui penafsiran kembali khazanah keagamaan. Ketidakpedulian terhadap tuntutan zaman ini akan membuat relevansi Islam dipertanyakan sejarah di hadapan persoalan kemanusiaan yang mendesak.

B. Green Marketing Dalam Kerangka Bisnis Islam

1. Konsep Green Marketing sebagai Strategi Bisnis Berkelanjutan

Sebagai strategi pemasaran, pendekatan berkelanjutan ini melampaui sekadar jargon iklan, berupaya mengubah paradigma masyarakat tentang atribut “hijau (*green*)” melalui komersialisasi produk-produk ramah ekosistem.⁶⁸ Terminologi *green marketing* bervariasi, mulai dari pemasaran ekologis hingga pemasaran lingkungan, dengan American Marketing Association (AMA) mendefinisikannya sebagai aktivitas pemasaran yang memprioritaskan kelestarian alam.⁶⁹ Perkembangannya meliputi fase

⁶⁸ Christy Manongko, Tamboto, and Watung, “Green Consumer Behavior in the Perspective of Green Marketing and Theory of Planned Behavior,” *Technium Social Sciences Journal* 13 (2020): 210–22.

⁶⁹ M. Arham, “Islamic Perspectives on Marketing,” *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2 (2010): 149–64, [https://doi.org/https://doi.org/10.1108/17590831011055888](https://doi.org/10.1108/17590831011055888).

komitmen lingkungan bertingkat: awal, menengah, dan optimal, didukung empat pilar inti: desain produk berkelanjutan (*green product*), penentuan nilai ekonomi bertanggung jawab (*green price*), distribusi berwawasan ekologis (*green place*), serta komunikasi pemasaran berbasis keberlanjutan (*green promotion*).

Pendekatan ini menyelaraskan pemenuhan kebutuhan konsumen dengan prinsip preservasi lingkungan, memanfaatkan kuadran inti pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk menciptakan nilai tambah ekologis seperti pengurangan limbah, efisiensi energi, dan revitalisasi habitat.⁷⁰ Secara esensial, ia merupakan metode promosi yang mengedepankan manfaat lingkungan, memungkinkan efisiensi biaya jangka panjang sekaligus membangun keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk berkelanjutan.⁷¹

2. Prinsip Etika Pemasaran Islami (*Islamic Marketing Ethic*)

Keberhasilan komersial sangat bergantung pada kemampuan pemasaran membangun relasi bermakna dengan pelanggan sekaligus mengakselerasi pertumbuhan nilai usaha untuk unggul dalam persaingan.⁷² Perspektif Islam menempatkan etika dan kondukt perilaku luhur sebagai inti strategi pemasaran, menuntut aktivitas bisnis menjadi cerminan akhlak mulia yang mencegah penyalahgunaan otoritas dan mengutamakan kemaslahatan umat manusia.⁷³ Berbeda dengan pendekatan konvensional yang sering mengabsahkan segala cara demi profit, pemasaran Islami menancapkan paradigma alternatif.

Kualitas etika pelaku usaha menjadi penentu utama dalam etika pemasaran Islami, membentuk persepsi konsumen terhadap integritas manajemen. Terdapat hubungan proporsional: semakin kokoh fondasi moral pengusaha, semakin kuat respons positif calon pembeli yang berpotensi menumbuhkan loyalitas berkelanjutan. Kajian akademis tentang etika pemasaran Islami mengeksplorasi standar moral, pola perilaku, serta dinamika aktivitas promosi dan usaha secara mendalam.⁷⁴ Prinsip utama *Islamic marketing ethics* menjamin keadilan tanpa merugikan pihak manapun, menolak keras praktik promosi yang mengandung unsur penipuan.

Kerangka etika pemasaran Islami (*Islamic marketing ethics*) dijiwai oleh empat pilar: dimensi spiritual, integritas moral, pragmatisme realistik, dan

⁷⁰ Yulianto M. R., Agustin N. I., and Rizal A., "Pengaruh Green Marketing Product Lele Wakoel Sidoarjo Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2022): 34–46.

⁷¹ V., "Green Marketing: A Review From Islamic Marketing Ethics Perspective."

⁷² Zuhdan Ady Fataron, "Hubungan Islamic Marketing Ethics Dan Customer Satisfaction Pada Perbankan Syariah," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 9, no. 1 (2021), <https://doi.org/https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i1.10267>.

⁷³ V., "Green Marketing: A Review From Islamic Marketing Ethics Perspective."

⁷⁴ Fataron, "Hubungan Islamic Marketing Ethics Dan Customer Satisfaction Pada Perbankan Syariah."

orientasi kemanusiaan.⁷⁵ Islam menetapkan batasan perilaku melalui dikotomi nilai yang membedakan praktik terpuji dan tercela.⁷⁶ Konseptualisasi etikanya menegaskan bahwa syariat merupakan sistem norma dengan parameter ketat, terutama dalam penentuan status kehalalan. Implementasinya memerlukan sistem pemasaran berbasis kejujuran absolut, di mana pelaku usaha wajib mempertanggungjawabkan dampaknya terhadap konsumen, masyarakat, tenaga kerja, mitra bisnis, pemasok, dan seluruh pemangku kepentingan. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad Saw, produsen harus menghindari produk terlarang secara agama maupun komoditas ambigu, yang mencerminkan penolakan terhadap transaksi spekulatif (*al-gharâr*).

Lingkungan hidup merupakan manifestasi ekosistem multidimensi, fisik, kimiawi, biologis, yang berpengaruh vital pada seluruh makhluk.⁷⁷ Ia menjadi ruang interaksi manusia dengan ciptaan lain, terstruktur melalui tiga relasi fundamental: vertikal dengan Sang Pencipta (*hablun min Allâh*), horizontal antarmanusia (*hablun min an-nâs*), dan ekologis dengan semesta (*hablun min al-âlam*). Keberhasilan manusia sebagai khalifah diukur dari keadilan perlakuan terhadap sesama dan alam.⁷⁸ Interaksi ini dilandasi cinta-kasih yang melahirkan keadilan perilaku. Al-Qur'an menyediakan pedoman holistik perlakuan manusia terhadap bumi dan ciptaan-Nya, menegaskan kesakralan alam sebagai esensi wahyu Ilahi.

Kerangka hukum Islam (*ahkâm al-khamsah*), meliputi wajib, sunnah, halal, makruh, dan haram, berfungsi sebagai kompas etis bagi tindakan manusia. Meski kerap terbatas pada diskursus fikih klasik, kelima parameter ini sejatinya bersifat universal, termasuk dalam preservasi ekologis. Manusia memikul kewajiban teologis untuk menjaga kelestarian alam; kerusakan lingkungan mewajibkan reparasi aktif.⁷⁹ Perspektif Islam menuntut pemanfaatan sumber daya sesuai tujuan penciptaan tanpa menimbulkan madarat bagi makhluk hidup atau ekosistem. Q.S. al-Ahqâf/46: 3 mempertegas posisi preservasi lingkungan sebagai imperatif agama sekaligus tanggung jawab sosial, bukan pilihan opsional.

Kepedulian ekologis terintegrasi secara organik dalam prinsip dasar Islam, termanifestasi melalui banyaknya ayat Al-Qur'an yang menginstruksikan larangan keras perusakan lingkungan.⁸⁰ Perintah Ilahi menolak segala bentuk eksploitasi eksekutif dan pemborosan sumber daya, praktik yang memicu

⁷⁵ Arham, "Islamic Perspectives on Marketing."

⁷⁶ O., "Researching Islamic Marketing: Past and Future Perspectives."

⁷⁷ V., "Green Marketing: A Review From Islamic Marketing Ethics Perspective."

⁷⁸ Afandi M. A., "Modernimse Dan Kerusakan Lingkungan Perspektif Islam," *Dialogia: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 17, no. 2 (2019): 221–40.

⁷⁹ M. A.

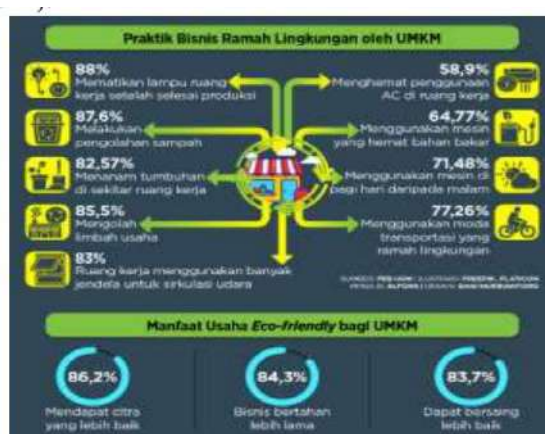
⁸⁰ Hasan Z., "Sustainable Development from an Islamic Perspective: Meaning, Implications, and Policy Concerns," *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics* 19, no. 1 (2006): 3–17, <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sd.3460010306>.

penurunan kualitas ekosistem. Akuntabilitas atas pengelolaan sumber daya alam menjadi wujud konkret tanggung jawab ini. Visi Islam ini menunjukkan konvergensi mendalam dengan tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam parameter pemanfaatan sumber daya berbasis pemeliharaan habitat.

3. Konvergensi *Green Marketing* dan Etika Bisnis

Islam mendorong partisipasi dalam aktivitas ekonomi yang menghasilkan kekayaan melalui metode etis dan sah.⁸¹ Al-Qur'an menetapkan tiga prasyarat fundamental bagi pemasar untuk meraih keuntungan: identifikasi investasi optimal, pengambilan keputusan strategis, dan penerapan perilaku berintegritas. Nilai bisnis dalam perspektif Islam berporos pada keberlanjutan transendental, usaha tak sekadar mengejar laba duniawi, tetapi juga menjadi medium ibadah untuk meraih rida Ilahi.⁸² Etika dan bisnis dipandang sebagai entitas tak terpisahkan yang bertujuan mencapai kemaslahatan dunia-akhirat.

Fokus etika bisnis Islami tertuju pada praktik yang dan *halal* (sah), sementara menolak segala bentuk *khabîts* (buruk) dan *haram* (terlarang) sebagai bukti penilaian bijak yang menjamin kehidupan damai di dunia serta imbalan eskatologis. Studi empiris Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM terhadap 1.073 UMKM mengungkap korelasi signifikan antara praktik usaha berwawasan lingkungan dengan peningkatan kepuasan pelanggan.⁸³



Gambar 3. Praktik Bisnis Ramah Lingkungan oleh UMKM
Sumber: Katadata (2021)

⁸¹ Arham, "Islamic Perspectives on Marketing."

⁸² Fataron, "Hubungan Islamic Marketing Ethics Dan Customer Satisfaction Pada Perbankan Syariah."

⁸³ Katadata, "Upaya UMKM Dorong Bisnis Ramah Lingkungan Di Tengah Pandemi," 2021, <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/60094%0A29fa8fdd/upaya-umkm-dorong-bisnis-ramahlingkungan-di-tengah-pandemi>.

Uraian sebelumnya mengindikasikan bahwa penerapan prinsip etika ekologis, khususnya dalam strategi pemasaran berkelanjutan, berpotensi memperkuat reputasi positif, menjamin keberlangsungan usaha, serta meningkatkan daya saing entitas komersial. Temuan ini selaras dengan riset Manongko et al. yang mengungkap korelasi konstruktif antara pendekatan pemasaran berbasis lingkungan dengan pola konsumsi bertanggung jawab *green consumer*.⁸⁴ Terdapat hubungan kausal di mana peningkatan persepsi positif terhadap produk/jasa yang memprioritaskan kelestarian alam berbanding lurus dengan intensitas akuisisi konsumen, sehingga memastikan ketahanan bisnis dalam ekosistem ekonomi. Ditilik dari kerangka ekspektasi, konsumen umumnya melakukan evaluasi komparatif antara kinerja aktual layanan dengan harapan awal, menghasilkan validasi atau sanggahan terhadap praktik operasional perusahaan. Lebih jauh, evolusi paradigma dalam advokasi preservasi lingkungan telah merekonfigurasi preferensi pembelian masyarakat.

Islam menawarkan kerangka hidup fundamental berlandaskan nilai moral sebagai penentu hak dan kewajiban manusia secara holistik. Perlindungan syariah mencakup seluruh aktivitas insani, termasuk interaksi komersial dalam dunia usaha. Di Indonesia, UMKM mendominasi kontribusi pertumbuhan ekonomi berkat ketahanannya menghadapi gejolak, dengan jumlah unit melebihi 65 juta tersebar nasional. Mayoritas pelaku UMKM kini mengintegrasikan isu lingkungan dalam operasional, merealisasikan prinsip SDGs yang menyeimbangkan tujuan ekonomi, sosial, dan ekologis. Kesadaran hijau ini juga dimanfaatkan sebagai daya tarik konsumen, selaras dengan etika pemasaran Islami yang menekankan promosi berbasis moral. Meski kajian akademisnya masih terbatas, konsep ini memadukan optimalisasi hasil dengan prinsip keadilan distributif demi kesejahteraan manusia dan alam. Green marketing menemukan titik temu dengan etika pemasaran Islami dalam penekanan tanggung jawab sosial-lingkungan. Sinergi keduanya berpotensi menjadi strategi efektif untuk menyentuh kesadaran konsumen dan membentuk perilaku belanja berkelanjutan. Penelitian mendalam diperlukan guna menguji aplikasi strategi hijau berbasis etika Islam pada perusahaan, menciptakan model pemasaran yang meningkatkan kesejahteraan manusia dan ekosistem secara integral.

⁸⁴ Manongko, Tamboto, and Watung, "Green Consumer Behavior in the Perspective of Green Marketing and Theory of Planned Behavior."

BAB IV

BISNIS GO GREEN SEBAGAI BENTUK KONSERVASI KELESTARIAN ALAM SEMESTA DAN PUBLIK DALAM AL- QURAN

A. Transformasi Konsumsi: Landasan Perilaku Hijau

Indonesia, sebagai negara berpenduduk terpadat keempat global, menghadapi tantangan lingkungan signifikan yang bersumber terutama dari pola konsumsi dan eksploitasi sumber daya berlebihan. Aktivitas ekonomi manusia, khususnya praktik konsumsi tak berkelanjutan, secara empiris diakui sebagai kontributor utama degradasi ekologis.¹ Momentum pertumbuhan penduduk yang pesat justru dapat menjadi peluang strategis untuk memimpin pergeseran menuju paradigma konsumsi bertanggung jawab. Esensi transformasi ini terletak pada adopsi gaya hidup berkelanjutan (*sustainable living*) yang menempatkan kelestarian lingkungan sebagai inti aktivitas sehari-hari.

Perkembangan terkini menunjukkan kemunculan tren positif: konsumerisme hijau (*green consumerism*) mulai mengakar di Indonesia. Fenomena ini merepresentasikan evolusi kesadaran di mana konsumen secara proaktif memilih produk hijau (*green products*) – sebuah manifestasi konkret konsumsi bertanggung jawab. Pemilihan ini didasari pertimbangan mendalam

¹ Pavitra Sinnappan and Azmawani Abd Rahman, “Antecedents of Green Purchasing Behavior Among Malaysian Consumers,” *International Business Management* 5, no. 3 (2011): 129–1.

mengenai jejak ekologis (*ecological footprint*) produk sepanjang siklus hidupnya, mulai dari produksi hingga pembuangan.²

Dalam hal ini, dapat jelas terlihat bahwa aktivitas ekonomi manusia ternyata terbukti berperan dominan dalam kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh pola aktivitas maupun konsumsi yang tidak bertanggung jawab. Sebagai negara yang memiliki penduduk terbanyak keempat di dunia dan peningkatan penduduk secara cepat, Indonesia dapat memanfaatkan kesempatan untuk berperan secara aktif dalam mengurangi kerusakan lingkungan dengan menerapkan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab. Tujuan tersebut bisa tercapai dengan memulai transformasi kepada pola aktivitas dan kehidupan yang lebih hijau dan peduli lingkungan. Perubahan tren konsumen berwawasan lingkungan yang berkembang membuktikan bahwa secara perlahan era *green consumerism* di Indonesia telah dimulai. Dengan kata lain, konsumsi produk hijau (*green product*) merupakan salah satu bentuk konsumsi yang bertanggung jawab karena memperhatikan dampak lingkungan dalam pembelian produk.

Dalam perspektif perilaku konsumen, Sangadji dan Sopiah mendefinisikan tindakan konsumsi sebagai rangkaian proses seleksi, penggunaan, dan pengelolaan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan. Konsep “konsumen hijau” (*green consumers*) muncul sebagai respons terhadap krisis lingkungan.³ Kelompok ini dicirikan oleh pertimbangan ekologis yang mendahului keputusan pembelian. Mereka memandang isu lingkungan bukan sebagai hambatan, melainkan stimulus intrinsik untuk beralih ke alternatif ramah planet. Dorongan ini selaras dengan temuan NielsenIQ (2023) yang melaporkan peningkatan 25% preferensi konsumen Indonesia terhadap produk berkelanjutan dalam tiga tahun terakhir.

Sektor usaha merespons dengan mengintegrasikan prinsip *go green* ke dalam inti operasi, mencakup pemasaran, produksi, dan manajemen keuangan. Pada ranah rumah tangga, transformasi dimotori oleh konsumen hijau. Produk hijau, menurut standar internasional (ISO 14020), dirancang dan diproduksi dengan prinsip ekologi ketat. Karakteristik utamanya adalah keberlanjutan (*sustainability*): minim bahaya terhadap sumber daya alam, mendukung pembaruan (*renewability*), dan dapat digunakan tanpa menimbulkan kerusakan lingkungan signifikan.

² Patrick Hartmann et al., “Perspectives: Advertising and Climate Change-Part of the Problem or Part of the Solution?,” *International Journal of Advertising* 42, no. 2 (2023): 430–57, <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2140963>. Patrick Hartmann et al., “How Greenfluencers Boost Climate Action: Why Inspirational Green Leadership Matters,” *International Journal of Consumer Studies* 49, no. 3 (2025), <https://doi.org/10.1111/ijcs.70050>.

³ Sangadji E. M and Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offse, n.d.).

Industri perawatan kulit (*skincare*) menjadi contoh nyata perwujudan konsep ini. Produk *skincare hijau* mengutamakan bahan baku alami, seperti ekstrak botani (*phytochemicals*) dan konsentrat buah, yang diproses secara bertanggung jawab. Ini berbeda fundamental dari produk konvensional yang kerap mengandung bahan sintesis berisiko tinggi bagi ekosistem akuatik dan kesehatan manusia dalam jangka panjang (Zhang & Smith, 2024). Keberadaan produk semacam ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga merefleksikan komitmen etis konsumen terhadap biosfer.

Peningkatan *environmental knowledge* (pengetahuan lingkungan) menjadi katalis krusial bagi perilaku konsumen hijau. Ada korelasi positif signifikan antara pemahaman isu ekologis dengan intensi membeli produk ramah lingkungan. Edukasi berkelanjutan tentang dampak konsumsi dan ketersediaan alternatif hijau yang terjangkau merupakan pilar kunci dalam mempercepat transisi ini menuju ekonomi sirkular di Indonesia.

Dalam konteks sekarang, pasar produk perawatan wajah Indonesia sedang mengalami transformasi signifikan, didorong oleh meningkatnya kesadaran ekologis dan tren bisnis berkelanjutan. Konsumen kini tidak hanya mencari manfaat langsung bagi kulit, tetapi juga mempertimbangkan implikasi jangka panjang bagi kesehatan dermal dan keberlanjutan planet. Kekhawatiran mendalam terhadap bahan berbahaya, terutama penyalahgunaan merkuri dalam produk *skincare* yang telah menimbulkan ketakutan publik, mendorong prioritas baru: keamanan bahan baku menjadi parameter krusial dalam keputusan pembelian. Pilihan terhadap produk ramah lingkungan (*eco-conscious*) muncul bukan semata untuk pelestarian ekosistem global, tetapi juga karena keyakinan bahwa bahan alami memberikan dampak positif superior bagi kesehatan kulit secara berkelanjutan. Pemahaman ini merefleksikan pergeseran paradigma dari konsumsi kosmetik konvensional menuju pendekatan holistik yang menyinergikan kesejahteraan individu dengan kesehatan lingkungan.

Dalam lanskap ini, Safianatural mencuat sebagai *brand* lokal pionir. Diluncurkan pada 5 Juni 2021 (bertepatan dengan Hari Lingkungan Hidup Sedunia) oleh Ummu Alila dan Uni Tika, Safianatural membedakan diri melalui filosofi “kasih sayang alam”.⁴ Komitmen ini diwujudkan dengan ketat: penggunaan bahan baku botani pilihan, penghapusan total bahan kimia berisiko tinggi, formulasi vegan (bebas bahan hewani), dan prinsip *cruelty-free* (tanpa uji coba pada hewan). Produk perdananya, *cleansing balm* dan *essence toner*, menjadi bukti konkret bahwa perawatan wajah efektif dapat dicapai melalui bahan alami yang ramah biosfer. Ini yang disebut dengan perwujudan brand lokal hijau.

⁴ Lailiyah, “QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK.”

Tentu saja, fenomena Safianatural dan konsumen yang menyokongnya tidak dapat dipisahkan dari konsep kesadaran lingkungan (*environmental consciousness*). Seperti dijelaskan Lailiyah, kesadaran ini merupakan konstruksi multidimensi, mencakup:

1. Kognitif: Pemahaman tentang isu lingkungan (misalnya, dampak merkuri, limbah kosmetik).
2. Afektif/Sikap: Nilai, kepedulian, dan tanggung jawab terhadap alam.
3. Konatif/Perilaku: Kecenderungan untuk bertindak secara pro-lingkungan, termasuk pola konsumsi.⁵

Lebih jauh, penelitian kontemporer menunjukkan bahwa perilaku konsumen hijau (*green consumer behavior*) dalam memilih produk seperti Safianatural seringkali terhubung erat dengan aksi politik (*political action*). Aksi politik di sini tidak selalu berarti demonstrasi, melainkan juga mencakup "politik konsumen" (*consumer politics*) seperti memilih produk berdasarkan etika perusahaan, mendukung kebijakan lingkungan, atau menyebarkan kesadaran.

Penelitian mengenai kesadaran lingkungan konsumen Safianatural diharapkan memberikan kontribusi substantif dalam tiga ranah:

1. Memperkaya *Environmental Knowledge*: Memetakan pemahaman spesifik konsumen tentang dampak kosmetik konvensional vs. produk alami.
2. Membentuk *Environmental Attitude*: Mengungkap bagaimana penggunaan produk ramah lingkungan membentuk sikap pro-ekologis jangka panjang.
3. Mendorong *Political Action*: Meneliti apakah preferensi konsumsi hijau berpotensi menjadi pintu masuk bagi keterlibatan dalam advokasi kebijakan lingkungan yang lebih luas (misalnya, dukungan terhadap regulasi bahan kimia berbahaya).

Mayoritas pengguna Safianatural menyadari bahwa pilihan konsumsi mereka merupakan bentuk tanggung jawab ekologis aktif (*proactive ecological citizenship*). Kesadaran ini memiliki efek domino: mereka berpotensi menjadi *agent of change* yang menginspirasi peralihan konsumen lain dari produk berbahan kimia sintetis berisiko ke alternatif alami yang lebih aman.

Perspektif ini selaras dengan prinsip fundamental dalam Q.S. Shâd/38: 27-28:

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَاطِلًا ۗ ذَلِكَ ظَلُّ الَّذِينَ كَفَرُوا ۖ قَوْلُهُمُ لِلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ أَمْ نَجْعَلُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ كَالْمُفْسِدِينَ فِي الْأَرْضِ أَمْ نَجْعَلُ الْمُتَّقِينَ كَالْفُجَّارِ

Kami tidak menciptakan langit dan bumi serta apa yang ada di antara keduanya secara sia-sia. Itulah anggapan orang-orang yang kufur. Maka, celakalah orang-orang yang kufur karena (mereka akan masuk) neraka.

⁵ Lailiyah.

Apakah (pantas) Kami menjadikan orang-orang yang beriman dan beramal saleh sama dengan orang-orang yang berbuat kerusakan di bumi? Pantaskah Kami menjadikan orang-orang yang bertakwa sama dengan para pendurhaka? (Q.S. Shad/38: 27-28).

Isyarat ayat ini menegaskan konsep *stewardship* (penjagaan) atas bumi. Penciptaan alam semesta memiliki tujuan mulia, bukan kesia-siaan. Konsumsi yang merusak lingkungan (*al-ifsâd fil-ardh*) kontradiktif dengan status manusia sebagai khalifah dan bertentangan dengan keadilan Ilahi yang membedakan jelas antara pelaku kebaikan (*amiluṣ-ṣālihāt*) dan perusak (*mufsidīn*). Memilih produk seperti Safianatural, dalam kerangka ini, dapat dipandang sebagai manifestasi konkret dari *amal saleh* ekologis, upaya menghindari kerusakan (*ifsâd*) di muka bumi.

Green Consumer Behavior (GCB) merupakan inti dari transformasi ini. Berdasarkan sintesis definisi para ahli; Tobler, mendefinisikannya sebagai perilaku dan keputusan konsumen yang didorong kepedulian lingkungan. Esensinya adalah tindakan individu yang dipengaruhi oleh kesadaran ekologis ini, terwujud dalam seluruh siklus konsumsi: mulai dari *pencaarian informasi, pembelian, penggunaan, evaluasi*, hingga *pembuangan* produk secara bertanggung jawab.⁶ Sementara Steg & Vlek menekankan GCB sebagai upaya sistematis meminimalkan jejak kerusakan lingkungan melalui kebiasaan konsumsi.⁷ Lebih luas, Schultz & Zeleny menyoroti bahwa sikap lingkungan yang positif seringkali berakar pada persepsi diri sebagai bagian integral dari alam, di mana kesejahteraan individu dan ekosistem saling terhubung.⁸ GCB juga dipahami sebagai perilaku yang secara sosial diakui berkontribusi pada perlindungan lingkungan dan kesehatan planet.⁹

Diperlukan kolaborasi, meskipun terfokus pada level individu, dampak kumulatif perilaku dan pola konsumsi rumah tangga terhadap lingkungan sangat signifikan.¹⁰ Studi Bappenas (2023) menunjukkan bahwa sektor rumah tangga menyumbang sekitar 40% limbah plastik dan 30% emisi karbon tak langsung di Indonesia melalui pola konsumsi. Oleh karena itu, upaya meningkatkan GCB tidak bisa hanya mengandalkan inisiatif individu. Peran multi-pemangku kepentingan menjadi krusial, yakni pemerintah, membuat regulasi ketat bahan berbahaya, insentif fiskal untuk produk hijau, dan

⁶ R., "Determinants of Green Consumer Behavior of Postgraduate Teachers."

⁷ L., "Encouraging Pro-Environmental Behaviour: An Integrative Review and Research Agenda."

⁸ PW, *Promoting Environmentalism*.

⁹ J., *Environmental and Proenvironmental Behaviour*.

¹⁰ Kollmuss and Agyeman, "Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior."

integrasi pendidikan lingkungan dalam kurikulum. Kemudian, sektor swasta (seperti Safianatural), yakni berinovasi menyediakan produk ramah lingkungan yang terjangkau, efektif, dan transparan dalam rantai pasok. Selanjutnya, aktivis dan LSM lingkungan, yakni melakukan *social engineering* melalui kampanye edukasi yang massif, berbasis data, dan menyentuh semua strata masyarakat,¹¹ seperti gerakan *#ToxicFreeBeauty* yang gencar mengungkap risiko bahan kimia dalam kosmetik.

Sinergi ketiga pilar ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem pendukung (*enabling environment*) yang mempercepat adopsi GCB secara lebih komprehensif dan merata di seluruh lapisan masyarakat.

Literasi ekologis masyarakat Indonesia menjadi kunci kritis dalam transisi menuju ekonomi hijau. Sayangnya, pemahaman komprehensif tentang praktik keberlanjutan masih terbatas di berbagai lapisan masyarakat.¹² Rendahnya literasi ini berdampak langsung pada efektivitas green marketing, di mana respons konsumen terhadap produk ramah lingkungan belum optimal karena kurangnya apresiasi terhadap nilai ekologisnya.¹³ Padahal, menurut studi terbaru WEF (2023), terdapat korelasi kuat antara paparan informasi lingkungan berkualitas dengan adopsi produk berkelanjutan - setiap peningkatan 10% akses informasi hijau berbanding lurus dengan kenaikan 7% preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan.

Produsen dituntut inovasi dalam strategi komunikasi keberlanjutan:

1. Transparansi Material: Menggunakan bahan bersertifikat organik/recycled dengan jejak karbon terukur
2. Sertifikasi Kredibel: Menerapkan eco-label berbasis standar internasional (ISO 14024) yang diverifikasi pihak ketiga
3. Validasi Keberlanjutan: Mendaftarkan produk dalam platform audit hijau independen seperti EPEAT atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) Kementerian LHK. Dalam konteks Safianatural, penelitian ini akan menguji sejauh mana literasi ekologis menjadi faktor penentu preferensi konsumen skincare hijau dan efektivitas strategi komunikasi merek dalam membangun pemahaman lingkungan.¹⁴

¹¹ Lailiyah, "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK."

¹² W. and M., "Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran Dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan."

¹³ T., "Green Marketing Dan Green Consumer Behavior Di Indonesia."

¹⁴ Lailiyah, "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK."

Environment attitude (EA) merupakan komponen psikologis krusial yang memediasi keputusan pembelian hijau.¹⁵ Namun, konversi sikap menjadi perilaku nyata dipengaruhi faktor kompleks seperti willingness to pay premium dan consumer involvement dalam proses seleksi produk. Meski model sikap-niat-perilaku (*Theory of Planned Behavior*) telah banyak diaplikasikan, implementasinya untuk memprediksi pembelian produk spesifik berbasis lingkungan masih terbatas.¹⁶

Lee, dalam meta-analisisnya mengidentifikasi tujuh dimensi pembentuk perilaku pro-lingkungan, menempatkan EA sebagai konstruk sentral yang mencakup, Keyakinan kognitif tentang urgensi krisis ekologis, Penilaian afektif terhadap nilai intrinsik alam, dan Orientasi nilai yang memprioritaskan keberlanjutan.¹⁷ Pada industri kosmetik, EA termanifestasi melalui preferensi terhadap merek seperti Safianatural yang konsisten menerapkan circular economy dalam rantai pasokannya.

Pertumbuhan ekonomi linear telah memicu ekspeksploitasi sumber daya, memperparah krisis iklim, penipisan ozon, dan degradasi ekosistem.¹⁸ Dalam konteks ini, political action (PA) menjadi instrumen korektif melalui advokasi kebijakan hijau di tingkat global-nasional-lokal, gerakan keadilan iklim yang inklusif, dan pembentukan kerangka hukum lingkungan progresif.¹⁹ Aksi politik pro-lingkungan berfungsi sebagai katalis perubahan sistemik dengan cara memperkuat penegakan hukum lingkungan, mendorong regulasi industri berkelanjutan, dan mengakselerasi adopsi praktik *circular economy*.²⁰

Konvergensi pengetahuan, sikap, dan aksi politik ini beresonansi dengan semangat Q.S. Shâd/38:27-28 yang menegaskan konsep *khalifah fil ardh* (*stewardship of earth*). Ayat ini menolak tegas praktik *ifsâd fi al-ardh* (kerusakan di bumi) sekaligus menetapkan dikotomi jelas antara *mufsidîn* (perusak lingkungan) dan *amilâ as-shâlihât* (pelaku kebaikan ekologis). Pemilihan produk hijau seperti Safianatural menjadi manifestasi amal saleh kontemporer dalam kerangka teologis ini.

¹⁵ L., C., "Wood Producers Face Green Marketing Era: Environmentally Sound Products."

¹⁶ Scott B. and Jobber, *Environmentally Responsible Purchase*.

¹⁷ K., "Opportunities for Green Marketing Young Consumers."

¹⁸ Biswas and Roy, "Green Products: An Exploratory Study on the Consumer Behavior in Emerging Economies of the East."

¹⁹ Lailiyah, "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK."

²⁰ Y. T., "Mengungkap Motivasi Sultan Hamengku Buwono IX Membangun Selokan Mataram." Lailiyah, "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN COSTUMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK."

B. Fondasi Etis Khalifah dalam Bisnis *Go Green* Untuk Peradaban Islam

Dalam mengkaji fondasi peradaban bisnis Islam, konsep khalifah mencuat sebagai poros utama yang mengikat tanggung jawab ekologis dengan aktivitas ekonomi. Al-Qur'an menggunakan istilah *khalifah* dalam bentuk tunggal hanya dua kali (QS. Al-Baqarah/2:30 dan QS. Shad/38:26), sementara derivasinya seperti *khala'if* (empat kali) dan *khulafa'* (tiga kali) memperkaya dimensi interpretatif.²¹ Secara etimologis, akar kata *khalf* (di belakang) menegaskan posisi manusia sebagai penerus yang melanjutkan estafet pengelolaan bumi, bukan pemilik mutlak, melainkan wakil (*representative*) dan penerus (*successor*) yang bertanggung jawab kepada Sang Pencipta.²²

Kekhalifahan bukan sekadar otoritas, melainkan amanah ilahiah yang mensyaratkan harmoni trilateral: Allah sebagai pemberi mandat, manusia sebagai pelaksana, dan alam semesta sebagai ruang operasional.²³ Di sinilah *go green* menemukan relevansinya sebagai pilar bisnis Islam: ketika aktivitas ekonomi, mulai produksi hingga konsumsi, harus selaras dengan prinsip konservasi, mengingat eksploitasi berlebihan bertentangan dengan hakikat *taskhir* (penundukan alam) dalam QS. Al-Jatsiyah/45:3. Nabi Daud, misalnya, diingatkan agar tidak memperturutkan hawa nafsu dalam mengelola wilayah terbatas (QS. Shad/38:26), isyarat bahwa bisnis berkelanjutan wajib mengutamakan keadilan ekologis atas kepentingan sesaat.

Menariknya, Al-Qur'an membedakan terminologi: *khalifah* (tunggal) merujuk pada kepemimpinan kenabian (Adam dan Daud), sementara *khala'if* (jamak) mencakup manusia biasa dalam berbagai bidang kehidupan.²⁴ Ini memperluas cakupan *go green* dari ranah kebijakan makro hingga praktik mikro, setiap pelaku bisnis, sebagai *khala'if*, berkewajiban menerapkan *eco-consciousness* dalam rantai pasok, energi, dan pengelolaan limbah. Ahmad Thib Raya menegaskan bahwa kegagalan memenuhi "materi penugasan" (unsur kekhalifahan) seperti pelestarian alam, membuat mandat kekhalifahan menjadi cacat.²⁵

Kualifikasi khalifah dalam QS. Al-Anbiya'/21:73 dan QS. Shad/38:26, seperti adil, sabar, dan anti-korupsi hawa nafsu, mempertegas korelasi antara

²¹ Husain Muhammad Fahmi As-Shafi'iy, *Ad-Dalil Al-Mufahras Li Alfaz Al-Qur'an Al-Karim*, n.d. h. 371.

²² Badawi and Haleem, *Arabic-English Dictionary of Quranic Usage*. hal. 281.

²³ Ahmad Thib Raya, "Khalifah," in *Ensiklopedi Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2007). vol. 2, h. 451.

²⁴ Nuryamin, "Kedudukan Manusia Di Dunia (Perspektif Filsafat Pendidikan Islam)," *Al-Ta'dib* 10, no. 1 (2017).

²⁵ Raya, "Khalifah." Hal. 451-453.

integritas bisnis dan keberlanjutan lingkungan.²⁶ Musa Asy'ari mengingatkan bahwa kekuasaan tanpa kesadaran moral akan melahirkan eksploitasi yang merusak harmoni kosmis.²⁷ Dalam konteks inilah *go green* menjadi penanda peradaban: bisnis Islam tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menjadi mekanisme *konservasi aktif* yang menghormati regenerasi ekosistem.

Paradigma antroposentris yang rakus, menurut Nuryamin, bertolak belakang dengan konsep *khala'if* yang menuntut keseimbangan antara pemanfaatan dan pemulihan sumber daya.²⁸ Transformasi konsumsi menuju perilaku hijau, dengan demikian, adalah manifestasi dari kesadaran kekhalifahan, di mana setiap transaksi komersial sekaligus menjadi aksi restorasi bumi. Sebagaimana ditegaskan Ar-Razi, istilah *khala'if* mengandung makna “saling bergantian”.²⁹ Bisnis hari ini harus mewariskan bumi yang layak untuk generasi mendatang.

Dalam konsepsi peradaban Islam, istilah *khalifah* menempati posisi sentral yang mengikat aspek spiritual dan tanggung jawab ekologis. Al-Qur'an mengangkat konsep ini dengan penuh kehati-hatian, dengan bentuk tunggalnya hanya dua kali disebut (Q.S. Al-Baqarah: 30 dan Q.S. Shād: 26), memberikan legitimasi spiritual kepada manusia sebagai pelaksana amanah Ilahi. Dalam konteks ekologi dan bisnis kontemporer, tanggung jawab ini bukan sekadar simbol teologis, melainkan pijakan etik-ekologis yang menuntut akuntabilitas atas keberlanjutan bumi. Tafsir al-Rāzī menyebutkan bahwa kekhalifahan bukan bentuk supremasi manusia terhadap alam, melainkan perintah untuk menjaga tatanan yang telah ditetapkan Allah. Hal ini paralel dengan prinsip *taskhîr*,³⁰ yaitu penundukan alam bukan untuk eksploitasi, tetapi untuk dikelola secara arif (QS. al-Jatsiyah/45: 13).

Kekhalifahan, menurut Nasr (2021), mengandung struktur epistemik yang menghubungkan antara *tawhîd*, tanggung jawab etis, dan harmoni kosmis. Dalam dunia bisnis, konsep ini menuntut bahwa setiap aktivitas ekonomi harus mempertimbangkan dampaknya terhadap ekosistem dan masyarakat. Studi oleh Huda et al. dalam *Journal of Islamic Marketing* menunjukkan bahwa perusahaan yang menginternalisasi nilai khalifah dalam CSR berbasis lingkungan memiliki indeks kepercayaan konsumen lebih tinggi

²⁶ Raya. Vol. 2. hal. 451-453.

²⁷ Musa Asy'arie, *Manusia Pembentuk Kebudayaan Dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Lembaga Study Filsafat Islam, 1992). hal. 36.

²⁸ Nuryamin, “Kedudukan Manusia Di Dunia (Perspektif Filsafat Pendidikan Islam).” hal. 137-138

²⁹ Fakhr ad-Din Muhammad Al-Razi, *Tafsir Al-Fakhr Ar-Razi* (Beirut: Dar al-Fikr, 1995). vol. I, hal. 180.

³⁰ Al-Razi.

hingga 27%.³¹ Ini mengindikasikan bahwa spiritualitas dapat meningkatkan nilai ekonomi jika dijalankan secara konsisten dan berkelanjutan.

Menariknya, Al-Qur'an membedakan terminologi antara *khalifah* (tunggal) dan *khala'if* (jamak), yang masing-masing menandai dimensi kenabian dan sosial-kolektif. Adam dan Daud diangkat sebagai *khalifah*, sedangkan manusia umumnya disebut *khala'if* (Yunus: 14, Fâthir: 39). Ini mengimplikasikan bahwa setiap individu dalam rantai bisnis modern, dari produsen hingga konsumen, memiliki tanggung jawab ekologis, baik di tingkat makro maupun mikro. Dalam konteks ini, *go green* tidak lagi hanya jargon lingkungan, melainkan mekanisme kolektif untuk mengimplementasikan nilai *khala'if* dalam dunia industri, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Sani & Rahim tentang industri halal dan circular economy di Indonesia.³²

Al-Qur'an juga menyusun kualifikasi khalifah yang kompleks: adil, bijak, dan anti hawa nafsu (Shād: 26; Al-Anbiya: 73). Tafsir al-Marāghī dan Wahbah al-Zuhailī secara eksplisit menyebutkan bahwa penguasa atau pengelola yang gagal menegakkan keadilan lingkungan adalah bentuk pengkhianatan terhadap mandat Ilahi. Ini selaras dengan gagasan *ethical governance*, sebagaimana dikaji oleh Saeed dalam studi terhadap perusahaan syariah di Malaysia, yang menemukan bahwa penerapan prinsip adil dan amanah dalam tata kelola lingkungan menaikkan efisiensi operasional dan kepercayaan investor.³³

Kekuasaan dan otoritas atas bumi, jika tidak dibarengi dengan kesadaran spiritual, akan melahirkan kerusakan. Pandangan ini ditegaskan dalam QS. Al-A'rāf: 56 yang menyatakan larangan membuat kerusakan setelah diperbaiki. Tafsir al-Baghawī menekankan bahwa kerusakan (*fasād*) mencakup eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya. Sejalan dengan itu, paradigma bisnis modern yang berorientasi pada profit tanpa memperhatikan daya dukung lingkungan adalah bentuk *fasād muhaqqaq* yang bertentangan dengan *maqāsid syarī'ah*. Perusahaan yang mengabaikan sustainability cenderung menghadapi krisis reputasi dan litigasi lebih tinggi dalam jangka menengah.³⁴

³¹ M. Huda and Et Al., "CSR Berbasis Nilai Khalifah Dalam Bisnis Islam," *Journal of Islamic Marketing*, 2022.

³² L. Sani and N. Rahim, "Circular Economy and Halal Business Model in Indonesia," *Asian Journal of Sustainability*, 2023.

³³ A. Saeed and Et Al., "Islamic Governance, Environmental Performance and Business Integrity," *Malaysian Management Review*, 2021.

³⁴ Susan van de Meene, Yvette Bettini, and Brian W. Head, "Transitioning toward Sustainable Cities-Challenges of Collaboration and Integration," *Sustainability (Switzerland)* 12, no. 11 (2020): 1–23, <https://doi.org/10.3390/su12114509>.

Nuryamin, dalam kajian etika bisnis Islam, mengkritik paradigma antroposentris yang melegitimasi keserakahan. Ia menekankan bahwa konsep *khala'if* secara teologis mewajibkan pemanfaatan sumber daya harus disertai dengan pemulihan dan regenerasi.³⁵ Ini relevan dengan riset UN Environment Programme yang menyatakan bahwa transformasi konsumsi rumah tangga global menjadi lebih hijau berpotensi menurunkan emisi karbon hingga 25% pada 2030.³⁶ Dalam konteks inilah, setiap keputusan konsumsi memiliki bobot spiritual sebagai manifestasi kekhalifahan.

Bisnis Islam, sebagai ekspresi nilai wahyu, harus menjadi ruang artikulasi bagi konservasi, bukan sekadar kompetisi ekonomi. Penelitian Najib dan Sumarwan dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* menyimpulkan bahwa UMKM berbasis lingkungan di Indonesia yang menerapkan prinsip *halalan tayyiban* dan *khalifah* mengalami pertumbuhan yang lebih stabil dan tahan terhadap krisis pasar. Ini menunjukkan bahwa etika Qurani bukan saja bersifat utopis, tetapi implementatif dan berdaya saing.

Lebih jauh, Wahbah al-Zuhaili dalam *Tafsir al-Munir* menyebut bahwa kata *khala'if* mengandung makna “saling bergantian dan saling menggantikan,”³⁷ menegaskan bahwa bumi bukan milik generasi sekarang semata. Oleh karena itu, bisnis hari ini harus dirancang dengan visi keberlanjutan antar generasi. Ini membuka ruang integrasi antara green business, pendidikan, dan kebijakan publik untuk menciptakan ekonomi yang berkelanjutan dan spiritual. Di sinilah tugas kekhalifahan menjadi konkret: bukan sekadar pengelolaan, melainkan peradaban yang berpihak pada bumi.

Paradigma kekhalifahan juga memerlukan pendekatan lintas sektor. Dalam studi interdisipliner oleh Fauzi & Mulyadi, konsep *green accounting* dalam kerangka syariah menjadi pendekatan baru untuk menakar dampak bisnis terhadap lingkungan. Mereka mengusulkan integrasi nilai *khalifah* dalam neraca keuangan untuk memperkuat akuntabilitas spiritual.³⁸ Ini selaras dengan tren ESG (environmental, social, and governance) dalam ekonomi global, di mana dimensi etika dan keberlanjutan semakin menjadi tolak ukur utama investasi.

Akhirnya, kesadaran akan peran sebagai khalifah mengubah orientasi bisnis dari sekadar akumulasi profit menjadi gerakan peradaban. Seperti yang

³⁵ Nuryamin, “Kedudukan Manusia Di Dunia (Perspektif Filsafat Pendidikan Islam).”

³⁶ Oates et al., “Using Green and Digital Technologies to Reduce Food Waste at the Consumer Level-Case Study: Kampala, Uganda.” Robert Ayres, “Towards a Green Economy Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, PART II: Investing in Energy and Resource Efficiency, Manufacturing.”

³⁷ Az-Zuhaili, *At-Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa as-Syari'Ah Wa Al-Manhaj*.

³⁸ M. Fauzi and M. Mulyadi, “Green Accounting Berbasis Syariah,” *Jurnal Akuntansi Syariah*, 2022.

ditegaskan oleh Musa Asy'ari, kekuasaan yang tidak dilandasi kesadaran moral akan merusak tatanan kosmis.³⁹ Oleh karena itu, transformasi konsumsi menuju pola hidup hijau bukan hanya strategi bisnis, melainkan ekspresi iman, amal, dan ilmu dalam satu kesatuan aksi ekologis. Dalam konteks ini, bisnis go green dalam Islam bukan hanya alat ekonomi, tetapi wahana dakwah dan penyelamatan semesta.

C. Inovasi Hijau (*Green Innovation*): Integrasi Maslahat Publik dan Nilai Quran

Pertumbuhan kredit mikro di Sulawesi Selatan pada Triwulan I-2020 mencapai 12,4% (yoy), melampaui capaian periode sebelumnya (11,7% yoy) dan menyumbang 4,1% dari total ekspansi kredit UMKM, lebih dari separuh kontribusi subsektor kecil-menengah (2,8%). Meski sektor transportasi mencatat pertumbuhan 21% (yoy), dampaknya terbatas akibat pangsa pasar yang minimal. Di tengah perlambatan kredit perdagangan (3% yoy vs 5% sebelumnya), sektor pertanian justru mencatatkan kinerja gemilang dengan pertumbuhan 33% (yoy).⁴⁰

Fenomena ini menggarisbawahi peran strategis UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional. Namun, eksploitasi sumber daya dan pembuangan limbah tanpa pengelolaan memicu degradasi lingkungan. Di sinilah green innovation menjadi solusi krusial: bukan sekadar menghasilkan produk ramah lingkungan, tetapi juga menciptakan proses produksi berkelanjutan yang selaras dengan prinsip *maqâshid as-syari'ah* (tujuan syariah), khususnya *hifdzh al-bi'ah* (pelestarian lingkungan) sebagai turunan dari perlindungan jiwa dan keturunan.⁴¹ Tantangannya terletak pada kemampuan UMKM mengintegrasikan etika ekologis ini tanpa mengorbankan daya saing.

Usaha mikro di Indonesia didefinisikan melalui tiga lensa kebijakan:

1. BPS: Usaha dengan ≤ 5 pekerja, termasuk tenaga keluarga tak dibayar
2. Kemenkeu: Aset \leq Rp50 juta (eksklusif tanah/bangunan), omzet tahunan \leq Rp300 juta
3. BI: Usaha produktif keluarga berbasis teknologi sederhana⁴²

Berdasarkan karakteristik operasional, UMKM terklasifikasi dalam empat strata evolutif:

1. *Livelihood activities* (sektor informal: pedagang kaki lima)

³⁹ Asy'arie, *Manusia Pembentuk Kebudayaan Dalam Al-Qur'an*.

⁴⁰ Perbendaharaan, "Kajian Fiskal Regional DIY."

⁴¹ Rahadi Krisyanto, "Konsep Pembiayaan Dengan Prinsip Syariah Dan Aspek Hukum Dalam Pemberian Pembiayaan." Siregar, "Lingkungan Hidup."

⁴² Fernando S Solang, "No Title" 3, no. 3 (2019): 1–10. Siregar, "Lingkungan Hidup."

2. *Micro enterprise* (pengrajin pra-kewirausahaan)
3. *Small dynamic enterprise* (eksportir/subkontrak)
4. *Fast moving enterprise* (calon usaha besar)⁴³

Pembiayaan syariah bagi kelompok ini disalurkan melalui tiga kanal utama:

1. BMT/Koperasi Syariah (penyalur 45% pembiayaan mikro)
2. Lembaga ZISWAF untuk pendanaan non-komersial
3. Perbankan Syariah via BPRS/BUS yang mencatatkan pertumbuhan pembiayaan UMKM 72% YoY pada 2024.⁴⁴

Studi mutakhir membuktikan bahwa inovasi hijau bukan lagi pilihan, melainkan keharusan kompetitif: Misalnya, Hermawan, menemukan bahwa promosi berbasis hijau meningkatkan persepsi kualitas produk sebesar 28% dan minat beli 35% pada konsumen urban Indonesia.⁴⁵ Sementara itu, Usada & Aqmala, mengonfirmasi bahwa *green product innovation* berkorelasi positif dengan peningkatan kinerja UKM, terutama bila didukung *entrepreneurial orientation*.⁴⁶

Dalam kerangka Islam, praktik bisnis destruktif yang mengabaikan kelestarian lingkungan bertentangan dengan konsep “*lâ dharar wa lâ dhirâr*” (larangan menimbulkan bahaya). *Green innovation*, seperti penggunaan teknologi daur ulang limbah atau energi terbarukan, merupakan bentuk kontemporer dari amal saleh ekologis. Implementasinya dapat dimulai dari langkah sederhana, yaitu *cleaner production* dengan meminimalkan *waste-to-output ratio*, eko-desain kemasan biodegradable, dan digitalisasi rantai pasok untuk mengurangi jejak karbon.

1. Konsep *Green Innovation*

Inovasi hijau (*green innovation*) mewakili komitmen strategis dalam transformasi bisnis, bertujuan memitigasi pelepasan gas perangkap panas ke atmosfer. Pendekatan ini merancang ulang mekanisme operasional, pola kerja, dan rantai produksi demi meminimalisir degradasi alam. Esensinya terletak pada penciptaan nilai usaha melalui metodologi yang menjunjung tinggi

⁴³ Raihanah Daulay, “Pengembangan Usaha Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Kota Medan” XL (2016): 44–65.

⁴⁴ Nur Kholidah and Miftahur Rahman Hakim, “Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2018): 181–97.

⁴⁵ Putri, “Faktor-Faktor Yang Mengembangkan Kreasi Produk Pada Ina Priyono The Muslim Wear.”

⁴⁶ Aqmala, “Peluang Usaha Kecil Menengah Dalam Melakukan Inovasi Produk Ramah Lingkungan.”

integritas ekologis.⁴⁷ Berbeda dengan terobosan konvensional, fokus utamanya tertuju pada konsekuensi ekologis saat merumuskan solusi baru. Harapannya, kerangka berpikir ini melahirkan komoditas yang selaras dengan alam, menjamin kesinambungan operasi di masa depan. Secara fundamental, inisiatif hijau mencakup segala upaya kolektif atau institusional guna mendorong adopsi prosedur, barang, teknologi, serta tata kelola yang direvitalisasi. Tujuannya adalah menekan jejak merugikan terhadap bumi dan merealisasikan target spesifik terkait kesehatan planet. Lebih luas lagi, inovasi merupakan serangkaian taktik korporasi untuk menciptakan, mengimplementasikan, atau mentransfer wawasan peningkatan kinerja entitas. Prosesnya memanfaatkan pendekatan kreatif guna mereduksi konsekuensi buruk aktivitas manufaktur terhadap biosfer. Praktik semacam ini menjadi motor penggerak kemajuan yang berkesinambungan, berambisi mengurangi pengaruh destruktif setiap fase hidup produk terhadap lingkungan hidup dan keseimbangan alam.⁴⁸

Inisiatif ramah lingkungan semakin mengemuka belakangan ini, seiring keselarasan konsep ini dengan respons global terhadap tantangan planet.⁴⁹ Di negara-negara maju, berkembang cabang ilmu ekonomi lingkungan yang menawarkan pendekatan solutif bagi persoalan bumi. Disiplin ini merumuskan kebijakan ekonomi terkait pelestarian alam. Praktik inovasi hijau sendiri terbagi dalam dua ranah utama: Satu aspek berfokus pada pengembangan produk atau jasa, secara signifikan dirancang untuk meminimalisasi risiko ekologis. Implementasinya mencakup pemilihan material ramah ekosistem, optimalisasi efisiensi energi, serta desain yang memfasilitasi daur ulang, penggunaan ulang, atau dekomposisi alami. Sisi lain, inovasi ini menyentuh penciptaan metoda manufaktur atau distribusi yang lebih unggul, terkait erat dengan efisiensi energi, pencegahan polusi, dan pengolahan limbah.⁵⁰ Keberhasilan implementasi ini diukur dari efektivitas proses dalam menekan pelepasan zat berbahaya atau sampah, mendaur ulang emisi dan residu, memangkas konsumsi sumber daya seperti listrik, air, batubara, dan minyak, serta mengoptimalkan penggunaan bahan mentah.

⁴⁷ Daulay, "Pengembangan Usaha Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Kota Medan."

⁴⁸ Rosa Maria Dangelico, "Mainstreaming Green Product Innovation : Why and How Companies Integrate Mainstreaming Green Product Innovation : Why and How Companies Integrate," 2015, <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0434-0>.

⁴⁹ Iskandar and Aqbar, "Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah."

⁵⁰ Chen, "The Influence of Proactive Green Innovation and Reactive Green Innovation on Green Product Development Performance: The Mediation Role of Green Creativity."

Efisiensi sumber daya dan proses produksi yang tercapai melalui pendekatan hijau ini pada akhirnya berdampak positif terhadap capaian korporasi.⁵¹

Dalam hal keanekaragaman hayati laut, inovasi hijau (*green innovation*) dan Sosiokultural Indonesia merupakan sumber daya yang besar. Hutan Indonesia mencapai 52% dari data yang dikumpulkan di Ditjen PKTL, dan para peneliti mengungkapkan bahwa laju deforestasi di Indonesia lebih rendah dan relatif stabil. Demikian kondisi penutupan lahan dan dalam pembangunan serta kegiatan lainnya yang bersifat dinamis. KLHK melakukan pemantauan hutan dan deforestasi pada seluruh daratan Indonesia seluas 187 juta hektar, baik di dalam kawasan hutan maupun yang berada diluar kawasan hutan. Berdasarkan data statistik yang dihimpun Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), deforestasi di Indonesia pada periode 2019-2020 tercatat turun 75% atau 115,5 ribu hektare. Angka tersebut lebih rendah dibandingkan periode yang sama tahun 2015-2020 yang mencapai 2,1 juta hektare.

Dinamika aktivitas reklamasi lahan, konstruksi, dan sejenisnya terus berlangsung. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mengoperasikan fasilitas kantin atau tempat makan di lebih dari 187 lokasi kerjanya. Data resmi KLHK mengungkapkan kontraksi signifikan pada laju deforestasi, mencapai 75% atau setara 115,5 ribu hektar, dalam kurun 2019-2020. Periode sebelumnya, yakni tahun 2015, mencatat angka tertinggi deforestas.

Inisiatif ramah lingkungan (*green innovation*) merupakan elemen integral dari ekonomi berkelanjutan. Di Indonesia, pendekatan ini perlu mengakomodasi karakteristik khas bangsa, melampaui sekadar optimalisasi sumber daya alam. Kebijakan nasional di bidang ini memprioritaskan pengentasan kemiskinan dan memasukkan biaya eksternalitas lingkungan ke dalam kalkulasi ekonomi. Komposisi masyarakat Indonesia ditandai oleh keragaman etnis, kelompok sosial, dan ras. Lebih dari itu, identitas unik bangsa ini terletak pada pluralitas keyakinan, didominasi oleh penganut Islam sebesar 86,88%. Sisanya terdiri atas pemeluk Kristen (7,49%), Katolik (3,09%), Hindu (1,71%), Buddha (0,75%), Konghucu (0,03%), dan aliran kepercayaan (0,04%).

Menurut *worldpulationreview*, Indonesia menempati posisi teratas global untuk populasi Muslim pada 2021, dengan 231 juta jiwa, disusul Pakistan (212,3 juta). Fakta ini membuka peluang mengintegrasikan nilai-nilai ketuhanan dalam setiap aktivitas pembangunan. Proporsi besar penduduk Muslim juga berpotensi mendorong penerapan prinsip ekonomi syariah. Selain relevansinya secara sosiokultural, penerapan konsep hijau berbasis nilai

⁵¹ Ar, "The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern."

Islam memiliki pijakan konstitusional yang kuat dalam UUD 1945, khususnya Pasal 29 Ayat (1) tentang dasar negara Ketuhanan Yang Maha Esa. Hal ini menunjukkan bahwa warga negara ideal adalah mereka yang mengakui eksistensi Tuhan. Dengan demikian, inovasi hijau berlandaskan syariat tidak hanya selaras dengan konstitusi Republik Indonesia, tetapi juga memiliki legitimasi hukum yang sah. Harmoni antara regulasi hijau dan nilai-nilai universal Islam akan terwujud dalam kehidupan berkonstitusi.⁵²

Agama Islam secara tegas mendukung pembangunan berkelanjutan, yang diwujudkan melalui dua pendekatan fundamental: penerapan sistem ekonomi Islam dan penguatan kelembagaan tradisional pengelolaan sumber daya berbasis nilai-nilai Islami.⁵³ Akar krisis lingkungan seringkali bukan hanya terletak pada aspek teknis, melainkan juga pada filosofi ekologi (*ecosophy*) yang keliru. Mengatasi krisis ini dapat dimulai dengan mereposisi hubungan manusia dalam ekosistem melalui perspektif filosofi yang tepat. Islam menawarkan panduan jelas melalui ayat-ayat Al-Qur'an, seperti dalam Q.S. al-A'râf/7:56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik, (Q.S. al-A'râf/7:56).

Ayat ini menegaskan larangan melakukan tindakan destruktif terhadap bumi. Perbuatan merusak dinilai sebagai sebuah pelanggaran transendental, sehingga ayat ini melanjutkan bimbingan sebelumnya dengan perintah: Hindarilah menciptakan kerusakan di muka bumi setelah Allah—atau pihak lain—telah memulihkan keadaannya. Sembahlah Dia disertai rasa khawatir agar ketundukan hati semakin mendalam, memicu ketaatan lebih kuat, sekaligus penuh harap akan karunia-Nya, termasuk terkabulnya permohonan. Sungguh, kasih sayang Ilahi sangat dekat dengan mereka yang senantiasa berbuat kebajikan (*al-muhsinin*).

Semesta telah diciptakan oleh Allah SWT dalam keselarasan sempurna, memenuhi segala kebutuhan ciptaan-Nya. Dia menjadikannya dalam kondisi terbaik bahkan memerintahkan umat manusia untuk turut menjaganya. Salah satu wujud pemulihan Ilahi adalah pengutusan para nabi guna meluruskan dan membenahi kekacauan dalam tatanan sosial. Siapa pun yang menolak kedatangan rasul atau menghalangi tugas mereka, telah

⁵² Iskandar and Aqbar, "Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah."W

⁵³ Rahma and Siradjuddin, "Inovasi Hijau Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah."

melakukan bentuk pengrusakan di bumi. Melakukan kehancuran terhadap sesuatu yang telah dipulihkan, jauh lebih parah dibanding merusak sebelum pemulihan atau saat kondisinya buruk. Oleh karena itu, ayat ini secara eksplisit menekankan larangan tersebut, meskipun jelas memperburuk kerusakan atau menghancurkan yang baik juga sangat tercela.⁵⁴

Ayat ini mengisyaratkan tentang dorongan untuk pembangunan yang berkelanjutan, agar bumi yang tadinya sudah baik agar tetap dijaga pelestariannya supaya menjadi lebih baik. Ayat ini juga mengisyaratkan agar krisis lingkungan agar dicari jalan keluarnya untuk menjaga alam semesta.

Istilah *muhsinin* merujuk pada individu yang telah mencapai puncak kesempurnaan akhlak. Keadaan ini tercapai ketika seseorang mengalami pergeseran eksistensial, ia memposisikan kebutuhan orang lain sebagai prioritas mutlak, bahkan melebihi kepentingan dirinya sendiri. Dalam relasi dengan Sang Pencipta, *ihsan* dimanifestasikan sebagai peleburan total kesadaran diri sehingga hanya Kehadiran Ilahi yang mengisi seluruh persepsi. Dengan demikian, *ihsan* antar manusia terwujud melalui pengabaian diri secara radikal demi sepenuhnya fokus pada kesejahteraan sesama. Siapa pun yang mampu mengadopsi sudut pandang orang lain dalam interaksi sosial, sekaligus menghilangkan segala kesadaran egoistik saat beribadah, dialah yang layak menyandang gelar *muhsin*. Pada titik inilah seseorang menyentuh puncak tertinggi dalam seluruh amaliah spiritualnya.⁵⁵

Q.S. ar-Rûm, ayat 11-12, ayat 27, 60, dan 205 Q.S. al-Baqarah hanyalah beberapa dari sekian banyak ayat dalam Al-Qur'an yang memuat tuntutan serupa. Ayat-ayat ini memperingatkan agar tidak merusak Bumi atau ekosistemnya dan memperingatkan tentang konsekuensi yang mengerikan bagi mereka yang melakukannya. Dengan demikian, jelaslah bahwa ajaran agama sangat menghargai kemampuan manusia untuk hidup berdampingan secara damai dengan alam. Sebuah model dan sistem, ekonomi yang benar-benar hijau dan sesuai dengan nasionalisme Indonesia harus ada di Indonesia, sebuah negara yang sedang mengalami kerusakan lingkungan yang signifikan. Mengingat besarnya potensi dampak buruk terhadap ekosistem ekonomi Indonesia akibat berbagai persoalan implementasi ekonomi hijau yang bersumber dari kancas internasional maupun nasional, maka hal ini menjadi sangat penting.

2. Green Innovation dalam Tinjauan Islam

Inisiatif ramah lingkungan (*green innovation*) menawarkan nilai ganda: selain mentransformasi sistemik proses, produk, dan organisasi melalui

⁵⁴ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Vol. 5, hal. 123-124.

⁵⁵ Shihab. Vol. 5, hal. 124.

peningkatan kapabilitas teknologi yang berujung pada efisiensi biaya bagi produsen dan konsumen, pendekatan ini juga berkontribusi signifikan terhadap kesehatan ekosistem. Prinsip konservasi dalam ajaran Islam berulang kali ditegaskan melalui wahyu Ilahi. Manusia sebagai makhluk termulia dianugerahi akal budi, sekaligus diperintahkan menjauhi tindakan perusakan dan memelihara kelestarian ciptaan di bumi, sebagaimana termaktub dalam Q.S. al-Qashaş/28:77.

وَاتَّبِعْ فِيْمَا أَنْكَرَ اللهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan, (Q.S. al-Qashaş/28:77).

Ayat ini mengisyaratkan tentang visi Islam tentang alam ini anugerah yang diberikan kepada manusia yang dapat dimanfaatkan secara holistik dengan pengembangan kesadaran keseimbangan ekosistem berbasis nilai keimanan, sehingga merawat, menjaga dan mencintai lingkungan merupakan bentuk ibadah kepada Allah Swt.

Pandangan yang menyeluruh, integral, dan komprehensif tentang lingkungan merupakan inti dari pemikiran lingkungan dalam Islam. Pandangan ini berpotensi untuk memimpin jalan dalam meningkatkan kesadaran lingkungan, yang pada gilirannya dapat membantu menjaga keselarasan ekologi.⁵⁶ Implementasi inisiatif ramah lingkungan secara esensial selaras dengan ajaran Islam yang termanifestasi dalam ayat-ayat Qur’ani bernuansa ekologis, bertujuan meningkatkan kesadaran spiritual dan ketakwaan. Pelestarian alam merupakan wujud penghambaan kepada Sang Pencipta. Prinsip dasar pendekatan hijau dalam Islam mencakup: pengakuan atas kesatuan transendental antara Khaliq dan makhluk (tauhid), kemampuan membaca fenomena alam sebagai tanda kebesaran Ilahi, pemahaman manusia sebagai pengelola bumi (khalifah), kesadaran bahwa lingkungan adalah amanat Ilahi, perwujudan keadilan (‘adl), serta pemeliharaan keseimbangan kosmis (mizan). Konsep “agama hijau” menurut pemikiran kontemporer merepresentasikan ikhtiar preventif menghadapi krisis ekologis yang mengancam biosfer. Perspektif ini menegaskan bahwa praktik ramah lingkungan merupakan bentuk kesadaran kolektif umat manusia untuk

⁵⁶ Saddam, “Paradigma Tafsir Ekologi.”

menjaga harmoni alam-semesta sebagai bukti keagungan Ilahi. Degradasi lingkungan akibat ulah manusia akan berbalik menjadi bencana bagi peradaban itu sendiri, sebagaimana diperingatkan dalam Q.S. ar-Rûm/30:41.

Penyimpangan dari ketentuan Ilahi (*fasâd*) mengakibatkan disharmoni ekosistem darat dan laut. Kasus kebakaran hutan misalnya, tidak hanya mengancam biodiversitas flora-fauna tetapi juga memicu anomali iklim seperti pemanasan global dan kekeringan berkepanjangan. Runtuhnya keseimbangan alam pada hakikatnya merupakan azab yang ditimbulkan manusia atas diri mereka sendiri.⁵⁷ Peringatan Ilahi tersebut termaktub jelas dalam Q.S. ar-Rûm/30:41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar), (Q.S. ar-Rûm/30:41).

Hasbi ash-Shiddieqy, menyatakan bahwa kerakusan tak terpuaskan terhadap materi dan penyekutuan nikmat duniawi menumbuhkan kedengkian dalam jiwa, mendorong manusia mengabaikan batas moral demi meraih keinginan. Sikap inilah yang menjadi sumber segala degradasi di muka bumi. Karenanya, Allah mengirim para Rasul dengan misi profetik untuk menegakkan keseimbangan antara tuntutan hidup manusia dan rambu-rambu ilahiah sebagai pijakan hukum bagi kehidupan beragama dan sosial. Kehidupan yang tunduk pada ajaran-Nya akan dilimpahi kemakmuran sejati, sementara pengingkaran terhadap petunjuk ilahi menyebabkan lenyapnya keberkahan. Bencana penghancur harta benda diturunkan sebagai peringatan agar manusia kembali kepada jalan agama.⁵⁸

Sementara itu, penafsiran Lajnah Kemenag RI atas ayat terkait mengutip pandangan Munk mengenai karakteristik unik samudera: lautan tak pernah berhenti bergerak, baik di permukaan maupun kedalamannya, dengan pola gelombang yang fluktuatif antara teratur dan kacau. Fenomena menarik terlihat pada partikel airnya—alih-alih mengikuti alur gelombang, partikel justru menempuh pergerakan sirkular atau elips. Di zona bentic, partikel tersebut secara konstan bergerak bolak-balik tanpa henti.⁵⁹

⁵⁷ Wartini, “Corak Penafsiran M. Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misbah.”

⁵⁸ Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur’anul Majid An-Nur* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000). Vol. IV, hal. 3183-3185.

⁵⁹ Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur’an Kementerian Agama RI, *Samudera Dalam Perspektif Al-Qur’an Dan Sains* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur’an, 2019). Hal. 4. Walter Munk, P. Worcester, and C. Wunsch, *Ocean Acoustic Tomography* (Cambridge:

Untuk tujuan melegitimasi berbagai transaksi bisnis/muamalah Islam (*maqâshid al-syari'ah fi al-iqtishâd*), Riyadh Manshur al-Khalify mengacu pada Al-Qur'an dan hadis Nabi untuk menetapkan prinsip-prinsip. Adapun asas-asas yang menjadi tujuan syariat dalam bidang ekonomi ada lima,⁶⁰ yaitu asas pertama, asas keadilan (*al-'adâlah*), lawan dari kezaliman (*az-dzhulm*), asas kejujuran dan keterbukaan (*as-shidq wa al-bayân*), lawan dari kebohongan dan penyembunyian fakta (*al-kidz wa al-kitmân*), asas peredaran harta (at-tadâwul), lawan dari penumpukan harta (*al-kanz*), asas kebersamaan, persatuan dan saling tolong-menolong (*al-jamâ'ah wa al-i'tilâf wa at-ta'âwun*), lawan dari perpecahan, pertikaian dan pertentangan (*al-furqah wa al-ikhtilâf wa al-tadabbur*), dan asas memberi kemudahan dan menghilangkan kesulitan (*al-taysîr wa raf' al-haraj*).

Ayat ini mengisyaratkan tentang keseimbangan menjaga alam yang ada di darat dan alam yang ada di laut. Dalam ayat tersebut mengisyaratkan tentang upaya pencegahan atas tindakan manusia yang hanya berorientasi bisnis semata, tanpa mementingkan keberlanjutan alam sekitar. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi pengelolaan bisnis yang dapat merusak lingkungan dengan cara mengelola bisnis hijau yang berorientasi unggul berkelanjutan dengan cara melakukan reuse, recovery, recycle dan reduction, sehingga terjadi pembangunan yang berkelanjutan.

3. Green Innovation Sebagai Bentuk Transformasi Ekologis Untuk Pengembangan Usaha Mikro Syariah

Adopsi teknologi baru pada usaha mikro-menengah mensyaratkan transformasi sistemik yang melibatkan pelaku usaha, penyedia teknologi, pasar, dan stakeholders dalam migrasi strategis menuju model operasional baru. Kasus konversi minyak tanah ke gas menunjukkan bahwa niat baik pemangku kebijakan kerap tak didukung mekanisme transisi memadai, menjadikan masyarakat sebagai objek pasif ketimbang subjek perubahan. Secara struktural, UMKM menghadapi kerentanan kompetitif dan tantangan adopsi teknologi, di mana proses integrasi inovasi dalam produksi, pemasaran, dan tata kelola menjadi penentu keberhasilan. Konsep eko-efisiensi muncul sebagai strategi krusial, memadukan minimalisasi input sumber daya dengan reduksi polusi melalui praktik manufaktur berkelanjutan. Implementasinya menekan biaya produksi sekaligus meningkatkan performa lingkungan.⁶¹

Cambridge Monographs on Mechanics, CUP, 1995). Walter Munk, *Gelombang Laut, Ilmu Pengetahuan Populer* (New York: New York: Grolier International, Inc., 2006).

⁶⁰ Murtadho, "Pensyari'ahan Pasar Modal Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah Fi AlIqtishad."

⁶¹ John Ehrenfeld, Raul Carlson, and Arline Savage, "Eco-Efficiency : Philosophy, Theory, and Tools," n.d.

Secara filosofis, pendekatan ini menyinergikan optimalisasi ekonomi dengan preservasi ekosistem melalui pemanfaatan sumber daya secara bijak.⁶²

Berbagai kajian mengonfirmasi ekonomi berkelanjutan (*green economic*) sebagai solusi pengembangan usaha mikro berbasis ekologi. Fenomena transformatif ini termanifestasi dalam inovasi hijau (*green innovation*), sebuah paradigma yang mencakup seluruh inisiatif individu maupun institusional untuk memajukan proses, produk, teknologi, dan sistem manajemen yang memitigasi dampak lingkungan merugikan serta mencapai target ekologis spesifik.⁶³ Esensinya terletak pada pemanfaatan metode kreatif guna menetralkan konsekuensi negatif aktivitas produksi, menjadikannya penggerak utama pembangunan berkelanjutan yang bertujuan meminimalisir jejak destruktif tiap fase siklus produk terhadap alam.⁶⁴

Kontekstualisasi di Indonesia memerlukan model ekonomi hijau yang aplikatif, kreatif, terukur, dan holistik, melampaui sekadar kebijakan emisi rendah atau pendekatan etis ambigu. Islam menawarkan kerangka ideal pembangunan berkelanjutan melalui perspektif unik relasi manusia-lingkungan. Implementasi pada usaha mikro syariah akan mendongkrak produktivitas via optimalisasi efektivitas dan efisiensi operasional. Landasan teologisnya bersumber pada pengakuan ketuhanan mutlak Allah sebagai Pencipta, Pemilik, dan Pengatur semesta. Keyakinan ini mentransformasi motif usaha dari profit semata menjadi perwujudan ibadah melalui pemberian manfaat ekologis-sosial, sebagaimana tercermin dalam Q.S. al-Qashash/28:77.

Status manusia sebagai khalifatullah mengharuskan pemakmuran bumi berbasis nilai ibadah. Ekonomi Islam dengan demikian mengintegrasikan dimensi moral dengan utilitas ekonomi.⁶⁵ Aktivitas produksi bukan sekadar pemenuhan kebutuhan individual, melainkan perwujudan tanggung jawab sosial sebagaimana diisyaratkan Q.S. al-Hadid/57:7.

أٰمِنُوۡا بِاللّٰهِ وَرَسُوۡلِهٖۤ وَاٰتٰتُوۡا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلِفِيۡنَ فِيۡهِۗ فَاَلٰلِذِيۡنَ اٰمَنُوۡا مِنْكُمْ وَاَنْتُمْۤ اَحْسَرُ كٰبِيۡرٌۭ

Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah

⁶² Rahma and Siradjuddin, "Inovasi Hijau Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah."

⁶³ Ching-Hsun Chang, "The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation," *Journal of Business Ethics*, 2011, 361–70, <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>.

⁶⁴ Dangelico, "Mainstreaming Green Product Innovation : Why and How Companies Integrate Mainstreaming Green Product Innovation : Why and How Companies Integrate."

⁶⁵ Dangelico.

menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar, (Q.S. al-Hadîd/57:7).

Implementasi inisiatif ekologis selaras dengan fondasi etika Islam—meliputi prinsip keadilan (*al-'adl*), preferensi pada yang terbaik (*istihsân*), kemaslahatan publik (*mashlahah*), adaptasi kebiasaan (*'urf*), perbaikan berkelanjutan (*istishlâh*), dan harmoni kosmis (*i'tidâl*). Nilai-nilai ini menjadi kompas relasi manusia-alam, mentransformasi usaha dari sekadar pengejaran profit menjadi agen kebaikan ekologis-sosial. Keberlanjutan model ini menjamin preservasi sumber daya untuk generasi mendatang. Pembeda fundamental usaha berbasis Islam bukan terletak pada tujuan mencapai maslahat semata, melainkan pada arsitektur kebijakan ekonomi dan mekanisme tata kelola yang melekat. Kerangka inilah yang memungkinkan terwujudnya kalkulus etis: aktivitas usaha yang menghindari kerugian ekologis-sosial sekaligus memaksimalkan dampak positif. Internalisasi nilai-nilai ini menjadi prasyarat meraih keberkahan Ilahi.

Integrasi UKM ke dalam ekosistem industri hijau memerlukan lima jalur strategis: orientasi produksi pada komoditas ramah lingkungan yang memiliki daya saing pasar, inisiasi melalui penyempurnaan proses operasional skala kecil, optimalisasi ketersediaan sumber daya, revolusi teknologi dalam rantai pasok mulai dari pengolahan hingga distribusi, dan pengembangan kolaborasi bisnis berbasis simbiosis mutualisme sumber daya.

Hasilnya, jelas bahwa inovasi hijau adalah paradigma yang lengkap, baru, dapat diandalkan, dan dapat dilaksanakan untuk ekonomi hijau. Bukan sekadar model hijau yang berlandaskan etika ekologi atau kebijakan dengan emisi karbon rendah (*low carbon emission*). Tujuan pembangunan berkelanjutan merupakan inti dari konsep yang dirumuskan Islam. Yang lebih penting, konsep hijau menjabarkan pandangan ekonomi Islam tentang dinamika manusia-lingkungan. Memasukkan inovasi hijau ke dalam proses pertumbuhan usaha mikro syariah dapat meningkatkan hasil produktivitas. Alasannya sederhana, inovasi hijau akan memengaruhi seberapa baik usaha mikro syariah dikelola. Akibatnya, pelaku bisnis Muslim, khususnya, memiliki tanggung jawab untuk menjaga lingkungan dan mencegah kerusakan pada orang lain dan lingkungan melalui penerapan praktik inovasi hijau. Dengan memperhatikan prinsip-prinsip dasar etika Islam, seperti *al-'adl* (keadilan), *istihsân* (utamakan yang lebih baik), *mashlahah* (kebutuhan umum), *'urf* (adat istiadat), *istishlâh* (perbaikan), dan *i'tidâl* (kerukunan), seorang muslim dapat menciptakan model bisnis yang berkelanjutan, yang mengedepankan nilai-nilai Islam, serta bermanfaat bagi pelaku bisnis dan lingkungan.

Transformasi hijau mencapai idealnya ketika bergerak melampaui paradigma profit semata menuju perluasan maslahat, sekaligus meninggalkan kebijakan emisi rendah atau model etis-ekologis yang bersifat artifisial. Secara substantif, visi Islam tentang pembangunan berkelanjutan merekonfigurasi relasi manusia-lingkungan dalam kerangka ekonomi syariah. Konvergensi perspektif ini dengan pengembangan usaha mikro syariah akan mengkatalisasi peningkatan produktivitas sekaligus menyebarkan dampak positif yang berkesinambungan bagi pelaku usaha dan ekosistem alam.

D. Keseimbangan Ekologis: Perspektif Al-Quran pada Krisis Lingkungan

Degradasi ekologis telah menjadi krisis abadi yang mendominasi agenda kepemimpinan global. Fenomena ini merupakan konsekuensi langsung dari eksploitasi destruktif manusia yang mengabaikan prinsip preservasi. Padahal, integritas lingkungan - baik secara kualitatif maupun kuantitatif - merupakan prasyarat fundamental pemenuhan kebutuhan antropogenik. Kini, keresahan publik muncul seiring meluasnya dampak yang telah berevolusi menjadi krisis iklim akibat disrupsi siklus air. Akumulasi emisi karbon dari aktivitas industri, transportasi, dan pembakaran stasioner terus mempertebal selimut gas rumah kaca, menempatkan ancaman iklim pada titik kritis.

Kerusakan tersebut mengacu pada berbagai macam kekuatan yang merusak, termasuk bencana alam, pencurian, dan bencana iklim yang akan datang. Ada hubungan antara ayat 41 Q.S. ar-Rûm dengan isu iklim saat ini.

Planet bumi beserta sumber daya pendukungnya diciptakan untuk keberlangsungan seluruh organisme. Sumber daya ini tak hanya memenuhi kebutuhan dasar, melainkan juga menggerakkan mesin industri. Sebagaimana dipahami, pelestarian kapasitas lingkungan vital bagi stabilitas kehidupan tanpa membahayakan biota maupun ekosistem. Persoalan mendasar terletak pada praktik buang limbah industri dan aktivitas manusia ke alam, di mana bahan non-biodegradabel memicu kerusakan sistemik. Secara intrinsik, alam memiliki mekanisme regenerasi melalui berbagai siklus, meski dengan durasi berbeda-beda, beberapa instan, lainnya memerlukan waktu geologis.

Siklus-siklus krusial seperti hidrologi, karbon, dan nitrogen kini mengalami distorsi signifikan. Transformasi siklus air khususnya berdampak langsung pada pola iklim.⁶⁶ Secara definisi, iklim merepresentasikan probabilitas statistik kondisi atmosferik, termasuk variabel suhu, tekanan angin, dan kelembaban di suatu wilayah dalam rentang temporal panjang.

⁶⁶ Juli Soemirat, *Epistimologi Lingkungan Edisi Ketiga, and Yogyakarta, Epistimologi Lingkungan* (Yogyakarta: 2010, 2010). Hal. 82-83.

Emisi karbon dari pembakaran batubara, pengilangan migas, serta aktivitas ekonomi terus memicu akumulasi gas rumah kaca. Perubahan iklim yang kian intensif ini mengganggu pilar-pilar kehidupan: kualitas udara-aquatik, ketahanan pangan, dan hunian layak. Dampak nyata pemanasan global telah dirasakan umat manusia tanpa perlu menunggu proyeksi masa depan.

Laporan BBC mengonfirmasi fenomena iklim ekstrem—dari gelombang panas hingga banjir dahsyat—sebagai "kenormalan baru", dipicu kenaikan suhu $>1^{\circ}\text{C}$ di atas level pra-industri. Imbasnya, pencairan gletser mendongkrak muka air laut 4.4 mm selama 2013-2021.⁶⁷ Perserikatan Bangsa-Bangsa bahkan menyatakan "darurat samudera (*ocean emergency*)" akibat pengabaian kronis terhadap laut.⁶⁸ Asidifikasi laut dan penaikan permukaan air menjadi pemicu badai semakin ganas.

Data-data tersebut mengisyaratkan ancaman serius terhadap keberlangsungan hidup manusia. Kerusakan masif ini bersumber dari eksploitasi sumber daya berbasis populasi—semakin besar populasi, semakin rakus ekstraksi alam. Eksploitasi buta tanpa pertimbangan ekologis telah mengorbankan lingkungan demi kepuasan nafsu antroposentris.

Umat manusia kini berhadapan dengan krisis lingkungan multidimensi yang menyentuh ranah etis. Menghadapi pemanasan global, darurat laut, dan perubahan iklim, manusia justru mengabaikan kewajiban pelestarian. Mentalitas modern yang memandang alam sebagai aset tak terbatas telah melegitimasi perusakan atas nama pemenuhan kebutuhan, sambil mengesampingkan konservasi.⁶⁹

Kontinuasi kerusakan antropogenik akan memperburuk kondisi planet. Bertambahnya usia peradaban tidak diimbangi upaya pelestarian, melainkan eksploitasi yang mengabaikan keberlanjutan. Modernitas menjadi akar krisis iklim, manifestasi konkret pemanasan global dengan konsekuensi mengerikan: pemanasan 3°C saja dapat meruntuhkan keanekaragaman hayati penyedia pangan dan air bersih.⁷⁰

Paradigma antroposentris modern—yang menempatkan manusia sebagai pusat alam semesta dan sumber daya sebagai alat pemuas—

⁶⁷ Matt McGrath, "Perubahan Iklim: Rentetan Gelombang Panas Hingga Banjir Yang Menghancurkan, Cuaca Ekstrem Kini Jadi „Norma Baru,“ Mengapa Demikian?," 2021.

⁶⁸ United in Western Europe Nation, "UN Secretary-General Declares an Ocean Emergency," 2017, <https://unric.org/en/un-secretarygeneral-declares-an-ocean-emergency/>.

⁶⁹ Yusuf Rogo Yuono, "Melawan Etika Lingkungan Antroposentrisme Melalui Interpretasi Teologi Penciptaan Sebagai Landasan Bagi Pengelolaan Pelestarian Lingkungan," *Fidei 2* (2019): 183–203.

⁷⁰ "Sekilas Tentang Perubahan Iklim," Sekilas Tentang Perubahan Iklim UNFCCC, 2022, [https://unfccc.int/files/meetings/cop_13/press/aplication/pdf/sekilas_tenta ng-Perubahan_iklim.pdf](https://unfccc.int/files/meetings/cop_13/press/aplication/pdf/sekilas_tenta_Perubahan_iklim.pdf).

menjelaskan degradasi signifikan ini. Manusia sebagai makhluk berakal bertanggung jawab penuh atas kerusakan. Status kekhalfahannya mewajibkan pengelolaan alam untuk memitigasi kerusakan. Q.S. al-An'âm ayat 165 menegaskan mandat ilahiah ini: Allah mengangkat manusia sebagai penguasa bumi, mengujinya dengan kecerdasan dan kekayaan, siap menghukum pelanggar batas meski tetap membuka pintu ampunan. Krisis iklim akibat eksploitasi berkelanjutan merupakan ayat kauniyah yang harus ditafsirkan sebagai peringatan ilahi.

1. Penafsiran Surat Ar-Rum Ayat 41

Ayat *kauniyah* menggambarkan fenomena kerusakan lingkungan yang berwujud krisis iklim sebagai akibat dari pemanasan global. Di sisi lain, ayat *qauliyah* dalam bentuk tafsir Q.S. ar-Rûm ayat 41. Secara khusus, Al-Qur'an memang menyinggung kemungkinan terjadinya krisis iklim; hal ini dilakukan melalui tafsir yang telah diberikan oleh sejumlah penafsir kontemporer. Bacaan-bacaan ini, menurut penulis, sangat relevan dengan kerusakan yang sedang dihadapi dunia saat ini. Menurut ayat 41 Surat Ar-Rum, ancaman krisis iklim dicirikan sebagai kerusakan yang ditimbulkan oleh aktivitas manusia.

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمَلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ
Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar).

Dalam perspektif mufasir klasik, ayat ini dihubungkan dengan dekadensi sosial seperti maraknya perompakan bahari dan pembunuhan. *Tafsir al-Jawahir* memaknainya sebagai jalan menuju kebahagiaan jasmani-rohani duniawi bila manusia berorientasi pada kebenaran.⁷¹ Dengan demikian, Sang Pencipta mengamanatkan peran kekhalfahan untuk mengawasi praktik amaliah manusia. Terdapat dualitas analogi insani: di satu sisi bersifat hewani dalam eksploitasi, di sisi lain mirip unggas yang mandiri mencari rezeki. Kecenderungan membangun peradaban melalui penindasan dan kolonisasi inilah yang direspons Islam dengan doktrin kekhalfahan berbasis kesetaraan universal antarbangsa.

Interpretasi kontemporer mengaitkan degradasi ekologis global, meliputi daratan dan lautan, dengan hilangnya keseimbangan alam akibat tindakan antropogenik. Terminologi '*fasâd*' dalam konteks ini

⁷¹ Thanthawi, *Al-Jawahir fi Tafsir al-Qur'an al-Karim*, (Mesir: Mushthafa al-Babi al-Halabi, 1933).

mengindikasikan situasi *khaotik* dan degeneratif.⁷² Fenomena kekeringan, gagal panen, hilangnya keamanan domestik, serta darurat samudera merupakan konsekuensi langsung dari kedurhakaan manusia. Melalui ini, Allah memperlihatkan sebagian implikasi perbuatan mereka sebagai stimulus koreksi menuju jalan lurus.⁷³

Pemikir modern menegaskan relevansi ayat ini dengan krisis lingkungan melalui penyebutan eksplisit unsur darat-laut. Manifestasi kerusakan mencakup perubahan iklim dengan indikator: eskalasi suhu atmosfer, elongasi musim kemarau, penurunan produktivitas kelautan, dan disrupsi ekosistem. Secara esensial, *fasâd* ditafsirkan sebagai pelanggaran terhadap ketentuan ilahi yang terwujud dalam perusakan sistematis, baik melalui kontaminasi maupun eksploitasi habis-habisan yang membuat alam tak lagi berfungsi.⁷⁴

Gabungan lima kitab tafsir kontemporer dan tiga kitab tafsir klasik lebih menekankan pada masalah perubahan iklim yang tengah terjadi saat ini. Dalam kajian ini, dibahas makna *fasad* dalam Q.S. ar-Rûm ayat 41 terkait pergeseran konotasinya. Makna *fasad* menurut pandangan klasik merujuk pada kerusakan yang tidak terkait dengan alam, khususnya bencana yang terjadi di ranah iklim. Berbeda dengan penafsiran modern yang melihat ayat tersebut sebagai kerusakan yang tidak hanya terjadi pada masyarakat tetapi juga lingkungan, tafsir ini melihat ayat tersebut telah masuk dalam ranah bencana atau krisis iklim.

Transformasi dunia menuju modernitas melalui pemenuhan kebutuhan manusia tak terhindarkan dari eksploitasi sumber daya alam. Hamka dalam penafsirannya mengingatkan agar manusia tidak silau oleh kemajuan zaman. Suatu perkembangan tak pantas disebut pembangunan bila menjauhkan insan dari Sang Khalik. Meningkatnya kasus bunuh diri global mencerminkan kejenuhan dan tekanan kehidupan kontemporer, di mana ayat berikutnya menegaskan penderitaan ini sebagai konsekuensi parsial dari perbuatan manusia.

Wacana krisis iklim kini mendominasi percakapan global. Diselenggarakannya konferensi internasional dan inklusinya dalam SDGs membuktikan kerusakan ekologis telah mencapai tahap kritis. Padahal Al-Qur'an telah lama mengisyaratkan bahwa manusia akan merasakan langsung dampak kerusakan bumi, namun peringatan ini sering diabaikan. Eksploitasi lahan berlebihan menyebabkan degradasi luas yang sulit dipulihkan. Tulisan

⁷² Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syariah & Manhaj*, vol. II (Depok: GEMA INSANI, 2016). Hal. 119.

⁷³ M. Quraish Shihab, *Quraish Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002). Hal. 76.

⁷⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Tafsirnya (Edisi Yang Disempurnakan)* (Jakarta: Widya Cahaya, 2015).

ini mengkaji penafsiran historis dan modern Surah Ar-Rûm ayat 41 tentang kerusakan lingkungan dan relevansinya dengan krisis iklim kontemporer.

Masifnya masuk korporasi multinasional ke Indonesia mengindikasikan ketatnya persaingan global. Dalam iklim kompetitif ini, diferensiasi menjadi kunci keberlangsungan entitas bisnis. Fenomena globalisasi menuntut pemikiran strategis untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage/SCA*). Oleh karenanya, kajian Strategi Manajemen Hijau dalam kerangka Greening Business Management menjadi relevan untuk dieksplorasi kaitannya dengan SCA.⁷⁵

Lingkungan mencakup seluruh entitas sekitar yang memengaruhi keberlangsungan hidup.⁷⁶ UU No. 23 Tahun 2009 mendefinisikannya sebagai kesatuan ruang beserta seluruh materi, energi, dan organisme, termasuk manusia dengan perilakunya—yang saling memengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan.⁷⁷ Secara universal, lingkungan merupakan totalitas komponen biotik dan abiotik yang berinteraksi dinamis,⁷⁸ mencakup segala unsur alam yang berelasi dengan manusia.

Secara klasifikatoris, lingkungan terbagi menjadi biotik (makhluk hidup) dan abiotik (materi tak hidup). Komponen biotik terdiri dari organisme hidup, sementara hutan, sungai, dan gunung termasuk kategori abiotik, entitas non-organik yang tetap vital bagi kehidupan. Unsur seperti tanah, air, udara, dan radiasi matahari merupakan contoh umum elemen abiotik. Dinamika lingkungan terus berlangsung melalui interaksi timbal balik unsur hayati dan non-hayati.⁷⁹

Hutan mengilustrasikan simbiosis komunitas biologi (flora, fauna, mikroorganisme) dengan lingkungan abiotik (air, udara, tanah). Meski mengandung ekosistem, cakupan lingkungan lebih luas, mencakup seluruh faktor eksternal yang memengaruhi eksistensi manusia, sementara ekosistem berfokus pada jaringan kehidupan termasuk manusia. Muhammad Chaerul, dalam Pengantar Teknik Lingkungan mengklasifikasikan lingkungan menjadi tiga kategori: alami, buatan, dan sosial.⁸⁰ Uniknya, lingkungan juga

⁷⁵ Aditya Budi Krisnanto, “Strategi Manajemen Hijau Untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan,” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 1 (2017).

⁷⁶ Wiryono, *Pengantar Ilmu Lingkungan* (Bengkulu: Pleton Media, 2019). Hal. 1.

⁷⁷ “Undang-Undang Dasar Republik Indonesia,” n.d., [https://jdih.esdm.go.id/storage/document/UU 32 Tahun 2009 \(PPLH\).pdf](https://jdih.esdm.go.id/storage/document/UU%2032%20Tahun%202009%20(PPLH).pdf).

⁷⁸ Yoga Priastomo, *Ekologi Lingkungan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). Hal. 5.

⁷⁹ Priastomo.

⁸⁰ Muhammad Chaerul, *Pengantar Teknik Lingkungan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). Hal. 16.

meliputi dimensi sosial, hukum, dan budaya yang berada di luar ranah ekosistem murni.

2. Deskripsi Surah Ar-Rûm

Sejak masa Nabi Muhammad hidup, surah ar-Rûm sudah dikenal masyarakat luas. Karena istilah “Ar-Rûm” hanya disebutkan satu kali dalam Al-Qur'an, maka surah ini diberi nama demikian karena letaknya di awal surah. Ketika menyebut nama surah ar-Rum, fokus pikiran akan tertuju pada surah ke-30 dalam Al-Qur'an. Hal ini karena peristiwa-peristiwa yang dirinci dalam Q.S. ar-Rum berkaitan dengan bangsa Romawi, yang juga dikenal sebagai bangsa Bizantium, yang menarik perhatian umat Islam. Keenam puluh ayat dalam surah ini diturunkan sebelum Nabi Muhammad hijrah ke Madinah. Surah ini terutama berkaitan dengan penggambaran realitas janji yang telah Allah berikan kepada umat-Nya. Janji tersebut berkaitan dengan masalah dunia dalam bentuk kemenangan bagi orang-orang yang beriman, dan janji tersebut berkaitan dengan kaum ukhrawi dalam bentuk kebangkitan dan pemberian berkah serta pahala di akhirat. Ayat ini memberikan penjelasan tentang hubungan yang terjalin antara segala sesuatu dan setiap waktu dengan Allah Swt. Surah ini bertujuan untuk menarik perhatian pembacanya kepada kesatuan dan kekuatan yang dimiliki Allah atas segala sesuatu, serta keniscayaan umat dan kemenangan orang-orang yang mengabdikan kepada-Nya.⁸¹

Konflik hegemoni memperebutkan Bizantium, jantung Kekaisaran Romawi Timur dengan Konstantinopel sebagai episentrum, mempertemukan pasukan Nasrani Romawi melawan kekuatan Persia. Di tengah gejolak pertempuran, Rasulullah tengah berjuang menegakkan Islam di hadapan resistensi Quraisy. Kemenangan Persia yang merampas Konstantinopel beserta simbol salib kehormatannya ke ibukota Madain, menuai duka komunitas Muslim. Solidaritas transkonfesional ini bersumber dari kesamaan keyakinan ketuhanan dan kepemilikan kitab suci. Turunnya Surah ar-Rûm pada momen historis ini menghibur kaum tertindas dengan janji ilahiah: kekalahan hanyalah sementara, sementara kebahagiaan sejati diperuntukkan bagi pemegang teguh iman.

Umat beriman diajak melakukan kontemplasi eksistensial: merenungi hakikat kehidupan duniawi, mengobservasi jaringan relasi kosmik, antara penciptaan manusia dan semesta, ritme *diurnal-nocturnal*, serta jalinan kasih-ilahiah. Perenungan ini mengantarkan pada kesadaran iman primordial: keyakinan suci yang melekat dalam fitrah manusia. Semesta tercipta dalam desain harmonis dan proporsional untuk menopang kemaslahatan seluruh

⁸¹ M. Quraish Shihab, *Al-Lubab (Makna, Tujuan Dan Pelajaran Dari Surah Al-Qur'an)* (Jakarta: Lentera Hati, n.d.). Hal. 131-132.

ciptaan. Namun keserakahan antropogenik mengakibatkan disfungsi sistemik. Degradasi ekologis kontemporer yang lebih masif merupakan konsekuensi parsial dari pelanggaran ini. Bencana berfungsi sebagai peringatan korektif untuk kembali pada kesadaran ketuhanan (takwa). Inilah esensi terdalam ayat: dampak destruktif dari penyimpangan manusia.

3. Munasabah surah Ar-Rûm ayat 41

Perilaku syirik dan pengabaian perintah Ilahi oleh kaum musyrikin (Q.S. ar-Rûm:40) menimbulkan dampak destruktif sosial. Manusia diciptakan dengan potensi jasmani-intelektual-spiritual, dijamin rezeki hingga akhir zaman, namun harus mempertanggungjawabkan perbuatan di alam barzakh. Degradasi ekologis merupakan konsekuensi langsung dari penyekutuan Tuhan, di mana manusia akan mengalami akibat parsialnya di dunia sebelum pertanggungjawaban penuh di akhirat.

Ibn 'Asyûr menegaskan semesta tercipta dalam kesetimbangan sempurna untuk mendukung kehidupan. Penyimpangan manusia menyebabkan disfungsi sistemik, meski rahmat Ilahi membatasi dampak kerusakan hanya sebagian sebagaimana Q.S. at-Tîn/95:4-6.

Senada dengan itu, Quraish Shihab mengutip ulama Thabathaba'i dalam bacaannya tentang Al-Qur'an Q.S. al-A'râf/7: 96 yang berpendapat bahwa alam semesta Allah itu tersusun seperti rangkaian yang saling mengikat. Artinya, ada efek domino, dan bahwa segala sesuatu pada akhirnya akan kembali kepada Allah. Ketidakefisienan pada satu aspek akan berdampak pada aspek yang lain. Manusia akan mendatangkan malapetaka bagi dirinya sendiri dan lingkungannya ketika ia menyimpang dari jalan yang telah Allah tetapkan. Krisis moral akan lahir dalam situasi seperti itu, dan berdampak pada bencana alam.⁸²

Kesamaan struktur pembuka Surah ar-Rûm dan al-Ankabût (*alif-lam-mim*) menyimpan keunikan: tidak diikuti pembahasan pewahyuan, melainkan berfungsi sebagai penanda perhatian untuk pesan Ilahi yang krusial.⁸³

Tiga kesinambungan tematik antar-surah: (1) Jihad sebagai bingkai narasi, (2) Penguatan doktrin tauhid dari konsep umum ke spesifik, (3) Respons teologis terhadap dinamika politik konfesional dimana kemenangan musyrikin bersifat temporer. Surah ar-Rûm:41 telah mengantisipasi krisis ekologis kontemporer sebagai akibat eksploitasi manusia. Bencana merupakan sarana reflektif Ilahi agar manusia bertobat dari keserakahan.

Perbedaan interpretasi ayat mencerminkan kontekstualitas zaman. Menurut Syahrur, Al-Qur'an bersifat universal namun mengandung dimensi

⁸² Shihab. Hal. 235-239.

⁸³ Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syariah & Manhaj*. Jilid 11, hal. 65-66.

absolut-relatif: otoritas makna mutlak milik Allah, sementara pemahaman manusia bersifat nisbi sesuai kapasitas intelektualnya.

Kata pembuka ayat (*dzhahara*) secara konsisten dimaknai “tampak jelas” dalam berbagai tafsir klasik-kontemporer. Tafsir *Al-Misbah* menekankan dimensi manifestasi permukaan bumi yang tersebar luas.

Terminologi *al-fasâd* mengandung spektrum makna: maksiat (tafsir klasik), ketidakseimbangan sistemik (kontemporer), atau kekacauan destruktif.

Kata *al-barr* dipahami sebagai daratan kering meski dengan variasi: hamparan padang (klasik), gurun pasir (transisional), hingga definisi generik ‘daratan’ (modern). Konvergensi makna terletak pada karakteristik kekeringan.

Penafsiran *al-bahr* berevolusi dari “permukiman tepian air” menjadi “lautan”, mencerminkan perubahan pola permukiman manusia dari konsentrasi pesisir ke penyebaran global.

Kerusakan darat-laut dipersepsikan berbeda: kelangkaan hasil agraria dan akuatik (tafsir awal), pembunuhan dan perampokan (*Jami' al-Bayân*), hingga disfungsi ekosistem menyeluruh (kontemporer). Tafsir modern memperluas cakupan kerusakan: ketidakstabilan iklim dan kriminalitas (darat), polusi dan penurunan biodiversitas (laut). *Al-Misbah* menekankan dimensi ketidakseimbangan sistemik.

Hamka mengaitkan kerusakan dengan industrialisasi: polusi udara (darat) dan kontaminasi limbah industri (laut). Potongan “*bimâ kasabat aydî an-nâs*” secara universal dimaknai sebagai konsekuensi perbuatan manusia. Ini bisa menjadi kritik atas bentuk *fasâd* modern. Islam menawarkan paradigma alternatif melalui emansipasi (contoh Bilal) dan distribusi kekayaan berbasis zakat, bukan eksploitasi. Ayat ini menegaskan fungsi kekhalifahan sebagai pengawal keseimbangan alam-semesta.

Berbagai kitab tafsir memaparkan pemahaman berbeda tentang bentuk kerusakan di daratan dan lautan sebagaimana disebutkan dalam ayat. *Jami' al-Bayân fî Tafsîr Ta'wîl* menyoroti tindakan manusia sebagai sumber kehancuran utama: pembunuhan antar sesama di darat dan perampokan kapal di perairan. Penafsiran ini tidak membedakan antara wilayah air asin maupun tawar, menegaskan bahwa kemaksiatan terjadi merata di kedua wilayah. *Al-Munir* justru mengaitkan kehancuran darat dengan bencana alam seperti kelaparan, kemarau panjang, gagal panen, dan tanah gersang, menyebut syirik sebagai penyimpangan paling fatal. Sementara itu, laut yang rusak digambarkan melalui menyusutnya populasi makhluk hidup, terutama biota. Kitab ini menekankan lenyapnya keberkahan dan manfaat sebagai inti kerusakan di kedua tempat.

Al-Misbah memperluas cakupan makna kerusakan, mencakup pembunuhan dan perampokan baik di darat maupun laut, sekaligus

menekankan konsep ketidakseimbangan ekosistem dan hilangnya kemanfaatan sebagai inti penafsiran. Penjelasan mengenai ketidakseimbangan ini diperdalam dalam Al-Qur'an dan Tafsirnya. Daratan yang tidak stabil diwujudkan melalui pemanasan global, musim kemarau berkepanjangan, serta berbagai tindak kriminal dan kekacauan sosial. Laut yang terganggu dimanifestasikan oleh tercemarnya perairan, menurunnya hasil tangkapan, dan hancurnya habitat kelautan. Sementara itu, Hamka dalam Al-Azhar menghubungkan kehancuran darat secara langsung dengan polusi udara dari aktivitas industri dan transportasi modern, seperti pembakaran bahan bakar fosil skala besar. Rusaknya laut, menurutnya, merupakan akibat langsung dari praktik pencemaran seperti tumpahan batu bara dan pembuangan limbah pabrik ke aliran sungai yang bermuara di laut.

Makna frase "*bimâ kasabat aydin nâs*" disepakati para mufasir sebagai konsekuensi dari dosa dan pelanggaran manusia. Pemahaman ini mengungkap betapa kezaliman hasil perbuatan manusia kini telah menyebar luas, mencakup seluruh permukaan bumi baik darat maupun laut. Demikian pula, tafsiran "*liyudziqû ba'dh al-ladzi 'amilu*" memiliki kesamaan pandangan: Allah memperlihatkan sebagian dampak buruk perbuatan manusia di dunia sebagai peringatan. Al-Munir menambahkan nuansa eskatologis, menyatakan bahwa hukuman duniawi ini hanyalah sebagian kecil sebelum azab penuh di akhirat.

Kesepakatan juga terlihat dalam penafsiran "*laallahamu yarjî 'ûn*" oleh mayoritas kitab tafsir seperti al-Quran al-'Adzhîm, Jalâlain, Jami al-Bayân, Al-Munir, Al-Misbah, dan Al-Quran dan Tafsirnya. Mereka memahaminya sebagai seruan agar manusia kembali ke jalan benar dan menghentikan kemaksiatan. Hamka dalam Al-Azhar memberi penekanan berbeda, menafsirkan kata tersebut lebih sebagai harapan (bukan perintah) agar manusia berbalik arah dan tidak mengulangi perbuatan merusak.

Tafsir *al-Jawâhir fî Tafsîr Qurân al-Karîm* menghubungkan surah ar-Rûm ayat 41 dengan akar penindasan⁸⁴ dan kolonialisme. Hal ini menggambarkan pergeseran perilaku manusia: dari semangat mandiri seperti burung mencari rezeki, menjadi mental pemangsa layaknya binatang buas yang memakan hasil jerih payah orang lain. Islam awal, sebagaimana dicontohkan Nabi yang memerdekakan budak dan memuliakan Bilal bin Rabah, justru menolak penindasan. Ironisnya, praktik perbudakan kulit hitam oleh bangsa Eropa dan Amerika terjadi jauh setelah masa kenabian. Konsep kekhalifahan dalam Islam, menurut tafsir ini, mensyaratkan pemerataan kemakmuran melalui zakat dan sedekah, bukan penjajahan yang menjadi benih kehancuran.

Inti penafsiran ini menegaskan bahwa Allah membentangkan jalan menuju kebahagiaan lahir batin di dunia bagi yang bersedia kembali ke jalan

⁸⁴ Thanthawi, *Al-Jawahir fî Tafsîr al-Qur'an al-Karîm*.

lurus. Amanah kekhalifahan diberikan agar Allah menyaksikan amal perbuatan manusia, yang pada hakikatnya menyimpan dualitas potensi: antara naluri hewani dan semangat kemandirian burung.

a. Akar Persoalan Lingkungan

Gangguan ekologis berkepanjangan telah mengacaukan siklus air, ditimbulkan oleh penggundulan hutan serta tindakan destruktif manusia terhadap alam. Sebelum merancang solusi, pemahaman mendasar tentang persepsi manusia terhadap lingkungan menjadi kunci. Cara pandang ini menentukan pilihan gaya hidup, apakah merawat atau merusak. Laju pertumbuhan penduduk mendorong eksploitasi sumber daya alam lebih intensif dan ekstensif demi memenuhi tuntutan hidup. Sementara itu, belenggu kemiskinan memicu tindakan instan tanpa pertimbangan jangka panjang untuk sekadar bertahan hidup, menjadikan alam sebagai pihak yang terus dikorbankan.

1) Filosofi Hubungan Manusia-Alam

Salah satu pemicu eskalasi krisis lingkungan setiap dasawarsa adalah kesalahan perspektif, terutama etika antroposentrisme. Paradigma ini menempatkan manusia sebagai pusat alam semesta, menganggap hanya manusia yang memiliki nilai intrinsik. Alam beserta isinya dipersepsikan semata sebagai instrumen pendukung keberlangsungan hidup manusia.⁸⁵ Dalam kerangka ini, kepentingan manusia menjadi supremasi mutlak. Manusia merasa berhak mengeksploitasi alam tanpa batas, menganggap kewajiban etis terhadap lingkungan sebagai beban berlebihan. Relasi manusia-alam bersifat timpang: kepedulian terhadap alam hanya muncul sejauh menguntungkan manusia, sementara nasib makhluk lain atau kelestarian kosmos tidak masuk dalam kalkulasi moral.

Dalam ranah korporasi, strategi keunggulan kompetitif berkelanjutan bukan tujuan akhir, melainkan sarana mencapai kinerja finansial superior. Ini merupakan proses dinamis yang memerlukan manajemen responsif dan komitmen adaptif terhadap perubahan. Inovasi holistik - meliputi produk, teknologi, dan sistem - yang diintegrasikan dengan kesadaran pengelolaan lingkungan (*greening business*) akan mengarahkan organisasi pada efektivitas dan efisiensi tujuan. *Greening business* merujuk pada interaksi bisnis-lingkungan dalam pemanfaatan sumber daya alam melalui siklus operasional menyeluruh (produksi, distribusi, pemasaran, konsumsi). Interaksi ini bersifat simbiosis mutualistik bila melampaui eksploitasi semata, mencakup mitigasi

⁸⁵ Sutoyo, "Paradigma Lingkungan Hidup," *ADIL: Jurnal Hukum* 4, no. 1 (2013).Hal. 196.

dampak aktivitas bisnis terhadap ekosistem. Perusahaan yang mengelola strategi kompetitifnya secara berkelanjutan dengan menghindari eksploitasi berlebihan akan menciptakan nilai tambah unik: keunggulan yang sulit ditiru sekaligus berjangka panjang.⁸⁶

Menurut paradigma antroposentrisme, manusia harus memanfaatkan orang lain agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya sendiri. Krisis lingkungan berawal dari sini. Dengan demikian, etika lingkungan yang terlalu berfokus pada manusia, atau antroposentrisme, sangat sempit dan dangkal.⁸⁷

2) Gaya hidup

Pilihan gaya hidup merefleksikan pandangan dunia seseorang secara langsung. Dominasi pola konsumsi saat ini banyak dikendalikan oleh kepentingan komersial yang mengejar keuntungan ekonomi sesaat, seringkali mengabaikan konsekuensi ekologis jangka panjang. Model hidup yang dipromosikan pelaku bisnis, biasanya bersifat mewah dan materialistik, cenderung mempercepat penipisan sumber daya alam sekaligus meningkatkan beban pencemaran, meski mendatangkan profit finansial instan.

3) Dinamika Kependudukan dan Tekanan Ekologis

Kepadatan penduduk berlebih memicu beragam persoalan lingkungan: permukiman kumuh, kemiskinan struktural, degradasi kualitas lingkungan, serta penyusutan cadangan alam. Kondisi ini juga mempercepat penyebaran penyakit, yang dipadu dengan rendahnya literasi kesehatan, berujung pada tingginya angka mortalitas. Ledakan demografi terjadi ketika tingkat kelahiran secara konsisten melampaui angka kematian.

Dampak gabungan pertumbuhan populasi dan kerusakan lingkungan menciptakan lingkaran setan: kebutuhan dasar yang membengkak memaksa eksploitasi sumber daya berskala masif, baik di darat maupun laut, termasuk alih fungsi lahan untuk pemukiman. Kenaikan jumlah penduduk juga mendongkrak permintaan barang sekunder, mempercepat habisnya cadangan alam.

Persoalan tak hanya terletak pada penyusutan sumber daya, melainkan juga pada inefisiensi pemanfaatannya yang menghasilkan timbunan limbah. Volume sampah membengkak seiring pertumbuhan manusia. Kemiskinan muncul sebagai ancaman langsung bagi kelestarian alam karena kondisi ini

⁸⁶ Krisnanto, "Strategi Manajemen Hijau Untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan."

⁸⁷ Sutoyo, "Paradigma Lingkungan Hidup." Hal. 197.

memaksa manusia bertindak reaktif demi memenuhi kebutuhan survival, tanpa pertimbangan keberlanjutan.⁸⁸

Iklm merepresentasikan karakteristik cuaca suatu wilayah yang terukur melalui parameter kuantitatif rata-rata, seperti kelembaban, tekanan udara, pola angin, curah hujan, komposisi partikel atmosfer, dan variabel meteorologis lain—dalam rentang waktu panjang.⁸⁹ Secara esensial, iklim adalah "sidik jari atmosfer" suatu daerah yang unik, terbentuk oleh interaksi kompleks antara letak geografis (lintang, elevasi, kemiringan tanah), kedekatan dengan perairan, serta dinamika arus laut. Karakteristik ini bervariasi antardaerah, bisa mencakup kombinasi unsur spesifik seperti pola angin-presipitasi-suhu, atau hanya fokus pada suhu, hujan, dan tingkat penguapan.⁹⁰

Peralihan ekstrem dalam pola cuaca suatu wilayah selama periode tertentu, dikenal sebagai perubahan iklim (*climate change*), telah mencapai status darurat transnasional. Fenomena ini menuntut kolaborasi global untuk merancang solusi terpadu di berbagai level. Akar permasalahan terletak pada campur tangan manusia yang mengubah susunan atmosfer bumi serta mengganggu ritme alami variabilitas iklim yang tercatat dalam kurun waktu spesifik.

Secara esensial, perubahan iklim merepresentasikan pergeseran signifikan dalam pola dan intensitas unsur-unsur iklim selama rentang waktu yang dapat dievaluasi. Ia didefinisikan sebagai transformasi kondisi cuaca rata-rata atau redistribusi kejadian cuaca terhadap pola normal.⁹¹ Fenomena ini termanifestasi melalui alterasi parameter kunci seperti suhu, pola angin, dan presipitasi, yang mengganggu siklus hidrologi planet. Gangguan siklus air ini dipicu akumulasi gas rumah kaca (GRK) yang menjebak radiasi panas di atmosfer, memicu pemanasan global sebagai konsekuensi langsung.

Proyeksi terkini mengonfirmasi tren pemanasan global yang bersumber dari efek rumah kaca. Mekanisme ini bekerja melalui lapisan atmosfer yang terbentuk dari GRK dan partikel suspensi, memantulkan kembali panas bumi sehingga menciptakan kondisi hangat. Kontributor utama fenomena ini adalah GRK, sementara partikel atmosferik hanya memberi pengaruh minor terhadap kenaikan suhu.⁹²

⁸⁸ Wiryono, *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Hal. 86-92.

⁸⁹ Jufri Sumampouw and Oksfriani, *Perubahan Iklim Dan Kesehatan Masyarakat* (Yogyakarta: Deepublish, 2019).

⁹⁰ Edwin Aldarian, *Adaptasi Dan Mitigasi Perubahan Iklim Di Indonesia* (Jakarta: Pusat Perubahan Iklim dan Kualitas Udara Kedeputusan Bidang Klimatologi Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG), 2011). Hal. 15.

⁹¹ Aldarian. Hal. 39.

⁹² Arya Wardhana, *Wisnu Dampak Pemanasan Global* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010). Hal. 48.

Emisi GRK muncul secara alamiah maupun dari aktivitas industri, mencakup senyawa seperti karbon dioksida, metana, dan senyawa fluorinasi. Ketika terlepas ke troposfer, senyawa-senyawa ini membentuk selubung termal yang menyelimuti bumi. Partikel vulkanik dari letusan gunung berapi memperkuat efek ini dengan membentuk lapisan tambahan. Continuasi siklus ini mempercepat pemanasan global secara sistematis.

Dampak pemanasan global telah terverifikasi secara ilmiah melalui kenaikan suhu udara-laut, penyusutan es global, dan naiknya muka air laut. Aktivitas antropogenik, mulai transportasi, industri, hingga pengelolaan limbah, berkontribusi signifikan terhadap tren ini. Sebelum revolusi industri, faktor alam mendominasi perubahan iklim. Namun sejak penggunaan bahan bakar fosil dan bahan kimia masif, proses antropogenik mempercepat kerusakan lapisan ozon dan akumulasi GRK dengan laju yang memerlukan respons multidisipliner.

Bagi komunitas pesisir, kenaikan muka air laut menjadi indikator krusial. Observasi mutakhir mengungkap lautan sebagai penyerap panas dominan di bumi. Peningkatan volume laut akibat ekspansi termal merespons langsung konsentrasi GRK atmosferik.

Secara historis, bumi mengalami siklus periode glasial (dingin) dan interglasial (hangat). Relevansi kutub terhadap kenaikan air laut terlihat ketika kenaikan suhu rata-rata bumi 2°C berkorelasi dengan kenaikan muka air hingga 37 meter.⁹³ Fluktuasi lokal permukaan laut merupakan fenomena normal, namun kenaikan skala luas bersifat langka. Pemicu utamanya meliputi ekspansi termal laut, pencairan es kutub, dan penurunan permukaan daratan akibat eksploitasi air tanah dan migas berkelanjutan. Laporan IPCC 2014 mengonfirmasi ekspansi termal dan pencairan es sebagai kontributor dominan kenaikan air laut abad ke-20.

Data sejak 1971 menunjukkan kedua faktor tersebut menyumbang 75% kenaikan global. Fenomena mencairnya es Antartika dan Greenland yang meningkat sejak 1990, terukur dari aliran ke lautan sekitarnya, turut mempercepat tren ini.⁹⁴

Peningkatan konsentrasi karbon dioksida atmosfer mengganggu siklus karbon terestrial. Hutan sebagai reservoir karbon terestrial utama memegang peran krusial. Pemahaman mendalam tentang dinamika penyimpanan dan aliran karbon daratan menjadi kunci menilai dampak terhadap siklus emisi global.

Akumulasi karbon dioksida atmosferik mengganggu dinamika siklus karbon terestrial. Hutan sebagai reservoir karbon utama planet memegang

⁹³ Putri Setiani, *Sains Perubahan Iklim* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020). Hal. 42.

⁹⁴ Setiani. Hal. 47.

peran vital. Pemetaan sumber simpanan dan transformasi fluks karbon daratan menjadi krusial untuk memprediksi dampak terhadap emisi global.

Transformasi penggunaan lahan muncul sebagai pendorong utama perubahan iklim. Faktor ini mendominasi pergeseran ekosistem dan keanekaragaman hayati pada berbagai skala. Salah satu contoh nyata adalah alih fungsi hutan menjadi area budidaya pertanian. Konversi ekosistem gambut menjadi perkebunan kelapa sawit, misalnya, menyumbang hingga 70% emisi karbon yang terlepas ke atmosfer.⁹⁵

Dampak iklim terhadap ekosistem darat termanifestasi melalui pergeseran fenologi dan ketidakstabilan musim. Catatan IPCC mengungkap percepatan siklus musiman sebesar 1-4 hari per dekade. Perubahan ini terlihat dari gangguan siklus hidup flora-fauna, dengan wilayah lintang tinggi mengalami perubahan lebih ekstrem dibanding daerah tropis. Ketidakmampuan adaptasi spesies mengancam kelestarian biodiversitas dan keseimbangan ekologis.

Berdasarkan definisi BMKG, suhu ekstrem terjadi ketika temperatur menyimpang $\pm 3^{\circ}\text{C}$ dari rata-rata lokal. IPCC mencatat pemanasan global meningkatkan frekuensi kejadian suhu ekstrem baik panas maupun dingin. Pola ini menunjukkan korelasi langsung: kenaikan suhu global berbanding lurus dengan peningkatan kejadian cuaca ekstrem.

Bukti empiris sejak 1950 menunjukkan sebagian besar daratan mengalami peningkatan suhu, dengan tren kenaikan suhu dingin ekstrem lebih signifikan daripada panas ekstrem. Fenomena ini mengacaukan siklus air melalui curah hujan berintensitas tinggi, kekeringan panjang, hujan es di zona tropis, serta banjir bandang. Perubahan iklim juga mengintensifkan frekuensi dan dampak badai tropis.⁹⁶

4. Relevansi Tafsir Surah Ar-Rûm Ayat 41 dengan Ancaman Krisis Lingkungan dan Iklim

Konsep lingkungan, sebagai segala hal di sekitar manusia yang vital bagi kelangsungan hidupnya, mengimplikasikan bahwa degradasi ekologis merupakan kemerosotan nyata yang mengancam eksistensi. Salah satu turunan kritisnya adalah krisis iklim, yang muncul akibat pergeseran pola cuaca ekstrem hingga membahayakan kehidupan. Meskipun Surah Ar-Rûm Ayat 41 tidak secara eksplisit menyebut ancaman iklim, krisis ini dapat dipandang sebagai manifestasi kerusakan lingkungan akibat penyimpangan moral dan pelanggaran norma yang masif. Dengan demikian, penafsiran ayat tersebut memiliki relevansi mendalam, khususnya terkait krisis iklim. Secara

⁹⁵ Setiani. Hal. 52.

⁹⁶ Setiani. Hal. 56-58.

esensial, para mufasir mengecam tindakan manusia yang memicu ancaman iklim ini. Titik temu antara tafsir ayat dan krisis iklim dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Kerusakan lingkungan mencerminkan pengabaian manusia terhadap prinsip ketuhanan dan tanggung jawabnya sebagai khalifah bumi untuk menjaga kelestarian. Krisis iklim berakar pada pendekatan nir-etik dalam pengelolaan sumber daya alam. Pola pikir modern cenderung mengeksploitasi alam tanpa pertimbangan nurani, menurunkan kualitas lingkungan hingga mengakibatkan kepunahan spesies, keruntuhan ekosistem, dan polusi masif. Istilah *fasad* (kerusakan) dalam tafsir klasik, dimaknai sebagai kemaksiatan, pelanggaran terhadap hukum ilahi atau perbuatan dosa.

Realitas menunjukkan kesalahan sikap manusia terhadap alam. Paham antroposentrisme memosisikan manusia terpisah dari lingkungan, mengedepankan kepentingan dan hak manusia di atas hak alam hingga merusak keseimbangan.⁹⁷ Desakan kebutuhan dan gaya hidup memicu kebijakan keliru yang hanya berfokus pada untung-rugi, bahkan mengusulkan pengendalian populasi sebagai solusi palsu bagi krisis iklim.

Hamka dalam menafsirkan ayat ini melihat keterpesonaan manusia pada kemajuan zaman mendorong eksploitasi lingkungan demi membangun peradaban modern yang dirancangnya. Kemajuan ilmu dan teknologi di era industrialisasi justru merusak alam dan mengancam keberlangsungan hidup, merupakan bentuk “bunuh diri ekologis” secara perlahan. Kesia-siaan ini terlihat dari upaya manusia yang kian sibuk menangani krisis iklim yang ia ciptakan sendiri, sementara bumi terus kehilangan keseimbangannya—sesuai makna *fasad* yang dijelaskan Quraish Shihab dan Kemenag. Hamka menyoroti kecenderungan manusia merancang masa depan (futuologi) berdasarkan pola eksploitasi saat ini. Etika lingkungan yang didominasi pemikiran filsuf seperti Descartes dan Kant, yang menempatkan manusia di puncak ciptaan, semakin membutuhkan manusia dalam mengeksploitasi alam. Akhirnya, manusia terjebak dalam upaya sulit bahkan mustahil untuk menahan atau menurunkan suhu bumi.

Kesadaran bahwa manusia adalah bagian integral dari lingkungan seharusnya mendorong kebijakan pengelolaan yang adil dan berkelanjutan. Alam diciptakan untuk seluruh makhluk. Kearifan lingkungan perlu dipahami secara radikal: menghadapi krisis dengan menyinergikan pemikiran, empati, spiritualitas, dan tindakan nyata guna menekan laju kerusakan iklim.⁹⁸

Ketiadaan etika lingkungan dan paham antroposentrisme melahirkan kehancuran ekologis. Istilah *al-fasâd* menggambarkan keadaan kacau-balau,

⁹⁷ Tasdiyanto Rohadi, *Budaya Lingkungan; Akar Masalah Dan Solusi Krisis Iklim* (Yogyakarta: Ecologia Press, 2011). Hal. 10.

⁹⁸ Rohadi. Hal. 15.

hilangnya keamanan, dan terganggunya keseimbangan alam. Karakteristik ini selaras dengan manifestasi krisis iklim kontemporer. Ulama masa kini pun memperluas makna kerusakan ini mencakup degradasi darat-laut, melampaui penafsiran klasik yang terbatas pada pembunuhan atau perampokan. Ancaman iklim kini menjadi realitas yang dirasakan global, bencana turunannya dilaporkan media internasional dan mudah diakses publik. Sejalan dengan tafsir Quraish Shihab tentang kata *dzhahara* dalam Al-Misbah yang bermakna “fenomena nyata di permukaan bumi”, krisis iklim telah menjadi fakta terang-benderang. Keterkaitannya dengan ayat diperkuat penyebutan *al-barr* (darat) dan *al-bahr* (laut). Patut dicatat, mufasir klasik lebih menekankan kerusakan moral ketimbang lingkungan karena ancaman iklim belum tampak nyata di era mereka.

Laporan mutakhir mengungkap konsentrasi karbon dioksida atmosfer yang membahayakan, membuat target Paris Agreement semakin sulit tercapai. Ironisnya, saat COP 27 berlangsung di Mesir, bumi justru mencatat kenaikan suhu 1.1°C sejak akhir abad ke-19, hanya 0.4°C dari batas kritis 1.5°C yang disepakati para pemimpin global.⁹⁹

Dampak iklim telah melanda berbagai belahan dunia: Kenya mengalami kekeringan terparah dalam empat dekade yang merenggut separuh keanekaragaman hayatinya; Filipina dihantam badai dahsyat; Pakistan mencatat 1.500 korban jiwa akibat banjir ekstrem. Bencana-bencana ini berakar pada penurunan kapasitas atmosfer menahan uap air akibat pemanasan global, memicu curah hujan tinggi yang menghantam negara-negara rentan.¹⁰⁰

India menjadi epitome krisis melalui eskalasi gelombang panas dan banjir. Dalam 273 hari tahun 2022, negeri itu mengalami cuaca ekstrem selama 241 hari, membunuh 2.755 jiwa, merusak 1,8 hektar lahan pertanian, dan menghancurkan 416.667 rumah berdasarkan *data Center for Science and Environment (CSE)*.¹⁰¹

Paradoks terjadi ketika pemerintah—termasuk Indonesia—terus mengeksploitasi alam meski menyadari ancaman iklim. Program lumbung pangan (food estate) yang mengorbankan 760 hektar hutan hujan Kalimantan Tengah untuk kebun singkong justru merusak fungsi ekologis hutan sebagai penjaga iklim.¹⁰² Pembabatan 700 hektar lanjutan tanpa Analisis Dampak

⁹⁹ AFPAP, “Laporan PBB Ungkap Kronik Kekacauan Iklim,” 2022, <https://www.dw.com/id/laporan-pbb-ungkap-kronik-kekacauan-iklim/a-63665960>.

¹⁰⁰ Louis Osborne, “Kerugian Dan Kerusakan Perubahan Iklim Tanggung Jawab Siapa?,” 2022, <https://www.dw.com/id/kerugian-dan-kerusakanperubahan-iklim-tanggung-jawab-siapa/a-63668005>.

¹⁰¹ Krishan Murali, “Peristiwa Cuaca Ekstrem Melanda India Hamoir Setiap Hari,” 2022, <https://www.dw.com/id/peristiwa-cuaca-ekstremmelanda-india-hampir-setiap-hari/a-63726499>.

¹⁰² Jumasyanto Sukarno, “Unggahan Dalam Akun Instagram Greenpeaceid,” 2022.

Lingkungan (AMDAL) dijustifikasi sebagai antisipasi krisis pangan dan iklim, alasan kontradiktif mengingat deforestasi merupakan pemicu utama pemanasan global. Dampaknya nyata: berkurangnya resapan air di DAS Kahayan memicu banjir 10 hari di 2021 dan 20 hari di Pulang Pisau.¹⁰³

Realitas menunjukkan ketergantungan mutlak manusia pada sumber daya alam. Meski diberi akal dan mandat sebagai *khalifah* untuk mengelola bumi secara bijak, manusia justru menjelma menjadi perusak utama ekosistem yang menopang kehidupannya sendiri.

Esensi kehidupan terletak pada interkoneksi organik dengan alam, sebuah simbiosis di ruang ekologis tunggal tempat setiap entitas saling memengaruhi. Ironisnya, demi mengejar kesejahteraan semu, manusia mengorbankan lingkungan yang menjadi pondasi eksistensinya. Meski alam diciptakan sebagai anugerah untuk kemaslahatan semesta, manusia melampaui batas rasional hingga memicu akselerasi kehancuran ekologis. Padahal, mandat kosmik sebagai *khalifah* bumi menuntut tanggung jawab pelestarian. Inti kekhalifahan terletak pada pemberian akal, perangkat sempurna untuk menguasai ilmu guna merawat bumi secara bijaksana.

Kini manusia menuai konsekuensi tindakannya. Frasa *bimā kasabat aydi an-nās* mengkristal sebagai akumulasi pelanggaran moral yang menjadi barometer kerusakan. Warisan beracunnya: emisi gas rumah kaca yang melonjak sejak revolusi industri, mengubah komposisi atmosfer secara dramatis. Suhu permukaan bumi berlipat ganda dalam lima dekade terakhir, menjadikan abad ke-21 sebagai era terpanas dalam sejarah manusia, pemanasan yang berbanding lurus dengan risiko kehancuran planet. Laju krisis iklim hanya bisa dijinakkan melalui komitmen kolektif yang revolusioner.

Kegagalan negosiasi iklim internasional membuktikan penderitaan manusia akibat ulahnya sendiri. Ini selaras dengan peringatan ilahi dalam *liyudzīqahum ba'da alladhī 'amilū*: Allah memperlihatkan sebagian dampak perbuatan manusia sebagai bentuk kasih sayang, peringatan agar mereka kembali (*la'allakum tarji'ūn*).

Tafsir *al-Jawāhir* mengungkap akar kerusakan: mentalitas kolonial manusia yang menindas demi peradaban semu. Kekhalifahan dalam Islam menawarkan solusi, tata kelola ekologis berbasis keadilan yang menjadi fondasi teori lingkungan Islami.¹⁰⁴ Nasib bumi bergantung pada kebijakan khalifah (manusia) sebagai pengambil keputusan: apakah merusak

¹⁰³ CNN Indonesia, "Greenpeace: Proyek Food Estate 700 Hektare Di Kalteng Picu Banjir," 2021, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211122103123-20->

¹⁰⁴ Thanthawi, *Al-Jawahir Fi Tafsir Al-Qur'an Al-Karim* (Mesir: Mushtafa al-Babi al-Halabi, 1933).

atau melestarikan. Tanggung jawab ini bersifat individual-kolektif, menuntut penegakan syariat sebagai pondasi keseimbangan semesta.

Dalam krisis iklim, manusia adalah aktor sekaligus solusi utama. Kompleksitas masalah menuntut kolaborasi global tanpa solusi instan. Pemimpin dunia wajib memprioritaskan mitigasi melalui kontrol ketat emisi karbon dioksida, metana, dan gas rumah kaca lainnya. Kebijakan tegas dapat memperlambat laju pemanasan, meski dampaknya baru terasa puluhan tahun mendatang.

Kesadaran ekologis harus meresap ke semua lapisan masyarakat. Trilogi pemahaman krusial meliputi:

- a. Spiritualitas Ekologis: Memandang alam sebagai manifestasi ilahi (*teofani*) yang menumbuhkan keengganan mengeksploitasi tanpa restorasi.
- b. Kesadaran Kosmik: Menginternalisasi mandat *khalifah* sebagai bentuk ketaatan pada ayat-ayat kauniyah.
- c. Hak Ekosentris: Mengakui bahwa sumber daya alam diciptakan untuk seluruh makhluk, flora dan fauna berhak hidup tanpa intervensi destruktif manusia.

Alam bukan sekadar pemuas kebutuhan, melainkan medium mengenal Sang Pencipta melalui kontemplasi atas ciptaan-Nya. Surah Ar-Rūm ayat 41 telah mengisyaratkan krisis ini sejak abad ke-7. Islam sebagai *rahmatan lil ‘ālamîn* dengan Al-Quran yang relevan sepanjang zaman (*shâlih li kulli zamân wa makân*) ditantang memberikan respons konkret. Solusi harus mengintegrasikan sains-teknologi dengan paradigma ekoteologis.

Relasi manusia-alam dalam Islam bersifat imanen: perlakuan terhadap lingkungan mencerminkan kualitas iman. Pembebasan dari belenggu nafsu duniawi hanya mungkin melalui keimanan yang mendatangkan ketenangan jiwa dan optimisme holistik.

Studi kasus industri berbasis kelapa mengungkap paradoks: di satu sisi pemanfaatan menyeluruh (daging, batok, daun) menjadi model ekonomi sirkular tradisional. Namun industri modern mengabaikan keberlanjutan—pengurangan cadangan kelapa mengganggu ekosistem pesisir, limbah sabut dan air kelapa mencemari lingkungan, mengabaikan prinsip EHSE, *environment* (lingkungan), *health* (sehat), *Safety* (aman), dan *Energy* (daya). Pertanyaan kritisnya: sudahkah bisnis modern mempertimbangkan jejak ekologis jangka panjang dari eksploitasi sumber daya terbatas ini?

Perusahaan berorientasi keberlanjutan memahami urgensi perbaikan sistem. Penerapan prinsip bisnis hijau melalui pemanfaatan ulang (*reuse*), pemulihan (*recovery*), daur ulang (*recycle*), dan reduksi (*reduction*) membuka peluang pendapatan baru. Dalam perspektif jangka panjang, praktik ini mengoptimalkan efisiensi biaya melalui penggunaan kembali bahan. Contoh nyata: serabut kelapa yang dianggap limbah diubah menjadi keset, ampas

kelapa diolah menjadi serundeng, dan air kelapa dimanfaatkan untuk nata de coco. Transformasi ini menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan meminimalkan pemborosan (*reduction*). Meski telah mencapai keuntungan ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya terintegrasi, aspek sosial belum terpenuhi tanpa aksi *recovery*, seperti penanaman bibit kelapa baru untuk menjaga ekosistem pesisir bagi generasi mendatang.

Pengelolaan bisnis hijau sebagai keunggulan kompetitif berkelanjutan memerlukan kerangka sistematis: perencanaan inovasi pemanfaatan limbah atau konservasi sumber daya, prioritas program melalui anggaran terarah, implementasi disertai pemantauan ketat. Strategi ini menciptakan nilai unik yang sulit ditiru pesaing sekaligus menarik konsumen, terutama yang meyakini produk hijau berkontribusi pada solusi lingkungan dan mendorong tren bisnis bertanggung jawab.

Seluruh aksi Green Strategic Management merepresentasikan rasa syukur atas karunia alam seperti pohon kelapa yang rendah perawatan namun tinggi manfaat ekonomi-sosial. Strategi ini menuntut transformasi proses bisnis untuk meminimalkan dampak EHSE (*environment, health, safety, dan energy*/Lingkungan, Kesehatan, Keamanan, Energi) melalui sistem "CERMAT" (*specific, measurable, accurate, reliable, timely*/Spesifik, Terukur, Akurat, Andal, Tepat Waktu). Bisnis berbasis ketuhanan yang menjaga harmoni alam-manusia akan meraih keberkahan, reputasi, dan kepercayaan luas.

Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage/SCA*) menjadi kebutuhan esensial. Konsep ini, diperkenalkan Day (1984) dan dikembangkan Porter (1985), didefinisikan sebagai fondasi kinerja superior jangka panjang. Hill dan Jones (2004) menekankan kemampuan mempertahankan profitabilitas di atas rata-rata secara konsisten, sementara Fiol (2001) menyoroti dinamika perubahan keunggulan temporer melalui pemanfaatan sumber daya adaptif.

SCA dipengaruhi tiga pilar: skala pasar target, akses ke sumber daya-pelanggan, dan pembatasan kapabilitas pesaing. Perusahaan dapat membangunnya melalui strategi berbasis karakteristik unik dan sumber daya yang tak dapat diakses kompetitor.¹⁰⁵ Implementasinya memanfaatkan aset strategis, relasi, reputasi, dan inovasi, dengan pengembangan aspek kritis:

1. Transformasi misi korporat menuju ekologi integral dalam bisnis berkelanjutan.
2. Integrasi program lingkungan komprehensif: produk strategis, sistem produksi ramah lingkungan, dan manajemen limbah sebagai prioritas utama.

¹⁰⁵ Krisnanto, "Strategi Manajemen Hijau Untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan."

3. Partisipasi aktif dalam solusi masalah lingkungan global, keamanan pangan, proteksi ekosistem, pengendalian populasi, konservasi energi.
4. Penyelarasan kebijakan dan kinerja lingkungan dengan ekspektasi konsumen sadar ekologi.
5. Edukasi karyawan untuk motivasi tanggung jawab lingkungan dalam setiap aktivitas.
6. Assesmen dampak lingkungan proaktif sebelum peluncuran proyek baru.
7. Pengembangan produk/jasa ramah lingkungan, efisien energi, dan terdesain untuk daur ulang/limbah aman.
8. Optimalisasi fasilitas dan operasi dengan sumber daya terbarukan, minimalisasi limbah, dan perencanaan pembuangan residu bertanggung jawab.
9. Riset berkelanjutan untuk eco-efficiency bahan baku, proses, produk, kemasan, logistik.
10. Inovasi proses/pemasaran untuk pencegahan kerusakan lingkungan.
11. Kolaborasi dengan kontraktor/pemasok dalam pengembangan bisnis berkelanjutan.
12. Manajemen kimia ketat untuk pencegahan lepasnya B3.
13. Kontribusi teknologi dan metode manajemen hijau untuk sektor publik-swasta.
14. Pengembangan kebijakan bisnis untuk peningkatan kesadaran dan proteksi lingkungan.
15. Mediasi dialog masyarakat-karyawan terkait bahan B3 dan dampak operasional lintas batas.
16. Kepatuhan regulasi lingkungan dan pelaporan rutin kepada otoritas terkait.

Implementasi upaya tersebut memerlukan pendekatan manajemen kontingensi, yang memfasilitasi eksplorasi situasi strategis melalui keseimbangan antara kooperasi-kompetisi serta eksplorasi-eksploitasi sumber daya.

Manajemen Strategi Hijau (GSM) mempertahankan esensi manajemen strategis konvensional dengan infusi dimensi ekologis melalui praktik operasi, desain, manufaktur ramah lingkungan, logistik terbalik (*reverse logistics*), dan pengelolaan limbah. Seperti kerangka strategis umum, GSM mencakup formulasi, implementasi, dan pemantauan. Tahap formulasi melibatkan identifikasi objektif jangka panjang yang relevan dan spesifik. Perspektif GSM mendefinisikan integrasi aspek lingkungan, kesehatan, dan keselamatan (EHS) menuju pembangunan berkelanjutan. Instrumen pengukuran kinerjanya mencakup manajemen prosedural, meliputi desain produk, seleksi bahan baku, proses produksi, distribusi ke konsumen, hingga pengelolaan produk pasca-

masa pakai (*end-of-life management*). Implementasi GSM memerlukan distribusi kebijakan yang jelas, penugasan tanggung jawab terukur, pemantauan berkelanjutan, transparansi informasi, dan alokasi sumber daya tepat waktu untuk mencapai target.¹⁰⁶

Secara holistik, GSM melalui enam fase: penetapan model pengembangan berkelanjutan (Fase 1), inisiasi pengurangan limbah-polusi serta peningkatan respons sosial (Fase 2), pemahaman menyeluruh agenda hijau (Fase 3), perumusan rencana hijau (Fase 4), pelaksanaan strategi (Fase 5), dan evaluasi hasil (Fase 6).¹⁰⁷ Pendekatan ini menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan.¹⁰⁸

Keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan masalah bagi tiap bisnis dalam skala apapun. Skala bisnis kecil, menengah dan besar sama-sama menghendaki bisnisnya terus berlangsung, untuk dapat berlangsung maka harus memiliki keunggulan diantara pesaing. Keunggulan ini harus terus menerus *diimprove* dari waktu ke waktu seiring perubahan lingkungan baik lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang tidak jarang menimbulkan konflik antara *shareholders, customers, employees, communities and suppliers*. Namun, persoalan yang tidak perlu lagi diperdebatkan adalah bisnis dijalankan dengan menyadari keterbatasan sumber daya dibanding dengan permintaan untuk memenuhi kebutuhan dengan menjalankan bisnis hijau (*Business Green Management*). Sebagai contoh, bahwa alam Indonesia dengan luasnya daerah perairan, maka dimanjakan dengan hasil pohon kelapa. Pohon-pohon kelapa tumbuh dengan sendirinya di pantai, tidak merasa bahwa perusahaan menanam, namun pohon kelapa telah memberikan kemanfaatan yang besar bagi manusia.

Dapat disimpulkan bahwa penafsiran surah ar-Rûm ayat 41 memiliki penafsiran yang berbeda pada setiap eranya namun jika ditarik benang merahnya, ayat ini berbicara mengenai kerusakan sosial maupun lingkungan termasuk ancaman krisis iklim yang sedang dihadapi manusia.

Relevansi ayat ini dengan krisis ekologis terletak pada kritik terhadap eksploitasi alam nir-etik, pengelolaan tanpa pertimbangan moral yang melahirkan kekacauan, ketidakseimbangan, dan hilangnya rasa aman.

¹⁰⁶ A. M. Khodaparast Padash, A. Zahirian, and Kaabi Nejadian, "Green Sustainable Island by Implementation of Environmental, Health, Safety and Energy Strategy in KISH Trading-Industrial Free Zones-IRAN," in *Proceeding World Renewable Energy Congress*, 2015, 3034. Hal. 260.

¹⁰⁷ Siddhant Umesh Sawant et al., "Strategy for Implementation of Green Management System to Achieve Sustainable Improvement for Eco Friendly Environment, Globally," *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology* 2, no. 10 (2013): 5695–5701.

¹⁰⁸ D. Abdelzاهر and Newburry W, "Do Green Policies Build Green Reputations?," *Journal of Global Responsibility* 7, no. 2 (2016): 226–246.

Penyebutan "darat" (*al-barr*) dan "laut" (*al-bahr*) dalam ayat diperkuat penafsiran ulama kontemporer yang mengaitkannya dengan degradasi lingkungan. Ayat ini menuntut pertanggungjawaban manusia atas kompleksitas krisis iklim, didasari pemahaman agama yang mendalam dan kesadaran sebagai *khalifah*, bukan pemilik, melainkan pengelola alam untuk seluruh makhluk. Solusinya terletak pada regulasi hukum lingkungan yang kuat dan aksi mitigasi dini.

E. Kesadaran Kolaboratif: Sinergi Agama-Negara Dalam Ekosistem Bisnis Islam

Aktor keagamaan dan negara menunjukkan komitmen ekologis melalui kebijakan konservasi, meskipun implementasinya sering menghadapi resistensi. Ali Kodra mengilustrasikan dinamika ini melalui penolakan Amerika Serikat terhadap Protokol Kyoto, inisiatif global mitigasi emisi karbon. Ironisnya, negara industri penghasil emisi terbesar ini menolak ratifikasi dengan dalih ancaman kebangkrutan industri. Pandangan sempit George W. Bush ini menuai kritik tajam, terlebih penelitian PBB membuktikan keuntungan jangka panjang dari efisiensi produksi berbasis rendah karbon.¹⁰⁹

Fenomena tersebut mengungkap ketidaktulusan komitmen lingkungan manusia. Kodra menegaskan kecenderungan manusia bersikap reaktif hanya saat kerusakan mengancam kepentingannya, namun mendiamkan bahkan mendukung perusakan demi keuntungan material. Kesadaran kolektif tentang bumi sebagai ruang hidup bersama harus dibangun agar individu, lembaga, dan organisasi berorientasi pada penyelamatan ekosistem. Implikasinya, seluruh regulasi dan kebijakan negara wajib menginternalisasi pemulihan lingkungan serta sanksi hukum bagi pelanggar. Transformasi paradigma kebijakan dari sekadar *economic-friendly* menuju *eco-friendly* yang holistik menjadi keniscayaan.¹¹⁰

Isu ekologi memasuki panggung politik global sejak Konferensi PBB tentang Lingkungan Hidup Manusia (Stockholm, 1972). Pertemuan bersejarah ini menghasilkan tiga pilar utama: Deklarasi Stockholm, Rencana Aksi Lingkungan, dan rekomendasi pendanaan kelembagaan. Secara simbolis, konferensi menetapkan 5 Juni sebagai Hari Lingkungan Hidup Sedunia melalui resolusi khusus.¹¹¹

¹⁰⁹ Alikodra, H. S. Ali, and H. R. Syaukani, *Bumi Makin Panas Banjir Makin Luas, Menyibak Tragedi Kehancuran Hutan*, vol. I (Bandung: Nuansa, 2004). hal. 200.

¹¹⁰ Alikodra, Ali, and Syaukani. hal. 201.

¹¹¹ Koesnadi Harjasoemantri, *Hukum Tata Lingkungan*, vol. 11 (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1994). hal. 8-9.

Respons terhadap krisis daya dukung bumi memicu serangkaian konferensi lanjutan—Naerobi-Kenya (1982), Johannesburg (2000)—yang melahirkan konsep *Sustainable Development* berbasis tridimensi (ekonomi-sosial-ekologi) serta komitmen reduksi emisi global. Pasca KTT Bumi Rio de Janeiro (1992), forum tahunan Conference of Parties (COP) digelar rutin mulai Berlin (1995) hingga Kopenhagen (2009) sebagai wujud konsolidasi aksi iklim.¹¹²

Indonesia merespons tren global melalui pengesahan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup pada 11 Maret 1982. Instrumen hukum yang ditandatangani Presiden Soeharto ini segera diundangkan dalam Lembaran Negara Tahun 1982 Nomor 12, menandai fondasi hukum lingkungan nasional.¹¹³

Melampaui kebijakan teknis, pemerintah perlu merumuskan paradigma pembangunan yang memadukan kelestarian ekosistem dengan kemajuan negara. Daud Effendi dalam penelitian doktoralnya menawarkan kerangka politik pembangunan berwawasan lingkungan berbasis nilai-nilai al-Qur'an. Menurutnya, etika pembangunan berlandaskan wahyu diperlukan untuk mengarahkan aktivitas pembangunan sebagai bentuk pengabdian transendental sekaligus menjaga integritas ekologis.

Dalam studi etika pembangunannya, Daud Effendi menempatkan Emil Salim, Menteri Lingkungan Hidup era Orde Baru, sebagai figur kunci. Effendi mengutip pandangan Salim yang memaknai etika sebagai *kompas navigasi* perilaku dan tanggung jawab manusia. Kompas ini, menurut Salim, bersumber dari sistem nilai internal yang dibentuk melalui pemahaman keagamaan mendalam; semakin substantif pemahaman agama seseorang, semakin determinatif pengaruhnya terhadap tindakan. Bagi Salim, etika pembangunan merupakan manifestasi ibadah, sehingga orientasi dan perspektif pembangunan harus berakar pada ketundukan kepada Allah Swt.¹¹⁴

Effendi juga merujuk dukungan Azyumardi Azra yang menegaskan perlunya *integrasi intrinsik* antara aktivitas pembangunan dan etika lingkungan berbasis nilai-nilai Islam.¹¹⁵

Gagasan *Sustainable Development* yang diusung menteri berkarakter spiritual ini menciptakan dampak transformatif dalam evolusi kebijakan

¹¹² Abdul Quddus, "Respon Tradisionalisme Islam Terhadap Krisis Lingkungan (Telaah Atas Pemikiran Sayyed Hossein Nasr)," *Disertasi* (Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010).

¹¹³ Harjasoemantri, *Hukum Tata Lingkungan*. hal. 85-86

¹¹⁴ Emil Salim, *Pembangunan Berkelanjutan* (Jakarta: Prisma, 1991). hal. 3.

¹¹⁵ Azyumardi Azra dalam Sayyed Hosein Nasr, "Islam Dan Krisis Lingkungan," trans. Abas Al-Jauhari and Ihsan Ali Fauzi (Jakarta: Islamika, 1994).

lingkungan Indonesia, menetapkan preseden integritas ekologis dalam politik pembangunan.¹¹⁶

Pengutamaan etika lingkungan memungkinkan manusia menyelesaikan problem ekologis secara bijak, sekaligus menumbuhkan *kesadaran kolegal* dan tanggung jawab bersama dalam memulihkan kerusakan lingkungan demi terwujudnya model pembangunan berbasis simbiosis mutualistik.¹¹⁷

Di Indonesia saat ini, penerapan keadilan dalam pengelolaan lingkungan telah bergerak ke arah yang lebih konkret melalui pendekatan kebijakan yang menyematkan unsur keadilan secara holistik. Keadilan ini diwujudkan dalam empat bentuk utama. Pertama, keadilan yang bersifat distributif, yakni langkah konkret untuk memastikan setiap individu memiliki peluang yang setara dalam merasakan keamanan dari ancaman akibat eksploitasi alam. Kedua, bentuk keadilan prosedural, yang menuntut sistem regulasi dibuat secara terbuka agar publik dapat terlibat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut lingkungan. Ketiga, keadilan korektif hadir sebagai respons terhadap pelanggaran, melalui perangkat hukum yang memungkinkan korban lingkungan memperoleh keadilan secara legal, seperti pemberian ganti rugi atau sanksi terhadap pelaku perusakan. Keempat, bentuk keadilan sosial yang berupaya memastikan keberlanjutan kesejahteraan masyarakat dengan mencegah eksploitasi sumber daya secara berlebihan melalui mekanisme keadilan yang bersifat transparan dan partisipatif.¹¹⁸

Etika lingkungan pun dirumuskan dalam kerangka nilai-nilai tauhid, sebagaimana dipaparkan oleh Abdul Qadir Gassing. Ia membangun dasar etis dalam pengelolaan alam melalui konsep tauhid yang menegaskan keterhubungan manusia dengan penciptanya dan dengan seluruh ciptaan. Pandangan ini melahirkan tujuh nilai moral yang menjadi pedoman dalam relasi manusia dengan alam: alam semesta adalah milik Tuhan dan sepenuhnya ciptaan-Nya; seluruh isi bumi tidak hanya diperuntukkan bagi manusia, tetapi juga bagi makhluk lain; alam telah ditundukkan agar dapat dikelola secara bertanggung jawab; manusia mengemban tugas sebagai penjaga lingkungan berdasarkan amanah ilahi; manusia sebagai khalifah

¹¹⁶ Daud Effendi, "Pembangunan Berwawasan Lingkungan Dalam Perspektif Islam (Kajian Tentang Sustainable Development Di Indonesia)," *Disertasi* (Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2006). Hal. 320-321.

¹¹⁷ Effendi. Hal. 217.

¹¹⁸ Tamam, "EKOTEOLOGI DALAM TAFSIR KONTEMPORER." Hal. 140. Heru Nugroho, "Bencana Alam Dalam Perspektif Sosio-Kultural, Menuju Politik Bumi Yang Melestarikan Lingkungan," *Dialog Kebijakan Publik, Departemen Komunikasi Dan Informatika* I, no. 4 (2008). Roderick P. Neumann, "Political Ecology: Theorizing Scale, *Progress in Human Geography*" 33, no. 3 (2009).

bertugas membawa lingkungan menuju tujuan penciptaannya; tindakan pemborosan harus dihindari bahkan dalam kebaikan sekalipun; dan kerusakan yang terjadi di bumi adalah akibat perilaku manusia, sehingga ia wajib mempertanggungjawabkannya, baik di dunia maupun di akhirat.¹¹⁹

Dalam konteks ini, penting bagi para pemuka agama dan para pengambil kebijakan untuk bersama-sama menyusun kerangka etika lingkungan yang berpijak pada nilai-nilai al-Qur'an. Meskipun beberapa pemikir telah memasukkan dimensi wahyu dalam perumusan etika ekologis, sinergi antara tokoh agama dan otoritas negara dalam menyusun kebijakan ramah lingkungan yang berlandaskan kitab suci masih belum terwujud secara utuh. Kebijakan berbasis wahyu Qur'ani seharusnya mampu menciptakan titik temu antara kebutuhan hidup manusia dan upaya menjaga keberlangsungan lingkungan sebagai bagian dari amanah yang tidak bisa diabaikan. Ini sejalan dengan prinsip al-Qur'an yang menggambarkan hubungan antara manusia dan alam sebagai suatu keselarasan yang tunduk pada ketentuan Tuhan. Dengan menundukkan alam, Allah tidak hanya memberi kesempatan manusia untuk menikmati manfaatnya, tetapi juga mendorong agar manusia belajar, meneliti, dan menjaga hubungan harmonis dengan alam semesta.¹²⁰ Allah berfirman:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ وَالْفُلْكَ تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَيُمْسِكُ السَّمَاءَ أَنْ تَقَعَ عَلَى الْأَرْضِ إِلَّا بِإِذْنِهِ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرَءُوفٌ رَحِيمٌ

Tidakkah engkau memperhatikan bahwa Allah menundukkan bagimu apa yang ada di bumi dan kapal yang berlayar di laut dengan perintah-Nya. Dia menahan (benda-benda) langit sehingga tidak jatuh ke bumi, kecuali

¹¹⁹ A. Qadir Gassing memperkenalkan prinsip *cosmic dignity* sebagai landasan etis pengelolaan ekosistem. Prinsip ini menegaskan penghormatan integral terhadap seluruh entitas alam, baik organik maupun anorganik, dengan mengakui status sakralnya (*muhtaram*) dan mengelola sesuai kehendak transendental. Kerangka inilah yang membentuk *conceptual bedrock* bagi regulasi lingkungan. Gassing kemudian merumuskan tiga mandat ilahiah: (1) prinsip pemanfaatan terukur (*regulated utilization*), (2) imperatif pemulihan ekologis (*active stewardship*) beserta larangan perusakan (*ecological degradation*), serta (3) hierarki prioritas manfaat (*benefit stratification*) dalam tata kelola lingkungan. A. Qadir Gassing, "Perspektif Hukum Islam Tentang Lingkungan Hidup," *Disertasi* (Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2001). Hal. 262-263.

¹²⁰ Perintah Ilahiah ini meniscayakan *kosmik kontemplasi*, suatu eksplorasi mendalam terhadap semesta melalui dual trajectory: penyingkapan hukum alam saintifik dan perenungan esensial tentang posisi kosmos sebagai sesama ciptaan Tuhan (Q.S. al-An'am/6: 38). Dialektika ini membentuk *kognitif reformasi* yang mengkristalisasi etika relasional manusia-alam. Ikhwan As-Shafa, "Rasa'il Ikhwan Al-Shafa" (Beirut: Dar as-Shadir, 1999). Imperatif epistemik ini termanifestasi secara teologis dalam Q.S. al-A'raf/7: 185 dan Q.S. Ali 'Imran/3: 191 sebagai landasan *ecological intelligence*.

dengan izin-Nya? Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Penyantun lagi Maha Penyayang kepada manusia, (Q.S. al-Hajj/22: 65).

Muhammad Quraish Shihab mengartikan *sakhkhara* sebagai proses *subjugasi ilahiah* yang memungkinkan manusia memanfaatkan entitas alamiah yang secara intrinsik resistan. Transformasi ini terjadi melalui ilham kosmik tentang karakteristik benda-benda, memungkinkan dominasi fungsional manusia atas alam semesta,¹²¹ sehingga hal ini bisa disebut sebagai ontologi penundukan kosmis

Fakhru al-Razi memperluas wawasan ekosistem antropo-sentris transendental ini dengan menekankan desain ekologis Tuhan, yakni flora-fauna sebagai sumber nutrisi, hewan tunggangan sebagai sarana mobilitas, dan seluruh ciptaan sebagai sumber estetika spiritual. Penundukan ekosistem ini merupakan manifestasi rahmat Ilahi untuk keberlangsungan hidup manusia.¹²²

Pola simetri ketaatan ekologis dalam interaksi manusia-alam dibangun di atas paradigma *kepatuhan bipolar*: alam tunduk pasif pada sunatullah untuk memenuhi kebutuhan manusia, sementara manusia berkewajiban aktif mempelajari, memanfaatkan, dan melestarikan. Kosmos juga berfungsi sebagai *medium pedagogik ilahiah (at-ta'lim al-ruhiyyah)* yang mengajarkan kekuasaan Tuhan.

Ayat ini menggariskan model relasi asimetris namun beretika: alam sebagai objek pemberi manfaat, manusia sebagai subjek pengelola yang dibatasi kewajiban pelestarian (Q.S. al-Qashas/28:77). Keseimbangan ini menjadi pondasi *eco-dinamika Qur'ani*.

Agama dan negara merupakan *twin pillars* dalam restorasi ekologis, khususnya membangun kesadaran lingkungan. Lester R. Brown menegaskan perlunya sinergi kuadripartit: pemuka agama, pemerintah, industri, dan akademisi untuk merumuskan etika lingkungan holistik,¹²³ sebagai aktor *eco-healing*.

¹²¹ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. cet. IV, vol. 9, hal. 115. Ayat ini mengungkap *kosmik teleologi ilahiah*, setiap ciptaan Tuhan memiliki nilai fungsional intrinsik untuk menyangga jejaring interdependensi ekologis. Desain ilahi ini menetapkan *spesialisasi eksistensial* bagi setiap entitas alam. Distorsi fungsi kosmis akan memicu kolaps ekosistem, sebuah skenario yang diakui sains modern sebagai mustahil karena presisi matematis alam semesta yang memfasilitasi *antropik eksplorasi*, yakni pembelajaran, apresiasi, dan pemanfaatan berkeadilan. Ahmad Baiquni, *Al-Qur'an Dan Ilmu Pengetahuan Kealaman* (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997).

¹²² Muhammad Fakhru ad-Din Al-Razi, *Tafsir Al-Kabir Wa Mafatih Al-Ghaib* (Beirut: Dar al-Fikr, 1995). juz. XII.

¹²³ Lester R. Brown, "Challenges of The New Century," in *The Worldwatch Institute, State of The World 2000* (New York: Northon, 2000). hal. 20. Nur Arfiyah Febriani, *Ekologi Berwawasan Gender Dalam Perspektif Al-Qur'an* (Bandung: Mizan, 2014). hal. 95. David E. Cooper and Joy A. Palmer, eds., *Spirit Of The Environment, Religion, Value and*

Ayat ini menetapkan *eco-submission framework* - ketaatan manusia pada hukum ilahiah dalam berinteraksi dengan alam yang telah tunduk pada sunatullah. Kepatuhan bipolar ini menjadi kunci keberhasilan konservasi. Hak eksploitasi sumber daya harus diimbangi dengan tanggung jawab menjaga kelestarian spesies, sebagaimana termaktub dalam Q.S. al-An'am/6:38 sebagai *ecological pedagogy* (*at-ta'lim al-bi'iy*) atau etika ketaatan ekologis.

F. Sinergi Multistakeholder: Model Pemulihan Ekosistem Bisnis Berbasis Quran

Febriani menekankan *konsolidasi strategis* antara otoritas kebijakan, ahli agama, dan masyarakat sipil untuk merealisasikan visi keberlanjutan ekologis. Kerangka kolaborasi ini diikat oleh komitmen transendental terhadap ketentuan Ilahi dan legitimasi keahlian.¹²⁴

Q.S. al-Nisa'/4:59 memicu dialektika interpretatif tentang makna *uli al-amr*. Secara filologis, terminologi ini mengacu pada entitas plural pemegang mandat pengelolaan urusan publik. Spektrum otoritas mencakup tiga paradigma: struktur pemerintahan, institusi keilmuan agama, atau representasi profesi masyarakat sipil.

Ibn 'Ashur memperluas konsep *uli al-amr* sebagai figur dengan *virtue capital*, kombinasi integritas moral dan kompetensi spesifik yang menjadikannya rujukan otomatis tanpa legitimasi formal. Cendekiawan berintegritas mendapatkan otoritas melalui *social endowment* berbasis pengakuan komunal.

Sebagai wujud parameter ketaatan ekologis, Rasulullah menetapkan *divine compliance threshold*: ketaatan pada pemegang otoritas berlaku sejauh tidak bertentangan dengan hukum Ilahi. Inti sabda Nabi Muhammad Saw: *lâ thâ'atha li makhluq fî Mashiyat al-Khâliq*. "Kepatuhan Muslim mutlak dalam segala perintah penguasa, suka atau tidak, kecuali jika memerintahkan pelanggaran transendental," (H.R. Bukhari-Muslim melalui Umar).

Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, pilar peradaban bisnis bisa menggunakan model *tripartite ecological governance* merefleksikan tata kelola bisnis Islami berbasis sinergi otoritas. Hal ini bisa diimplementasikan ke dalam konsep *virtue capital & social endowment* menjadi mekanisme pengembangan green business berbasis komunitas. Sementara itu, etika bisnisnya adalah *divine compliance threshold* yang membentuk batasan etis operasional bisnis ramah lingkungan.

Environmental Concern (New York: Routledge, 2004). George Rupp, "Religion, Modern Secular Culture, and Ecology" 130 (2001). hal. 4. Dennis C. Williams, "The Oxford Hand Book of Religion and Ecology," *Environmental History* 14, no. 1 (2009). hal. 177.

¹²⁴ Febriani, *Ekologi Berwawasan Gender Dalam Perspektif Al-Qur'an*. Hal. 309.

Taat dalam perspektif Qur'ani mencakup ketundukan total, penerimaan ikhlas, dan synergetic compliance, bukan sekadar eksekusi perintah, melainkan keterlibatan aktif dalam agenda penguasa untuk pengabdian publik. Sabda Nabi: "*Ad-Dîn an-Nashîhah*" (Agama adalah nasihat). Ketika ditanya objeknya, Beliau menyebut: "Pemimpin muslim dan komunitas mereka," (H.R. Muslim melalui Tamim ad-Dari). *Nashîhah* di sini bermakna *constructive engagement* termasuk pengawasan sosial demi kesuksesan misi publik.¹²⁵

Wahbah al-Zuhaili menegaskan keunggulan komunitas Muslim awal bersyarat pada ethical vigilance: saling memotivasi dalam kebajikan, mencegah kemungkaran, dan konsistensi iman sebagai fondasi. Prinsip amar ma'ruf nahi munkar hanya tegak di atas pilar keimanan—pembeda ontologis umat Islam. Kesempurnaan iman dan konsistensi moral inilah yang membentuk epistemic community unggul.¹²⁶

Sejalan dengan Zuhaili, al-Farabi membangun teori eco-civilization: negara ideal (*al-madînah al-fâdhilah*) memerlukan fondasi iman yang melahirkan cosmic symbiosis, saling menghormati eksistensi spesies, menegakkan keadilan ekologis, dan kooperasi multisektoral. Masyarakat unggul (*al-mujtama' al-fâdhilah*) tercipta dari integrasi keberagaman dalam kerja kolektif berlandaskan iman.¹²⁷

Keadilan kosmis (Q.S. al-Rahman/55:7-9) menjadi paradigma otoritas bidang spesifik (*domain-specific virtue authorities*). Setiap figur dengan excellence capital dalam bidangnya layak menjadi rujukan normatif-operasional. Pemerintah perlu berkolaborasi dengan otoritas bidang ini, yang dijelaskan al-Qur'an sebagai pemilik sifat terpuji, untuk mengintegrasikan kebijakan ekonomi dan pembangunan berwawasan ekologis.¹²⁸

Ketegasan negara terhadap pelanggaran ekologis menjadi kunci. Disfungsi kolaborasi pemerintah-masyarakat berujung pada destructive collectivism. Partisipasi publik adalah determinant success

¹²⁵ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Juz. II, hal. 484-486. Konfigurasi otoritatif *uli al-amr* dalam tafsir kontemporer menunjuk pada entitas yang diberi mandat merancang konstruk kebijakan benefit-oriented bagi umat manusia, terbingkai dalam parameter syariah *compliance* yang bersumber pada wahyu transendental. Burhan ad-Din Abi al-Hasan Ibrahim Ibn 'Amr al-Biq'a'i, *Nadzhm Ad-Durar Fi Tanasub Al-Ayat Wa as-Shuwar*, vol. I (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1995). Juz II, hal. 271-272. Az-Zuhaili, *At-Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa as-Syari'Ah Wa Al-Manhaj*. Juz. II, hal. 122-123.

¹²⁶ Az-Zuhaili, *At-Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa as-Syari'Ah Wa Al-Manhaj*. Juz. III-IV, hal. 39-40.

¹²⁷ Abu Nasr Al-Farabi, *Mabadi' Ara' Ahl Al-Madinah Al-Fadhilah*, trans. Richard Walzer (New York: Oxford University Press, 1985). Hal. 39-49.

¹²⁸ Febriani, *Ekologi Berwawasan Gender Dalam Perspektif Al-Qur'an*. Hal. 314-15.

factor implementasi kebijakan lingkungan global. Richard Evanoff mendiagnosis krisis lingkungan sebagai triadic homeostasis collapse, ketidakseimbangan antara kepentingan individu, masyarakat, dan hak hidup alam,¹²⁹ yang bisa disebut dengan triadik keseimbangan ekosistem.

Al-Qur'an menetapkan relasi simbiotik antara manusia dan ekosistem (Q.S. al-An'ām/6:38), menempatkan ciptaan sebagai mitra eksistensial dengan hak otonom dan martabat intrinsik. Peradaban bisnis Islam yang hijau (*go green*) memanifestasikan prinsip ini melalui pemanfaatan sumber daya berbasis kebijaksanaan ekologis, bukan eksploitasi, sebagai bentuk ketundukan pada desain ilahiah.¹³⁰

Lajnah Kemenag RI menegaskan etika lingkungan sebagai penjagaan keseimbangan ekosistem untuk generasi mendatang, berlandaskan kesadaran bahwa alam adalah amanah transendental. Pemeliharaan lingkungan menjadi investasi moral utama dalam arsitektur peradaban bisnis Islam, menciptakan harmoni manusia-alam yang merefleksikan tauhid operasional,¹³¹ bisa menjadi etika amanah ekosistem.

Etika pelestarian mensyaratkan pengendalian diri dari kerakusan dan kesombongan, penyakit mental yang mendegradasi relasi ekologis. Dalam kerangka bisnis Qur'ani, kesederhanaan (*qanā'ah*) menjadi pilar pencegahan eksek kapitalistik yang merusak siklus alam.¹³²

Implementasi etika konservasi masih terhambat paradoks perilaku: kesadaran konseptual tidak berbanding lurus dengan praktik. Inkonsistensi ini menjadi tantangan struktural bagi pengembangan bisnis berperadaban berbasis al-Qur'an.

Contoh nyata terlihat pada epidemi pembuangan sampah sembarangan, sebuah kegagalan kolektif yang menciptakan disrupsi estetika, kesehatan, dan ekologi. Pola ini merepresentasikan krisis kesadaran yang bertolak belakang dengan prinsip *istiṣlāḥ* (pencapaian kemaslahatan) dalam etika bisnis Islam.

Pemecahan masalah memerlukan pendekatan hulu: identifikasi akar penyebab seperti defisit infrastruktur. Kolaborasi pemerintah-masyarakat harus bertransformasi menjadi ekosistem kewirausahaan hijau (*green*

¹²⁹ Richard Evanoff, "Reconciling Self, Society, Nature in Environmental Ethics," *Capitalism, Natural, Socialism* 16, no. 7 (2005). hal. 107-108. Dominasi ego-ekonomi eksklusif akan memicu komodifikasi ekologis tanpa batas, secara sistematis menggerus orientasi keberlanjutan. Dalam arsitektur kebijakan negara, paradigma instrumentalis sempit ini secara empiris mempercepat disrupsi triadik: degradasi lingkungan, disintegrasi sosial, dan kolaps ekosistem, antitesis dari peradaban bisnis hijau Qur'ani yang berlandaskan tauhid ekologis.

¹³⁰ RI, *Samudera Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Sains*. Hal. 141.

¹³¹ RI. Hal. 151-151.

¹³² RI. hal. 155-156.

entrepreneurship), di mana limbah dikonversi menjadi modal ekonomi dalam kerangka ibadah, sehingga bisa menjadi rekayasa solusi hijau berbasis tauhid.

Inisiatif "bank sampah" merepresentasikan prototipe bisnis hijau berperadaban Islam, mengintegrasikan prinsip *reduce-reuse-recycle* (3R) dengan ekonomi sirkular berbasis komunitas. Skema mikro ini menjadi embrio perluasan bisnis berkelanjutan dari tingkat RT/RW hingga kecamatan, merealisasikan triple bottom line: ekologi, ekonomi, dan ketundukan transendental.

Kolaborasi pemerintah-masyarakat dalam tata kelola limbah membentuk *simbiosis ekonomi ekologis*, prototipe bisnis berperadaban Islam yang mengaktualisasikan prinsip *al-mu'āwanah* (tolong-menolong) dalam Q.S. al-Māidah:2. Mekanisme evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk standardisasi replikasi model ini di seluruh wilayah, menjadikan "go green" sebagai DNA kebijakan publik.¹³³

Aksi preservasi komunitas merupakan kristalisasi etika lingkungan Qur'ani yang mentransformasi kesadaran ekologis menjadi praksis bisnis hijau. Pemahaman kosentris tentang alam dalam al-Qur'an tidak hanya membangun eco-literacy, tetapi melahirkan *enterprise ecology*, wujud nyata peradaban bisnis Islam yang menyatu dengan siklus alam sebagai bentuk peradaban bisnis tauhidik.

Refleksi teks suci dan implementasi sosial mengungkap bahwa ekologi Islam mencakup dimensi *at-ta'lim al-ijtimâ'iyah*: pendidikan kolaboratif antar elemen bangsa untuk mencapai maslahat kolektif. Pelestarian lingkungan menjadi laboratorium hidup bagi pengembangan bisnis berperadaban berbasis al-Qur'an yang mengintegrasikan keadilan ekologis dan solidaritas komunal.

Konsistensi gerakan konservasi kolaboratif berpotensi menekan dampak kerusakan ekologis seperti banjir dan kebakaran hutan. Fondasi strategisnya terletak pada *ekoteologi aplikatif*, penanaman kesadaran bahwa setiap tindakan manusia merupakan investasi eskatologis, prinsip yang menjadi ruh etika bisnis Islam hijau dalam kerangka pertanggungjawaban ilahiah (Q.S. al-Zalزالah/99: 7-8).

¹³³ Diana Paramita dalam kajiannya mengakui capaian sistem pengelolaan limbah terpadu Depok, namun menyerukan *skalasi radikal* kapasitas bank sampah, sebuah model bisnis hijau berperadaban Islam yang baru menyerap 20% volume timbunan di Unit Pengelolaan Sampah organik. Keterbatasan infrastruktur di Terminal Akhir Limbah mengisyaratkan urgensi *revolusi fasilitas kecamatan* berbasis ekonomi sirkular Qur'ani, guna meminimalisir beban *land fill* sekaligus mengaktualisasikan prinsip *istiṣlāḥ* (optimasi manfaat) dalam tata kelola ekologis. Diana Paramita, Kukuh Murtilaksono, and Manuwoto, "Kajian Pengelolaan Sampah Berdasarkan Daya Dukung Dan Kapasitas Tampung Prasarana Persampahan Kota Depok," *Journal of Regional and Rural Development Planning* 2, no. 2 (2018). Hal. 104-117.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan, *go green* merupakan pilar peradaban bisnis Islam yang mewujudkan prinsip *khilâfah fil arḍ* (amanah penjagaan bumi, QS. al-Baqarah/2: 30) dan *mîzân* (keseimbangan ekologis, QS. Ar-Rahmân/55: 7–9), di mana penerapan *green product* dan etika bisnis Islam terintegrasi melalui operasionalisasi nilai *‘adâlah* (keadilan), *maṣlahah* (kemaslahatan publik), dan *iḥsân* (optimalisasi sumber daya) untuk menciptakan inovasi hijau (bahan ramah lingkungan, daur ulang limbah, efisiensi energi) yang meningkatkan daya saing UMKM sekaligus menjaga ekosistem. Pandangan Islam terhadap lingkungan hidup bersifat teo-ekologis, menekankan larangan keras perusakan bumi (*fasâd fil arḍ*, QS. Ar-Rûm/30: 41) dan tanggung jawab manusia sebagai pelestari (*‘umran*, QS. Hûd/11: 61), sementara bisnis *go green* sebagai bentuk konservasi alam dan publik dimanifestasikan melalui transformasi pola konsumsi hijau (QS. Shad/38: 27–28), kolaborasi *stakeholder*, dan internalisasi *eco-tawhîd* (kesatuan transendental manusia-alam) dalam model ekonomi sirkular yang selaras dengan *maqâṣid al-syari‘ah*.

Penelitian ini mengungkap konsep *eco-tawhîd* sebagai paradigma orisinal dalam peradaban bisnis Islam, di mana aktivitas komersial hijau (seperti pengelolaan limbah berbasis *reverse logistics* atau penggunaan energi terbarukan) bukan sekadar strategi ekonomi, melainkan medium ibadah ekologis yang menyatukan dimensi spiritual (*taqwâ*) dan operasional, sebagaimana tercermin dalam redefinisi *green product* sebagai "simbolis ibadah" melalui desain sirkular (QS. Al-Aḥzâb/33: 72) dan penolakan *isrâf* (pemborosan, QS. Al-A‘râf/7: 31), sekaligus menjawab

dikotomi antroposentris-kapitalistik melalui integrasi keadilan ekologis (*'adl fil bi'ah*) dan kemaslahatan generasional (*hifz al-nasl*).

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi hasil penelitian tesis ini menekankan perlunya tiga aksi strategis terintegrasi: (1) pengembangan edukasi lingkungan berbasis nilai-nilai Islam (seperti tauhid ekologis, *khilafah fil ard*, dan *mizan*) untuk membangun kesadaran ekologis holistik di kalangan pelaku UMKM dan konsumen; (2) perumusan kebijakan pemerintah yang proaktif mendukung bisnis hijau melalui insentif fiskal, akses pembiayaan syariah ramah lingkungan, dan regulasi ketat terhadap *greenwashing*; serta (3) penguatan kesadaran kolektif multistakeholder (pemerintah, swasta, komunitas, ulama) untuk menciptakan model bisnis berkelanjutan yang selaras dengan prinsip *maqasid syariah* (*hifzh al-bi'ah*, *hifzh al-mal*) dan operasionalisasi etika bisnis Islam (keadilan/'adalah, maslahat, ihsan) dalam seluruh rantai nilai, sehingga transformasi ekologis UMKM tidak hanya meningkatkan daya saing ekonomi tetapi juga menjadi manifestasi ibadah dalam membangun peradaban bisnis yang *rahmatan lil 'alamin*.

C. Saran

Secara teoretis, perlu pengembangan model bisnis sirkular berbasis *maqâsid syari'ah* yang memadukan kerangka *fiqh al-bi'ah* (hukum lingkungan Islam) dengan pendekatan ekologi industri, khususnya dalam konteks *circular supply chain* UMKM, untuk memperkuat fondasi epistemologis ekonomi hijau Islami yang holistik—termasuk konseptualisasi "*carbon zakat*" sebagai instrumen redistribusi pendanaan restorasi ekosistem.

Sementara secara praktis, pemerintah dan lembaga keuangan syariah harus membangun ekosistem pendukung UMKM hijau melalui: (1) Kebijakan insentif fiskal bagi pelaku usaha yang mengadopsi sertifikasi *halal-ecolabel*; (2) Edukasi lingkungan berbasis nilai Islam (*khalifah fil ard*) kepada konsumen dan produsen; serta (3) Kolaborasi dengan ormas Islam (seperti MUI dan Lembaga Wakaf) untuk mengakselerasi *aquatic waqf* (wakaf produktif konservasi pesisir) dan riset teknologi ramah lingkungan berbasis kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelzaher, D., and Newburry W. "Do Green Policies Build Green Reputations?" *Journal of Global Responsibility* 7, no. 2 (2016): 226–246.
- Abu-Sway, Musthafa. "Towards an Islamic Jurisprudence of the Environment: Fiqh Al-Bî'ah Fî Al-Islam," n.d. <http://homepages.iol.ie/~afifi/Articles/environment.htm>.
- AFPAP. "Laporan PBB Ungkap Kronik Kekacauan Iklim," 2022. <https://www.dw.com/id/laporan-pbb-ungkap-kronik-kekacauan-iklim/a-63665960>.
- Al-Asfahani, Ahmad Raghîb. *Al-Mufradat Fi Garîb Al-Qur'an*. Dar Ibnu al-Jauzi, 1992.
- Al-Fadl, Muna Abu. *Towards a Methodology for Dealing with the Sources of Islamic Theorizing*. Edited by Al-Thayyib Abidin. Herndon, VA: Institute of International Islamic Thought, 1990.
- Al-Farabi, Abu Nasr. *Mabadi' Ara' Ahl Al-Madinah Al-Fadhilah*. Translated by Richard Walzer. New York: Oxford University Press, 1985.
- Al-Mandzhur, Ibn. *Lisan Al-'Arab*. Vol. II. Kairo: Dar al-Fikr, 1972.
- Al-Maraghi, Ahmad Mustafa. *Tafsir Al-Maraghi*. Translated by Abu Bakar Bahrun. Semarang: CV. Toha Putra, 1993.
- Al-Maraghi, Ahmad Musthafa. *Tafsir Al-Maraghi*. Beirut: Dar al-Kutub 'Ilmiyyah, 1998.
- Al-Qaradawi, Yusuf. *Fiqh Peradaban: Sunnah Sebagai Paradigma Ilmu Pengetahuan*. Surabaya: Dunia Ilmu, 1997.
- Al-Razi, Fakhr ad-Din Muhammad. *Tafsir Al-Fakhr Ar-Razi*. Beirut: Dar al-Fikr, 1995.
- Al-Razi, Muhammad Fakhr ad-Din. *Tafsir Al-Kabir Wa Mafatih Al-Ghaib*. Beirut: Dar al-Fikr, 1995.

- Al-Syathibi, Ibrahim ibn Musa. *Al-Muwfaqat Fi Ushul Al-Syari'ah*. Vol. II. Beirut: Dar al-Ma'rifah, n.d.
- Alatas, Alwi, Ridho Arnanda, Dewi Prilijayanti, and Dina Amalia Maulida. "GREEN ECONOMY DALAM PERSPEKTIF FIQH AL-BI'AH DANMAQAHID SYARI'AH (HIFZAL-NASL & HIFZ AL-MAL)." *Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2023).
- Aldarian, Edvin. *Adaptasi Dan Mitigasi Perubahan Iklim Di Indonesia*. Jakarta: Pusat Perubahan Iklim dan Kualitas Udara Kedeputusan Bidang Klimatologi Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG), 2011.
- Ali, Ali Muhyi ad-Din. *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Alikodra, H. S. Ali, and H. R. Syaukani. *Bumi Makin Panas Banjir Makin Luas, Menyibak Tragedi Kehancuran Hutan*. Vol. I. Bandung: Nuansa, 2004.
- Alvin Ulido Lumbanraja. "When Officials Don't Know What They Don't Know: Dunning-Kruger Effect in the Case of Green Budgeting for Local Government." *LPEM-FEB UI Working Paper* 14 (2017).
- Aqmala, Diana. "Peluang Usaha Kecil Menengah Dalam Melakukan Inovasi Produk Ramah Lingkungan," n.d.
- Ar-Razi, Muhammad Fakhr ad-Din. *Tafsir Al-Kabir*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2013.
- Ar, Ilker Murat. "The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern" 62 (2012): 854–64. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.144>.
- Arham, M. "Islamic Perspectives on Marketing." *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2 (2010): 149–64. <https://doi.org/10.1108/17590831011055888>.
- As-Shafa, Ikhwan. "Rasa'il Ikhwan Al-Shafa." Beirut: Dar as-Shadir, 1999.
- As-Shafi'iy, Husain Muhammad Fahmi. *Ad-Dalil Al-Mufahras Li Alfaz Al-Qur'an Al-Karim*, n.d.
- As-Syaukanî. *Irsyad Al-Fuhul Li Tahqîq Al-Haqq Min 'Ilm Al-Ushul*. Beirut: Darl-Fikr, n.d.
- Ash-Shiddieqy, Muhammad Hasbi. *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur*. Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000.
- Asy'arie, Musa. *Manusia Pembentuk Kebudayaan Dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Lembaga Study Filsafat Islam, 1992.
- Asyur, Muhamma Thahir bin. *Al-Tahrir Wa Al-Tanwir*. Dar Sahnun, 1997.
- Ath-Thabari, Abû Ja'far Muhammad bin Jarîr. *Jâmi' Al-Bayân Fî Tafsîr Ayi Al-Qur'ân*. Beirut: Dâr al-Fikr, 1998.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *At-Tafsir Al-Munir Fi Al-'Aqidah Wa as-Syari'Ah Wa*

- Al-Manhaj*. Beirut: Dar al-Fikr, 1998.
- . *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syariah & Manhaj*. Vol. II. Depok: GEMA INSANI, 2016.
- Azizah, Mabarroh, and Hariyanto Hariyanto. “Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics.” *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum* 10, no. 2 (2021): 237–52. <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>.
- Azra, Azyumardi. “Pangeran Charles, Islam Dan Lingkungan Hidup,” 2024. <http://www.uinjkt.ac.id/index.php/section-blog/28-artikel.html>.
- Badawi, Elsaid M., and Muhammad Abdel Haleem. *Arabic-English Dictionary of Quranic Usage*. Leiden, Boston: Brill, 2008.
- Bahri, Eni. “Green Economy Dalam Perspektif Maqashid Syariah.” *Tansiq: Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2022): 1–19.
- Baiquni, Ahmad. *Al-Qur’an Dan Ilmu Pengetahuan Kealaman*. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997.
- Baqi, Muhammad Fu’ad Abdul. *Al-Mu’jam Al-Mufahras Lil-Alfdz Al-Qur’n Al-Karim*. Maktabah Dahlan, n.d.
- Barbu, Andreea, Ștefan Alexandru Catană, Dana Corina Deselnicu, Lucian Ionel Cioca, and Alexandra Ioanid. “Factors Influencing Consumer Behavior toward Green Products: A Systematic Literature Review.” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 24 (2022). <https://doi.org/10.3390/ijerph192416568>.
- Biswas, Aindrila, and Mousumi Roy. “Green Products: An Exploratory Study on the Consumer Behavior in Emerging Economies of the East.” *Journal of Cleaner Production* 87 (2015): 463–68. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.09.075>.
- Brown, Lester R. “Challenges of The New Century.” In *The Worldwatch Institute, State of The World 2000*. New York: Northon, 2000.
- Buchari, and Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Jakarta: Alfabeta, 2009.
- Burhan ad-Din Abi al-Hasan Ibrahim Ibn ‘Amr al-Biqā’i. *Nadzhm Ad-Durar Fi Tanasub Al-Ayat Wa as-Shuwar*. Vol. I. Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1995.
- Chaerul, Muhammad. *Pengantar Teknik Lingkungan*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Chang, Ching-Hsun. “The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation.” *Journal of Business Ethics*, 2011, 361–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>.
- Chen, Yu Shan. “The Influence of Proactive Green Innovation and Reactive Green Innovation on Green Product Development Performance: The

- Mediation Role of Green Creativity.” *Sustainability (Switzerland)* 8, no. 10 (2016). <https://doi.org/10.3390/su8100966>.
- Cohen, Joel E. “Population Growth and Earth’s Human Carrying Capacity.” *Science* 35, no. 6 (1995): 341–46.
- Cooper, David E., and Joy A. Palmer, eds. *Spirit Of The Environment, Religion, Value and Environmental Concern*. New York: Routledge, 2004.
- Dangelico, Rosa Maria. “Mainstreaming Green Product Innovation : Why and How Companies Integrate Mainstreaming Green Product Innovation : Why and How Companies Integrate,” 2015. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0434-0>.
- Dariah, Auzairi R., Mohd Shukri Salleh, and Haslinda M. Shafiai. “A New Approach for Sustainable Development Goals in Islamic Perspective.” In *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219:159–66, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.001>.
- Daulay, Raihanah. “Pengembangan Usaha Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Kota Medan” XL (2016): 44–65.
- Dianti, Nia Resti, and Eristia Lidia Paramita. “Green Product Dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda.” *Jurnal: Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2021).
- Dictionary, Quran. “Fasada.” quran.com, 2025. <https://corpus.quran.com/qurandictionary.jsp?q=fsd>.
- Diwakar, Jyoti, Arghadip Samaddar, Subhas Kanti Konar, Maya Dattatraya Bhat, Emma Manuel, Veenakumari HB, Nandeesh BN, et al. “First Report of COVID-19-Associated Rhino-Orbito-Cerebral Mucormycosis in Pediatric Patients with Type 1 Diabetes Mellitus,” 2021, 1–25.
- E. M, Sangadji, and Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offse, n.d.
- “Ecolebelling,” 2009.
- Effendi, Daud. “Pembangunan Berwawasan Lingkungan Dalam Perspektif Islam (Kajian Tentang Sustainable Development Di Indonesia).” *Disertasi*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2006.
- Efrizon, Yokey. “Tanggung Jawab Sosial PT. Danau Mas Hitam Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” *Karya Ilmiah*. IAIN Bengkulu, 2017.
- Ehrenfeld, John, Raul Carlson, and Arline Savage. “Eco-Efficiency : Philosophy, Theory, and Tools,” n.d.
- Evanoff, Richard. “Reconciling Self, Society, Nature in Environmental Ethics.” *Capitalism, Natural, Socialism* 16, no. 7 (2005).
- Fakhri, Fakhri Muhammad ArioPutra. “Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan” 2, no. 3 (2024).
- Fataron, Zuhdan Ady. “Hubungan Islamic Marketing Ethics Dan Customer

- Satisfaction Pada Perbankan Syariah.” *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 9, no. 1 (2021). <https://doi.org/https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i1.10267>.
- Fauzi, M., and M. Mulyadi. “Green Accounting Berbasis Syariah.” *Jurnal Akuntansi Syariah*, 2022.
- Fauzia, Ika Yunia. “Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam Maqashid Al-Shariah.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2016).
- Febriani, Nur Arfiyah. *Ekologi Berwawasan Gender Dalam Perspektif Al-Qur’an*. Bandung: Mizan, 2014.
- Foltz, Richard C., ed. *Worldviews, Religion and the Environment: A Global Anthology*. Belmont, Calif: Wadsworth Thomson, 2002.
- Gassing, A. Qadir. “Perspektif Hukum Islam Tentang Lingkungan Hidup.” *Disertasi*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2001.
- Gropesh. “Islam Dan Lingkungan Hidup,” 2024. <http://gropesh.multiply.com/journal>.
- Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1983.
- Handayani. “Analisis Konsep Green Product Sebagai Pelaksanaan Etika Bisnis Pada Perusahaan.” *Jurnal: Widya Cipta* 1, no. 1 (2017).
- Harjasoemantri, Koesnadi. *Hukum Tata Lingkungan*. Vol. 11. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1994.
- Hartmann, Patrick, Vanessa Apaolaza, Mario R. Paredes, and Clare D’Souza. “How Greenfluencers Boost Climate Action: Why Inspirational Green Leadership Matters.” *International Journal of Consumer Studies* 49, no. 3 (2025). <https://doi.org/10.1111/ijcs.70050>.
- Hartmann, Patrick, Aitor Marcos, Juana Castro, and Vanessa Apaolaza. “Perspectives: Advertising and Climate Change-Part of the Problem or Part of the Solution?” *International Journal of Advertising* 42, no. 2 (2023): 430–57. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2140963>.
- Hartono, Maulina A., Noviandari, Sukirno, and Sholeh M. “Green Business UMKM Di Kota Depok.” *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 83–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/jks.v3i2.1268>.
- Hasan, Husein Hamid. *Nadzariyyt Al-Mashlahah Fî Al-Fiqh Al-Islmî*. Dar al-Nahdhah al-‘Arabiyyah, 1971.
- Hasani, Ismail. *Nazhariyyt Al-Maqshid ‘ind Al-Imm Muhammad Al-Thhir Ibn Ashkr*. Dar as-Syuruq, 1991.
- Hidayat, MSyamsul, and Toto Heru Dwihandoko. “Hubungan Green Marketing Dan Kinerja Bisnis: Tinjauan Literatur Sistematis.” *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* 4, no. 3 (2024): 677–92. <https://doi.org/10.53363/buss.v4i3.223>.

- Hidayati, Yulia Eva, Muhammad Isbad Addainuri, and Fahrurrozi. "Green Economy and Islamic Economy: Towards Accelerating SDGs." *Jurnal Manajemen Bisnis* 11, no. 2 (2024): 1413–30. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.908>.
- Hirjin, Uus Husni. "Islam Dan Lingkungan Hidup: Konsep Go Green Pada Hadis-Hadis Ihya Al-Mawat." *Tesis*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024.
- Huda, M., and Et Al. "CSR Berbasis Nilai Khalifah Dalam Bisnis Islam." *Journal of Islamic Marketing*, 2022.
- Ihsan, Hamdani, and Et. Al. *Filsafat Pendidikan Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2007.
- Indonesia, CNN. "Greenpeace: Proyek Food Estate 700 Hektare Di Kalteng Picu Banjir," 2021. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211122103123-20->
- Iskandar, Azwar, and Khaerul Aqbar. "Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2019): 83. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v3i2.9576>.
- Izziyana, Wafda Vivid. "Maqashid Syari'ah Dan Tanggung Jawab Pelaku Bisnis Terhadap Lingkungan." In *Prosiding Semnas Ums*, 281–95, 2016. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9445?show=full>.
- J., Grant. "Green Marketing." 2008 24, no. 6 (2008): 25–27. <https://doi.org/10.1108/02580540810868041>.
- J., Krajhanzl. *Environmental and Proenvironmental Behaviour*, 2010.
- Jbagas. "Menanggapi Istilah Go Green, Mindset Salah Kaprah (Revisi)." GEOTIMES, 2017. https://geotimes.id/opini/menanggapi-istilah-go-green-mindset-salah-kaprah-revisi/#google_vignette.
- K., Lee. "Opportunities for Green Marketing Young Consumers." *Marketing Intelligence and Planning* 26, no. 6 (2008): 573–86.
- Kamil, Sukron. *Etika Islam (Kajian Etika Sosial Dan Lingkungan Hidup)*. Prenada Media Group, 2021.
- Kasali. "Pengaruh Green Product Dan Green Advertsing Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips Di Jember." *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 2015.
- Katadata. "Upaya UMKM Dorong Bisnis Ramah Lingkungan Di Tengah Pandemi," 2021. <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/60094%0A29fa8fdd/upaya-umkm-dorong-bisnis-ramahlingkungan-di-tengah-pandemi>.
- Kathir, Abi al-Fida' al-Isma'il Ibn 'Umar ad-Dimashqi Ibn. *Tafsir Al-Qur'an Al-'Adzhim*. Beirut: Dar al-Kutub Ilmiyyah, 1999.
- Kehutanan, Kementerian Lingkungan Hidup dan. "Kerugian Lingkungan Hidup," 2018.

- Kholidah, Nur, and Miftahur Rahman Hakim. "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2018): 181–97.
- Kollmuss, Anja, and Julian Agyeman. "Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior." *Environmental Education Research* 8, no. 3 (2002): 239–60.
- Krisnanto, Aditya Budi. "Strategi Manajemen Hijau Untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 1 (2017).
- L., C., Irland. "Wood Producers Face Green Marketing Era: Environmentally Sound Products." *Journal of Wood Technology* 17 (1993): 120–34.
- L., Vlek C. Steg. "Encouraging Pro-Environmental Behaviour: An Integrative Review and Research Agenda." *Journal of Environmental Psychology* 29 (2009): 309–17.
- Lailiyah, Iif Rif'atul. "QS. SHAD AYAT 27-28: PENGARUH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE PADA GREEN CUSTOMERS BEHAVIOR SEBUAH PRODUK." *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi* 1, no. 2 (2023): 30–37. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE>.
- Lokadata. "Kontribusi UMKM Terhadap PDB, 2010-2018," 2018. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2010-2018-1562917830>.
- M. A., Afandi. "Modernimse Dan Kerusakan Lingkungan Perspektif Islam." *Dialogia: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 17, no. 2 (2019): 221–40.
- M. R., Yulianto, Agustin N. I., and Rizal A. "Pengaruh Green Marketing Product Lele Wakoel Sidoarjo Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2022): 34–46.
- M., Siyavooshi, Foroozanfar A., and Sharifi Y. "Effect of Islamic Values on Green Purchasing Behavior." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 125–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0063>.
- Manongko, Christy, Tamboto, and Watung. "Green Consumer Behavior in the Perspective of Green Marketing and Theory of Planned Behavior." *Technium Social Sciences Journal* 13 (2020): 210–22.
- Marcon, Arthur, José Luis Duarte Ribeiro, Rosa Maria Dangelico, Janine Fleith de Medeiros, and Érico Marcon. "Exploring Green Product Attributes and Their Effect on Consumer Behaviour: A Systematic Review." *Sustainable Production and Consumption* 32 (July 1, 2022): 76–91. <https://doi.org/10.1016/J.SPC.2022.04.012>.
- Margiyanti, Enudi Tri. "Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Hijau." *Artikel Publikasi Karya Ilmiah*, 2013.

- Masud, Muhammad Khalid. *Islamic Legal Philosophy: A Study of Abu Ishaq Al-Syathibi's Life and Thought*. Islamabad: Islamic Research Institute, 1977.
- McGrath, Matt. "Perubahan Iklim: Rentetan Gelombang Panas Hingga Banjir Yang Menghancurkan, Cuaca Ekstrem Kini Jadi „Norma Baru,“” Mengapa Demikian?," 2021.
- Meadows, D. *The Limits to Growth*. New York: Potomac Associate, 1972.
- Meene, Susan van de, Yvette Bettini, and Brian W. Head. "Transitioning toward Sustainable Cities-Challenges of Collaboration and Integration." *Sustainability (Switzerland)* 12, no. 11 (2020): 1–23. <https://doi.org/10.3390/su12114509>.
- Menengah, Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil. "Data UMKM," n.d. <https://kemenkopukm.go.id/dataumkm/?9ifxpOyCHohdMg2cH4qZKjUrYCbSQ%0AIwQqSDVg1Ynf6Gsc8Lj31>.
- Menengah, Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan. "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019," n.d. <https://www.depkop/go.id>.
- Mu'min, Muh. Dian Nur Alim, and Rahmawati Muin. "Telaah Konsep Green Economic Dalam Implementasi Etika Bisnis Islam." *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* 1, no. 4 (2024): 786–95. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i4.968>.
- Munk, Walter. *Gelombang Laut, Ilmu Pengetahuan Populer*. New York: New York: Grolier International, Inc., 2006.
- Munk, Walter, P. Worcester, and C. Wunsch. *Ocean Acoustic Tomography*. Cambridge: Cambridge Monographs on Mechanics, CUP, 1995.
- Murali, Krishan. "Peristiwa Cuaca Ekstrem Melanda India Hamoir Setiap Hari," 2022. <https://www.dw.com/id/peristiwa-cuaca-ekstremmelanda-india-hampir-setiap-hari/a-63726499>.
- Murtadho, Ali. "Pensyari'ahan Pasar Modal Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah Fi Allqitishad." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 2016.
- Nasr, Sayyed Hosein. "Islam Dan Krisis Lingkungan." translated by Abas Al-Jauhari and Ihsan Ali Fauzi. Jakarta: Islamika, 1994.
- Nasr, Seyyed Hossein. *The Encounter of Man and Nature*. California: University of California Press, 1984.
- Nation, United in Western Europe. "UN Secretary-General Declares an Ocean Emergency," 2017. <https://unric.org/en/un-secretarygeneral-declares-an-ocean-emergency/>.
- Neumann, Roderick P. "Political Ecology: Theorizing Scale, Progress in Human Geography" 33, no. 3 (2009).
- Nugroho, Heru. "Bencana Alam Dalam Perspektif Sosio-Kultural, Menuju Politik Bumi Yang Melestarikan Lingkungan." *Dialog "Kebijakan*

- Publik, Departemen Komunikasi Dan Informatika I*, no. 4 (2008).
- Nuryamin. "Kedudukan Manusia Di Dunia (Perspektif Filsafat Pendidikan Islam)." *Al-Ta'dib* 10, no. 1 (2017).
- O., Sandikci. "Researching Islamic Marketing: Past and Future Perspectives." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 3 (2011): 246–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/17590831111164778>.
- Oates, L., R. Gillard, P. Kasajja, A. Sudmant, and A. Gouldson. "Using Green and Digital Technologies to Reduce Food Waste at the Consumer Level-Case Study: Kampala, Uganda." *UN Environment Programme*, 2021. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/36805>.
- Osborne, Louis. "Kerugian Dan Kerusakan Perubahan Iklim Tanggung Jawab Siapa?," 2022. <https://www.dw.com/id/kerugian-dan-kerusakanperubahan-iklim-tanggung-jawab-siapa/a-63668005>.
- Padash, A. M. Khodaparast, A. Zahirian, and Kaabi Nejadian. "Green Sustainable Island by Implementation of Environmental, Health, Safety and Energy Strategy in KISH Trading-Industrial Free Zones-IRAN." In *Proceeding World Renewable Energy Congress*, 3034, 2015.
- Paramita, Diana, Kukuh Murti Laksono, and Manuwoto. "Kajian Pengelolaan Sampah Berdasarkan Daya Dukung Dan Kapasitas Tampung Prasarana Persampahan Kota Depok." *Journal of Regional and Rural Development Planning* 2, no. 2 (2018).
- Pena, T. F. K. I. M. *Bi'ah Progresif Menuju Manusia Berkesadaran Lingkungan*. Edited by Ahmad Fauzi Hamzah Syams. Lirboyo Press & Tim Mata Pena, 2022.
- Penyusun, Tim. *Tafsir Al-Qur'an Tematik: Pelestarian Lingkungan Hidup*. Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, 2009.
- Perbendaharaan, Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal. "Kajian Fiskal Regional DIY." *Kajian Fiskal Regional 2020 D.I. Yogyakarta, 2020, 202, 2021*.
- Priastomo, Yoga. *Ekologi Lingkungan*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Putri, Devy Listiyani. "Faktor-Faktor Yang Mengembangkan Kreasi Produk Pada Ina Priyono The Muslim Wear," 2019, 1–19.
- PW, Zelezny LC. Schultz. *Promoting Environmentalism*, 2000.
- Qudamah, Abdullah bin Abdul Muhsin Ibnu Tarki. *Al-Mughni*. Kairo: Dar Alam al-Kutub, 2011.
- Quddus, Abdul. "Respon Tradisionalisme Islam Terhadap Krisis Lingkungan (Telaah Atas Pemikiran Sayyed Hossein Nasr)." *Disertasi*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Quijote, Kristelle L., Alchris Woo Go, Artik Elisa Angkawijaya, Shella Permatasari Santoso, Chintya Gunarto, and Siti Zullaikah. "Non-Isothermal in-Situ (Trans)Esterification of Lipids in Pre-Functionalized and Lipid-Dense Post-Hydrolysis Spent Coffee Grounds with Subcritical

- Methanol at Low Subcritical Condition.” *Renewable Energy* 206 (April 1, 2023): 111–24. <https://doi.org/10.1016/J.RENENE.2023.02.045>.
- Quthb, Sayyid. *Fi Dzhalil Al-Qur'an*. Kairo: Dar as-Syuruq, 1998.
- R., Siringi. “Determinants of Green Consumer Behavior of Postgraduate Teachers.” *IOSR Journal of Business Management (IOSR-JBM)* 6, no. 3 (2012): 19–25.
- Rahadi Krisyanto. “Konsep Pembiayaan Dengan Prinsip Syariah Dan Aspek Hukum Dalam Pemberian Pembiayaan,” 2002, 99–117.
- Rahma, St. Nur, and Siradjuddin. “Inovasi Hijau Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah.” *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam* 8, no. 1 (2022): 35–48. <https://doi.org/doi:10.36701/nukhbah.v8i1.522>.
- Rahman, Fahzrul. *Tema Pokok Al-Qur'an*. Bandung: Penerbit Pustaka, 1983.
- “Ramah Lingkungan - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas,” 2025. https://id.wikipedia.org/wiki/Ramah_lingkungan.
- Raya, Ahmad Thib. “Khalifah.” In *Ensiklopedi Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2007.
- RI, Kementerian Agama. *Al-Qur'an Dan Tafsirnya (Edisi Yang Disempurnakan)*. Jakarta: Widya Cahaya, 2015.
- RI, Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an Kementerian Agama. *Samudera Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Sains*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an, 2019.
- Robert Ayres, Cornis van der Lugt. “Towards a Green Economy Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, PART II: Investing in Energy and Resource Efficiency, Manufacturing.” *United Nations Environment Programme, 2011 Version*, 2011.
- Roby, Mahbub Alfa, and Anik Lestari. “Pengaruh Green Product Pada Minyak Goreng Ecoplanet Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014).
- Rohadi, Tasdiyanto. *Budaya Lingkungan; Akar Masalah Dan Solusi Krisis Iklim*. Yogyakarta: Ecologia Press, 2011.
- Rupp, George. “Religion, Modern Secular Culture, and Ecology” 130 (2001).
- Saddad, Ahmad. “Paradigma Tafsir Ekologi,” n.d.
- Saeed, A., and Et Al. “Islamic Governance, Environmental Performance and Business Integrity.” *Malaysian Management Review*, 2021.
- Safdie, Stephanie. “What Does ‘Going Green’ Mean?” ESG/CSR, 2024. <https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/what-does-going-green-mean>.
- Salim, Emil. *Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Prisma, 1991.
- Sani, L., and N. Rahim. “Circular Economy and Halal Business Model in Indonesia.” *Asian Journal of Sustainability*, 2023.
- Santoso, Imam, and Rengganis Fitriyani. “Green Packaging, Green Product,

- Green Advertising, Persepsi, Dan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Ilmiah. Kel. & Kons* 9, no. 2 (2016).
- Sawant, Siddhant Umesh, Rithwick Mosalikanti, Rahul Jacobi, Sai Prasad Chinthala, and B. Siddarth. “Strategy for Implementation of Green Management System to Achieve Sustainable Improvement for Eco Friendly Environment, Globally.” *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology* 2, no. 10 (2013): 5695–5701.
- Scott B., Follows, and David Jobber. *Environmentally Responsible Purchase*, 2000.
- “Sekilas Tentang Perubahan Iklim.” Sekilas Tentang Perubahan Iklim UNFCC, 2022.
https://unfccc.int/files/meetings/cop_13/press/aplication/pdf/sekilas_tentang-Perubahan_iklim.pdf.
- Setiani, Putri. *Sains Perubahan Iklim*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Shihab, M. Quraish. *Al-Lubab (Makna, Tujuan Dan Pelajaran Dari Surah Al-Qur’an)*. Jakarta: Lentera Hati, n.d.
- . *Membumikan Al-Qur’an, Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2013.
- . *Quraish Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur’an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Shihab, Muhammad Quraish. *Tafsir Al-Mishbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur’an*. Jakarta: Lentera Hati, 2005.
- Sinnappan, Pavitra, and Azmawani Abd Rahman. “Antecedents of Green Purchasing Behavior Among Malaysian Consumers.” *International Business Management* 5, no. 3 (2011): 129–1.
- Siregar, Marliana Wahyuni Nasution Enni. “Lingkungan Hidup” 8, no. 4 (2020): 589–93.
- Soedomo, Sudarsono. “Ekonomi Hijau: Pendekatan Sosial, Kultural Dan Teknologi.” *Konsep Ekonomi Hijau/Pembangunan Ekonomi Yang Berkelanjutan Untuk Indonesia*, 2010.
- Soemarwoto, Otto. *Ekologi, Lingkungan Hidup, Dan Pembangunan*. Vol. 8. Jakarta: Penerbit Djambatan, 2004.
- Soemirat, Juli. *Epistimologi Lingkungan Edisi Ketiga, and Yogyakarta, Epistimologi Lingkungan*. Yogyakarta: 2010, 2010.
- Solang, Fernando S. “No Title” 3, no. 3 (2019): 1–10.
- Statistik, Badan Pusat. “Statistics Indonesia.” *Analisis Hasil SE2016 Lanjutan Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil*, 2019.
- Sukarno, Jumasyanto. “Unggahan Dalam Akun Instagram Greenpeaceid,” 2022.
- Sumampouw, Jufri, and Oksfriani. *Perubahan Iklim Dan Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

- Suryalena. "Analisis Penerapan Green Marketing (Kasus Pada Sentra Industry Pengolahan Hasil Perikanan, Desa Koto Mesjid, Kampar, Riau)." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 6, no. 2 (2016).
- Susanti, Susi. "Optimalisasi Strategi Green Product Terhadap Perkembangan UMKM Di Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam." *Karya Ilmiah*. UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Sutoyo. "Paradigma Lingkungan Hidup." *ADIL: Jurnal Hukum* 4, no. 1 (2013).
- Syakir, S. A. *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir*. Edited by Suharlan. Darus Sunnah Press, 2014.
- T., Adialita. "Green Marketing Dan Green Consumer Behavior Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 12 (2015): 88–106.
- Tamam, Badru. "EKOTEOLOGI DALAM TAFSIR KONTEMPORER." *Disertasi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Thanthawi. *Al-Jawahir Fi Tafsir Al-Qur'an Al-Karim*. Mesir: Mushthafa al-Babi al-Halabi, 1933.
- Tibi, Bassam. *Islam and the Cultural Accommodation of Social Change*. San Fransisco & Oxford: Westview Press, 1990.
- Tucker, Mary Evelyn, and John A. Grim. *Worldviews and Ecology: Religion, Philosophy, and the Environment*. New York: Orbis Book, 1994.
- "Undang-Undang Dasar Republik Indonesia," n.d. [https://jdih.esdm.go.id/storage/document/UU_32_Tahun_2009\(PPLH\).pdf](https://jdih.esdm.go.id/storage/document/UU_32_Tahun_2009(PPLH).pdf).
- V., Susanti. "Green Marketing: A Review From Islamic Marketing Ethics Perspective." *Asas* 6, no. 1 (2014): 106–15.
- W., Jati, and Waluyo M. "Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran Dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan." *Jurnal Dinamika Manajemen* 3, no. 1 (2012): 29–39.
- Wackernagel, Mathis. "How Can We Make the Need for Resource Security More Obvious to Diverse Audiences? Asks Mathis Wackernagel." *Global Footprint Network*, 2019. <https://www.footprintnetwork.org/2019/09/04/18187/>.
- Wardhana, Arya. *Wisnu Dampak Pemanasan Global*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Wartini, Atik. "Corak Penafsiran M. Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misbah." *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): 109. <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.343.109-126>.
- Williams, Dennis C. "The Oxford Hand Book of Religion and Ecology." *Environmental History* 14, no. 1 (2009).
- Wiryono. *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Bengkulu: Pleton Media, 2019.
- Y. T., Utomo. "Mengungkap Motivasi Sultan Hamengku Buwono IX Membangun Selokan Mataram." *Imanensi* 6, no. 2 (2021): 65–76.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.34202/imanensi.6.2.2021>.
- Yafie, Ali. *Merintis Fikih Lingkungan Hidup*. Jakarta: Ufuk Press, 2006.
- Yuono, Yusuf Rogo. "Melawan Etika Lingkungan Antroposentrisme Melalui Interpretasi Teologi Penciptaan Sebagai Landasan Bagi Pengelolaan Pelestarian Lingkungan." *Fidei* 2 (2019): 183–203.
- Z., Hasan. "Sustainable Development from an Islamic Perspective: Meaning, Implications, and Policy Concerns." *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics* 19, no. 1 (2006): 3–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sd.3460010306>.
- Zahrah, Muhammad Abu. *Usul Al-Fiqh*. Kairo: Dar al-Fikr, n.d.
- Zayd, Mushthaf. *Al-Mashlahat Fi at-Tasyr' Al-Islami Wa Najmuddîn Al-Thufî*. Kairo: Dar al-Fikr al-Arabi, 1954.
- Zindani, Abd al-Majid ibn 'Aziz. *Mujizat Al-Qur'an Dan As-Sunnah Tentang IPTEK*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Zuhaylî, Wahbah. *Ushkl Al-Fiqh Al-Islmî*. Vol. I. Beirut: Dar al-Fikr al-Mu'ashir, 1986.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Abdul Satar

abdulsatar2403@gmail.com



EDUCATION

UNIVERSITAS PERGURUAN TINGGI ILMU AL QURAN, Jakarta, Indonesia

Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Thesis: Go Green Sebagai Pilar Peradaban Bisnis Islam dalam AlQuran

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG, Semarang, Indonesia

Magister of Law Science

Thesis: Analisis Yuridis Terkait Urgensi Perjanjian Hardship dalam Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pengadaan Bahan Makanan di Kota Semarang

UNIVERSITAS BRAWIJAYA, Malang, Indonesia

Doctor of Administrative Science

Dissertation: Dynamic Capability dan Organizational Agility Sebagai Mediasi Pengaruh Technological Innovation dan Knowledge Management Terhadap Sustainable Competitive Advantage

INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG, Bandung, Indonesia

Master of Development Studies

Thesis: Simulation/ Modeling The Impact Of Measured Fishing Policy Enforcement Through Monitoring and Patrol Of Fishing Vessels Using A System Dynamic Approach: A Case Study Of Marine Zones In Natuna Regency

INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG, Bandung, Indonesia

Master of Business Administration

Thesis: Peran Indonesian Tower dalam Corporate Social Responsibility (Studi Kasus: Warisan Budaya Dunia Borobudur)

UNIVERSITAS INDONESIA, Depok, Indonesia

Bachelor of Engineering Industrial Engineering Study Program

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA, Jakarta, Indonesia

Bachelor of Economics

PROFESSIONAL EXPERIENCE

PT. TRG INVESTAMA, Jakarta, Indonesia

President Commissioner 2014 - present

- Responsible for overseeing company policies to ensure adherence to established company vision, mission, and strategic goals.
- Led strategic planning initiatives, including defining long term goals, financial policies, and growth strategies

PT. SOLUSINDO KREASI PRATAMA (INDONESIAN TOWER), Jakarta, Indonesia

Director of Operations 2000 - present

- Oversee production processes or provision of goods/services, ensuring efficiency, quality, and compliance with established standards.
- Identified and implemented strategies to enhance operational efficiency and reduce costs. Responsible for ensuring products or services meet established quality standards and improving processes when necessary.

PT TRG INVESTAMA, Jakarta, Indonesia

President Director 2010 - 2014

- Formulated and directed the long-term vision, mission, and strategy of the company including implementation.
- Represented the company in interactions with external parties including clients, partners, shareholders, regulators, and media.
- Implemented strategic partnerships with key stakeholders to further company goals.

PT INSAN MANDIRI PRATAMA, Jakarta, Indonesia

Director 1996 - 2000

- Encouraged necessary innovation and change to maintain company competitiveness in the market.
- Ensured company operated according to good corporate governance principles and complied with all applicable regulations.

PT SERVITIA INTI MULIA, Jakarta, Indonesia

Development Manager

1994 - 2000

- Managed the product lifecycle, from conception to launch, including market research, concept development, design, and testing.
- Built relationships with strategic partners, other companies, or financial institutions for mutually beneficial business collaborations.

- Explored and entered new markets, both domestic and international, to expand the company's business coverage.

PT MITRA CEMERLANG PERKASA, Jakarta, Indonesia

Development Manager

1993 - 1994

- Ensured sustainable business development by considering environmental, social, and economic factors.
- Collaborated with other departments, such as marketing, sales, and production, to ensure coherence in implementing development strategies.

ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

ASOSIASI PERUSAHAAN NASIONAL TELEKOMUNIKASI (APNATEL) Treasurer 2009

ASOSIASI PENGEMBANG MENARA TELEKOMUNIKASI (ASPIMTEL) Vice Chairman 2001 - 2004

PUBLICATIONS

- Strategi Bisnis Efektif: Menuju Unggul Bersaing dan Berkelanjutan. Deepublish. 2023.
- A Systematic literature review: Determinants of Sustainability Competitive Advantage. Business Strategy and the Environment. Q1 2023.
- Biplot Cluster Analysis on Mapping Company Characteristic in Adapting to a Dynamic Business Environment. Journal of Maritime Research. Q3 2023.
- Enhancing Sustainable Competitive Advantage: The Role of Dynamic Capability and Organizational Agility in Technology and Knowledge Management: Indonesia Stock Exchange Evidence . International Journal of Operations and Quantitative Management. Q4 2024.
- Examining the Determinants of Sustainable Competitive Advantage: A Systematic Literature Review. WSEAS. Q4 2023.

GO GREEN SEBAGAI PILAR PERADABAN BISNIS ISLAM DALAM AL-QURAN

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

6%

★ repository.ptiq.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On