

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Era globalisasi ini, menyadarkan kita bahwa bumi ini terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu yang menandakan sudah tua. Tren dan pola penggunaan sumber daya saat ini, ditambah dengan struktur sosial yang berubah dengan cepat, meningkatnya ketidaksetaraan, kompleksitas dan interkoneksi, dan perubahan teknologi yang semakin cepat akan mempengaruhi interaksi antara manusia dan lingkungan secara kritis dan tidak berkelanjutan. Kelestarian lingkungan akan menerima dampak negatif dari sumber daya alam yang tidak memperhatikannya dan akibatnya maka daya dukung sumber daya alam dan lingkungan menjadi terbatas. Dengan kata lain akan timbul masalah di masa mendatang jika pembangunan ekonomi yang tidak memperhatikan sumber daya alami dan kemampuan lingkungan.¹

Kesadaran manusia akan adanya masalah lingkungan mendorong sebuah tekad untuk mulai merubah gaya hidupnya menjadi lebih ramah lingkungan untuk menyelamatkan bumi ini. Banyak hal mempengaruhi terjadinya fenomena ini, salah satunya ialah, pencemaran lingkungan. Sebelumnya, banyak orang yang mengira jika terjadinya masalah lingkungan ini hanya disebabkan oleh faktor alam saja. Namun, akhir-akhir ini manusia mulai menyadari bahwa aktivitas manusia pun dapat mempengaruhi kejadian ini. Hal ini dipandang sebagai sebuah peluang bagi perusahaan-perusahaan untuk memproduksi produk yang ramah lingkungan atau produk hijau.² Oleh sebab itu banyak perusahaan yang mulai menerapkan berbagai metode inovatif dengan menerapkan *green practices* dalam operasional bisnisnya.

Mengimplementasikan *Green Practices* dalam kegiatan operasionalnya merupakan salah satu cara untuk memperbaiki bumi ini, *Green Practices* ialah upaya melestarikan dan menjaga lingkungan, serta berhubungan kuat dengan tiga dimensi yang disebutkan oleh GRA yaitu: *green action*, *green food* dan *green donation*. *Green action* berarti kegiatan yang bertujuan untuk melindungi baik lingkungan maupun komunitas disekitarnya. Sedangkan *green food* berarti penggunaan bahan-bahan yang berkelanjutan baik itu bahan lokal maupun bahan organik, dan *green donation* merupakan partisipasi dalam proyek-proyek komunitas serta menyumbang dana untuk isu lingkungan³. *Green initiatives* bukan menjadi satu-satunya kriteria yang dibutuhkan dalam bisnis, melihat di Indonesia mayoritas beragama Islam juga memiliki preferensi terhadap produk-produk yang

¹ Komunitas Dosen Penulis dan Peneliti Indonesia, "Analisis Environmental Awareness Value dan Green Practice Terhadap Keputusan Konsumen", vol 2 no 1 (Mei 2021) : 89

² Gabriel Priscilia Halim, Michelle Firasko, and Agung Harianto, "Kesadaran Konsumen Terhadap Penerapan Green Practice Pada Starbucks Indonesia" *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, (2021): 2.

³ Andy Leonardo et al., "Eksplorasi Persepsi Masyarakat Terhadap Green Practices Di Restoran-Restoran Yang Ada Di Surabaya" *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, (2014): 497.

dijamin kehalalannya. Baru-baru ini, ketika kesadaran mulai meningkat bahwa umat Islam memiliki kebutuhan khusus terhadap produk dan layanan yang ramah iman, halal menjadi fenomena global melampaui sekadar perhatian terhadap ajaran agama ⁴.

Namun bagi masyarakat muslim, Salah satu ketentuan serta keharusan yang berarti dalam kehidupan umat manusia serta paling utama umat islam yang paham mengenai kehalalan serta keharaman berbentuk makanan serta minuman, kebersihan serta jaminan mutu dari apa yang dimakan warga muslim tiap Produk halal bagi konsumen muslim merupakan suatu produk yang dihasilkan sesuai dengan syariat islam dan dapat diterima kalangan muslim. Sedangkan ketika dibuat secara ketat di bawah jaminan halal, produk halal melambangkan kebersihan, keamanan, dan kualitas untuk non-muslim. Sehingga, barang halal tidak hanya diterima di kalangan muslim, tetapi juga di kalangan non-muslim. Mengonsumsi makanan yang halal merupakan kewajiban untuk memenuhi perintah Allah SWT, di mana hal itu tersurat dalam Al-Qurán surat Al-Maidah ayat 88 yang artinya *“Makanlah makanan yang halal lagi baik.”* Akan tetapi dalam era globalisasi, penetapan kehalalan suatu produk pangan tidak semudah saat teknologi belum berkembang. Dengan demikian, diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian akan kehalalan produk pangan yang dikonsumsi oleh umat Islam. Jaminan kehalalan suatu produk pangan dapat diwujudkan dalam bentuk sertifikat halal yang menyertai suatu produk pangan sehingga produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya. Karena itu, beberapa sektor pada industri halal diproyeksikan akan meningkat seiring dengan permintaan produk halal dunia. Sektor keuangan Islam (syariah), diprediksi meningkat sebesar USD 3,5 triliun pada tahun 2024. Sektor travel dan pariwisata diramalkan meningkat mencapai USD 274 miliar pada tahun 2024, dan naik menjadi USD 300 miliar pada tahun 2026 ⁵. Sektor fesyen naik sebesar USD 402 miliar pada tahun 2024. Sedangkan sektor makanan dan minuman halal, diprediksi akan mencapai nilai USD 1,97 triliun pada tahun 2024 ⁶.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa ada dua isu utama dalam pengembangan bisnis dan industri saat ini, terutama yang berkaitan dengan produk makanan dan minuman, yaitu halal dan hijau (ramah lingkungan). Halal didasarkan pada keyakinan masyarakat, baik konsumen maupun produsen, bahwa mengonsumsi (termasuk juga memproduksi) produk yang diperbolehkan (tidak dilarang) merupakan bagian dari perintah agama. Sehingga keyakinan agama ini memiliki peranan yang penting dalam gaya hidup dan kebiasaan masyarakat ⁷. Sedangkan hijau didasarkan pada kesadaran bahwa lingkungan harus dikelola dan

⁴ Kasim Randeree, “Challenges in Halal Food Ecosystems: The Case of the United Arab Emirates,” *British Food Journal* 121, no. 5 (January 1, 2019): 1154–1167.

⁵ Christian Bux et al., “Halal Food Sustainability between Certification and Blockchain: A Review,” *Sustainability* 14, no. 4 (January 2022): 2152.

⁶ Mahir Pradana, Rubén Huertas-García, and Frederic Marimon, “Purchase Intention of Halal Food Products in Spain: The Moderating Effect of Religious Involvement,” *International Food Research Journal* 27, no. 4 (September 5, 2020): 735–744.

⁷ Bux et al., “Halal Food Sustainability between Certification and Blockchain.”

dimanfaatkan tanpa melebihi kapasitasnya dan pertumbuhan ekonomi harus tetap berada pada daya dukung planet.

Sumenep merupakan salah satu kabupaten di Madura yang paling mewakili ekosistem industri yang bertumpu pada dua isu utama ini. Ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Sumenep dibangun dan dikembangkan berdasarkan nilai-nilai kearifan lokal, yakni berdasar pada nilai-nilai budaya dan religiusitas masyarakat yang hampir seluruhnya beragama Islam. Selain itu, pemerintah kabupaten Sumenep bersama masyarakat juga berkomitmen dengan upaya menjaga dan melestarikan lingkungan. Pengelolaan produk pada UMKM mengharuskan melakukan proses produksi dengan berpegang prinsip *green practices*, yakni menggunakan metode, bahan baku dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan, serta berkontribusi secara aktif dalam upaya pelestarian lingkungan di Kabupaten Sumenep.

Kesadaran masyarakat dan pemerintah kabupaten Sumenep akan pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan ini menjadikan produk-produk UMKM yang halal dan hijau (ramah lingkungan), terutama produk makanan dan minuman, memiliki *positioning* yang baik dalam pemasaran produk lokal. Pada umumnya, produk-produk yang terjamin kehalalannya, sehat, hijau dan bahkan produsennya berperan dalam upaya pelestarian lingkungan, akan lebih diminati oleh konsumen dibandingkan produk-produk yang tidak memenuhi kriteria tersebut.

Beberapa fakta diatas, maka peneliti berkeinginan melakukan penelitian dan peneliti tertarik mengambil judul “ **Penerapan Konsep *Green Practice* Dalam Pengembangan Produk Halal Yang Berkelanjutan (Studi Pada Umkm Produk Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Sumenep)** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi *green practices* dalam pengembangan *produk halal* pada UMKM di Kabupaten Sumenep
2. Bagaimanakah strategi penerapan *green practices* yang dapat dilakukan oleh UMKM di Kabupaten Sumenep

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka hipotesis yang hendak dijawab melalui penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Implementasi *green practices* dalam pengembangan *produk halal* pada UMKM di Kabupaten Sumenep
2. Untuk mengetahui Strategi penerapan *green practices* yang dapat dilakukan oleh UMKM di Kabupaten Sumenep

1.4 Rencana Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Pencapaian
1	Publikasi jurnal ilmiah berputasi dan terakreditasi	Tercapai

2	Laporan kemajuan	Tercapai
3	Laporan akhir	Tercapai