

**POSTMODERNISME KONSUMEN HIJAU (*GREEN
CUSTOMER*) MELALUI KEARIFAN LOKAL DI KOTA
PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

NUR GHINA MUSLIMAH

NIM. 1704120591

PALANGKARAYA

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM PRODI EKONOMI SYARI'AH
TAHUN AJARAN 2021 M / 1443 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **POSTMODERNISME KONSUMEN HIJAU (*GREEN CUSTOMERS*) MELALUI KEARIFAN LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA**

NAMA : **NUR GHINA MUSLIMAH**

NIM : **1704120591**

FAKULTAS : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

JURUSAN : **EKONOMI ISLAM**

PROGRAM STUDI : **EKONOMI SYARIAH**

JENJANG : **STRATA SATU (S1)**


Palangka Raya, 12 Oktober 2021

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

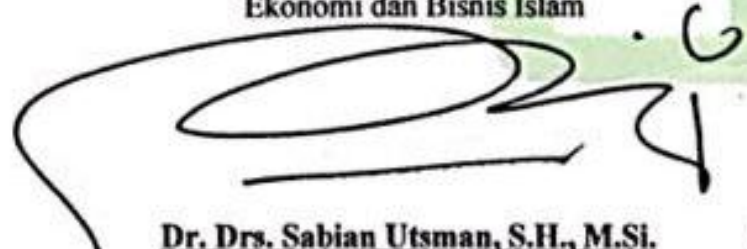

Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M. Si.
NIP. 198403212011011012


Jefry Tarantang, S.Sy., S. H., M. H.
NIP. 198910252019031010

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si.
NIP. 196311091992031004


Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si.
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Hal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Nur Ghina Muslimah

Palangka Raya, 12 Oktober 2021
Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : NUR GHINA MUSLIMAH

NIM : 1704120591

Judul : POSTMODERNISME KONSUMEN HIJAU (*GREEN CUSTOMER*) MELALUI KEARIFAN LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA

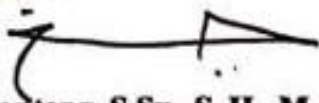
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M. Si.
NIP. 198403212011011012


Jefry Tarantang, S.Sy., S. H., M. H.
NIP. 198910252019031010

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Postmodernisme Konsumen Hijau (*Green Customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya” oleh Nur Ghina Muslimah, NIM 1704120591 telah dimunaqasahkan oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Kamis : Kamis

Tanggal : 28 Oktober 2021

Palangka Raya, 28 Oktober 2021

TIM PENGUJI

1. Sofyan Hakim, S.E, S.A.P., M.M., M.A.P.
(Penguji/Ketua Sidang)

(.....)

2. Dr. Syarifuddin, M.Ag.
(Penguji I)

(.....)

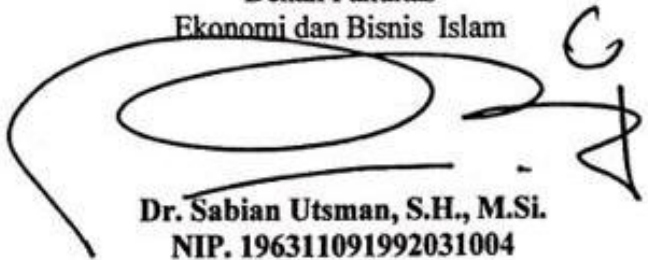
3. Enriko Tedja Sukmana, S. Th. I., M. SI.
(Penguji II)

(.....)

4. Jefry Tarantang, S. Sy., S.H., M.H.
(Penguji/Sekretaris)

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si.
NIP. 196311091992031004

POSTMODERNISME KONSUMEN HIJAU (*GREEN CUSTOMERS*)

MELALUI KEARIFAN LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA

Oleh Nur Ghina Muslimah

NIM 1704120591

ABSTRAK

Konsumen hijau (*green customer*) adalah sebuah gerakan moral dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan hidup supaya lebih layak huni. Pada gerakan ini mendorong perubahan perilaku masyarakat yang sebelumnya kurang atau bahkan tidak peduli terhadap lingkungan menjadi ramah dan sayang terhadap lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis (1) Realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya, (2) Implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya, (3) Pandangan Ekonomi Syariah (ESY) terhadap konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan induktif, fenomenologis, konseptual, kontekstual ekonomi syariah. Sumber data pada penelitian ini yaitu bapak/ibu yang menggunakan bakul ke pasar. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis melalui tahapan data *collection*, data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing*.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) realitas konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya tanpa sadar menggunakan bakul yang merupakan barang ramah lingkungan karena hal itu terlihat dari kurangnya pengetahuan tentang ramah lingkungan. (2) implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya dijalankan karena kondisi lingkungan sekitar yang masih mempertahankan budaya orang tua terdahulu menggunakan bakul. Sehingga ditemukan prinsip ekonomi hijau (*green economy*) yang sesuai dengan implementasi masyarakat tersebut. (3) Pandangan Ekonomi Syariah (ESY) terhadap konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya mempunyai keterkaitan terhadap realitas dan implementasi yaitu dalam konteks kajian *maqashid al-shariah* pada *hifz al-bi'ah* penjagaan dari sisi ada (*min haitsu al-wujud*) yaitu mendukung dan mengembangkan strategi nasional untuk pertumbuhan nasional (*green growth*).

Kata Kunci: Konsumen Hijau, Kearifan Lokal, Ekonomi Syariah

**GREEN CUSTOMERS POSTMODERNISM THROUGH LOCAL WISDOM
IN PALANGKA RAYA CITY**

by Nur Ghina Muslimah

NIM 1704120591

ABSTRACT

Green consumer (green customer) is a moral movement with the aim of preserving the environment so that it is more livable. This movement encourages changes in people's behavior that previously did not care about the environment to become friendly and caring for the environment. The purpose of this research is to find out and analyze (1) the reality of green consumers in Palangka Raya City, (2) Green customers implementation through local wisdom in Palangka Raya City, (3) Sharia Economic View (ESY) to green consumers through local wisdom in Palangka Raya City.

This research is a field research using qualitative methods and inductive, phenomenological, conceptual, contextual approaches to Islamic economics. The source of data in this research is the father / mother who uses a basket to the market. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and documentation and then analyzed through the stages of data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results of this study are (1) the reality of green consumers (green customers) through local wisdom in Palangka Raya City unknowingly using baskets which are environmentally friendly goods because it can be seen from the lack of knowledge about environmental friendliness. (2) the implementation of green customers through local wisdom in Palangka Raya City is carried out because the surrounding environmental conditions still maintain the culture of their former parents using baskets. So it was found the principle of the green economy (green economy) in accordance with the implementation of the community. (3) The view of Islamic Economics (ESY) towards green consumers through local wisdom in Palangka Raya City has a relationship with reality and implementation, namely in the context of the maqashid al-shariah study on hifz al-bi'ah safeguarding from the existing side (min. haitsu al-Manifest) which is to support and develop a national strategy for national growth (green growth).

Keywords: Green Consumers, Local Wisdom, Sharia Economy

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis hanturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan atas limpahan taufik, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“POSTMODERNISME KONSUMEN HIJAU (GREEN CUSTOMER) MELALUI KEARIFAN LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA”** dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, S. Pd., M. Ag selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, S. H., M. Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak M. Zainal Arifin, M. Hum selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
4. Bapak Enriko Tedja Sukmana S. Th. I., M. Si sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan

memberikan arahan dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

5. Bapak Jefry Tarantang, S. Sy., S. H., M. H. sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajarkan berbagai macam ilmu dan wawasan kepada penulis.
7. Ayah dan Ibu penulis yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan penulis dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
8. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palangka Raya, Oktober 2021

Penulis

NUR GHINA MUSLIMAH
NIM. 1704120591

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Ghina Muslimah

NIM : 1704120591

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Postmodernisme Konsumen Hijau (*Green Customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2021

Yang Membuat Pernyataan,


NUR GHINA MUSLIMAH
NIM. 1704120591



MOTTO

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ٩٧

“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.”

QS. An-Nahl [16] : 97

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا... ٢٨٦

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

IAIN
PALANGKARAYA

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Swt., kita memuji-Nya dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk-Nya.kita berlindng kepada Allah Swt., dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Barang siapa mendapat dari petunjuk Allah Swt., maka tidak aka nada yang menyediakannya dan barang siapa yang sesat maka tidak ada pemberi petunjuk baginya. Aku bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah Sw., dan bahwa Muhammad adalah hamba dan Rasul-Nya. Semoga doa, shalawat tercurah pada junjungan dan suri tauladan kita Nabi Muhammad Saw., keluarganya dan sahabat serta siapa saja yang mendapat petunjuk hingga hari kiamat. Aamiin.

Persembahan tugas akhir ini dan rasa terima kasih aku ucapkan untuk:

1. Keluargaku tercinta, kedua orang tua, nenek, kakak-kakakku yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil untuk selalu terkait dengan hokum syara' dan menjadi orang yang bahagia di dunia maupun akhirat.
2. Diriku sendiri Nur Ghina Muslimah, S.E., jangan puas hanya sampai di sini, terus kejar mimpi-mimpi itu, jangan menyerah! Semangat!
3. Seluruh dosen dan staf akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terima kasih untuk semua ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.
4. Bapak M. Zainal Arifin, M. Hum selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.

5. Bapak Endriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si dan Bapak Jefry Tarantang, S.Sy., S.H., M.H., sebagai dosen pembimbing I dan II yang selalu membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran, dan penjelasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Teman-temanku kelas ESY D angkatan 2017 yang senantiasa selalu membantu dan memberikan semangat dalam perkuliahan ini.
7. Seluruh keluarga besar mahasiswa IAIN Palangka Raya di HMJ-EI FEBI, LSBM, KSEI, KPUM FEBI, DEMA FEBI, KPUM Institut dan DEMA-I yang sudah menjadi tempat belajar dan berproses selain di bangku perkuliahan.
8. Seluruh keluarga Himpunan Mahasiswa Islam Se-IAIN Palangka Raya Cabang Palangka Raya yang selama perkuliahan berjalan sebagai tempat berhimpun, belajar dan berproses.
9. Para temanku Rina, Istiati Nurfatimah, Luluk Farida, Riska Furwanti, Jihan Fahimah Lesmana, Lulu Noor Shifa, Siti Rahma Yanti, Novia Khairina, Annisa Putri, Noviani Rezky, Annisa Putri Rahayu, Lusi Tri Utami, Ella Prastika, Layinnatusyifah dan Qarina Aulia Suzan yang sudah kebersamaan suka maupun duka selama berlangsungnya perkuliahan.
10. Untuk kampus tercinta IAIN Palangka Raya, terimakasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ʿ	koma terbalik

غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef



ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لأئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

G. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

H. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Sistematika Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teoritik.....	19
1. Teori Postmodernisme	19
2. Teori Konsumen Hijau (<i>Green Customers</i>).....	39
3. Teori Kearifan Lokal.....	60
4. Kerangka Konseptual Kearifan Lokal	62

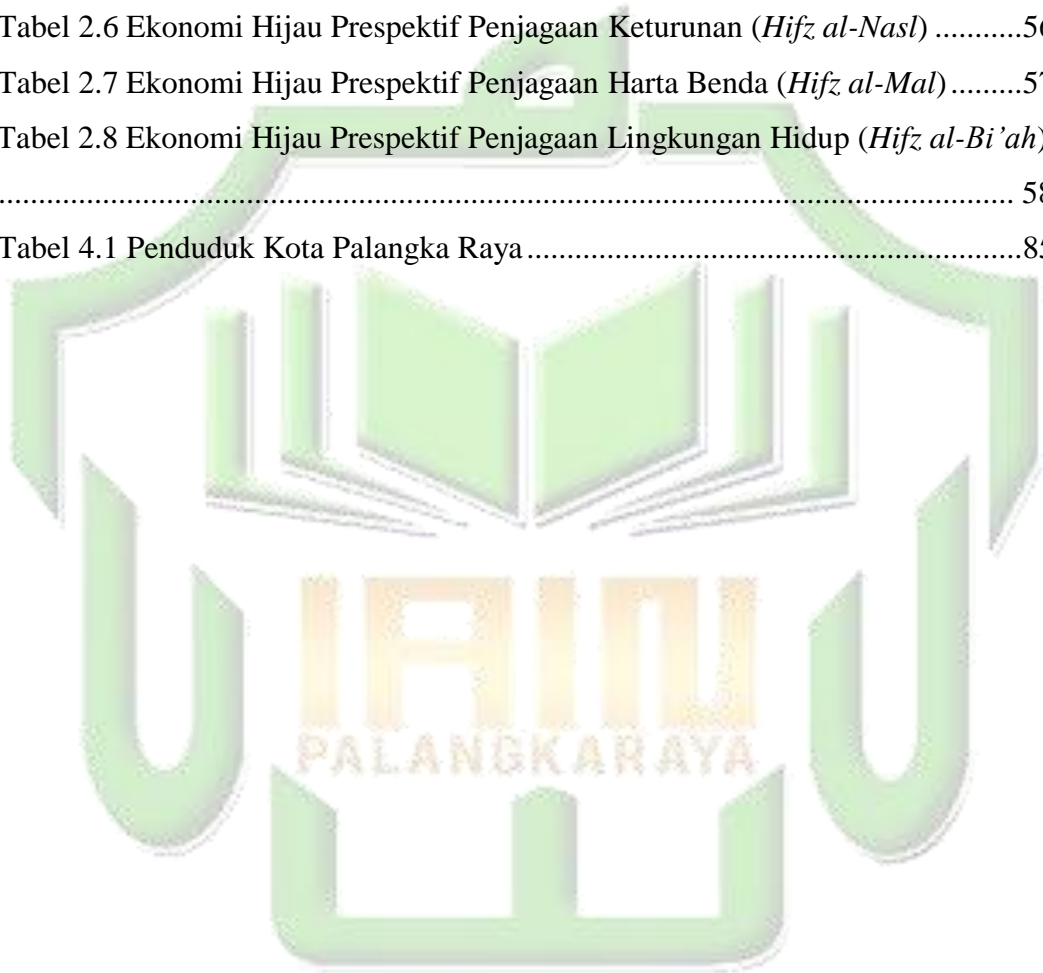
C. Kerangka Pikir	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	66
1. Waktu Penelitian	66
2. Tempat Penelitian	66
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	66
1. Jenis Penelitian	66
2. Pendekatan Penelitian	67
C. Subjek dan Objek Penelitian	70
1. Subyek Penelitian	70
2. Objek Penelitian	70
D. Teknik Pengumpulan Data	71
1. Observasi	71
2. Wawancara	72
3. Dokumentasi	73
E. Pengabsahan Data	74
F. Teknik Analisis Data	77
G. Sistematika Penulisan	78
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	80
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	80
1. Gambaran Tentang Kota Palangka Raya	80
a. Sejarah Kota Palangka Raya	80
b. Letak Geografis	83
c. Visi dan Misi Kota Palangka Raya	84
d. Penduduk	85
2. Gambaran Umum Kerajinan Anyaman (Bakul)	86
B. Penyajian Data	88
1. Realitas Konsumen Hijau (<i>Green Customers</i>) di Kota Palangka Raya ..	89

2. Implementasi Konsumen Hijau (<i>Green Customers</i>) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya	100
C. Analisis Data.....	138
1. Realitas Konsumen Hijau di Kota Palangka Raya.....	138
2. Implementasi Konsumen Hijau (<i>Green Customers</i>) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya	147
3. Pandangan Ekonomi Syariah (ESY) Terhadap Konsumen Hijau (<i>Green Customer</i>) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya	153
BAB V PENUTUP	163
A. Kesimpulan.....	163
B. Saran	165
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN.....	174



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Persamaan, Perbedaan dan Kedudukan Penelitian.....	18
Tabel 2.2 Perubahan Konsep Modernisme ke Postmodernisme.....	30
Tabel 2.3 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Agama (<i>Hifz al-Din</i>).....	53
Tabel 2.4 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Jiwa (<i>Hifz al-Nafs</i>).....	53
Tabel 2.5 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Akal (<i>Hifz al-Aql</i>).....	54
Tabel 2.6 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Keturunan (<i>Hifz al-Nasl</i>).....	56
Tabel 2.7 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Harta Benda (<i>Hifz al-Mal</i>).....	57
Tabel 2.8 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Lingkungan Hidup (<i>Hifz al-Bi'ah</i>)	58
Tabel 4.1 Penduduk Kota Palangka Raya.....	85



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada beberapa akhir ini pengelolaan lingkungan hidup menjadi perbincangan yang hangat terkait dengan perubahan yang terjadi pada alam. Arah pengelolaan lingkungan ditujukan untuk lebih menghasilkan manfaat bagi masyarakat. Sumber daya alam difungsikan sebagai mesin uang untuk memperoleh keuntungan finansial. Pesatnya perkembangan saat ini ditopang dengan modernitas industrial dan mesin-mesin teknologi muktahir menyebabkan masyarakat dunia terutama Indonesia dihadapkan dengan bermacam-macam problematika. Kualitas dan kuantitas dari kondisi lahan, air, udara, tanah, dan aspek fisik lainnya menjadi menurun sehingga menimbulkan krisis dan permasalahan lingkungan hidup.¹

Makhluk hidup berinteraksi dan mempunyai sistem ketergantungan dengan lingkungan hidupnya. Manusia modern terbentuk dan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan sebaliknya manusia modern juga memberikan kontribusi dalam pembentukan sistem penilaian, kondisi dan kualitas lingkungan hidupnya. Ketika terjadi perubahan alamiah maupun perubahan yang disebabkan oleh aktivitas hidupnya, baik proses perubahan aktivitas di alam yang terjadi secara alamiah maupun akibat campur tangan manusia sendiri maka kelangsungan hidup manusia akan terancam. Sebagaimana

¹Muh Aris Marfai, *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2016, h. 2.

dalam firman Allah Swt., menjelaskan bahwa manusia sebagai khalifah Allah Swt., di alam pada Q. S. Al-Baqarah [2] ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ
الْدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ [البقرة:30]²

Artinya: Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".³

Ayat diatas menyatakan bahwa manusia sebagai khalifah di muka bumi adalah untuk menjadi mandataris Allah Swt., secara fungsional, karena manusialah yang pantas mengemban amanah setelah langit, bumi dan gunung tidak mampu mengemban amanah ini,⁴ seperti firman Allah Swt., dalam Q. S. Al-Ahzab [33] ayat 72 :

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا
وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا [الأحزاب:72]⁵

Artinya: Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh,⁶

²Q. S. Al-Baqarah [2] : 30.

³Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Kerajaan Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba 'At Al Mush-haf, 1423 H, h. 13.

⁴Muhammad Qomarullah, *Lingkungan Dalam Kajian Al-Qur'an: Krisis Lingkungan Dan Penanggulangannya Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur'an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014, h. 151.

⁵Q. S. Al-Ahzab [33] : 72.

⁶Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Kerajaan Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba 'At Al Mush-haf, 1423 H, h. 680.

Kata kunci ayat ini terdapat kata amanah yang dalam al-Qur'an berkonotasi mengutamakan akal pikiran. Konotasi akal dan pikiran sangat pantas dan sesuai, karena manusia mampu bertauhid, berkeselimbangan dan belajar berbagai ilmu. Konteks ayat ini yang menekankan tentang amanah yang berarti mandat dan kepercayaan yang diberikan oleh Allah Swt., kepada manusia sebagai makhluk berakal. Langit, bumi, gunung tidak bersedia menerima mandat dari Allah Swt., karena mereka menyadari bahwa diri mereka tidak mampu mengemban amanah tersebut, karena mereka tidak memiliki potensi rasional, tapi manusia bersedia menerima mandat yang ditawarkan oleh Allah Swt., kepadanya, karena manusia menyadari bahwa dirinya mampu mengembannya disebabkan potensi rasionalitas.⁷

Dengan demikian, dalam proses beradaptasi antara manusia dan alam sekitarnya akan dicapai pemahaman-pemahaman kolektif dari manusia dan komunitas sekitarnya, akan dicapai pengertian-pengertian dan kesadaran bersama pada komunitas lokal terhadap perilaku dan dampak perubahan lingkungan yang ditimbulkan dari pelanggaran terhadap aturan yang akan mendapatkan sanksi baik dari masyarakat ataupun Tuhan.⁸ Adapun beberapa landasan ayat al-Qur'an yang terkait dengan pemeliharaan lingkungan yang meliputi Al-Qur'an surah al-Baqarah [2] : 29⁹; Surah al-A'raf [7] : 56¹⁰; Surah

⁷Muhammad Qomarullah, *Lingkungan Dalam Kajian Al-Qur'an: Krisis Lingkungan Dan Penanggulangannya Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur'an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014, h. 152.

⁸Muh Aris Marfai, *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2016, h. 3.

⁹Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.

al-Hijr [15] : 16¹¹, 19¹², 20¹³, 21¹⁴, 22¹⁵; Surah an-Nahl [16] : 5¹⁶, 10¹⁷, 11¹⁸, 14¹⁹, dan 15²⁰; Surat al-Insan [76] : 3²¹.²² Ayat al-Qur'an tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt., menciptakan bermacam-macam kehidupan baik di bumi ataupun di luar angkasa untuk keperluan-keperluan hidup manusia. Penciptaan itu dibuat agar manusia mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya bersyukur. Namun kenyataannya manusia melakukan kerusakan-kerusakan padahal telah diberi kepercayaan sebagai mandataris Allah Swt., sangatlah jelas bahwa semua kerusakan di langit dan di bumi adalah akibat tangan-tangan manusia itu sendiri, sedang bencana

¹⁰Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.

¹¹Dan sesungguhnya Kami telah menciptakan gugusan bintang-bintang (di langit) dan Kami telah menghiasi langit itu bagi orang-orang yang memandangnya),

¹²Dan Kami telah menghamparkan bumi dan menjadikan padanya gunung-gunung dan Kami tumbuhkan padanya segala sesuatu menurut ukuran.

¹³Dan Kami telah menjadikan untukmu di bumi keperluan-keperluan hidup, dan (Kami menciptakan pula) makhluk-makhluk yang kamu sekali-kali bukan pemberi rezeki kepadanya.

¹⁴Dan tidak ada sesuatupun melainkan pada sisi Kami-lah khazanahnya; dan Kami tidak menurunkannya melainkan dengan ukuran yang tertentu.

¹⁵Dan Kami telah meniupkan angin untuk mengawinkan (tumbuh-tumbuhan) dan Kami turunkan hujan dari langit, lalu Kami beri minum kamu dengan air itu, dan sekali-kali bukanlah kamu yang menyimpannya.

¹⁶Dan Dia telah menciptakan binatang ternak untuk kamu; padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebagiannya kamu makan.

¹⁷Dialah, Yang telah menurunkan air hujan dari langit untuk kamu, sebagiannya menjadi minuman dan sebagiannya (menyuburkan) tumbuh-tumbuhan, yang pada (tempat tumbuhnya) kamu menggembalakan ternakmu.

¹⁸Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan.

¹⁹Dan Dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur.

²⁰Dan Dia menancapkan gunung-gunung di bumi supaya bumi itu tidak goncang bersama kamu, (dan Dia menciptakan) sungai-sungai dan jalan-jalan agar kamu mendapat petunjuk,

²¹Sesungguhnya Kami telah menunjukinya jalan yang lurus; ada yang bersyukur dan ada pula yang kafir.

²²Muhammad Qomarullah, *Lingkungan Dalam Kajian Al-Qur'an: Krisis Lingkungan Dan Penanggulangannya Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur'an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014, h. 152.

yang ada akibat dari kerusakan yang diperbuat manusia itu sendiri. Di sinilah pentingnya menyadari bahwa manusia sebagai khalifah di muka bumi agar tidak membuat kersusakan, serta menjaga lingkungan agar tetap asri. Kerusakan di bumi dan di langit akibat tangan manusia yang diabadikan dalam al-Qur`an yang berbunyi dalam Q. S. Ar-Rum [30] ayat 41²³:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ
يَرْجِعُونَ [الروم : 41]²⁴

Artinya: Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah Swt., merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).²⁵

Pada firman Allah Swt., diatas menerangkan bahwa telah terjadi kerusakan di daratan dan di lautan seperti kebakaran, kekeringan, banyaknya penyakit dan wabah, yang semua itu disebabkan kemaksiatan-kemaksiatan yang dilakukan oleh manusia, agar mereka mendapatkan hukuman dari sebagian perbuatan mereka di dunia, supaya mereka bertaubat kepada Allah Swt., dan kembali kepada-Nya dengan meninggalkan kemaksiatan, selanjutnya keadaan mereka akan membaik dan urusan mereka menjadi lurus. Pemanasan global (*global warming*) adalah salah satu dampak perubahan lingkungan yang terjadi. Hal tersebut disebabkan menipisnya lapisan ozon karena peningkatan temperatur rata-rata permukaan bumi. Berdasarkan analisis geologi, temperatur planet bumi telah meningkat beberapa derajat

²³ Muhammad Qomarullah, *Lingkungan Dalam Kajian Al-Qur`An: Krisis Lingkungan Dan Penanggulangannya Perspektif Al-Qur`An*, Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur`an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014, h. 156.

²⁴ Q.S. Ar-Rum [30] : 41.

²⁵ Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur`an dan Terjemahannya*, Kerajaan Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba 'At Al Mush-haf, 1423 H, h. 647.

dibanding 20.000 tahun yang lalu ketika zaman salju gletser. Mula-mula peningkatan itu berlangsung sangat lambat, yakni rata-rata hanya 0,2°C dari tahun 1000 hingga awal abad ke-19. Tetapi sejak tahun 1850, peningkatan temperatur ini melaju dengan cepat yakni 0,35°C pada tahun 1910 – 1940 dan 0,55°C pada tahun 1990 – 2000. Telah terjadi 11 rekor tahun terpanas dalam kurun waktu 12 tahun terakhir. Selain itu, berdasarkan catatan IPCC (*Intergovernmental Panel of Climate Change*), temperatur rata-rata global telah meningkat sebesar 0,78°C selama periode 100 tahun terakhir (1906 – 2005).²⁶

Pemanasan global (*global warming*) dipicu oleh banyaknya aktivitas produksi dan konsumsi manusia.²⁷ Pada saat ini hampir tidak ada tersisa untuk menghindarkan diri dari serbuan berbagai informasi berurusan dengan kegiatan konsumsi.²⁸ Yasraf memandang konsumsi sebagai proses menggunakan atau mendekonstruksi tanda-tanda yang terkandung di dalam objek. Ketika kita mengkonsumsi suatu objek, secara internal orang mendekonstruksi tanda yang ada dibalik objek tersebut. Itulah alasan mengapa kita memilih pakaian yang model ini atau itu dan seterusnya. Hal tersebut karena yang kita ingin beli bukan sekedar pakaian saja, tetapi juga nilai *nge-trend*, nilai glamor, atau nilai apapun yang menempel pada objek tersebut. Sikap itu disebut *sign value* yaitu hal yang lebih diinginkan

²⁶Team SOS, *Pemanasan Global Solusi dan Peluang Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia, 2011, h. 5.

²⁷Ahmad Rizqi Fadlilah, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*, (Online 01 September 2020)

²⁸Varatisha Anjani Abdullah, *Sosial Media Sebagai Pasar Bagi Masyarakat Modern*, Skripsi, Banten: Universitas Pamulang Tangerang Selatan Banten, 2017, h. 6.

masyarakat saat ini ketika melakukan kegiatan konsumsi.²⁹ Meningkatnya taraf konsumsi, hasil-hasil dari organisme ataupun hasil proses alamiah menimbulkan efek samping yaitu limbah dan pencemaran bagi lingkungan.³⁰ Namun, kompleksnya permasalahan tersebut tidak mengubah pola pikir masyarakat untuk menghilangkan sifat kegemaran belanja dan sikap konsumtif. Sebagai contoh, demi memenuhi kebutuhan gaya hidup, tidak sedikit individu masyarakat yang menggadaikan nilai moral, mulai dari manipulasi hingga korupsi. Tujuan masyarakat untuk hidup dalam kemaslahatan nurani kemanusiaan dan nilai-nilai spiritual telah dialihkan oleh sikap konsumtif yang membangkitkan keterguruan akan barang-barang. Tidak jarang pula, rasionalitas dikesampingkan demi terpenuhinya citra, prestise, dan status sosial.³¹

Berbagai problematika tersebut salah satu latar belakangnya adalah pergeseran paradigma masyarakat dari modern ke postmodern. Wacana postmodernisme, dalam aspek ekonominya yang kapitalis, menyebabkan peningkatan kuantitas konsumsi. Masyarakat pun bergeser dari produksi ke konsumsi. Realita ini kemudian memunculkan kebudayaan baru yaitu budaya konsumer atau konsumerisme.³²

Ekosistem sebagai kerangka lingkungan adalah ruang dinamis dengan berbagai macam interaksi dan rangkaian proses yang berlangsung di

²⁹*Ibid.*, h. 9.

³⁰Ismail Hasan, *Partisipasi Masyarakat Melalui Program Pengolahan Sampah Berbasis 3R (Reduce, Reuse, Recycle)*, Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018, h.1.

³¹Ahmad Rizqi Fadlilah, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*, (Online 01 September 2020)

³²*Ibid.*

dalamnya. Dinamika lingkungan dimaknai positif seperti keberlangsungan konservasi dan dimaknai negatif seperti kerusakan alam. Sementara itu, keberlanjutan upaya-upaya konservasi yang menimbulkan dinamika positif terhadap lingkungan salah satunya adalah praktek-praktek kearifan lokal yang muncul pada komunitas-komunitas lokal. Komunitas tersebut dapat dilihat dengan banyaknya kearifan lokal di Kota Palangka Raya digunakan sebagai salah satu konsumsi sehari-hari.³³

Komunitas-komunitas lokal pengguna kearifan lokal ini bisa disebut sebagai konsumen hijau (*green costumer*). Konsumen hijau (*green costumer*) dapat menjadi salah satu solusi dalam mengurangi problematika sekarang. Konsumen hijau (*green customer*) adalah sebuah gerakan moral dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan hidup supaya lebih layak huni. Pada gerakan ini mendorong perubahan perilaku masyarakat yang sebelumnya kurang atau bahkan tidak peduli terhadap lingkungan menjadi ramah dan sayang terhadap lingkungan.³⁴

Berikut kearifan lokal sebagai konsumsi masyarakat di Kota Palangka Raya:

1. Kerajinan anyaman purun;
2. Kerajinan anyaman rotan;
3. Kerajinan bakul;
4. Kerajinan tas batik;

³³Muh. Aris Marfai, *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2016, h. 4.

³⁴Surna Tjahja Djajadiningrat, Yeni Hendriani, dan Melia Famiola, *Green Economy/Ekonomi Hijau*, Bandung: Rekayasa Sains Bandung, 2014, h. 188.

5. Kerajinan batu permata;
6. Kerajinan mandau;³⁵

Kearifan lokal (*local wisdom*) merupakan sebuah nilai luhur kebudayaan yang dimiliki masyarakat untuk selalu menghargai alam dan lingkungannya. Berasal dari gagasan konseptual yang hidup dalam masyarakat, tumbuh dan berkembang secara terus menerus dalam kesadaran bermasyarakat dan telah menjadi tradisi-fisik-budaya dan secara turun-menurun menjadi dasar dalam membentuk bangunan dan lingkungannya. Kearifan lokal memiliki bermacam jenis baik pada arsitektur, tekstual, benda karya seni, seperti keris, batik dan lain-lainnya seperti disebutkan di atas.³⁶

Gerakan komunitas kearifan lokal tersebut telah menerapkan prinsip 3R (*Reduce, Reuse* dan *Recycle*) untuk menjaga kelestarian lingkungan dan menjadi solusi pada masyarakat postmodernisme. Pertama, *reduce* adalah pengurangan bahan-bahan yang bisa merusak lingkungan. Pada komunitas tersebut telah melakukan perubahan yaitu mengurangi penggunaan tas dari bahan yang merusak lingkungan karena mereka menggunakan tas yang berasal dari purun atau sejenisnya. Kedua, *reuse* adalah pemakaian kembali barang yang telah digunakan. Ketiga, *recycle* adalah mendaur ulang barang-barang yang telah digunakan seperti tas belanja dari plastik yang di buat kembali dalam bentuk kerajinan yang baru.³⁷

³⁵Wawancara dengan Ketua Bidang 2 Bidang Ekonomi dan Pembangunan Pak Margalis, S. T., M. T di Palangka Raya 11 September 2020.

³⁶ Tari Budayanti Usop, *Kearifan Lokal Dalam Arsitektur Kalimantan Tengah Yang Berkesinambungan*, Vol. 6 No. 1, 2011, h. 25.

³⁷Jubilee Enterprise, *Membangun Kantor Ramah Lingkungan Dengan Internet*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010, h. 9 – 10.

Fenomena tersebut disebut dengan istilah “*back to nature*” yang artinya “beralih ke alam”. *Back to nature* merupakan slogan, ajakan, atau renungan untuk menjaga alam, tubuh, dan apa saja sebagai makhluk ciptaan Allah Swt. Slogan itu juga mengajak manusia agar memanfaatkan alam secara bijaksana, merawat, memelihara diri dari kerusakan, dan mempertahankan demi kemaslahatan manusia itu sendiri.³⁸ Hal itu sesuai dengan ekonomi hijau (*green economy*) dalam prespektif penjagaan lingkungan hidup (*hifz al-bi'ah*)

Dalam kontek kajian *maqashid al-shariah* pada *hifz al-bi'ah* yaitu penjagaan lingkungan (*environment*). Bahwa penjagaan terhadap lingkungan hidup merupakan *core* dari ajaran Islam umumnya dan termasuk dalam kajian ekonomi Islam. Hal tersebut didasari dengan apa yang telah dituliskan dalam al-Qur'an, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Ada kesesuaian penjagaan lingkungan hidup (*hifz al-bi'ah*) dengan beberapa ayat dalam al-Qur'an, terutama dalam ayat-ayat yang berkaitan dengan larangan Allah Swt., untuk merusak bumi.³⁹ Berdasarkan latar belakang di atas peneliti melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“POSTMODERNISME KONSUMEN HIJAU (*GREEN CUSTOMER*) MELALUI KEARIFAN LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA”**

³⁸Indah Karina Yulina, *Back To Nature: Kemajuan Atau Kemunduran*, Jurnal Mangifera Edu, Vol. 02, No. 01, Juli 2017, h. 21.

³⁹Ika Yunia Fauzia, *Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam Maqashid Al-Shariah*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2016, h. 94.

B. Rumusan Masalah

Memperhatikan latar belakang di atas, agar pembahasan penelitian ini lebih terarah, penulis perlu mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya?
2. Bagaimana implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya?
3. Bagaimana pandangan Ekonomi Syariah terhadap konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Agar dapat mengetahui dan menganalisis realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya.
2. Agar dapat mengetahui dan menganalisis implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya.
3. Agar dapat mengetahui dan menganalisis pandangan Ekonomi Syariah terhadap konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian karya ilmiah ini diantaranya sebagai berikut

1. Secara teoritis

- a. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai postmodernisme konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya.
 - b. Untuk menambah dan memperluas wawasan peneliti dan mahasiswa (i) program studi Ekonomi Syariah (ESY) serta seluruh mahasiswa (i) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.
 - c. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang Ekonomi Syariah (ESY) serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.
2. Secara praktis
- a. Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan dan mendorong para UKM dan UMKM dalam memperkenalkan kearifan lokal Kota Palangka Raya, seperti produksi kerajinan tas tradisional dari purun, rotan, dan lain sebagainya.
 - b. Bagi Pemerintah Kota Palangka Raya
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi positif kepada pemerintah Indonesia terutama Kota Palangka Raya mengenai perilaku kearifan lokal masyarakat sebagai konsumen hijau (*green customer*).

2) Memberikan saran yang efektif jika dirasa dari potensi perilaku kearifan lokal dapat mengurangi kerusakan lingkungan.

c. Bagi Masyarakat Kota Palangka Raya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengedukasi masyarakat Kota Palangka Raya pentingnya kesadaran dan kepedulian mengenai konsumen hijau (*green customer*) dan pemberdayaan kearifan lokal di Kota Palangka Raya.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pembahasan untuk menunjukkan rangkaian pembahasan secara sistematis sehingga jelas kerangka penelitian yang akan diajukan. Dalam penelitian ini disajikan dalam lima bab, antara lain:

Bab I, berisi pendahuluan yang memasukan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II, berisi tentang kajian pustaka yang mana di dalamnya memaparkan penelitian terdahulu, serta teori-teori.

Bab III, berisi tentang metode penelitian, mencakup masalah waktu, dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, dan analisis data.

Bab IV, berisi pemaparan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang ada.

Bab V, berisi bagian penutup yang berisi kesimpulan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperbolehkan dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Sementara itu setelah menelaah beberapa penelitian, berdasarkan penelusuran penyusun menemukan beberapa teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diangkat oleh penulis serta akan diperlukan sebagai acuan dan data pendukung yaitu terkait tentang Postmodernisme Konsumen Hijau (*Green Customer*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya. Berikut penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Erna Kusumawati, *Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising* di Jakarta Raya, Jurnal Kajian Ilmiah, Vol. 19, No. 1, Januari 2019, dengan hasil:

Produk ramah lingkungan merupakan produk yang berwawasan lingkungan. Dengan meningkatnya jumlah produk ramah lingkungan, memungkinkan semakin berkembangnya bisnis ritel untuk meningkatkan penjualan produk ramah lingkungan.⁴⁰ Upaya *green advertising* yang dilakukan oleh perusahaan nyata memiliki dampak pada minat konsumen melakukan pemilihan pada produk ramah lingkungan. Semakin tinggi *green advertising* maka akan semakin tinggi minat beli produk ramah lingkungan. Begitupun sebaliknya jika tingkat *green advertising* rendah maka tingkat minat beli produk ramah lingkungan juga rendah.⁴¹

⁴⁰ Erna Kusumawati, *Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising* di Jakarta Raya, Jurnal Kajian Ilmiah, Vol. 19, No. 1, Januari 2019, h. 57.

⁴¹ *Ibid.*, h. 63.

2. Kristiana Sri Utami, *Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan* di Mataram, Jurnal Aksipreneur, Vol. 9, No. 2, Juni 2020, dengan hasil:

Keseriusan pemerintah dalam mengatasi masalah lingkungan diwujudkan dengan dirancangkannya program pembangunan berwawasan lingkungan. Keberhasilan program ini sangat dipengaruhi oleh perilaku masyarakat dalam memilih dan mengonsumsi produk yang ramah lingkungan (atau yang dikenal dengan istilah *green consumers behavior*).⁴² Meningkatkan *green consumers behaviour* upaya yang dapat dilakukan yaitu pada *recycling behavior* dan *political actions*. Upaya tersebut akan memberikan dampak signifikan terhadap meningkatnya *green consumers behaviour* melalui dukungan atas tercapainya *environmental sustainability*.⁴³

3. Novia Indah Lestari, *Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y* di Serang Raya, Jurnal Ekonomi Vokasi, Vol. 3, No 1, Januari 2020, dengan hasil:

Kepedulian konsumen terhadap lingkungan memiliki pengaruh yang paling kecil. Ini berarti bahwa konsumen belum terlalu memperhatikan atau peduli akan lingkungan sekitar mereka. Organisasi pemerintah dan nonpemerintah merupakan prediktor kuat yang berperan penting dalam mendorong konsumen untuk terus ramah lingkungan dan menerapkan perilaku *green purchasing*. Citra merek merupakan yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan. Pada penelitian ini menegaskan bahwa seseorang yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan citra mereknya akan memiliki preferensi yang lebih kuat dalam membeli produk ramah lingkungan. Dalam hal ini, penting bagi pemasar untuk mengembangkan dan menerapkan strategi branding ramah lingkungan yang emosional secara efektif dan strategis untuk mendorong penjualan positif produk ramah lingkungan. Selain itu, faktor kedua yang paling dominan adalah produk ramah lingkungan yang aman bagi

⁴²Kristiana Sri Utami, *Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan* di Mataram, Jurnal Aksipreneur, Vol. 9, No. 2, Juni 2020, h. 209.

⁴³*Ibid.*, h. 221.

kulit, berkualitas baik, berbahan alami, dan ramah lingkungan menjadi pilihan pelanggan sebagai produk perawatan tubuh dan kosmetika.⁴⁴

4. Nining Yuniati, *Prediktor Keputusan Pembelian Ramah Lingkungan (Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan Di Yogyakarta)* di Yogyakarta, Jurnal Pariwisata Pesona, Vol. 04, No. 2, Desember 2019, dengan hasil:

Prediktor yang mempengaruhi pembelian hotel ramah lingkungan yaitu prediktor pengalaman ramah lingkungan, prediktor kepedulian lingkungan, prediktor citra hotel, prediktor harga, dan prediktor kelompok acuan, kelima prediktor secara efektif dan secara relatif mampu menjelaskan alasan utama wisatawan menggunakan atau memilih hotel ramah lingkungan. Pada penelitian ini menunjukkan kontribusi baik secara efektif (SE) maupun secara relatif (SR), prediktor kesadaran diri konsumen terhadap lingkungan memiliki peran paling dominan dalam keputusan konsumen memilih hotel ramah lingkungan. Dengan demikian memupuk dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pelestarian lingkungan dapat menjadi prioritas hotel dalam menarik minat wisatawan untuk tinggal.⁴⁵

5. Rusniati dan Rini Rahmawati, *Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian Dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian* di Banjarmasin, Jurnal INTEKNA, Vol. 19, No. 1, Mei 2019, dengan hasil:

Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *green product*. Pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *green product*. Pengetahuan pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian *green product*. Pengetahuan pemakaian berpengaruh terhadap keputusan pembelian *green product*.⁴⁶

⁴⁴Novia Indah Lestari, *Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y* di Serang Raya, Jurnal Ekonomi Vokasi, Vol. 3, No 1, Januari 2020, h. 46.

⁴⁵Nining Yuniati, *Prediktor Keputusan Pembelian Ramah Lingkungan (Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan Di Yogyakarta)* di Yogyakarta, Jurnal Pariwisata Pesona, Vol. 04, No. 2, Desember 2019, h. 102.

⁴⁶Rusniati dan Rini Rahmawati, *Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian Dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian* di Banjarmasin, Jurnal INTEKNA, Vol. 19, No. 1, Mei 2019, h. 66.

6. Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja dan Ni Made Satya Utami, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik* di Denpasar, prosiding seminar nasional hasil penelitian, September 2017, dengan hasil:

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik *green consumer* dan faktor yang mempengaruhi *green consumer* dalam membeli produk organik. Pada penelitian ini ditemukan bahwa jumlah *green consumer* yang berkunjung kebanyakan adalah yang berjenis kelamin perempuan, yang berumur sudah dewasa yaitu sekitar 36–45 tahun, mempunyai pendidikan yang tinggi yang didominasi tingkat pendidikan strata 1 (S1) dan yang bekerja lebih dominan *freelance*, memiliki pendapatan yang cukup besar yaitu sebesar Rp. 10–30 juta/bulan, kebanyakan adalah warga negara asing yaitu didominasi oleh warganegara Australia. Hasil kedua adalah faktor–faktor yang mempengaruhi *green consumer* dalam membeli produk organik terdiri dari 7 faktor yaitu faktor keluarga dan gaya hidup; faktor kebiasaan dan pribadi; faktor kemudahan dan persepsi; faktor produk dan promosi; faktor motivasi; faktor pelayanan dan harga serta faktor teman dan pendapatan.⁴⁷

Untuk memudahkan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu, maka peneliti membuat tabel perbandingan penelitian terdahulu sebagai berikut:

⁴⁷Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja dan Ni Made Satya Utami, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik* di Denpasar, prosiding seminar nasional hasil penelitian, September 2017, h. 127.

Tabel 2.1

Indikator Persamaan, Perbedaan dan Kedudukan Penelitian

No	Nama, Judul, Tahun dan Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kedudukan
1.	Erna Kusumawati, <i>Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising</i> , 2019, kajian lapangan	Gerakan produk ramah lingkungan	Objek pada <i>green advertising</i>	Ritel swalayan kota Bandung
2.	Kristiana Sri Utami, <i>Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan</i> , 2020, kajian lapangan	Landasan teori <i>green customers</i>	Objek analisis pada variabel <i>recycling behavior, political actions, environment knowledge</i> dan <i>environment Attitude</i>	Warga masyarakat yang berdomisili di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)
3.	Indah Lestari, <i>Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y</i> , 2020, kajian lapangan	Literatur kepedulian konsumen terhadap lingkungan dan produk ramah lingkungan	Objek analisis pada <i>green awareness</i> variabel kepedulian konsumen terhadap lingkungan, produk ramah lingkungan, kesadaran harga, citra merek, dan pengaruh sosial	Seluruh konsumen yang berumur antara 18–37 tahun yang merupakan bagian dari generasi Y yang berada di wilayah Provinsi Banten
4.	Yuniati, <i>Prediktor Keputusan Pembelian Ramah Lingkungan (Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan Di Yogyakarta)</i> , 2019, kajian lapangan	Objek konsumen hijau (<i>green customers</i>)	Analisis pada kasus wisatawan pengguna hotel ramah lingkungan di Yogyakarta	Wisatawan yang menginap di Hotel Ramah Lingkungan di Yogyakarta
5.	Rusniati dan Rini Rahmawati, <i>Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian Dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian</i> , 2019, kajian lapangan.	Landasan teori pada pengetahuan pemakaian dan keputusan pembelian	Objek pada <i>green product</i>	Konsumen yang telah melakukan pembelian <i>green product</i> di Banjarmasin
6.	Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja dan Ni Made Satya Utami, <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik</i> , 2017, kajian lapangan	Landasan teori <i>green customer</i>	Karakteristik <i>green consumer</i> dan faktor yang mempengaruhi <i>green consumer</i> dalam membeli produk organik	Bali Buda Shop

Sumber : Diolah oleh peneliti

B. Kajian Teoritik

1. Teori Postmodernisme

a. Teori Teoritik Postmodernisme

Beberapa tokoh postmodernisme menjelaskan:

1) Descartes, menjelaskan bahwa postmodernisme adalah:

“cogito ergo sum”

Seorang filsuf besar yang dijuluki Bapak Rasionalisme sekaligus arsitek utama filsafat modern bernama Rene Descartes memiliki pengaruh pada masa tersebut. Pemikiran descartes tersebut dikenal dengan diktum, yang berarti “aku berpikir maka aku ada”. Pemikiran tersebut diyakini mampu mengatasi kekuatan metafisis dan transendental. Kemampuan inilah yang menjadi kunci kebenaran pengetahuan dan kebudayaan modern.⁴⁸

2) Jean Francois Lyotard menjelaskan bahwa posmodernisme adalah:

Bentuk diskontinuitas atau pemutusan hubungan secara total dari segala aspek kemodernan.⁴⁹

Jean Francois Lyotard adalah pemikir filsafat dan sosial Perancis yang mulai meletakkan dasar argumentasi filosofis dalam diskursus postmodernisme. Melalui bukunya yang telah menjadi klasik, *The Condition of Postmodern: A Report on Knowledge*. Lyotard mencatat beberapa ciri utama kebudayaan postmodern yaitu lahirnya masyarakat komputerisasi, runtuhnya narasi-narasi besar

⁴⁸Radfan Faisal, *Kajian Postmodernisme Pada Novel “Maryamah Karpov”*, Jurnal Artikulasi Vol. 7, No. 1, Februari 2020, h. 403.

⁴⁹Ahmad Rizqi Fadlilah, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*, (Online 01 September 2020)

modernisme, lahirnya prinsip delegitimasi, disensus, serta paralogi.⁵⁰

Lyotard melihat terbentuknya masyarakat komputerisasi saat itu karena masyarakat Barat *post-industrial* menuju *the information technology era*. Realitas hidup sosial budaya masyarakat dewasa ini ditopang oleh sarana teknologi informasi, terutama komputer. Dengan komputerisasi, prinsip-prinsip produksi, konsumsi dan transformasi mengalami revolusi radikal. Penggunaan tenaga manusia yang semakin terbatas dalam sektor ekonomi, pelipatan ruang dalam dunia telekomunikasi, percepatan pengolahan data dan informasi yang mampu mengubah bahkan memanipulasi realitas, penyebaran pengetahuan dan kekuasaan secara massif, adalah beberapa konsekuensi perkembangan teknologi. Dalam masyarakat ini, nilai-nilai serta asumsi dasar modernisme: rasio, hukum sejarah linear, subjek, ego, narasi besar, otonomi, identitas tidak lagi mampu menggambarkan realitas. Realitas telah berubah sesuai dengan perubahan karakter masyarakat postmodernisme yang menjadi wadah, arena perjuangan, nilai-nilai baru postmodernisme.⁵¹

Lyotard selanjutnya menyatakan bahwa kebenaran yang dibawa oleh narasi-narasi besar (*Grand Narratives*) modernisme sebagai metanarasi telah kehilangan legitimasinya karena sifat transformatif

⁵⁰*Ibid.*

⁵¹Medhy Aginta Hidayat, *Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik dan Masa Depan Postmodernisme*, Journal of Urban Sociology, Vol. 2, No. 1, April 2019, h.51-52.

masyarakat komputerisasi yang lebih terbuka, majemuk, plural dan demokratis. Konsekuensinya yaitu pada prinsip legitimasi modernism harus dibongkar dengan prinsip *delegitimasi*. Dengan delegitimasi, berarti diakui adanya berbagai unsur realitas yang memiliki logikanya sendiri.⁵²

Penjelasan menurut Jean Francois Lyotard dalam hal ini Lyotard berpandangan bahwa perbedaan pandangan antara modernisme dan postmodernisme bukan lagi dijadikan sebuah permasalahan, akan tetapi menjadikan kekuatan untuk keduanya bisa saling bergandengan dan saling melengkapi. Menempatkan postmodernisme secara berkesinambungan berupaya untuk selalu menunjukkan keterbatasan-keterbatasan modernisme. Hal tersebut dianggap sebagai alternatif di luar sikap yang mendudukkan modernisme dan postmodernisme dalam kategori waktu.⁵³

3) Michele Foucault, Jacques Derrida, dan Jean Baudrillard menjelaskan posmodernisme adalah:

Bentuk modern yang lebih radikal.⁵⁴

Michel Foucault adalah filsuf, sejarawan dan sosiolog kontemporer Perancis. Foucault telah memberikan dua sumbangan besar terhadap postmodernisme. Pertama, keberhasilannya menyingkap mitos-mitos modernisme yang menampilkan dirinya

⁵²*Ibid.*, h.52.

⁵³Johan Setiawan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, Vol. 28, No. 1, 2018, h. 34-35.

⁵⁴Ahmad Rizqi Fadlilah, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*, (Online 01 September 2020)

sebagai kebenaran absolut, yang universal, namun sebenarnya palsu. Kedua, pemihakkannya terhadap persoalan-persoalan yang selama ini ditindas oleh rasionalitas modern, tersisih, marginal dan dikucilkan agar lebih didengar dan diperhatikan.⁵⁵

Jacques Derrida adalah seorang filsuf dan pemikir sosial berkebangsaan Perancis. Derrida dikenal sebagai pendukung utama dekonstruksi, sebuah istilah yang merujuk pada strategi kritis yang menggugat konsep perbedaan yang melekat dalam sejarah pemikiran Barat. Konsep perbedaan senantiasa mengandaikan adanya hirarki dimana istilah yang satu selalu lebih penting atau utama ketimbang yang lain. Derrida juga mendefinisikan dekonstruksi sebagai strategi untuk memeriksa sejauh mana struktur-struktur yang terbentuk. Dengan dekonstruksi hendak dimunculkan kembali dimensi-dimensi metaforis dan figuratif dari bahasa yang menjadi pembentuk realitas. Implikasinya adalah mulai melumernya batas-batas antara konsep dan metafor, antara kebenaran dan fiksi, antara filsafat dan puisi, dan antara keseriusan dan permainan. Lebih jauh dekonstruksi hendak memunculkan dimensi-dimensi yang tertindas di bawah totalitas modernisme.⁵⁶

Baudrillard menyatakan bahwa dalam masyarakat postmodern, nilai tanda (*sign-value*) dan nilai-simbol (*symbolic-value*) telah

⁵⁵Medhy Aginta Hidayat, *Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik dan Masa Depan Postmodernisme*, Journal of Urban Sociology, Vol. 2, No. 1, April 2019, h. 55.

⁵⁶*Ibid.*

menggantikan nilai-guna (*use-value*) dan nilai-tukar (*exchange-value*). Aktivitas konsumsi manusia pada dasarnya merupakan aktivitas non-utilitarian. Dalam masyarakat primitif, kebiasaan memberi sesuatu dan membelanjakan sesuatu ternyata didasarkan pada prestise dan kebanggaan simbolik, bukan pada kegunaan. Baudrillard kemudian mengubah pula periodisasi sejarah masyarakat yakni dari masyarakat primitif, masyarakat hierarkis dan masyarakat massa.⁵⁷

Baudrillard menyatakan pula bahwa kebudayaan Barat dewasa ini adalah sebuah representasi dunia simulasi. Jika era pra-modern ditandai dengan logika pertukaran simbolik (*symbolic exchange*), era modern ditandai dengan logika produksi, maka era postmodern ditandai dengan logika simulasi. Dalam masyarakat simulasi, segala sesuatu ditentukan oleh relasi tanda, citra dan kode.⁵⁸

4) Anthony Giddens menjelaskan bahwa posmodernisme adalah:

Wajah kemodernan yang telah sadar diri.

5) Jurgen Habermas menjelaskan bahwa posmodernisme adalah:

Suatu tahap dari proyek modern yang belum selesai.⁵⁹

6) Firat dan Venkatesh menjelaskan bahwa posmodernisme adalah:

Modernisasi kadang berkenaan pada periode waktu dan mencakup ide-ide filosofis dan sosiokultural yang meliputi kondisi-kondisi:

- a) Peran alasan dan membangun pemikiran secara rasional;
- b) Pentingnya pemikiran secara kognitif;

⁵⁷*Ibid.*, h. 57.

⁵⁸*Ibid.*, h. 58.

⁵⁹Ahmad Rizqi Fadlilah, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*, (Online 01 September 2020)

- c) Munculnya peran science dan penekanan pada kemajuan material melalui aplikasi teknologi pengetahuan/scientific;
- d) Realisme, representasi, dan keseragaman tujuan;
- e) Munculnya kapitalisme industrial; dan
- f) Pemisahan bidang produksi yang dikontrol secara institusional dan publik, dengan bidang konsumsi yang cenderung lebih domestik dan private.⁶⁰

Selanjutnya menurut Sarup pergeseran modernisme ke postmodernisme sejatinya tidaklah melalui revolusi yang tiba-tiba. Titik tertinggi terjadi ketika era modernisme dianggap tidak lagi mampu menjawab kebutuhan manusia secara utuh. Rasionalitas yang menjadi semangat dalam modernisme justru dalam beberapa kurun waktu terakhir telah membawa dampak yang buruk bagi keberlangsungan hidup umat manusia. Dalam keadaan dimana modernisme mengalami “krisis identitas” tersebut pada akhirnya postmodernisme memainkan perannya. Postmodernisme adalah suatu pergerakan ide yang menggantikan ide-ide zaman modern (yang mengutamakan rasio, objektivitas, dan kemajuan).⁶¹

Menurut Ritzer dan Goodman menyatakan bahwa ada keterputusan antara modernisme dengan postmodernisme. Selain itu, ada pula yang mengatakan bahwa postmodernisme memiliki perbedaan penting dengan modernisme, namun ada semacam persambungan antara keduanya. Meskipun ada perbedaan penting dalam jarak waktu antara modernisme ke postmodernisme, namun ada kesinambungan antara

⁶⁰ Berta Bekti Retnawati, *Perubahan Pandangan Modernism dan Postmodernism Dalam Konsep Konsumsi dan Konsumen*, (Online 25 September 2020)

⁶¹ Radfan Faisal, *Kajian Postmodernisme Pada Novel “Maryamah Karpov”*, Jurnal Artikulasi Vol. 7, No. 1, Februari 2020, h. 403-404.

keduanya. Proposisi tersebut digarap oleh Jameson. Prinsipnya, kapitalisme yang dalam perkembangannya kini berada pada fase lanjutannya. Pengaruh posmodern dengan seluruh kemajuan teknologi di dalamnya, menyebabkan individu masyarakat terpengaruh oleh gaya hidup dalam menampilkan dirinya di hadapan lingkungannya. Gaya hidup ini berkaitan dengan citra diri dan pembentukan identitas seorang individu di tengah-tengah kehidupan bermasyarakatnya. Secara umum, gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang dikonsumsi, bagaimana seseorang bersikap, ataupun berperilaku di antara masyarakatnya. Hal itu menimbulkan kultural baru, yang disebut sebagai postmodernisme. Menurut Jameson, terdiri atas empat unsur pada masyarakat postmodern yaitu:

- 1) Masyarakat postmodern ditandai dengan kedangkalan dan kekurangan kedalaman;
- 2) Masyarakat postmodern ditandai oleh kepura-puraan atau kelesuan emosi;
- 3) Masyarakat postmodern ditandai oleh hilangnya kesejarahan, dan;
- 4) Masyarakat postmodern ditandai sejenis teknologi baru yang berkaitan erat dengan masyarakat postmodern itu sendiri.⁶²

Sebagaimana teori yang diterangkan di atas maka menurut penulis, pada era posmodern kebutuhan pada akhirnya bukan lagi berwujud primer, sekunder maupun tersier, melainkan telah melampaui kebutuhan

⁶²Johan Setiawan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, Vol. 28, No. 1, 2018, h. 34-35.

alami, yang lebih mirip hasrat semata. Pelampiasan hasrat seakan-akan menjadi prasyarat bagi tercapainya perjuangan revolusi kebudayaan. Praktek yang terjadi di masyarakat, diantaranya, bagi setiap individu memenuhi kebutuhan akan modal seperti membeli mobil sebagai transportasi. Namun terkadang muncul keinginan untuk membeli sebuah mobil lagi untuk kedua kalinya karena intensitas keinginan, kesenangan, senantiasa digali dan dimodifikasi. Tidak cukup satu sepeda motor, satu mobil, satu rumah, satu kesenangan, dan sebagainya.

Seringkali terjadi di kalangan masyarakat aktivitas belanja busana dan pakaian di pusat-pusat perbelanjaan setiap kali ada diskon, secara khusus pada momen-momen tahunan seperti menjelang hari raya, tahun baru, dan sebagainya. Hingga level tertentu, bahkan fenomena seperti ini dianggap suatu hal yang wajar. Dalam hal ini, nafsu yang dipancing dengan iming-iming diskon menjadikan masyarakat merasa seakan butuh untuk membelinya meskipun pada dasarnya jumlah pakaian yang dimiliki lebih dari cukup untuk dikenakan. Tidak jarang pula, dalam rangka memenuhi dan memperturutkan hasrat, seseorang mengabaikan nilai-nilai moral. Budaya malu yang harusnya dijunjung tinggi, perlahan mulai pudar, seperti halnya perilaku beberapa oknum pejabat yang tetap tersenyum di tengah kerumunan massa, meskipun mengenakan rompi oranye dan dituntun keluar dari gedung pemeriksaan menuju mobil tahanan. Apabila dianalisa, mereka pada

dasarnya bukanlah bagian dari kalangan miskin. Hanya saja, kekayaan yang dimiliki masih dirasa kurang. Penyebabnya adalah karena hasrat yang diperturutkan, padahal sifat hasrat adalah memproduksi rasa kekurangan di tengah kelimpahan.⁶³

b. Kerangka Konseptual Postmodernisme

Kelahiran era modernitas berasal dari sejarah filsafat. Lahirnya gerakan humanisme Italia abad ke-14 M berasal dari kemujudan dan kebekuan abad pertengahan *Renaissance*. Makna penting *Renaissance* dalam sejarah filsafat Barat adalah peranannya sebagai tempat persemaian benih pencerahan abad ke-18 M yang menjadi embrio kebudayaan modern.⁶⁴ Istilah postmodern secara harfiah berarti “setelah modern”. Istilah “modern”, yang berarti zaman baru, berasal dari bahasa Latin *modernus*. Semakin berkembangnya zaman istilah ini juga berkembang menjadi beberapa istilah seperti modernitas, modernisasi dan modernisme. Seringkali terjadi tumpang tindih dan simplifikasi pengertian di antara berbagai istilah ini. Meskipun demikian, diterima suatu kenyataan bahwa yang diacu oleh istilah-istilah ini adalah suatu era kebudayaan baru yang ditegakkan oleh rasio, subjek dan wacana antropomorfisme.⁶⁵

⁶³ Ahmad Rizqi Fadlilah, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*, (Online 01 September 2020)

⁶⁴ Radfan Faisal, *Kajian Postmodernisme Pada Novel “Maryamah Karpov”*, Jurnal Artikulasi Vol. 7, No. 1, Februari 2020, h. 403.

⁶⁵ Medhy Aginta Hidayat, *“Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik dan Masa Depan Postmodernisme”*, Journal of Urban Sociology, Vol. 2 No. 1, 2019, h. 43.

Sementara itu, American Heritage Dictionary menjelaskan istilah yang sama sebagai "sesuatu yang berhubungan dengan seni, arsitektur, atau sastra yang bereaksi menolak prinsip-prinsip modernisme, dengan cara memperkenalkan kembali unsur-unsur gaya tradisional atau klasik atau dengan cara membawakan gaya atau praktik modernisme secara ekstrim".⁶⁶ Istilah postmodern pertama kali dipergunakan sekitar tahun 1870-an dalam berbagai bidang. Salah satunya John Watkins Chapman, seorang pelukis Inggris dalam bidang seni dan kemudian juga arsitektur.⁶⁷ Pada tahun 1917 Rudolf Pannwitz menggunakan istilah postmodern untuk menjelaskan sebuah kebudayaan yang berorientasi filsafat. Istilah postmodernisme selanjutnya digunakan pada tahun 1926 oleh B.I. Bell dalam artikelnya "Postmodernism and Other Essays." Pada tahun 1925 dan 1921 istilah itu digunakan untuk menjelaskan bentuk baru seni dan musik.⁶⁸ Tahun 1942 H. R. Hays menggunakannya untuk merujuk sebuat karya sastra baru. Tahun 1939, Arnold J. Toynbee, seorang sejarawan terkemuka pada zamannya menggunakan istilah postmodernisme untuk menjelaskan sebuah sejarah pemikiran.⁶⁹

Istilah postmodern selanjutnya digunakan untuk menggambarkan seluruh gerakan, terutama dalam seni, musik dan sastra yang menentang modernisme dan secara tipikal ditandai dengan

⁶⁶*Ibid.*, h. 44.

⁶⁷*Ibid.*, h. 44-45.

⁶⁸Joas Adiprasetya, *Mencari Dasar Bersama : Etik Global Dalam Kajian Postmodernisme dan Pluralisme Agama*, Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia, 2002, cet. 1, h. 9.

⁶⁹*Ibid.*, h. 45.

dilahirkannya kembali unsur-unsur dan teknik-teknik tradisional. Pemikiran teoritis postmodern dalam filsafat dan analisis kebudayaan serta masyarakat telah memperluas arti penting teori ini dan menjadi titik berangkat berbagai gerakan untuk mengevaluasi sistem nilai Barat yang berlangsung sejak tahun 1960-an.⁷⁰ Adapun ciri-ciri postmodernisme menurut Jean-Francois Lyotard antara lain:

- 1) Menginginkan penghargaan besar terhadap alam;
- 2) Menekankan pentingnya bahasa dalam kehidupan manusia;
- 3) Mengurangi kekaguman terhadap ilmu pengetahuan, kapitalisme, dan teknologi;
- 4) Menerima tantangan agama lain terhadap agama dominan;
- 5) Menerima dan peka terhadap agama baru (agama lain);
- 6) Menggeser dominasi kulit putih di dunia barat;
- 7) Mendorong kebangkitan golongan tertindas, seperti golongan ras, kelas sosial yang tersisihkan; dan
- 8) Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya interdependensi secara radikal dari semua pihak dengan cara yang dapat terpikirkan.⁷¹

Menurut Farat dan Venkatesh ada beberapa konsep yang ditekankan dalam perubahan modernism ke postmodernisme yang meliputi sistem filosofis, sistem konsumsi, konsumen/subyek, dan sistem signifikansi. Berikut tabel perbedaannya:⁷²

⁷⁰*Ibid.*

⁷¹Radfan Faisal, *Kajian Postmodernisme Pada Novel "Maryamah Karpov"* (Online 23 September 2020)

⁷²Berta Berti Retnawati, *Perubahan Pandangan Modernism dan Postmodernism Dalam Konsep Konsumsi dan Konsumen*, (Online 25 September 2020)

Tabel 2.2
Perubahan Konsep Modernisme ke Postmodernisme

Perubahan Konsep	Modernisme	Postmodernisme
Sistem filosofis.	Realitas (tunggal).	Hyperreality.
		Realitas yang bersifat jamak.
		Realitas yang bersifat virtual.
	Alasan yang bersifat <i>legocentric</i> .	Alasan yang bersifat <i>hermeneutic</i> .
	Pengetahuan (esensial).	Pengetahuan (<i>multivocality</i>).
	Kebenaran (tujuan).	Kebenaran (dibangun).
	Pikiran saja.	Pikiran dan tubuh.
Sistem konsumsi.	Universal.	Regionalisasi.
	Produksi.	Konsumen.
	Konsumen sebagai konsumen.	Konsumen sebagai konsumen sekaligus produsen.
		Konsumsi sebagai sistem simbolik.
	Riset konsumen sebagai pengetahuan yang membangun.	
Sistem konsumen sebagai sistem ekonomi.	Budaya dan ekonomi budaya.	
Subyek/konsumen.	Perubahan dari penggunaan nilai menuju perubahan nilai.	Perubahan dari pertukaran nilai menuju tanda-tanda nilai.
	Subyek kognitif.	Subyek simbolik.
		Subyek komunikatif.
	Subyek yang memiliki karakter sama/unified.	Subyek yang terfragmentasi.
	Subyek yang terpusat.	Subyek yang tidak terpusat.
<i>Totalized subject.</i>	<i>Liberated subject.</i>	
Sistem signifikasi.	Representasi.	Signifikasi.
	Obyektifikasi.	Simbolisasi.
	Science.	Science/bahasa/mitos/humanis.

c. Kelebihan dan Kekurangan Postmodernisme

Menurut Zaprul Khan kelebihan postmodernisme antara lain bahwa perspektif postmodernisme dapat membuat kita peka terhadap kemungkinan bahwa wacana besar positif, prinsip-prinsip etika positif, dapat diputar dan dipakai untuk menindas manusia. Martabat manusia

harus dijunjung tinggi, seperti kebebasan adalah nilai tinggi, tetapi bisa saja terjadi bahwa nama kebebasan sekelompok orang mau ditiadakan. Postmodernisme ikut membuat kita sadar, sebuah kesadaran bahwa semua cerita besar perlu dicurigai, perlu diwaspadai agar tidak menjelma rezim totalitarianisme yang hanya mau mendengarkan suara diri sendiri dan mengharuskan suara-suara yang berbeda dari luar. Menurut Franz Dahler, postmodernisme memiliki segi positif, yaitu keterbukaan untuk kebhinekaan masyarakat, untuk toleransi, perlawanan terhadap monopoli, dominan agama, aliran dan ideologi tertentu, hingga menguntungkan demokrasi. Zaprukhkan menyatakan bahwa setidaknya ada kelemahan yang ada pada postmodernisme yaitu:

- 1) Postmodernisme yang sangat semangat mempromosikan narasi-narasi kecil. Buta terhadap kenyataan bahwa banyak juga narasi kecil yang mengandung banyak kebusukan;
- 2) Postmodernisme tidak membedakan antara ideologi, di satu pihak dan prinsip-prinsip universal etika terbuka, di pihak lain;
- 3) Postmodernisme menuntut untuk menyingkirkan cerita-cerita besar demi cerita kecil atau lokal.⁷³

d. Postmodernisme Islam

Islam dan postmodernisme juga memperlihatkan wacana fenomena yang hampir sama sebagaimana di Barat. Dalam wacana tersebut,

⁷³Johan Setiawan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, Vol. 28, No. 1, 2018, h. 36-37.

prespektif kaum postmodernisme difungsikan untuk memotret posisi Islam di dalamnya. Agama sebagai posisi dalam dimensi teologi spiritualitas memposisikan posmodernisme sebagai bentuk kelanjutan dari modernisme Barat yang bersifat destruktif, terutama Amerikanisasi, nihilisme, anarki dan penghancuran.⁷⁴

Di kalangan dunia Islam, posmodernisme difungsikan sebagai alat kritik terhadap modernitas yang dilatarbelakangi oleh pengalaman kolonialisme yang terjadi di sebagian besar dunia Islam. Menurut Abdul Khadir Khatiby, kolonialisme Barat terhadap dunia Islam tidak saja bersifat politik melalui eksploitasi sumber daya alam dan sebagainya namun lebih jauh menggambarkan bentuk subversi pemikiran yang berdampak pada lahirnya masyarakat-masyarakat bisu di negara terjajah. Di sini Khatiby menegaskan bahwa gejala lahirnya dekolonisasi pemikiran merupakan bagian dari gejala posmodernisme di dunia Islam. Bahkan dewasa ini, upaya atau langkah yang ditempuh oleh sebagian pemikir sosial muslim untuk membangun teori sosial dunia ketiga merupakan gejala atau fenomena yang sejalan dengan posmodernisme. Gagasan Farid Alatas untuk mengetengahkan wacana alternatif dalam teori-teori sosial khas dunia ketiga bertujuan untuk mengurangi dominasi dan hegemoni teori sosial modern Barat meski tidak menghilangkan secara total. Sebab bagaimanapun,

⁷⁴Sutikno, *Islam di antara Modernisme dan Posmodernisme*, Jurnal Studi Agama-agama, Vol. 3, No. 1, Maret 2013, h. 118.

fungsionalisasi teori sosial Barat masih diperlukan sebagai perangkat analitis dan eksploratif.⁷⁵

Di samping itu, hubungan antara Islam dengan posmodernisme juga tidak bisa dilepaskan dari gejala lahirnya ambiguitas baik sebagai implikasi modernitas sendiri dan tentunya, sebagai gejala yang mempengaruhi bagi pendefinisian posmodernisme. Kehidupan dalam era posmodernisme tidak didasarkan pada citra yang jelas dan lebih jauh, menggambarkan bentuk kepanikan yang melingkupi kehidupan seks, seni, ideologi dan bahkan teori. Posmodernisme sejauh ini mempunyai ciri sebagai berikut:

- 1) Pemahaman atas era posmodernisme berarti mengasumsikan pertanyaan tentang hilangnya kepercayaan atas proyek modernitas berupa semangat pluralisme, sikap skeptis terhadap ortodoksi tradisional dan penolakan terhadap pandangan bahwa dunia merupakan totalitas universal dan terakhir, ketidakpercayaan terhadap solusi yang dijanjikan oleh modernitas;
- 2) Posmodernisme bersamaan dengan era media. Media adalah dinamika sentral, semangat zaman, cara pendefinisian terhadap posmodernisme;
- 3) Keterkaitan antara posmodernisme dengan revivalisme etno-religius atau fundamentalisme merupakan persoalan yang harus dikaji oleh kalangan ilmuwan sosial. Meski demikian, revivalisme

⁷⁵*Ibid.*, h. 119.

sebagai gejala dalam era posmodernisme kembali memosisikannya sebagai produk dari media;

- 4) Terdapat kontinuitas dengan masa lalu;
- 5) Mengingat sebagian besar penduduk menempati wilayah perkotaan dan sebagian besar lagi masih dipengaruhi oleh ide-ide yang berkembang dari wilayah ini maka metropolis menjadi sentral bagi posmodernisme;
- 6) Terdapat elemen kelas dalam posmodernisme dan demokrasi merupakan syarat mutlak bagi pengembangannya;
- 7) Posmodernisme memberikan peluang dan bahkan mendorong penjajaran wacana, eklektisme dan percampuran berbagai citra;
- 8) Ide tentang bahasa sederhana sering kali terlewatkan oleh kaum posmodernis meskipun mereka mengklaim dapat menjangkaunya.⁷⁶

Beberapa karakteristik posmodernisme yang digambarkan di atas menampakkan relevansi dan signifikansinya di dunia Islam khususnya menyangkut interaksi antara Islam dengan Barat. Meski demikian, interaksi tersebut tidak bisa digeneralisasikan bahwa semua negara-negara Islam atau yang berpenduduk mayoritas muslim mempunyai kecenderungan yang sama. Di Indonesia, pengaruh modernitas baik dalam bidang politik maupun ekonomi memperlihatkan perbedaan dengan negara Islam lain yang dilatarbelakangi oleh faktor persepsi

⁷⁶*Ibid.*, h. 119-120.

masyarakat muslim sendiri dalam memahami produk modernitas tersebut. Demokrasi politik yang meskipun mendapatkan respons keras hanya karena terpaku pada sistem representasi namun secara sosiologis dan politis justru semakin mengakar terutama doktrin tentang musyawarah sebagai pintu masuk menuju kemaslahatan. Demokrasi di Indonesia menjadi perspektif utama bagi pengembangan penafsiran ajaran Islam yang lebih terbuka, pluralis dan toleran.⁷⁷

Respons atas demokrasi ini tentu berbeda dengan sebagian pemikir muslim di kawasan Arab atau Timur Tengah dan juga sebagian kecil di Indonesia yang mengalami proses transmisi ide dan gagasan kaum Salafis yang berpusat di Arab. Dalam perspektif posmodernis, respons dan protes atas proyek modernitas Barat memang tidak bisa berjalan secara total dan berlaku universal sehingga menggambarkan suatu kondisi yang bersifat diametral. Dalam pandangan As-syaukanie, terdapat antonimisasi atau kekontrasan istilah yang mengandung konsepsi dan ide dari modernisme dan posmodernisme. Meski modernisme menyuarakan kebenaran universal dan bahkan memaksakan berbagai nilai universal yang diproduksi oleh Barat namun tidak bisa mengabaikan bahwa di wilayah dunia lain terdapat kebenaran partikular yang berlaku dalam masyarakat tersebut. Di sini universalitas dikontraskan dengan partikularitas. Demikian pula, pelarian menuju teologi spiritualitas yang bervisi posmodern di atas

⁷⁷*Ibid.*, h. 120-121.

merupakan fenomena yang menggambarkan bahwa agama merupakan distingsi modernitas yang berantonim dengan sekte-sekte sebagai produk posmodernitas. Sentralisasi versus desentralisasi mengandung konsep dan muatan wacana yang bisa diterapkan dalam memahami perspektif politik dan kebijakan publik.⁷⁸

Meskipun demokrasi pada satu sisi menggambarkan signifikansi dan relevansinya di sebagian dunia Islam dan masih menjadi problem di sebagian yang lain maka fenomena tersebut menggambarkan kecenderungan bahwa terjadi intensitas yang bersifat dinamis bagi penerapan demokrasi tersebut. Di antara sekian karakteristik posmodernisme yang digambarkan di atas, aspek media massa menduduki peran penting di dalamnya. Dalam konteks hubungan antara Islam dan Barat yang secara dominan diwarnai dengan konflik dan ketegangan, media mengambil peran penting yang sekaligus memperlihatkan betapa dominasi dan hegemoni via media masih dijalankan oleh Barat. Hal yang disebutkan diatas sebagai kehidupan dalam citra yang diproduksi, memberikan penegasan bahwa suatu klaim atas Islam yang dipresentasikan antara sebagai agama damai atau perang, menggambarkan suatu citra artifisial namun memproduksi opini dengan tingkat kepercayaan tinggi bagi sebagian besar publik dunia. Produksi pencitraan via media dalam struktur global semakin

⁷⁸*Ibid.*, h 121.

mempertegas kembali bahwa media merupakan perangkat dominasi dan hegemoni.⁷⁹

Upaya untuk mempresentasikan fenomena budaya massa (*mass culture*) dalam masyarakat maupun komunitas muslim lebih dilatarbelakangi bahwa sektor ini paling banyak menggambarkan ambivalensi identitas pada satu sisi dan ideologis pada sisi lain. Apa yang digagas oleh Lash bahwa dediferensiasi merupakan prinsip mendasar dalam sosiologi posmodernisme baik sebagai realitas maupun fenomena empiris khususnya dalam masyarakat muslim. Dediferensiasi tersebut menegaskan tentang ketidakberbedaan antara modernitas dan tradisionalitas karena berlaku model ekspresivitas terutama menyangkut pola pikir maupun perilaku kehidupan sosial dan kultural. Dalam konsepsi di atas, identitas antara yang modern dan yang tradisional tidak lagi tampak namun sebaliknya justru ditenggelamkan bagi suatu orientasi dan kepentingan tertentu yang dewasa ini terjadi dalam budaya massa.⁸⁰

Meski demikian, konsepsi budaya massa tersebut menggambarkan sistem manifestasi kebudayaan yang tidak lepas dari bias ideologis. Beberapa kalangan pemikir yang berlatarbelakang studi budaya (*cultural studies*) misalnya menilai bahwa gagasan fetitisme komoditas atau komodifikasi menjadi salah satu pendekatan kapitalisme dalam memasuki struktur atau kultur posmodernisme. Konsepsi budaya

⁷⁹*Ibid.*, h. 121-122.

⁸⁰*Ibid.*, h. 122.

massa yang meski memberikan ruang dan medan bagi dediferensiasi yang secara impresif menggambarkan masyarakat atau komunitas tanpa kelas (*classless society*) dalam terminologi Marxian misalnya, namun pada dasarnya justru membuka lebar lahirnya masyarakat kelas baru (*new class society*). Artikulasi yang sangat filosofis dan imajiner yang dikemukakan oleh Strinati dan Chaney misalnya, menegaskan betapa fenomena budaya populer yang terjadi di Barat berikut transmisinya ke dunia ketiga, terutama negara-negara muslim, tidak bisa dilepaskan dari praktik komodifikasi yang melahirkan masyarakat konsumeristik; suatu praktik budaya yang tidak sekedar menggambarkan gaya hidup kapitalis namun juga hedonis.⁸¹

Berdasarkan pada pemaparan diatas maka postmodernisme menurut peneliti merupakan sebuah gerakan intelektual yang lahir sebagai respon terhadap masa modern. Pola pikir masyarakat bahwa ternyata apa yang di bawa pada masa modernisme tidak begitu baik juga hingga saat ini. Sehingga masyarakat merasa bahwa perlu adanya perubahan mengenai apa yang keliru pada masa modernisme. Postmodernisme secara tipikal ditandai dengan dilahirkannya kembali unsur-unsur dan teknik-teknik tradisional.

⁸¹*Ibid.*, h. 123.

2. Teori Konsumen Hijau (*Green Customers*)

Konsep sumber milik bersama (*common property resources*) oleh Hardin dikenal dengan apa yang disebut sebagai “*tragedy of pie commons*” digunakan untuk menjelaskan mengapa aktivitas ekonomi dapat mengarah kepada kerusakan lingkungan hidup. Memanfaatkan samudera, udara, ikan di laut, air tanah dan lain sebagainya adalah hak milik bersama. Setiap pemanfaat menggunakannya semaksimal mungkin dengan asumsi bahwa orang lain akan memanfaatkan sumber tersebut bila tidak semaksimal mungkin.⁸²

Dilihat dari ekonomi, penyalahgunaan pemanfaatan sumber milik bersama timbul karena tidak adanya mekanisme keseimbangan yang timbul secara sendiri yang dapat membatasi eksploitasi. Sumber-sumber milik bersama (misalnya air, udara dan lahan) adalah “gratis” (*free*) sehingga kelangkaan yang nyata tidak dicerminkan dalam ongkos untuk setiap pemanfaatannya. Mengikutsertakan ongkos sosial yang riil pada eksploitasi sumber-sumber alam dalam perencanaan pembangunan adalah salah satu cara yang dapat memastikan bahwa keputusan-keputusan alokasi sumber-sumber dibuat berdasarkan efisiensi ekonomi.⁸³

Pencemaran dan kerusakan lingkungan di tingkat global dan lokal, khususnya perubahan iklim (*climate change*) semakin memprihatinkan. Dua abad ini, pencarian akumulasi uang atau modal menggerakkan proses industrialisasi yang sangat kuat, yang pada kenyatannya telah memberi

⁸²Surna Tjahja Djajaningrat, Yeni Hendriani, dan Melia Famiola, *Green Economy : Ekonomi Hijau*, Bandung: Rekayasa Sains Bandung, 2014, cet. 1, h. 5.

⁸³*Ibid.*

banyak manfaat pada kehidupan manusia, tetapi sayangnya tidak terdistribusi secara adil dan merata. Kenyataannya, pertumbuhan material dan moneter telah menciptakan kerusakan daripada kemakmuran yang sebenarnya. Dunia pasca industrial mensyaratkan suatu ekonomi tentang kualitas, dimana uang dan barang dikembalikan pada status asalnya.⁸⁴

Pada tahun 2008, *United Nations Environment Programme* (UNEP) mencetuskan gagasan mengenai “Green Economy” dalam rangka mendukung upaya penurunan emisi gas rumah kaca.⁸⁵ Penggalakkan konsep green economy sebagai konsep ekonomi untuk suatu dunia nyata, dunia kerja, kebutuhan manusia, material yang ada pada bumi ini dan bagaimana hal-hal tersebut dapat menjadi suatu jalinan keterkaitan yang harmonis, terutama tentang ‘nilai guna’ dan bukan ‘nilai tukar’ atau uang yang peduli terhadap kualitas bukan kuantitas, yang peduli tentang regenerasi dari individu, komunitas, dan tatanan lingkungan (*ecosystem*), dan bukan akumulasi dari uang atau material.⁸⁶ Tujuannya memberikan peluang yang besar bagaimana upaya memanfaatkan konsepsi “green economy” dalam rangka menunjang pelaksanaan pembangunan yang berorientasi pada aspek lingkungan dan ekosistem. Terdapat dua hal yang ingin dicapai. *Pertama*, ekonomi hijau (*green economy*) mencoba untuk membuat konsep ekonomi yang bukan hanya sekedar mempertimbangkan

⁸⁴*Ibid.*, h. 130.

⁸⁵ Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Langkah Menuju Ekonomi Hijau,: Sintesa Dan Memulainya*, Jakarta: Deputi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup, 2012, h. 3.

⁸⁶Surna Tjahja Djajaningrat, Yeni Hendriani, dan Melia Famiola, *Green Economy : Ekonomi Hijau*, Bandung: Rekayasa Sains Bandung, 2014, cet. 1, h. 129.

masalah makro ekonomi, khususnya investasi di sektor–sektor yang memproduksi produk ramah lingkungan maupun produksi barang dan jasa yang lebih ramah lingkungan (“*green investment*/investasi hijau”), namun juga difokuskan pada bagaimana kontribusi investasi hijau tersebut terhadap produksi barang dan jasa serta dan pertumbuhan lapangan pekerjaan di bidang yang terkait dengan ramah lingkungan (*green job*). *Kedua*, ekonomi hijau (*green economy*) mencoba untuk menyiapkan panduan pro-poor investasi hijau (*green investment*) yang mampu mendorong pengentasan masalah kemiskinan. Tujuan utamanya adalah untuk mendorong agar para pembuat kebijakan mampu membuat semua jajaran pemerintahan dan sektor swasta ikut serta untuk mendukung peningkatan investasi hijau.⁸⁷

Pada tahun terakhir ini, konsep Green Economy semakin mendapat perhatian karena hal ini sejalan dengan upaya masyarakat dunia dalam rangka mencari solusi terhadap berbagai tantangan global yang terjadi saat ini. Konsep modern Green Economy merupakan konsep yang dikenalkan untuk melengkapi sekaligus mengembangkan konsep Green Economy yang telah ada dengan aspek pembahasan yang lebih membatasi pada ekonomi untuk hal-hal yang bersifat ramah lingkungan (*economy to green requirements*). Konsep modern dalam perspektif ini Green Economy tidak hanya memberi penekanan pada berbagai kebijakan standar, seperti bagaimana menilai lingkungan secara ekonomi dan pemberian sanksi

⁸⁷ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Langkah Menuju Ekonomi Hijau, : Sintesa Dan Memulainya*, h. 3.

terhadap aktivitas-aktivitas yang membahayakan dan berpotensi merusak lingkungan, tetapi yang lebih penting adalah bagaimana konsep ekonomi hijau tersebut mampu mendorong pelaku ekonomi untuk memproduksi barang, perdagangan, dan mengkonsumsi hal-hal yang ramah lingkungan atau produk barang dan jasa yang lebih ramah lingkungan. Pendapatan dan lapangan pekerjaan yang dihasilkan dari Green Economy pada gilirannya diharapkan mampu membuat para pelaku ekonomi menjadi lebih termotivasi untuk melakukan kegiatan yang ramah lingkungan. Perspektif instrumental dari konsep modern ini mengakui bahwa melalui investasi, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta, dalam hal inovasi, teknologi, infrastruktur, dan kelembagaan adalah hal-hal yang dapat mengubah perekonomian atau mencapai perubahan struktur yang fundamental.⁸⁸ Berikut prinsip ekonomi hijau:

a. Mengutamakan nilai guna, nilai intrinsik dan kualitas

Ini adalah prinsip dasar dari ekonomi hijau sebagai ekonomi pelayanan, terpusat pada hasil akhir dan kebutuhan lingkungan. Bahan utama adalah sarana untuk kepuasan akhir dari kebutuhan riil dan secara radikal dapat dikonservasikan. Uang juga harus dikembalikan pada statis sebagai sarana untuk memfasilitasi pembaruan dari pertukaran daripada hasil akhirnya. Apabila hal ini bisa dilaksanakan

⁸⁸*Ibid.*, h. 3-4.

secara signifikan pada kegiatan ekonomi, maka kekuatan nilai uang pada seluruh kegiatan ekonomi dapat dikurangi.⁸⁹

b. Mengikuti aliran alam

Ekonomi bergerak bagaikan kapal yang berlayar dengan tiupan angin sebagai suatu proses yang alamiah tidak hanya solar, energi yang diperbaharukan, tetapi juga dengan siklus hidrologi yang alamiah, dengan vegetasi regional dan jaring – jaring makanan dan dengan material lokal. Masyarakat menjadi lebih peka terhadap aspek ekologi sehingga batas politik dan ekonomi akan menjadi seiring dengan batas ekosistem dan menumbuhkan konsep dan kegiatan bioregional.⁹⁰

c. Sampah dan makanan

Alam tidak mengenal sampah, sehingga setiap keluaran suatu proses menjadi asupan untuk proses yang lain. Prinsip ini tidak hanya mempunyai implikasi pada tingginya kompleksitas organisasi tetapi juga keluaran produk sampingan harus cukup bergizi dan tidak memiliki toksik sehingga dapat menjadi asupan bagi kegiatan lainnya.⁹¹

d. Rapih dan keragaman fungsi

Jaring–jaring makanan yang kompleks adalah implikasi dari berbagai hubungan yaitu hubungan yang terintegrasi di mana secara

⁸⁹Surna Tjahja Djajaningrat, Yeni Hendriani, dan Melia Famiola, *Green Economy : Ekonomi Hijau*, Bandung: Rekayasa Sains Bandung, 2014, cet. 1, h. 132.

⁹⁰*Ibid.*

⁹¹*Ibid.*, h. 132-133.

diametris bertolak belakang dengan segmentasi dan fragmentasi masyarakat industri. Dalam hal ini setiap strategi penyelesaian masalah bertumpu pada kemenangan bersama serta nilai positif dari kegiatan lain.⁹²

e. Skala tepat guna atau skala keterkaitan

Prinsip ini mengandung arti bahwa setiap aktivitas regeneratif mempunyai skala operasional yang paling tepat guna. Sekecil – kecilnya aktivitas akan mempunyai dampak yang lebih besar dan merupakan aktivitas ekologi yang ‘murni’ yaitu suatu rancangan yang terintegrasi dalam skala yang berganda dan merefleksikan pengaruh yang besar terhadap yang kecil dan yang kecil terhadap yang besar.⁹³

f. Keanekaragaman

Perubahan yang terus-menerus, kesehatan dan stabilitas tergantung pada keanekaragaman. Hal ini berlaku untuk semua tingkatan atau keanekaragaman (jenis tumbuhan, binatang, ekosistem, dan regional), juga keanekaragaman sosial dan organisasi ekologis.⁹⁴

g. Kemampuan diri, organisasi diri dan rancangan diri

Pada suatu ekonomi yang bergerak bersamaan dengan suatu proses ekosistem, harus disediakan pelingkupan untuk tanggapan masyarakat lokal, rancangan dan adaptasi demikian juga dominasi lokal dan regional harus disesuaikan pada suatu proses yang lebih besar.

⁹²*Ibid.*, h. 133.

⁹³*Ibid.*

⁹⁴*Ibid.*

Kemampuan diri bukanlah kemampuan memenuhi kebutuhan, tetapi memfasilitasi interdependensi yang lebih fleksibel dan holistik.⁹⁵

h. Partisipasi dan demokrasi yang langsung

Agar mampu fleksibel dan tangguh, rancangan ekonomi yang berbasis ekologi harus menyertakan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan.⁹⁶

i. Kreativitas dan pengembangan masyarakat

Merubah tempat sumber-sumber dari produksi menuju suatu produktivitas alam yang spontan memasyarakatkan suatu kreativitas. Dibutuhkan pengembangan manusia dengan wawasan holistik sehingga dibutuhkan suatu 'semaian' yang berkualitas. Yaitu kualitas dalam menyampaikan dan dalam situasi yang sebenarnya, yang dipengaruhi oleh kondisi sosial dan psikologi dari suatu sistem industrial. Dalam perubahan hijau, pribadi dan politik, sosial dan ekologi berjalan seiring. Sosial, estetika, kapasitas spiritual menjadi sentral untuk mencapai efisiensi ekonomi dan merupakan suatu tujuan yang penting.⁹⁷

j. Peran strategis dalam lingkungan buatan, lanskap dan perancangan spasial

Efisiensi yang besar mampu dilaksanakan melalui pengaturan spasial dari sistem komponen suatu kegiatan. Kerapuhan pemanfaatan bersama, rancangan terintegrasi yang bergerak bersama alam

⁹⁵*Ibid.*, h. 134.

⁹⁶*Ibid.*

⁹⁷*Ibid.*

merupakan landasan, sehingga perbaikan konservasi dan efisiensi pada pengaturan spasial memberi dampak positif pada seluruh kegiatan ekonomi. Konservasi ekonomi hijau harus radikal tetapi juga harus bertahap dan dapat terus tumbuh dan berulang. Hal ini dimungkinkan dengan menggunakan perubahan lanskap ekologi sebagai falsafah dasar untuk merubah ekonomi konvensional menjadi ekonomi hijau.⁹⁸

Cakupan ekonomi hijau (*green economy*) salah satunya adalah konsumen hijau (*green customer*). Menurut Keles dan Bekimbetova menjelaskan bahwa *green consumer* adalah konsumen yang memiliki kemauan untuk membayar lebih tinggi untuk produk-produk yang ramah lingkungan sehingga tercipta peluang lebih besar bagi perusahaan maupun pemerintah untuk menghasilkan produk-produk ramah lingkungan. Selanjutnya Shrum, McCarty dan Lowrey, dalam Irawan dan Viany menyatakan bahwa *green consumer* didefinisikan sebagai seseorang yang melakukan pembelian dan dipengaruhi oleh kesadarannya sendiri terhadap masalah lingkungan. Menurut Herri, Putri dan Kenedi yaitu konsumen yang cenderung mengkonsumsi produk ramah lingkungan disebut *green consumer*.⁹⁹ Nugraha juga mengemukakan, konsumen hijau adalah konsumen yang peduli lingkungan hidup. Elkington dalam Harsiwi mengemukakan, konsumen hijau merupakan jargon pemasaran yang relatif kecil, tetapi cukup mempengaruhi dan mengembangkan suatu

⁹⁸*Ibid.*, h.134-135.

⁹⁹Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja dan Ni Made Satya Utami, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik*, prosiding seminar nasional hasil penelitian, Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2017, h. 132.

kelompok konsumen yang menggunakan kriteria lingkungan dalam memilih barang-barang konsumsi. Konsumen hijau berkontribusi dalam mengurangi semaksimal mungkin penggunaan produk yang tidak bersahabat dengan lingkungan. Konsumen hijau mempunyai pandangan terhadap prinsip-prinsip *green consumerism* (konsumerisme hijau). Smith dalam Wibowo menguraikan, konsumen hijau memiliki keyakinan bahwa:

- a. Ada problem lingkungan yang nyata;
- b. Problem tersebut harus ditangani dengan serius dan disikapi dengan cara yang aktif;
- c. Mereka merasa mendapatkan informasi yang cukup dalam keseharian hidup mereka;
- d. Setiap individu dapat dan harus memberikan kontribusi dalam menyelamatkan bumi dari bencana lingkungan yang menakutkan.¹⁰⁰

Menurut Cason dan Gangdharan “hijau” dan “ramah lingkungan” digunakan secara bergantian dengan pemahaman yang sama. Produk ramah lingkungan adalah produk yang dalam proses produksinya menggunakan teknologi produksi yang tidak mencemari lingkungan serta menggunakan bahan baku dan kemasan dari bahan yang dapat didaur ulang. Dengan demikian, produk hijau adalah produk yang dihasilkan dari proses produksi yang aman terhadap lingkungan dan memiliki dampak pemakaian yang aman terhadap lingkungan.¹⁰¹ Perilaku berwawasan

¹⁰⁰Maria Ursula Mai Cruz dan Bulan Prabawani, *Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau Civitas Academica Universitas Diponegoro*, (Online 23 September 2020)

¹⁰¹Kristiana Sri Utami, *Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan*, Jurnal Maksipreneur, Vol. 9 No. 2, Juni 2020, h. 212.

lingkungan (*environmental behaviour*) dipengaruhi oleh tujuh variabel yaitu:

- a. *Environmental attitude* (sikap terhadap lingkungan) yang mengacu pada penilaian kognitif individu terhadap nilai atas perlindungan lingkungan;
- b. *Environmental concern* (kepedulian terhadap lingkungan), yaitu tingkat keterlibatan secara emosional dalam isu-isu lingkungan;
- c. *Perceived seriousness of environmental problems* (pemahaman mengenai keseriusan atas masalah-masalah lingkungan);
- d. *Perceived environmental responsibility* (pemahaman mengenai tanggung jawab atas lingkungan);
- e. *Perceived effectiveness of environmental behavior* (pemahaman mengenai keefektifan perilaku lingkungan);
- f. *Perceived self-image in environmental protection* (pemahaman mengenai *self-image* dalam perlindungan lingkungan); dan
- g. *Peer influence* (pengaruh teman sebaya).¹⁰²

Ada beberapa tindakan yang harus dilakukan konsumen sebagai salah satu wujud perilaku konsumen ramah lingkungan yang sering dikenal dengan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) yaitu:

- a. *Reduce*

¹⁰²*Ibid.*, h. 213.

Reduce atau mengurangi dapat diartikan menggunakan lebih sedikit. Konsumen yang menggunakan lebih sedikit produk yang mencemari lingkungan.

b. *Reuse*

Reuse atau menggunakan kembali dapat diartikan menggunakan produk lagi sesuai dengan kegunaannya. Konsumen yang mengurangi kebutuhan akan produk baru dapat membantu mengurangi sampah atau limbah yang dapat mencemari lingkungan.

c. *Recycle*

Recycle atau daur ulang merupakan proses mengolah sampah menjadi bahan atau produk baru. Hasil daur ulang yang berupa bahan atau produk tersebut dapat menjadi sumber daya yang berharga dan berguna bagi industri manufaktur.

Terdapat faktor yang dapat dikatakan konsumen hijau (*green consumers*), diantaranya adalah:

a. *Reasons to buy green products*: Alasan untuk membeli produk hijau.

Konsumen hijau mengkonsumsi produk bukan hanya untuk alasan terbuat dari bahan alami tetapi juga meliputi perhatian mengenai masalah lingkungan.

b. *Pricing*: Harga dan penghematan biaya merupakan hal yang terkait erat

dengan proses konsumsi. Misalnya, ketika sebuah barang masuk dalam kategori mewah seperti mobil maka konsumen akan menempatkan lingkungan sebagai faktor yang tidak terlalu penting karena sudah

membayar mahal, tetapi ketika sebuah barang masuk dalam kategori murah maka konsumen lebih bersedia membayar dengan alasan lingkungan.

- c. *Perceived product confidence*: Kepercayaan terhadap *green product* bahwa informasi mengenai manfaat yang dirasakan adalah benar dan tidak semata-mata merupakan *green washing* atau sekedar praktek bisnis semata.
- d. *Willingness to compromise*: Kesiediaan konsumen untuk membayar harga premium dan menerima produk dengan tingkat yang lebih rendah dari kinerja atau penampilan demi lingkungan.
- e. *Product characteristics*: Karakter dari *green product* yang mempengaruhi keputusan konsumen dan membuat konsumen menentukan alternatif dalam memilih produk.
- f. *Knowledge*: Pengetahuan mengenai lingkungan mempengaruhi perilaku konsumen hijau. Misalnya, konsumen hijau dapat menggunakan pengetahuan lingkungan mereka untuk tidak melakukan pembelian *green product* karena mereka mengetahui bahwa produk tersebut tidaklah sesuai dengan iklannya.
- g. *Consideration of alternatives*: Konsumen mempertimbangkan alternatif mengenai produk hijau dan produk yang tidak hijau, dimana perusahaan sengaja menggunakan nama produk hijau agar laku padahal produk tersebut tidak hijau.

- h. *Product's point of purchase*: Titik pembelian produk dimana konsumen mencari dan membeli produk hijau di tempat yang mereka rasa nyaman dan memiliki nilai tambah, lebih tepatnya yaitu pemilihan alternatif untuk tempat membeli produk hijau (*green product*).
- i. *Use and disposal*: Penggunaan produk dan pembuangan produk dimana konsumen hijau (*green consumer*) memiliki pengetahuan tentang bagaimana menggunakan produk hijau, dengan teknologi apa produk hijau dibuat, dan tentang bagaimana desain produk bisa membuat konsumen tertarik. Dengan demikian, produk hijau tersebut bisa memenuhi kebutuhan didalam penggunaan dan pembuangan untuk konsumen hijau (*green consumer*).¹⁰³

Adapun contoh kegiatan konsumen hijau (*green costumer*) sebagai berikut:

- a. Membeli produk bukan terbuat dari plastik, tetapi bahan yang bisa didaur ulang;
- b. Menggunakan produk yang bisa digunakan kembali (*reuse*) atau yang menyediakan *refill* (isi ulang) atau yang bisa terurai (*biodegradable*); dan
- c. Menggunakan pembungkus barang yang di beli dengan tas kain.¹⁰⁴

Konsumen hijau (*green costumer*) dapat berjalan baik diperlukan dua syarat mutlak bagi masyarakat yaitu terinformasi dan terorganisasi.

- a. Terinformasi

¹⁰³Global Business Marketing, *Green Customers Behaviour*, (Online, 02 November 2021).

¹⁰⁴Surna Tjahja Djajaningrat, Yeni Hendriani, dan Melia Famiola, *Green Economy : Ekonomi Hijau*, Bandung: Rekayasa Sains Bandung, 2014, cet. 1, h. 188-189.

Masyarakat harus berwawasan lingkungan, paham apakah barang yang (akan) dibeli tidak merusak lingkungan. Selain itu, perusahaan harus bersifat transparan dalam memproduksi barang, menjamin bahwa barang tidak merusak lingkungan.¹⁰⁵

b. Terorganisasi

Memperkuat posisi masyarakat dapat melakukan penyelidikan yang diperlukan dan diperlukan juga masyarakat yang terorganisasi. Sebagai contoh, masyarakat di Dukuh Tapak, Jawa Tengah. Selama 15 tahun menderita akibat pencemaran yang dilakukan oleh pabrik-pabrik yang beroperasi di sekitar permukiman mereka. Usaha-usaha untuk memperbaiki nasib mereka ternyata gagal di tengah jalan karena pengurusannya tidak terorganisasi dengan rapi.¹⁰⁶

Menurut beberapa peneliti diatas maka disimpulkan konsumen hijau (*green costumer*) adalah sebuah gerakan moral dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan hidup supaya lebih layak huni. Mendorong perubahan perilaku masyarakat yang sebelumnya kurang atau bahkan tidak peduli terhadap lingkungan menjadi ramah dan sayang terhadap lingkungan.

Sebagaimana pada penjelasan diatas telah terlebih dahulu dijelaskan mengenai konsep ekonomi hijau (*green economy*, kemudian dilanjutkan

¹⁰⁵*Ibid.*, h. 191.

¹⁰⁶*Ibid.*

dengan konsep ekonomi islam. Beberapa konsep dan gagasan ekonomi hijau dengan konsep *dharuriyah maqashid al-shariah*, sebagai berikut:¹⁰⁷

Tabel 2.3 Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Agama (*Hifz al-Din*)

NO	SKALA	Penjagaan Dengan Cara Ada (<i>Min Haitsu Al-Wujud</i>)	Penjagaan Dengan Cara Tidak Ada (<i>Min Haitsu Al-Adam</i>)
1.	<i>Dharuriyah</i>	Merupakan konklusi dari <i>hif alnafs, al-'aql, al-nasl, al-mal dan al-bi'ah</i> . Karena jika manusia tidak terjaga jiwa, akal, keturunan, harta benda, dan lingkungan mereka, maka mereka tidak akan bisa menjaga agamanya dengan baik. Rukun iman dan Islam tidak akan bisa tegak berdiri dengan baik.	Menjaga <i>hifz al-din</i> , dengan cara tidak ada, yaitu memerangi segala bentuk kerusakan dan ketidakadilan yang bisa menghilangkan sarana-sarana bagi tercapainya penjagaan jiwa, akal, keturunan, harta benda, dan lingkungan hidup.
2.	<i>Dharuriyah</i>	Implementasi <i>Green Economy</i> berperan menggantikan “ekonomi jahat” yang tidak ramah lingkungan, boros, dan penuh dengan ketimpangan (Q.S. al-A’raf [7]: ayat 56-58 dan al-Rum [30]: ayat 41-42)	Menghindari segala bentuk usaha yang tidak baik (implementasi <i>good profit</i>), menghindari perilaku yang tidak berkualitas (implementasi <i>good people</i>), dan menghindari perusakan lingkungan (implementasi <i>good planet</i>)

Tabel 2.4 Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Jiwa (*Hifz al-Nafs*)

No	Skala	Penjagaan Dengan Cara Ada (<i>Min Haitsu Al-Wujud</i>)	Penjagaan Dengan Cara Tidak Ada (<i>Min Haitsu Al-Adam</i>)
1.	<i>Dharuriyah</i>	Perintah (<i>fard kifayah</i>) untuk memproduksi dan mendistribusikan kebutuhan dasar (<i>the basic need</i>), sebelum memproduksi dan mendistribusikan kebutuhan <i>tahsiniyah</i> , untuk menghemat energi <i>non renewable resources</i> . (Q.S. al-Isra’ [17]: 26-27, al-Waqiah [56]: 41-46, al-An’am [6]: 141, al-A’raf [7]: 31, al-Maidah [5]: 87)	Membatasi produksi dan konsumsi barang-barang <i>tahsiniyah</i> agar tidak terjebak pada sikap konsumerisme dan berujung pada mis-alokasi sumberdaya ekonomi. (Q.S. al-Isra [17]: 26-27, al-Waqiah [56]: 41-46, al-An’am [6]: 141, al-A’raf [7]: 31, al-Maidah [5]: 87)

¹⁰⁷Ika Yunia Fauzia, *Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam Maqashid Al-Shariah*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2016, h. 93-102.

2.	<i>Dharuriyah</i>	Menurut al-Shiddiqy (2004), tujuan ekonomi Islam antara lain: (1) memenuhi kebutuhan hidup seseorang dengan sederhana; (2) memenuhi kebutuhan keluarga; (3) memenuhi kebutuhan jangka panjang; (4) menyediakan kebutuhan keluarga yang ditinggalkan; (5) memberikan bantuan sosial dan sumbangan di jalan Allah.	Menghindari konsumerisme yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan dengan paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang mewah sebagai ukuran kebahagiaan dan kesenangan. Konsumerisme juga diartikan dengan gaya hidup yang tidak hemat.
3.	<i>Dharuriyah</i>	Pendapatan perkapita suatu negara yang naik dan harus dibarengi dengan berkurangnya kemiskinan (secara riil) dan meratanya distribusi pendapatan dengan baik.	Menganalisis dengan baik penyebab kemiskinan dan distribusi pendapatan yang tidak merata, disebabkan oleh perbedaan distribusi sumber ekonomi, laju pertumbuhan penduduk, dan perbedaan hasil bumi di wilayah masing-masing.
4.	<i>Dharuriyah</i>	Al-Shaibany menilai bahwa pertanian adalah lapangan kerja yang terbaik untuk menjaga kelestarian hidup manusia.	Abu Yusuf dalam kitabnya <i>alKharraj</i> menentang pajak pertanian untuk meningkatkan produktifitas di sektor pertanian
5.	<i>Dharuriyah</i>	Potensi wakaf untuk pengentasan kemiskinan dan dialokasikan untuk membangun sarana demi meningkatnya kualitas manusia. Seperti jalan, rumah sakit, lembaga pendidikan, tempat penginapan, perkebunan, dan lain sebagainya.	Tidak membatasi konteks wakaf itu sendiri, karena wakaf diperbolehkan dalam bentuk wakaf uang, wakaf produktif, wakaf tenaga, dan lain sebagainya, dan juga tidak membatasi pendayagunaan wakaf hanya untuk membangun masjid saja. (Ibn Uqayl berkata bahwa wakaf itu abadi, jika tidak mungkin diabadikan dengan cara khusus, maka dapat diabadikan tujuan <i>maqashid</i> -nya).

Tabel 2.5 Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Akal (*Hifz al-Aql*)

No	Skala	Penjagaan Dengan Cara Ada (<i>Min Haitsu Al-Wujud</i>)	Penjagaan Dengan Cara Tidak Ada (<i>Min Haitsu Al-Adam</i>)
1.	<i>Dharuriyah</i>	Perintah untuk mengubah mindset konsumsi dengan menjadi pelaku ekonomi dan konsumen yang cerdas, dengan membedakan antara kemauan (<i>rughbah/syahwat</i>)	Menghindari sikap berlebihan (<i>israf</i>) dan (<i>tabdzir</i>), yaitu memulai hidup dengan cara <i>tawazun</i> (pertengahan).

		dan kebutuhan (<i>hajah</i>)	
2.	<i>Dharuriyah</i>	Perintah untuk mengubah mindset tentang kepuasan (<i>utility</i>) dan menggantinya dengan konsep kemaslahatan (<i>masalahah</i>). Konsep masalah lebih objektif, karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau needs.	Membatasi gaya hidup yang hanya mengedepankan utilitas akan tetapi tidak mengharamkan segala bentuk jenis kemewahan (<i>tahsiniyah</i>) yang tidak melampaui batas. Pembahasan ini berkaitan dengan pembangunan ekonomi secara umum
3.	<i>Dharuriyah</i>	Menegaskan mindset dan pemikiran tentang konsep ekonomi yang menjunjung tinggi <i>pro-growth, pro-poor, pro-job, pro-environment</i> , dan juga konsep ekonomi yang menjunjung tinggi <i>profit, people, dan planet</i> .	Menjauhi segala antitesa konsep ekonomi <i>pro-growth, pro-poor, pro-job, pro-environment</i> dan juga menjauhi antitesa dari konsep ekonomi dengan menjunjung tinggi <i>profit, people, dan planet</i> .
4.	<i>Dharuriyah</i>	Menyelaraskan beberapa sistem yang sudah berjalan selama ini dengan sistem-sistem yang mendukung tercapainya ekonomi hijau. Misalnya mendukung terlaksananya <i>green business and entrepreneurship, green marketing mangement, green company, green banking, green industry, green city, green trading, green maritime economic, green finance</i> , dan lain sebagainya.	Menghindari segala hal yang tidak bisa mendukung berkembangnya sistem yang mendukung tercapainya ekonomi hijau.
5.	<i>Dharuriyah</i>	Mencetuskan <i>green company</i> dengan beramai-ramai mendukung investasi di sektor <i>green company</i> . Beberapa perusahaan yang masuk dalam daftar <i>green company</i> mempunyai orientasi pembangunan ekonomi yang baik, dengan cara memperhatikan lingkungan hidup, kesejahteraan karyawannya, dan berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan.	Menghindari segala hal yang tidak bisa mendukung berkembangnya sistem yang mendukung tercapainya <i>green economy</i> .
6.	<i>Dharuriyah</i>	Mendukung berkembangnya hukum <i>ekspor impor, internasional logistic, internasional trade payment system, energy economic, sustainable development</i> , yang mendukung jargon-jargon <i>green economic</i> .	Menghindari segala hal yang tidak bisa mendukung berkembangnya sistem yang mendukung tercapainya <i>green economy</i> .

Tabel 2.6 Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Keturunan
(*Hifz al-Nasl*)

No	Skala	Penjagaan Dengan Cara Ada (<i>Min Haitsu Al-Wujud</i>)	Penjagaan Dengan Cara Tidak Ada (<i>Min Haitsu Al-Adam</i>)
1.	<i>Dharuriyah</i>	Memasukkan biaya-biaya untuk menekan dan menghapus eksternalitas, yaitu dengan cara internalisasi eksternalitas di sektor produksi atau industri. Misalnya memasukkan barakah cost (BC) dalam menghitung pendapatan ($\pi = TR-TC-BC$).	Menghindari segala bentuk eksternalitas, karena hal ini kontradiktif dengan ajaranajaran pelestarian lingkungan yang tertera dalam <i>al-Qur'an dan al-Hadith</i> .
2.	<i>Dharuriyah</i>	Membangun ekonomi keluarga yang dimulai dengan pelaksanaan konsep nafaqah (yang dimulai dengan pendidikan manajemen keuangan kepada para istri dan ibu rumah tangga), agar manajemen keuangan rumah tangga menjadi kuat. Sehingga ibu-ibu rumah tangga bisa saving dan investasi untuk aktivitas yang memberdayakan masyarakat (<i>empowerment</i>).	Menghindari segala hal yang tidak mendukung aktivitas pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam rangka mensosialisasikan <i>green economy</i> .
3.	<i>Dharuriyah</i>	Menjaga kelestarian lingkungan dengan cara menambah <i>softskill</i> dari ibu-ibu rumah tangga, untuk menjadi agent bagi pengolahan limbah rumah tangga, dengan mendirikan bank sampah si setiap sudut pemukiman penduduk dan juga melakukan penghijauan, dengan menanam berbagai macam tanaman dan pohon-pohon di dekat tempat tinggal mereka.	Menghindari segala hal yang tidak mendukung aktivitas pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam rangka mensosialisasikan <i>green economy</i>

Tabel 2.7 Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Harta Benda

(Hifz al-Mal)

No	Skala	Penjagaan Dengan Cara Ada (<i>Min Haitsu Al-Wujud</i>)	Penjagaan Dengan Cara Tidak Ada (<i>Min Haitsu Al-Adam</i>)
1.	<i>Dharuriyah</i>	Kewajiban mengeluarkan zakat dan perintah dalam mengeluarkan <i>infaq</i> , <i>shadaqah</i> dan <i>wakaf</i> (ZISWAF) yang berpusat pada pemberdayaan masyarakat. (Untuk ayat yang membahas tentang kewajiban zakat lebih dari 65 ayat, belum termasuk ayat-ayat yang membahas tentang <i>infaq</i> , <i>shadaqah</i> , dan <i>wakaf</i>).	ZISWAF diupayakan tidak untuk mendukung budaya konsumerisme. Pembagian zakat secara langsung terkadang tidak sesuai dengan tujuan dari pendayagunaan dana zakat.
2.	<i>Dharuriyah</i>	Perintah menginvestasikan harta benda (Islam menghimbau para wali anak yatim untuk menginvestasikan harta anak yatim dengan cara-cara yang sesuai dengan syariah. Menurut Manan ketika seseorang tidak memanfaatkan hartanya untuk investasi, maka ia akan kehilangan seperempatnya dalam waktu 12 tahun karena termakan zakat.	Menghindari segala bentuk penimbunan harta, 'pemandulan' fungsi uang dan sumber dana yang tidak dipakai dengan baik.
3.	<i>Dharuriyah</i>	Perintah mengatur kebijakan sistem perdagangan internasional dan regional dengan cara social distribution	Menghindari antitesa dari sistem perdagangan internasional dan regional dengan cara social distribution
4.	<i>Dharuriyah</i>	Sistem distribusi keuntungan yang adil di antara pemilik modal, pengelola, pihak manajemen, dan buruh.	Larangan eksploitasi buruh dan mitra bisnis yang memiliki modal terbatas. Hal tersebut di tegaskan di beberapa hadith tentang kerjasama dan tenaga kerja.
5.	<i>Dharuriyah</i>	Perintah untuk berlaku adil, setiap individu harus menerima pendapatan sekurang-kurangnya sampai tingkat yang mencukupi kebutuhan yang layak, kepemilikan pribadi diperbolehkan, akan tetapi harta tidak boleh terkonsentrasi pada segelintir	Menghindari sistem yang bermuara pada ketidakadilan.

		orang saja, tidak ada individu yang bekerja melampaui kesanggupannya, pemiutang tidak boleh menuntut bunga dan harga disesuaikan dengan biaya produksi yang sesungguhnya. Tidak terlalu tinggi dan rendah.	
6.	<i>Dharuriyah</i>	Ibn Khaldun (1998) menguraikan beberapa hal yang mendasari larangan konsumerisme dengan menyebutkan efeknya terhadap negara antara lain: 1. Dapat melemahkan negara; 2. Bisa mengurangi anggaran belanja negara; 3. Mengakibatkan timbulnya korupsi; 4. Melahirkan mental rendahan yang penuh dengan niat-niat buruk; 5. Menghancurkan keutuhan negara, dan; 6. Melemahkan generasi muda.	Menghindari sistem yang bermuara pada berkembangnya budaya konsumerisme.
7.	<i>Dharuriyah</i>	Pengembangan investasi di perbankan syariah dengan mendukung konsep <i>green economy</i> . Misalnya pengembangan sektor ramah lingkungan melalui <i>green sukuk</i> yang dibiayai oleh bank syariah.	Mengurangi sedikit demi sedikit investasi yang merupakan antitesa dari <i>green economy</i> .

**Tabel 2.8 Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Lingkungan Hidup
(*Hifz al-Bi'ah*)**

No	Skala	Penjagaan Dengan Cara Ada (<i>Min Haitsu Al-Wujud</i>)	Penjagaan Dengan Cara Tidak Ada (<i>Min Haitsu Al-Adam</i>)
1.	<i>Dharuriyah</i>	Menjaga kelestarian alam merupakan suatu kewajiban bagi semua manusia dan angin bisa menjadi sumber energi (Q.S. al-A'raf [7]: ayat 56-58), kewajiban melestarikan daratan dan lautan (Q.S. al-Rum [30]: ayat 41-42)	Larangan membuat kerusakan di muka bumi ini, karena dampaknya akan dirasakan secara langsung oleh manusia (Q.S. al-Rum [30]: ayat 41-42)
2.	<i>Dharuriyah</i>	Membangun infrastruktur energi angin, surya, panas bumi, dan lainnya untuk	Mengurangi ketergantungan kepada <i>non renewable resources</i> (minyak bumi, gas

		mengganti dengan perlahan sumberdaya alam yang tidak dapat diperbaharui (<i>non renewable resources</i>).	bumi, batubara, dll.) dan mengganti dengan <i>renewable resources</i> yang belum dimanfaatkan dengan baik dan optimal.
3.	<i>Dharuriyah</i>	Melestarikan hutan dan ekosistem di dalamnya dan juga melestarikan lingkungan hidup secara berkelanjutan (<i>environmental sustainability</i>). Dalam hadith disebutkan “Siapakah dari kaum Muslimin yang menanam tanaman dan tumbuh-tumbuhan, lalu dimakan oleh burung, manusia atau hewan, keculi baginya sedekah.” (H.R. Muttafaq alaih)	Menghukum dengan berat pelaku perusakan hutan. Dalam sebuah hadith disebutkan, “Barang siapa yang menebangi pepohonan secara liar, maka Allah akan menjerumuskan kepalanya ke dalam api neraka.” (H.R. Abu Daud)
4.	<i>Dharuriyah</i>	Mendukung dan mengembangkan strategi nasional untuk pertumbuhan hijau (<i>green growth</i>), misalnya dengan mengalokasikan beberapa persen dari <i>Gross Domestic Product</i> (GDP) untuk investasi di beberapa <i>green sectors</i> (contohnya <i>renewable energy, energy efficiency, clean technology, and clean water</i>)	Menghindari segala hal yang tidak mendukung strategi nasional untuk pertumbuhan hijau (<i>green growth</i>).
5.	<i>Dharuriyah</i>	Mendukung ekonomi low carbon dengan mengurangi emisi karbon, melalui efisiensi sumber daya (<i>resource efficiency</i> .) Misalnya dengan menyediakan transportasi darat, laut, dan udara yang nyaman, agar bisa mengurangi penggunaan kendaraan pribadi.	Menghindari ekonomi yang tidak mendukung <i>low carbon</i> . Dengan cara tidak menyumbangkan emisi karbon akibat konsumsi energi fosil yang tinggi. Misalnya mengurangi emisi CO2 akibat pembakaran batu bara, dll.
6.	<i>Dharuriyah</i>	Merevisi aturan-aturan tentang penjaagaan sumber air dan sungai yang berada di dekat pemukiman warga dan industri agar tidak terkotori dengan limbah-limbah rumah tangga dan industri.	Menghindari sistem yang bermuara pada berkembangnya budaya konsumerisme.
7.	<i>Dharuriyah</i>	Pengembangan investasi di perbankan syariah dengan mendukung konsep <i>green economy</i> . Misalnya pengembangan sektor ramah lingkungan melalui <i>green</i>	Memberikan hukuman yang tegas bagi siapapun yang mengotori sungai dan sumber air lainnya.

		sukuk yang dibiayai oleh bank syariah.	
--	--	--	--

Berdasarkan pada pemaparan diatas maka konsumen hijau (*green customers*) menurut peneliti adalah kelanjutan dari konsumen global yang dimulai dengan adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan yang semakin kuat. Produk yang diinginkan oleh konsumen bukan benar-benar hijau, tetapi meminimalisasi tingkat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan. Selanjutnya secara ekonomi Islam konsep dan gagasan ekonomi hijau berdasarkan pada konsep *dharuriyah maqashid al-shariah*.

3. Teori Kearifan Lokal

Menurut Sunaryo kearifan lokal adalah pengetahuan dan pengalaman masyarakat dengan sistem norma, kebersamaan, keadilan, kepercayaan yang ditunjukkan sebagai tradisi masyarakat sebagai hasil abstraksi dan interaksinya dengan alam dan lingkungan sekitar dalam kurun waktu yang lama. Sehingga kearifan lokal menjadi pedoman dalam bersikap dan bertindak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari¹⁰⁸ Selanjutnya Mundardjito menjelaskan bahwa kearifan lokal terbina secara kumulatif, terbentuk secara evolusioner, bersifat tidak abadi, dapat menyusut, dan tidak selamanya tampak jelas secara lahiriah. Sementara Poespowardojo

¹⁰⁸Deny Hidayati, *Memudarnya Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumber Daya Air*, Jurnal Kependudukan Indonesia, Vol. 11, No. 1, Juni 2016, h. 40.

secara tegas menyebutkan bahwasifat-sifat hakiki kearifan lokal sebagai berikut

- a. Mampu bertahan terhadap budaya luar;
- b. Memiliki kemampuan mengakomodasi unsur-unsur budaya luar;
- c. Mempunyai kemampuan mengintegrasikan unsur-unsur budaya luar ke dalam kebudayaan asli;
- d. Mampu mengendalikan; dan
- e. Mampu memberikan arah pada perkembangan budaya.

Hal yang tersebut diatas dijadikan sebagai kebijakan manusia dan komunitas dengan bersandar pada filosofi, nilai-nilai, etika, cara-cara, dan perilaku yang melembaga secara tradisional mengelola berbagai sumber daya alam, sumber daya hayati, sumber daya manusia, dan sumber daya budaya untuk kelestarian sumber kaya tersebut bagi kelangsungan hidup berkelanjutan.¹⁰⁹

Kemudian Barker mengatakan kearifan lokal adalah identitas lebih berupa konstruksi diskursif, produk wacana-wacana, atau caracara tertentu dalam berbicara (*regulated ways of speaking*) tentang dunia. Sebagai konstruksi diskursif karena melalui pertuturan dan pertulisan-lah seseorang dan atau sekelompok orang dapat dikenal dan memperkenalkan jati dirinya. Jati diri sebagai guru pejabat, pedagang, dokter dan lain-lain dapat disimak dan dipahami lewat bahasanya, lewat tuturan dan

¹⁰⁹Ida Bagus Brata, *Kearifan Budaya Lokal Perikat Identitas Bangsa*, Jurnal Bakti Saraswati, Vol. 05, No. 01, Maret 2016, h. 11.

tulisannya. Dengan istilah lain identitas diciptakan dan bukan ditemukan, dan terbentuk dari representasi terutama bahasa.¹¹⁰

Sedangkan menurut Maunati menjelaskan bahwa kearifan lokal adalah penanda-penanda identitas budaya misalnya bisa berasal dari sebuah kekhasan yang diyakini ada pada agama, bahasa, dan adat pada budaya yang bersangkutan. Namun demikian tumpang tindih dapat terjadi di antara kelompok-kelompok etnis yang berbeda. Dengan mengikuti sejarah perjalanan bangsa ini dengan mudah dapat dilihat bahwa persoalan agama, etnisitas, dan identitas merupakan isu sensitif yang sering kali dapat dimanipulasi untuk memicu reaksi-reaksi emosional yang sering kali apabila tidak diantisipasi dengan baik berpotensi menimbulkan hal-hal yang bersifat fatal.¹¹¹

4. Kerangka Konseptual Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan warisan nenek moyang dalam tata nilai kehidupan yang menyatu dalam bentuk religi, budaya dan adat istiadat.¹¹² Kearifan lokal diartikan sebagai tatanan sosial budaya dalam bentuk pengetahuan, norma, peraturan dan keterampilan masyarakat di suatu wilayah untuk memenuhi kebutuhan (hidup).¹¹³ Kearifan lokal merupakan modal sosial yang dikembangkan masyarakat untuk menciptakan keteraturan dan keseimbangan antara kehidupan sosial budaya masyarakat

¹¹⁰*Ibid.*

¹¹¹*Ibid.*, h. 11-12.

¹¹²Baskoro Azis, Kearifan Lokal Masyarakat Kampung Wisata Kerajinan Tangan di Dusun Rejoso Kota Batu, *Local Wisdom Scientific Online Journal*, Universitas Brawijaya, Vol. 9 No. 1, 2017, h. 2.

¹¹³Deny Hidayati, *Memudarnya Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumber Daya Air*, *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol. 11, No. 1, Juni 2016, h. 40.

dengan kelestarian sumber daya alam di sekitarnya.¹¹⁴ Namun, secara realitas di tengah-tengah gelombang perubahan akibat kapitalisme, modernisme, dan globalisme, konflik antar budaya tradisional dan budaya modern tidak dapat dihindarkan walaupun sinergi dan adaptasi unsur tradisional dengan unsur modern merupakan fakta kultural yang tidak terbantahkan.¹¹⁵

Kota Palangka Raya merupakan bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah. Indonesia terutama Kota Palangka Raya saat ini topik bahasan kearifan lokal menarik dibicarakan di tengah semakin menipisnya sumber daya alam dan peliknya upaya pemberdayaan masyarakat. Perubahan kehidupan seseorang berdasarkan ide pemikiran dan idealis yang berada disetiap orang karena kebutuhan individual yang kuat.¹¹⁶

Salah satu kearifan lokal yang ada di Kota Palangka Raya adalah anyaman purun. Anyaman purun diproduksi dengan bermacam-macam seperti tas, tikar, dan lain sebagainya. Hasil produksi tersebut ada yang bersifat modern dan adapula yang tetap dengan pada kearifan lokalnya, contoh seperti bakul. Bakul saat ini sudah jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari karena desainnya yang kuno dan tidak modern. Namun, beberapa ibu-ibu masih ada yang menggunakannya untuk

¹¹⁴*Ibid.*

¹¹⁵Ida Bagus Brata, *Kearifan Budaya Lokal Perekat Identitas Bangsa*, Jurnal Bakti Saraswati, Vol. 05, No. 01, Maret 2016, h. 11.

¹¹⁶Baskoro Azis, *Kearifan Lokal Masyarakat Kampung Wisata Kerajinan Tangan di Dusun Rejoso Kota Batu*, Local Wisdom Scientific Online Journal, Universitas Brawijaya, Vol. 9 No. 1, 2017, h. 2.

keperluan berbelanja ke pasar. Maka dari itu kearifan lokal penting untuk dikaji dan dilestarikan dalam suatu masyarakat guna menjaga keseimbangan dengan lingkungannya dan sekaligus dapat melestarikan lingkungannya.¹¹⁷

Berdasarkan peneliti kearifan lokal adalah kondisi sebagai pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka.

C. Kerangka Pikir

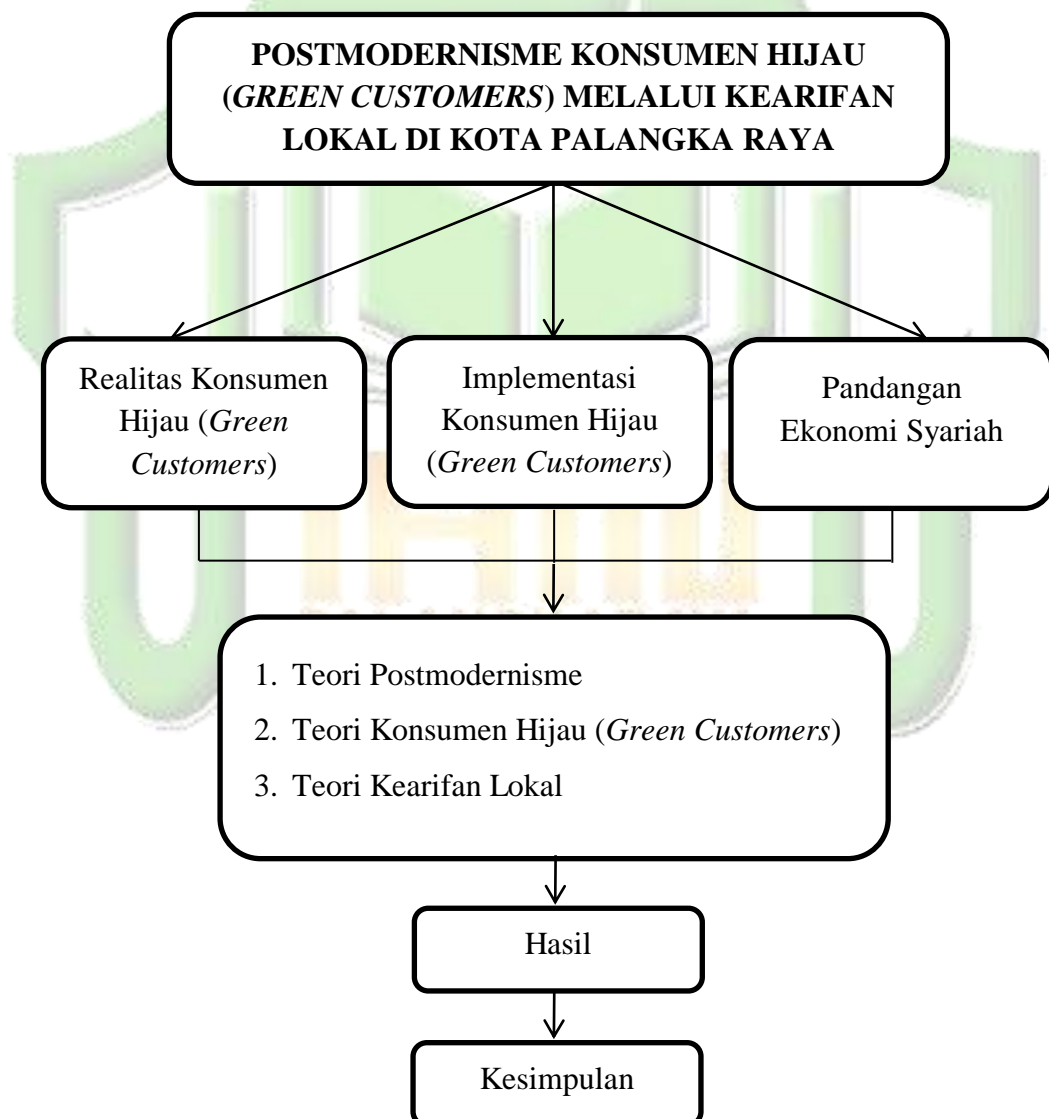
Lahirnya postmodernisme tidak dapat dilepaskan dari adanya paham modernisme. Posmodern lebih mengutamakan nilai tanda (*sign value*), objek konsumsi dipilih atas dasar prestise maupun status sosial yang melekat pada objek tersebut, mengutamakan citra dan lebih didominasi oleh budaya populer seperti gaya, tren, citra, aspek luaran, dan sebagainya. Dalam hal ini, perilaku dari posmodern dalam mengkonsumsi kebutuhannya bukan lagi berwujud primer, sekunder, maupun tersier, melainkan telah melampaui kebutuhan alami, yang lebih mirip hasrat semata.

Pola konsumsi postmodernisme ini memberikan dampak yang signifikan pada lingkungan hidup seperti pencemaran lingkungan. Adanya konsumen hijau (*green costumer*) sebagai gerakan moral dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan hidup supaya lebih layak huni. Mendorong perubahan

¹¹⁷Suhartini, *Kajian Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2009, h. 1.

perilaku masyarakat yang sebelumnya kurang atau bahkan tidak peduli terhadap lingkungan menjadi ramah dan sayang terhadap lingkungan. Konsumen hijau ini dapat kita lihat pada kearifan lokal Kota Palangka Raya, yaitu pada ibu-ibu yang berbelanja ke pasar menggunakan tas purun atau sering disebut *bakul*.

Untuk mempermudah maksud peneliti maka digambarkan sebuah kerangka berfikir sebagai berikut :



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan setelah proposal ini diseminarkan dan mendapat surat izin dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Namun, jika dalam waktu dua bulan data yang diperoleh belum dapat terkumpul, maka penulis akan menambah waktu penelitian hingga mencukupi untuk dianalisis.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa pasar tradisional seperti pasar besar Jl. A. Yani, Jl. Mendawai, dan Jl. Rajawali. Dasar penulis memilih tempat tersebut adalah tempat ibu-ibu untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis pendekatan induktif. Penonjolan proses penelitian dan pemanfaatan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di

lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.¹¹⁸ Sedangkan menurut Denzin & Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.¹¹⁹

Penelitian kualitatif menggunakan pendekatan kualitatif deskripsi yang berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.¹²⁰ Dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan apa yang terjadi di lokasi penelitian dengan berupaya mengungkapkan data mengenai postmodernisme konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di kota Palangka Raya.

2. Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan induktif

Pendekatan induktif berkaitan dengan penciptaan teori baru yang muncul dari data. Tujuannya terfokus pada eksplorasi fenomena baru

¹¹⁸Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018, h. 7.

¹¹⁹Rukin, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019, h. 6.

¹²⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004, h. 6.

atau melihat fenomena yang diteliti sebelumnya dari prespektif yang berbeda. Pendekatan ini sering terkait dengan penelitian kualitatif.¹²¹

Proses pada pendekatan ini melalui pengamatan lapangan dimana peneliti mengumpulkan data dan selanjutnya memeriksa apakah ditemukan pola-pola tertentu yang berdasarkan data yang diperoleh. Berdasarkan pola yang ditemukan dirumusan hipotesis sementara yang terus diperbaiki dan diperiksa terus-menerus seiring dengan penambahan data baru sehingga akhirnya menghasilkan teori baru.¹²²

b. Pendekatan fenomenologis

Pendekatan fenomenologis adalah integrasi intuitif dasar-dasar deskriptif tekstural dan struktural ke dalam suatu pernyataan yang menggambarkan hakikat fenomena keseluruhan. Pendekatan ini berdiri pada riset-riset dengan metode pendekatan kualitatif.¹²³ Pendekatan ini identik dengan subjektivisme karena sering dianggap sebagai *sine qua non* dari metode kualitatif yang menghadirkan bidang penyelidikan yang berkembang melintasi strukturasi fenomenologi. Fenomenologi dalam kajian kualitatif adalah pengelompokan istilah, konsep dan asumsi yang rumit dan sering membingungkan, yang mencakup tradisi yang berkaitan dengan pandangan interpretif dan konstruktivisme serta banyak prespektif dan metode penelitian kualitatif yang mencakup budaya dalam tatanan pengalaman. Ranah pendekatan ini tidak bergantung pada pengukuran numerik dan sebaliknya bergantung pada penelitian yang

¹²¹Morissan, *Riset Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2019, cet. 1, h. 51.

¹²²*Ibid.*

¹²³Michael Jibrael Rorong, *Fenomenologi*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020, cet. 1, h. 87.

menghasilkan data deskriptif. Ini merangkum berbagai prespektif, paradigm dan metode dalam setiap epistemologi, penelitian fenomenologi mengkaji berbagai aspek dari sudut pandang interpretif.¹²⁴

c. Pendekatan konseptual

Pendekatan ini adalah pendekatan penelitian terhadap konsep-konsep. Pendekatan ini beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang. Pendekatan ini menjadi penting sebab pemahaman terhadap pandangan atau doktrin yang berkembang sebagai pijakan untuk membangun argumentasi ketika menyelesaikan isu yang dihadapi. Pandangan atau doktrin akan memperjelas ide-ide dengan memberikan pengertian-pengertian, konsep maupun yang relevan dengan permasalahan.¹²⁵

d. Pendekatan kontekstual Ekonomi Syariah

Pendekatan kontekstual adalah suatu pendekatan yang memungkinkan terjadinya proses belajar di dalamnya dan memungkinkan untuk menerapkan pemahaman serta kemampuan dalam berbagai variasi. Pendekatan yang memuat strategi yang relevan dengan pembahasan penulis yaitu padaekonomi syariah. Dalam hal ini pendekatan sesuai dengan konteks.¹²⁶

¹²⁴*Ibid.*, h. 90.

¹²⁵Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Online 27 September 2020)

¹²⁶Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*, Bandung: Imperial Bhakti Utama, 2007, h. 181.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menurut statistikan, purposive sampling lebih tepat digunakan oleh para peneliti apabila memang sebuah penelitian memerlukan kriteria khusus agar sampel yang diambil nantinya sesuai dengan tujuan penelitian. Dapat memecahkan permasalahan penelitian serta memberikan nilai lebih representatif. Sehingga teknik yang diambil dapat memenuhi tujuan sebenarnya dilakukannya penelitian.¹²⁷

Adapun subjek utama dalam penelitian ini adalah ibu-ibu dan bapak-bapak yang berbelanja ke pasar menggunakan tas purun (bakul). Kemudian adapun informan tambahan adalah direktur Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) yang merupakan sebuah organisasi gerakan lingkungan hidup terbesar di Indonesia.

2. Objek Penelitian

Objek adalah keseluruhan gejala yang ada disekitar kehidupan manusia. Apabila dari sumbernya, objek dalam kualitatif disebut situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis. Namun sebenarnya, lebih lanjut dijelaskan oleh Andi Praswoto dan Sugiyono bahwa objek penelitian kualitatif juga bukan semata-mata berpatokan pada situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen

¹²⁷Farida Nurgrahani, Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa, Solo: Cakra Books, 2014, h. 102.

diatas,melainkan juga berupa peristiwa alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, kendaraan, dan sejenisnya. Objek penelitian adalah himpunan elemen yang di dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan di teliti. Jadi objek penelitian adalah apa saja yang diteliti oleh peneliti.¹²⁸ Objek penelitian yang akan diteliti adalah postmodernisme konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di kota Palangka Raya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada studi lapangan metode (*field research*) mengutamakan penggunaan:

1. Observasi

Menurut Supardi bahwa metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Kemudian lebih ditekankan oleh Sugiyono bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.¹²⁹

Pelaksanaan observasi dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu observasi langsung, observasi tidak langsung dan observasi partisipasi.

Observasi langsung adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap

¹²⁸Muh. Fitrah dan Luthfiyah, Metodologi Penelitian, Sukabumi: CV Jejak, 2017, h.156.

¹²⁹Muh. Fitrah dan Luthfiyah, Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus), Sukabumi: CV Jejak, 2017, h. 72

objek yang diteliti secara langsung (tanpa perantara). Observasi tidak langsung adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap suatu objek melalui perantara, yaitu dengan alat atau cara tertentu. Observasi partisipasi adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melibatkan diri atau ikut serta dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh individu dan kelompok orang yang menjadi objek pengamatan.¹³⁰ Adapun teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan teknik observasi langsung karena dalam penelitian ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk melakukan pengamatan objek bagaimana postmodernisme konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di kota Palangka Raya.

2. Wawancara

Menurut Hadi dan Haryono wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Sedangkan menurut Supardi, wawancara adalah di mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi–informasi atau keterangan–keterangan. Menurut Hadari wawancara pada hakikatnya merupakan kegiatan yang dilakukan seorang peneliti untuk memperoleh pemahaman secara holistik mengenai perspektif seseorang terhadap isu, tema atau topik tertentu.¹³¹ Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui tanya jawab untuk memperoleh informasi atau keterangan. Disini peneliti menggunakan

¹³⁰Maman Abdurrahman, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011, h. 85.

¹³¹Muh.Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian..)*, h. 65

metode wawancara dengan merekam percakapan narasumber menggunakan *handphone* dan menulis manual secara garis besar dari hasil wawancara tersebut agar sumber data yang diperoleh itu benar.

Kemudian adapula dalam teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam (*In-Depth Interview*). Wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) adalah seperti survey, metode yang memungkinkan pewawancara untuk bertanya kepada responden dengan harapan untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang diteliti. Dalam hal ini wawancara yang dilakukan dibuat semiterstruktur oleh pewawancara. Hipotesis tidak menjadi hal penting melainkan mencari tahu pengalaman-pengalaman responden. Kedua, waktu yang dilaksanakan selama 1 - 3 jam. Peneliti lebih tertarik dalam memperoleh data dan gambar yang mendalam daripada mengumpulkan informasi dari ratusan responden. Pada hal ini wawancara mendalam juga biasa dilakukan oleh peneliti sendiri dengan browsing di google untuk mencari informasi.¹³² Melalui teknik ini peneliti berupaya untuk mencari data dari hasil sumber tertulis, melalui wawancara yang mendalam atau apa saja yang memiliki relevansi sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dapat didefinisikan sebagai pencatatan secara sistematis gejala-gejala yang diteliti yang terdapat pada dokumen. Data dokumen dapat berupa tulisan atau lukisan (gambar), dapat pula berupa

¹³²Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2008, h. 83.

benda–benda. Kecuali itu data dokumen dapat dibedakan menjadi dokumen primer dan dokumen sekunder. Dokumen primer adalah dokumen yang dibuat oleh orang yang mengalami atau mengamati langsung gejala yang didokumentasikan, sedangkan dokumen sekunder merupakan dokumen yang dibuat oleh orang yang mengalami/mengamati sendiri gejalanya melainkan hanya berdasarkan pada informasi yang diperoleh tentang dokumen tersebut melalui bacaan, wawancara, maupun pengamatan.¹³³ Melalui teknik ini peneliti berupaya untuk mencari data dari hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau apa saja yang memiliki relevansi sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan. Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, hal ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai postmodernisme konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di kota Palangka Raya.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data sangat diperlukan agar dapat menjamin bahwa semua hasil pengamatan atau observasi, wawancara dan dokumentasi memang benar dan sesuai dengan kenyataan yang terjadi dilokasi penelitian. Oleh karena itu, keabsahan data dalam penelitian ini dapat menjamin bahwa dalam mendiskripsikan postmodernisme konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di kota Palangka Raya memerlukan jawaban yang jelas dari responden dan tidak dapat diragukan lagi keabsahannya. Keabsahan data dapat menjamin bahwa data yang terhimpun itu benar dan valid, maka diperlukan

¹³³ Soebardhy, dkk., *Kapita Selekta Metodologi Penelitian*, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2020, h. 128.

pengujian terhadap berbagai sumber data dengan teknik data *triangulasi*. *Triangulasi* dimaksudkan untuk memperoleh derajat kepercayaan yang tinggi. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memerlukan sesuatu yang lain dari luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.¹³⁴ Menurut Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), (3) triangulasi sumber data, dan (4) triangulasi teori.

1. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.
2. Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini untuk

¹³⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004, h. 178.

memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Namun orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak justru merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.

3. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.
4. Triangulasi teori. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.¹³⁵

Adapun *triangulasi* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber data. *Triangulasi* sumber data dilakukan dengan cara

¹³⁵Nur Fauziyah R., *Efektivitas Penggunaan Alat Bantu Reaksi Gerakan Tangan Bagi Kaum Disabilitas*, Skripsi Strata 1, Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia, 2015, h. 34.

membandingkan data yang diperoleh dari masing-masing narasumber.¹³⁶

Menurut Patton triangulasi sumber dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan;
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.¹³⁷

F. Teknik Analisis Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, menurut Miles dan Hubberman bahwa teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan sebagai berikut:

- a) Data *collection*, atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
- b) Data *reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-

¹³⁶Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 124.

¹³⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004, h. 330.

milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.

- c) Data *display* atau penyajian data ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
- d) *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data display sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.¹³⁸

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini diurutkan beberapa bab, antara lain:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini akan menguraikan tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berpikir.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, jenis, dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

¹³⁸Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h. 69.

Bab ini membahas tentang gambaran umum, lokasi penelitian, memuat analisis dan pembahasan serta akan diuraikan secara rinci mengenai penelitian dan hasil – hasilnya yang relevan dengan pembahasan.

Bab V : Penutup

Bab ini akan memuat kesimpulan dan saran – saran dari hasil penelitian.



BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Gambaran umum lokasi penelitian ini akan memberikan penjelasan mengenai keadaan, luas, letak dan beberapa keterangan tambahan yang diperlukan untuk mengenal lebih jauh daerah, tempat yang menjadi objek penelitian. Gambaran umum lokasi penelitian meliputi gambaran tentang Kota Palangka Raya.

1. Gambaran Tentang Kota Palangka Raya

a. Sejarah Kota Palangka Raya

Palangka Raya terdiri dari kata “Palangka dan Raya“. Palangka Raya berasal dari suatu wadah Palangka (bagian muka dan belakang, melukiskan bentuk gambar Burung Elang) yang menurut kepercayaan leluhur/nenek moyang suku dayak, dipakai oleh Mahatala Langit (Tuhan Yang Maha Esa) untuk menurunkan manusia pertama ke atas dunia. Kota Palangka Raya adalah kota terluas ke – 3 di Indonesia. Dapat dilihat sebagai kota yang memiliki 3 wajah; wajah perkotaan, wajah pedesaan dan wajah hutan. Provinsi Kalimantan Tengah terbentuk melalui proses yang panjang.¹³⁹

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 tahun 1958 Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959, mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1955 yang menerapkan pembagian provinsi Kalimantan

¹³⁹Coretcoretdoang.blogspot.com, Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950 - 1972), (Online 05 Agustus 2021).

Tengah menjadi 5 kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibu kotanya. Kota Palangka Raya adalah Ibu kota provinsi Kalimantan Tengah. Secara geografis, Kota Palangka Raya terletak pada : 6° 40" - 7° 20" Bujur Timur dan 1° 30" - 2° 30" Lintang Selatan.

Bapak Tjilik Riwut sebagai Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah pada tanggal 23 Desember 1959 oleh Menteri Dalam Negeri, dan Kecamatan Kahayan Tengah di Pahandut dipindahkan ke Bukit Rawi. Pada tanggal 11 Mei 1960, dibentuk pula Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Palangka Raya, yang dipimpin oleh J.M. Nahan. Selanjutnya sejak tanggal 20 Juni 1962 Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Palangka Raya dipimpin oleh W.Coenrad dengan sebutan Kepala Pemerintahan Kotapraja Administratif Palangka Raya. Perubahan, peningkatan dan pembentukan yang dilaksanakan untuk kelengkapan Kotapraja Administratif Palangka Raya dengan membentuk 3 (tiga) kecamatan yaitu:

- 1) Kecamatan Palangka di Pahandut;
- 2) Kecamatan Bukit Batu di Tangkiling;
- 3) Kecamatan Petuk Katimpun di Marang Ngandurung Langit.

Kemudian pada awal tahun 1964, Kecamatan Palangka di Pahandut dipecah menjadi 2 (dua) kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Pahandut di Pahandut;
- 2) Kecamatan Palangka di Palangka Raya.¹⁴⁰

¹⁴⁰Wikipedia, *Kota Palangka Raya*, (Online 05 Agustus 2021)

Sehingga Kotapraja Administratif Palangka Raya telah mempunyai 4 (empat) kecamatan dan 17 (tujuh belas) kampung, yang berarti ketentuan-ketentuan dan persyaratan-persyaratan untuk menjadi satu Kotapraja yang otonom sudah dapat dipenuhi serta dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1965, Lembaran Negara Nomor 48 tahun 1965 tanggal 12 Juni 1965 yang menetapkan Kotapraja Administratif Palangka Ray, maka terbentuklah Kotapraja Palangka Raya yang Otonom. Peresmian Kotapraja Palangka Raya menjadi Kotapraja yang Otonom dihadiri oleh Ketua Komisi B DPRGR, Bapak L.S. Handoko Widjoyo, para anggota DPRGR, Pejabat-pejabat Depertemen Dalam Negeri, Deputy Antar Daerah Kalimantan Brigadir Jendral TNI M. Panggabean, Deyahdak II Kalimantan, Utusan-utusan Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dan beberapa pejabat tinggi Kalimantan Lainnya.¹⁴¹

Upacara peresmian berlangsung di Lapangan Bukit Ngalangkang halaman Balai Kota dan sebagai catatan sejarah yang tidak dapat dilupakan sebelum upacara peresmian dilangsungkan pada pukul 08.00 pagi, diadakan demonstrasi penerjunan payung dengan membawa lambang Kotapraja Palangka Raya. Demonstrasi penerjunan payung ini, dipelopori oleh Wing Pendidikan II Pangkalan Udara Republik Indonesia Margahayu Bandung yang berjumlah 14 (empat belas) orang, di bawah pimpinan Ketua Tim Letnan Udara II M. Dahlan, mantan paratrop AURI yang terjun di Kalimantan pada tanggal 17 Oktober 1947. Demonstrasi penerjunan payung

¹⁴¹*Ibid.*

dilakukan dengan mempergunakan pesawat T-568 Garuda Oil, di bawah pimpinan Kapten Pilot Arifin, Copilot Rusli dengan 4 (empat) awak pesawat, yang diikuti oleh seorang undangan khusus Kapten Udara F.M. Soejoto (juga mantan Paratroop 17 Oktober 1947) yang diikuti oleh 10 orang sukarelawan dari Brigade Bantuan Tempur Jakarta. Selanjutnya, lambang Kotapraja Palangka Raya dibawa dengan parade jalan kaki oleh para penerjun payung ke lapangan upacara. Pada hari itu, dengan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah Bapak Tjilik Riwut ditunjuk selaku penguasa Kotapraja Palangka Raya dan oleh Menteri Dalam Negeri diserahkan lambang Kotapraja Palangka Raya. Pada upacara peresmian Kotapraja Otonom Palangka Raya tanggal 17 Juni 1965 itu, Penguasa Kotapraja Palangka Raya, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah, menyerahkan Anak Kunci Emas (seberat 170 gram) melalui Menteri Dalam Negeri kepada Presiden Republik Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan pembukaan selubung papan nama Kantor Walikota Kepala Daerah Kotapraja Palangka Raya.¹⁴²

b. Letak Geografis

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30`- 114°07` Bujur Timur dan 1°35`- 2°24` Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan

¹⁴²*Ibid.*

berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota

Palangka Raya berbatasan dengan:

Sebelah utara : Kabupaten Gunung Mas

Sebelah timur : Kabupaten Kapuas

Sebelah selatan : Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah barat : Kabupaten Katingan

Kota Palangka Raya mempunyai luas wilayah 2,678,51 km² (267.851 Ha) di bagi kedalam 5 kecamatan yaitu kecamatan Pahandut, Sebangau, Jekan Raya, Bukit Batu dan Rakumpit dengan luas masing – masing 117, 25 km² , 583,50 km² , 572,00 km² 1.053,14 km². Luas wilayah sebesar 2,678, 51 km.¹⁴³

c. Visi dan Misi Kota Palangka Raya

1) Visi

Selama periode 2018-2023, Visi Pembangunan Kota Palangka Raya adalah *“Terwujudnya Kota Palangka Raya yang Maju, Rukun, dan Sejahtera Untuk Semua.”*

2) Misi

- a) Mewujudkan kemajuan Kota Palangka Raya Smart Environment (lingkungan cerdas) meliputi Pembangunan Infrastruktur, teknologi informasi, pengelolaan sektor energi, pengelolaan air, lahan, pengelolaan limbah, manajemen bangunan dan tata ruang, transportasi;

¹⁴³Palangka. go. id, (Online 05 Agustus 2021)

- b) Mewujudkan kerukunan seluruh elemen masyarakat smart society (masyarakat cerdas) meliputi pengembangan kesehatan, pendidikan, kepemudaan, layanan publik, kerukunan dan keamanan.;
- c) Mewujudkan kesejahteraan masyarakat kota palangka raya smart economy (ekonomi cerdas) meliputi pengembangan industri, usaha kecil dan menengah, pariwisata, dan perbankan.¹⁴⁴

d. Penduduk

SP2020 mencatat penduduk Kalimantan Tengah pada bulan September 2020 sebesar 2,67 juta jiwa. Dibandingkan dengan sensus sebelumnya, jumlah penduduk Kalimantan Tengah terus mengalami peningkatan. Dalam jangka waktu sepuluh tahun dari tahun 2010 hingga 2020, jumlah penduduk bertambah sekitar 0,46 juta jiwa atau laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,84 persen per tahun. Terdapat tren penurunan laju pertumbuhan penduduk jika dibandingkan dengan periode 1971-1980 yang sebesar 3,43 persen, perinciannya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Penduduk Kota Palangka Raya

	Persentase
Pre-Boomer (Lahir sebelum tahun 1945, perkiraan usia sekarang +75 tahun)	1,07%
Baby Boomer (Lahir tahun 1946-1964, perkiraan usia sekarang 56-74 tahun)	8,34
Gen X (Lahir tahun 1965-1980, perkiraan usia sekarang 40-55)	21,38%
Milenial (Lahir tahun 1981-1996, perkiraan usia sekarang 24-39 tahun)	27,94%
Gen Z (Lahir 1997-2012, perkiraan usia sekarang 8-23 tahun)	30,11%
Post Gen Z (Lahir tahun 2013 dst, perkiraan usia sekarang s.d 7 tahun)	11,28%

¹⁴⁴Palangkaraya.go.id, *Visi Misi Pemerintah Kota Palangka Raya*, (Online 15 Agustus 2021).

Penduduk usia produktif (15-64) tahun sebesar 71,36% yang menunjukkan Kalimantan Tengah masih dalam masa bonus demografi. Persentase penduduk lansia sebesar 6,52% yang menunjukkan kenaikan persentase sebesar 4,70% dibandingkan tahun 2010. Selanjutnya rasio jenis kelamin sebesar 108 yang menunjukkan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk perempuan. Kemudian 52,55% penduduk Kalimantan Tengah terkonsentrasi di Kabupaten Kotawaringin Timur, Kapuas, Kotawaringin Barat, dan Kota Palangka Raya.¹⁴⁵

2. Gambaran Umum Kerajinan Anyaman (Bakul)

Sumber daya alam yang sangat kaya terdapat di Indonesia. Sumber daya alam memiliki nilai ekonomi, tetapi juga makna sosial, budaya dan politik. Sumber daya alam berperan penting dalam pembentukan peradaban dan pada kehidupan manusia, sehingga setiap budaya dan etnis memiliki konsepsi dan pandangan dunia tersendiri tentang penguasaan dan pengelolaan terhadap sumber daya alam tersebut.¹⁴⁶

Salah satu sumber daya alam yang memiliki peran penting bagi kehidupan manusia adalah sumber daya hutan. Hutan merupakan sumber daya alam yang memiliki manfaat bagi kehidupan manusia, baik secara nyata ataupun tidak. Manfaat yang secara nyata yaitu berbentuk material dan dapat diraba berupa kayu, rotan, dan getah, sedangkan manfaat yang tidak nyata yaitu

¹⁴⁵Berita Resmi Statistik No. 07/01/62/Th. XV, 21 Januari 2021 (Online, 05 Agustus 2021).

¹⁴⁶Ria Hastuti, *Perkembangan Perajin Rotan di Kelurahan 3 Ilir Palembang Tahun 2000-2009 (Sumbangan Materi Pada Mata Kuliah Sejarah Perekonomian)*, Skripsi, Palembang: Universitas Sriwijaya, 2020, h. 14.

yang tidak dapat di nilai oleh sistem pasar dan tidak dapat diraba secara langsung.¹⁴⁷

Adanya sumber daya hutan yang penting bagi masyarakat, umumnya di manfaatkan berbagai jenis hutan bukan kayu (HHBK). Hasil hutan bukan kayu adalah sumber daya alam yang masih banyak terdapat di Indonesia dan keberadaannya dimanfaatkan sebagai mata pencaharian oleh masyarakat, seperti daun yang sering digunakan untuk membuat topi, sayur – sayuran dan berbagai jenis pohon, buah – buah an dan tanaman obat. Selain itu hasil hutan bukan kayu yang dimanfaatkan masyarakat yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan sebagai mata pencaharian sebagian masyarakat meliputi bambu, getah, daun, kulit, madu dan rotan.¹⁴⁸

Beberapa sumber daya alam tersebut juga sering diolah menjadi sebuah kerajinan yang tidak terlepas dari unsur – unsur desain seperti garis, bidang, warna dan tekstur sehingga berbentuk dan wujud dari sebuah karya seni kerajinan dapat di lihat dan di raba.¹⁴⁹ Kerajinan tersebut salah satunya adalah kerajinan anyaman. Kerajinan anyaman merupakan kerajinan tradisional yang masih ditekuni sampai saat ini. Banyak kegunaan dan juga unsur kemudahan kerajinan anyaman tersebut. Saat ini anyaman banyak mengalami perkembangan mulai dari bentuk dan motif yang bervariasi sehingga bentuk dan motif tidak kelihatan monoton.¹⁵⁰

¹⁴⁷*Ibid.*

¹⁴⁸*Ibid.*

¹⁴⁹Citra Sari Ujung dan Chairani, *Analisis Karya Seni Kerajinan Anyam Tali Kur Siswa Kelas X Madrasah Aliyah Negeri 1 Stabat Berdasarkan Teknik Bentuk dan Warna* di Medan, Gorga Jurnal Seni Rupa, Vol. 7, No. 1, Januari – Juni 2018, h. 72 – 23.

¹⁵⁰*Ibid.*, h. 75.

Kerajinan anyaman salah satunya adalah bakul. Bakul merupakan sebuah wadah yang biasanya di buat dari serat – serat tanaman yang dianyam. Bakul tersebar di beberapa daerah di Indonesia, khususnya/biasanya di daerah yang memang terdapat bahan baku yang cukup yaitu tanaman bambu sebagai bahan dasar pembuatan bakul. Bakul di Indonesia juga terdapat berbagai macam jenis dan ukurannya sesuai dengan budaya daerah masing – masing.

Sejalan dengan perkembangan zaman serta daya kreativitas manusia maka bakul saat ini telah mengalami banyak perubahan, baik dari sisi desain maupun penggunaannya. Pada bagian atasnya bisa terbuka atau ditutup dengan sebuah penutup. Bakul berbentuk bulat, punya ganggang. Pemanfaatan bambu sebagai bahan baku bakul ini dilakukan oleh masyarakat dengan aktivitas perdagangan. Harga jual beli bakul yang terbuat dari bambu, sekisaran Rp. 10.000-Rp. 15.000 yang berukuran kecil sampai sedang.¹⁵¹

B. Penyajian Data

Sebelum memaparkan penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palangka Raya. Kemudian setelah mendapatkan surat tembusan tersebut selanjutnya peneliti menyampaikan surat izin penelitian ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palangka Raya. Selanjutnya setelah mendapatkan surat tembusan, peneliti langsung terjun ke lapangan

¹⁵¹Dahyanti, Gusti Hardiansyah, dan Lolyta Sisillia, *Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Penghasil Kerajinan Tangan Anyaman Oleh Masyarakat Desa Pangkalan Buton Kecamatan Sukadana Kabupaten Kayong Utara* di Pontianak, *Jurnal Hutan Lestari*, Vo. 7, No. 4, 2019, h. 1514.

melakukan penggalan data. Sebelum mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti telah melakukan observasi terlebih dahulu sehingga setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti langsung terjun ke lapangan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu Postmodernisme Konsumen Hijau (*Green Customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya untuk mengetahui realitas, implementasi dan pandangan ekonomi syariah tentang konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya sebagai berikut:

1. Realitas Konsumen Hijau (*Green Customers*) di Kota Palangka Raya

Realitas adalah kenyataan. Menurut Peter Berger dan Thomas Luckman realitas merupakan kualitas yang berhubungan dengan fenomena yang kita anggap berada di luar kemauan kita (sebab ia tidak dapat dienyahkan).¹⁵² Kemudian konsumen hijau (*green customers*) merupakan kelanjutan dari konsumen global yang dimulai dengan adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan yang semakin kuat. Produk yang diinginkan oleh konsumen bukan benar-benar hijau, tetapi meminimalisasi tingkat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan.¹⁵³

Maksud dari pertanyaan diatas adalah untuk mengetahui bagaimana realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya, dari satu rumusan masalah diatas peneliti membuat beberapa pertanyaan yang akan

¹⁵² Aris Kurniawan, *Realitas Sosial – Pengertian, Jenis, Konsep, Budaya, Objektivikasi, Internalisasi, Para Ahli*, (Online 04 Juli 2021)

¹⁵³ Bernard E. Silaban dan Emanuella Annastasia, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta*, Jurnal Manajemen Bisnis, Institut Bisnis Nusantara, Vol. 22, No. 01, 2019, h. 92.

diajukan untuk para subjek yaitu: apa yang diketahui tentang ramah lingkungan, bagaimana pengaruh pengetahuan ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian, bagaimana karakteristik barang yang dikatakan ramah lingkungan. Untuk itu peneliti melakukan wawancara langsung dengan sepuluh subjek yang sedang berbelanja ke pasar menggunakan bakul di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Adapun berdasarkan hasil wawancara dari keseluruhan subjek menyatakan bahwa tidak mengetahui tentang ramah lingkungan, bagaimana pengaruh pengetahuan ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian, bagaimana karakteristik barang yang dikatakan ramah lingkungan. Hal ini sebagaimana penuturan dari subjek Ibu SR:

2. Subjek Ibu SR lahir di Amuntai 07 Agustus 1982 dan sekarang berumur 39 tahun. Ibu SR merupakan lulusan D1 Administrasi Komputer dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu SR di pasar Halmahera, Kota Palangka Raya pada hari Sabtu, 17 Juli 2021 pukul 08.00 WIB-08. 30 WIB. Berikut penuturan Ibu SR, *“Aku kada tahu pang tentang itu.”*¹⁵⁴ Terjemahan pernyataan adalah: “Saya tidak tau tentang itu”.

Senada juga dengan hasil wawancara dari penuturan subjek Ibu A:

3. Subjek Ibu A merupakan lulusan SD di Danau Panggang dan seorang pekerja swasta/pedagang di Pasar Mendawai. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu A pada Sabtu,

¹⁵⁴Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

17 Juli 2021 pukul 10.00 WIB-11.30 WIB. Berikut penuturan Ibu A: “*Apalah ding, kada tahu jua acil ngintu.*”¹⁵⁵ Terjemahan pernyataan adalah: “Apa ya dik? Tidak tau juga tante tentang hal itu.”

Demikian halnya dari penuturan Bapak R mengenai apa yang diketahui tentang ramah lingkungan, bagaimana pengaruh pengetahuan ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian, bagaimana karakteristik barang yang dikatakan ramah lingkungan:

4. Subjek Bapak R lahir di Palangka Raya, 06 Juni 1975 dan sekarang berumur 46 tahun. Bapak R merupakan lulusan STM di Palangka Raya, Kalimantan Tengah dan seorang pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Bapak R di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Minggu, 01 Agustus 2021 Pukul 07.00 WIB-07.40 WIB. Berikut penuturan Bapak R, “*Kada tahu jua aku.*”¹⁵⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak tau juga saya.”

Selanjutnya peneliti menanyakan kenapa memilih menggunakan bakul. Adapun berdasarkan hasil wawancara dari keseluruhan subjek menyatakan bahwa alasan menggunakan bakul karena kuat, bermotif, harga terjangkau dan bisa banyak muatan. Hal ini sebagaimana penuturan dari subjek Ibu SR, “*harganya menjangkau, kuat, motifnya menarik dan muat apa ja.*”¹⁵⁷ Terjemah pernyataan adalah: “Harga terjangkau, kuat, motif menarik dan bisa dimasukkan apa saja.”

¹⁵⁵Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁵⁶Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

¹⁵⁷Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

Senada juga dengan hasil wawancara dari penuturan subjek Ibu A, *“supaya awet, amun kantongkan lepas. Nah, kalau bakul ni kan sampai berapa tahun tahannya, awet mulai ujar kami tu tradisikan.”*¹⁵⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Agar tahan lama, plastikan mudah rusak. Kalau bakul juga lebih awet beberapa tahun dan turun menurun.”

Demikian halnya dari penuturan Bapak R mengenai alasan memilih bakul untuk digunakan, *“pertama, murah. Kedua, simple dan gonol, daripada plastikkan bisa rabit.”*¹⁵⁹ Terjemahan pernyataan adalah: “Pertama, murah. Kedua, mudah dan besar dibandingkan plastik.”

Kemudian peneliti juga menanyakan tentang darimana mengetahui informasi bakul yaitu dari orang tua terdahulu dan sudah merupakan tradisi yang sudah turun menurun. Hal ini sebagaimana penuturan dari subjek Ibu SR, *“orang tuha pang dahulu memakai, jadi tahunya di situ.”*¹⁶⁰ Terjemahan pernyataan adalah: “Orang tua terdahulu menggunakannya sehingga jadi mengetahui bakul.”

Senada juga dengan hasil wawancara dari penuturan subjek Ibu A:

*“Mulai dari kampung ding ai. Mulai dari tahun 80 ding ai. Jadi, 40 tahunan sudah hitungannya. Habis tu tradisi tadi pang ding, dari orang tua dulu memakai jadi sudah turun menurun ketu. Ujar orang tuaku tu dulu jua, amun makai bakul tu istilahnya rezeki tu ada ja. Mulai dari mama ku dulukan bejualan, bedagang pakai bakul, ke pasar pakai bakul, jadi maksudnya turun menurun tu rezeki tu jar sidin nang kaya apa ja turun tarus, biar sedikit tapi ada.”*¹⁶¹

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

¹⁵⁸Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁵⁹Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

¹⁶⁰Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁶¹Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

“Semenjak dari kampung dik. Mulai dari tahun 80 sehingga sudah sekitar 40 tahun menggunakannya. Kemudian karena tradisi dari orang tua terdahulu yang menggunakannya. Kata orang tua dulu menggunakan bakul akan membuat rezeki selalu ada. Jadi semenjak ibu dulu menggunakan ketika berjualan, berdagang ke pasar juga.”

Demikian halnya dari penuturan Bapak R mengenai kenapa memilih menggunakan bakul dan dari siapa mengetahui informasi tentang bakul, *“mulai dari bahari ai melihat urang, turun menurunlah hitungannya dari orang tua.”*¹⁶² Terjemahan pernyataan adalah: “Semenjak dulu turun menurun dari orang tua.”

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas terlihat bahwa subjek tidak memiliki pengetahuan yang luas tentang lingkungan terutama ekonomi hijau (*green economy*). Selain itu juga alasan untuk menggunakan bakul terlihat sangat dipengaruhi oleh kondisi tradisi yang melekat yaitu dari orang tua yang terlebih dahulu menggunakan bakul.

2. Informan pertama adalah Bapak DNH yang lahir di Jakarta, 20 November 1980 dan sekarang berumur 41 tahun. Bapak DNH merupakan lulusan strata I di Universitas Palangka Raya (UPR) dan seorang pekerja swasta. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Bapak DNH di Sekretariat Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Kalimantan Tengah (KALTENG) di Jalan Talenta No. 11 pada Minggu, 18 Juli 2021 Pukul 07.00 WIB-08.00 WIB. Berikut hasil wawancara dengan Bapak DNH tentang mengetahui informasi ramah lingkungan.

¹⁶²Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

Penuturan informan I Bapak DNH:

“Saya kebetulan aktif di dunia pecinta alam. Saya di komodo MAPALA Fakultas Ekonomi Universitas Palangka Raya. Saya aktifnya di sana, awal mulanya sih tidak berbicara produk-produk ramah lingkungan karena saya berbicara hobi pada awalnya. Saya suka masuk hutan, saya suka jalan-jalan ke kampung-kampung, saya suka main air, suka sungai, suka hutan. Jadi, di situlah timbul ketertarikan, ini tentang hobi saya. Kalau secara egois jika hobi saya di rusak, saya bisa apa. Jadi, awalnya itu dan melihat beberapa lokasi yang sudah hancur, sungainya sudah rusak, hutannya sudah gak ada, dan lain sebagainya. Akhirnya masuk berkecimpung di dunia ini. Jadi di awal bukan masalah produk-produk ramah lingkungan, tetapi lebih ke arah hobi saya jangan sampai terganggu secara egoisnya.”¹⁶³

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa mengetahui informasi ramah lingkungan pada awal mulanya bukan bermaksud ke arah ramah lingkungannya, tetapi lebih kepada hobi yang disalurkan melalui organisasi MAPALA Komodo di Universitas Palangka Raya yang sering bersentuhan dengan alam. Namun ternyata subjek menemukan kondisi lingkungan di beberapa lokasi yang sudah rusak, sehingga menimbulkan ketertarikan kepada lingkungan agar hobinya tidak terganggu.

Kemudian pertanyaan kedua apakah WALHI ada memberikan informasi kepada masyarakat di Kota Palangka Raya tentang produk ramah lingkungan.

Penuturan informan I Bapak DNH:

“Kalau mengkampanyekan secara langsung saat ini kan kita memang fokus, khususnya kawan-kawan WALHI di Jakarta terkait sampah plastik. Kalau di Jakarta memang sudah tidak bisa lagi dan memang sudah parah sekali terkait sampah plastik, maka mereka mengkampanyekan terkait bahayanya sampah plastik dan bagaimana menggantikannya dengan produk-produk yang lebih ramah lingkungan, salah satunya adalah menggunakan kantong plastik yang menggunakan serat bambu, yang mudah hancur, tidak menggunakan bentuk sintesis atau mulai menggunakan produk-produk yang dari olahan masyarakat,

¹⁶³Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

seperti purun dan lain sebagainya. Itupun tetap menggunakan plastik, tidak langsung pakai buang, tetapi di *recycle*, jadi bisa digunakan berulang-ulang dan tidak langsung buang.”¹⁶⁴

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa WALHI sudah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk ramah lingkungan, seperti mengkampanyekan terkait bahayanya sampah plastik, cara menggantikan plastik dengan produk yang ramah lingkungan dan tentunya menggunakan produk-produk berasal dari olahan masyarakat.

Kemudian pertanyaan ketiga bagaimana WALHI melihat kondisi respon masyarakat sekarang di Kota Palangka Raya mengenai ramah lingkungan.

“Sebenarnya sekarang sudah mulai banyak teman-teman yang peduli terhadap kondisi lingkungan, bahkan kampanye satu juta tumbler, mereka membawa tumbler masing-masing, sudah membawa alat makan masing-masing tanpa harus di bungkus dengan plastik. Itu sudah cukup terlihat antusias mereka tinggi. Hanya saja kan memang tidak semua dan kadang kala kita terjebak sistem dimana belanja sesuatu tiba-tiba kita di kasih plastik, bahkan kemasan makanan masih dalam bentuk plastik. Kemasan yang di jual di swalayan masih menggunakan plastik. Nah, sebenarnya itulah yang harus kita pikirkan bersama, bukan hanya di masyarakatnya tetapi pemegang kebijakan pun mesti peduli. Logikanya begini, ketika membeli indomie, kita tidak membawa plastik, kita bawa tas belanja sendiri, tetapi indomienyakan di kemas menggunakan plastik, bungkusnya menggunakan plastik. Jadinya kalau gitu sama ajakan.”¹⁶⁵

Berdasarkan penuturan Bapak DNH bahwa respon masyarakat di Kota Palangka Raya mengenai ramah lingkungan yaitu masih ada terlihat antusias yang tinggi meskipun tentunya tidak semua. Latar belakang jika dilihat mengapa masyarakat masih banyak menghiraukan kondisi lingkungan adalah terletak pada sistem pemerintah itu sendiri yang belum berubah. Pemerintah

¹⁶⁴Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

¹⁶⁵Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

masih membiarkan perusahaan-perusahaan mengirim produk-produk yang berkemasan plastik sehingga menjadi sulit bagi masyarakat menghindarinya.

Kemudian pertanyaan keempat bagaimana melihat kondisi beberapa ritel atau swalayan yang sudah menggunakan sistem plastik berbayar.

“Kita oke saja belanja dimana saja, kalau kemasan yang kita beli masih dalam bentuk plastik ya itukan percuma aja. Jadi, bukan karena bungkusannya untuk membawa harus berbayar, tetapi kemasan yang kita beli masih menggunakan plastik, beli permen aja masih menggunakan plastik, belum bisa di lepas. Itupun bukan sebuah jawaban dan yang kita lihat bukan kantong plastiknya, kalau berbicara plastik berarti keseluruhannya dong bukan hanya kantongnya saja, tetapi hal-hal yang seperti itu tidak mungkin bisa lepas. Hal ini lah untuk meminimalisir plastik, maka kita harus bersinergi pemerintah, perusahaan, atau konsumennya. Jadi semua pihak, tidak salah satu pihak saja.”¹⁶⁶

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa melihat kondisi ritel atau swalayan yang sudah menggunakan sistem plastik berbayar hal itu tidak sepenuhnya menjadi jawaban. Semestinya yang dilakukan dari pemerintah, perusahaan dan konsumennya harus satu sama lain sama-sama bersinergi untuk meminimalisir plastik.

Kemudian pertanyaan keempat bagaimana respon pemerintah mengenai kondisi lingkungan di Kota Palangka Raya.

“Secara menyeluruh, kita pasti akan selalu mengkritik membangun mengenai kondisi lingkungan saat ini, terakhir kemarin tentang banjir dan rusaknya hutan, lain sebagainya. Bahkan di Palangka Raya ini regrasi di perbaiki, bukan malah hanya membikin gorong-gorong tanpa melihat tata ruang yang jelas, termasuk juga tentang pengolahan sampahnya, tetapi itu kita belum maksimal dalam mengkritiknya. Kalau secara keeluruhan di sisi Kalimantan Tengahnya tentang kondisi lingkungan tentu sudah dan pasti memberikan kritik membangun. Ketika memberi kritikpun tetap ada solusi yang diberikan dan selanjutnya tergantung pemerintahnya bagaimana komitmennya. Mengenai respon pemerintah itu sendiri yaa ketika bencana dianggap bercanda. Statement

¹⁶⁶Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

bercanda itu bukan sebuah solusi, bukan sebuah tanggapan dan bukan sebuah kewibawaan seorang pemimpin. Ketika respon seperti itu bagi kami menganggap itu bukan sikap sebuah pemimpin.¹⁶⁷

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa respon pemerintah mengenai kondisi lingkungan tidak menanggapi dengan baik. Kritik yang membangun mengenai kondisi lingkungan sudah diberikan namun pemerintah tidak memberikan respon yang baik.

Kemudian pertanyaan kelima tentang apakah dari WALHI sering menggunakan bakul ketika berbelanja ke pasar.

“Ada, kalau berbicara bakul tentunya ada. Bahkan kita ada memasarkan produk-produk bakul masyarakat karena bakul lebih kuat menurut di keluarga saya yaa. Bisa banyak macam-macam juga, beras, iwak bisa di tampung di bakul. Masih menggunakan bakul juga karena saya orang kampung, jadi memang menggunakan bakul sebuah bentuk kebutuhan gitu aja bukan karena ramah lingkungannya.”¹⁶⁸

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa WALHI juga sering menggunakan bakul ketika berbelanja ke pasar. Bakul digunakan karena kuat dan menampung banyak barang serta bakul adalah kebutuhan di keluarga.

Kemudian pertanyaan keenam tentang apakah WALHI mempunyai produk bakul buatan sendiri.

“Kalau di WALHInya gak ada, tetapi masyarakat dampungannya ada. Jadi bukan orang WALHInya tetapi masyarakat dampungannya banyak. Masyarakat memiliki kearifan yang bisa membuat berbagai macam jenis dari hasil alam salah satunya bakul. Jadi, kita mencoba untuk bagaimana cara membantu melestarikan budaya mereka. Adanya orang-orang pengrajin pembuat bakul artinya kan mereka bisa menguasai beberapa wilayah untuk perlindungan budaya wilayah mereka. Mengapa kita berpikir seluas itu karena ketika bahan bakunya di ambil, lahannya sudah di ambil oleh perusahaan sawit, tambang otomatisakan bahan bakunya sudah hilang, jadi bagaimana bisa membikin bakul? Mereka

¹⁶⁷Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

¹⁶⁸Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

memproduksi itu bisa dijual, itu dampakkan, targetnya adalah bagaimana mereka menguasai wilayah tersebut untuk mendapatkan bahan baku untuk di hasilkan. Jadi disini perlindungan wilayahnya yang dilihat.”¹⁶⁹

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa WALHI tidak mempunyai produk bakul bikinan sendiri, tetapi mempunyai masyarakat dampingan. WALHI membantu melestarikan budaya mereka.

Kemudian pertanyaan keenam mengenai kendala ketika membikin kerajinan bakul.

“Kendala yang utama sebenarnya lahannya menyempit, bahanbakunya mulai menghilang. Jadinyakan percuma membuat bakul kalau bahan dasarnya dari plastik, kalau purun kan otomatis dirawat, itu pertama. Kendala kedua adalah pemasarannya, trend-trend saat ini memang mungkin sudah kelihatan yaaa. Dulu bakul dilihat kuno, jadul, tetapi sekarang sudah berubah, sekarang hanya bagaimana kemasannya. Itulah kelemahannya, kita harus bekerjasama dengan orang yang lebih paham. Kalau dari masyarakat nyakan ooh ini contohnya begini, bisa belajar sendiri merekanya kan. Cuma di kaminya yang bingung. Jadi seperti itu perlu kerja sama, pendekatan dan salah satu yang menarik saat ini, teman-teman sudah mulai yang jago mendesain. Jadi, desainernya juga kita gak punya.”¹⁷⁰

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH bahwa kendala dari pengrajin bakul terdapat pada bahan bakulnya yang semakin hari mulai menghilang. Selanjutnya pada pemasaran kemasan yang mesti terlihat menarik, namun masih kurang pada SDM yang pintar untuk mendesain kemasan tersebut.

Selanjutnya pertanyaan ketujuh mengenai karakteristik bakul

“Pertama dari sisi budaya, disitu menceritakan kesabaran, karena prosesnya memang panjang, dari mereka menunggu bahan bakunya yang matang, dijemur dulu, mereka harus gepengin dulu, dan lain sebagainya. Filosofi kesabarannya, mengayamnya itu gak gampang, orang mungkin melihat bakul itu biasa, tetapi proses menganyamnya itu ga gampang yang perlu kesabaran yang penting. Bahwa orang-orang dayak, banjar

¹⁶⁹Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

¹⁷⁰Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

yang melakukan ini adalah orang-orang yang baik, sabar. Kemudian di situ juga ada doa. Jadi, ketika kondisi emosional kita tinggi, maka barang itu tidak akan jadi. Terus sambil berdoa maka jadilah barang itu lebih baik lagi dan lebih bagus lagi. Filosofi lainnya adalah mengakrabkan baik itu keluarga, tetangga. Jadi ketika menganyam itukan biasa bersama orang lain, mengobrol, bercerita dan itu membahagiakan. Jadi, di filosofi di situ yang saya lihat, bukan kepada ramah lingkungannya, karena itu yang bisa di jual.”¹⁷¹

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH menjelaskan bahwa karakteristik bakul yang dilihat paling pertama adalah budayanya dan ada nilai filosofinya yaitu kesabaran dan doa. Jadi, bukan terletak pada ramah lingkungannya tetapi pada nilai filosofinya.

Selanjutnya pertanyaan kedelapan apakah bakul dapat mengurangi limbah bahkan menyaingin penyebaran plastik saat ini.

“Seperti yang saya bilang tadi, hal ini berbicara tentang komitmen bersama, bukan hanya di masyarakat yang membeli bakulnya, tetapi juga pemerintahnya yang mengeluarkan kebijakannya, yang memproduksinya. Misalkan kitanya oke menggunakan bakul, tetapi yang memproduksinya itu juga tidak ditekan dan tidak merubahnya menjadi yang mudah di daur ulang, dan pemerintahnya membiarkannya saja, yaa percuma saja.”¹⁷²

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH mengatakan bahwa masalah tentang limbah itu terletak pada komitmen bersama yang di jalankan oleh masyarakat, pemerintah dan perusahaan yang memproduksinya. Jadi, belum tentu juga bakul dapat mengurangi limbah bahkan bisa menyaingin penyebaran plastik saat ini.

Selanjutnya pertanyaan kesembilan mengenai harga bakul, berikut penuturannya:

¹⁷¹Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

¹⁷²Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

“Jadi begini, kadang kala kita melihat segala sesuatu dari harga yang murah, tahan lama secara ekonomis. Namun, apakah kita pernah melihat di situ ada sesuatu budaya yang tidak bisa di jual belikan dalam bentuk uang. Kalau saya melihatnya seperti ini, saya tidak mau ngomong kisaran harga bakul, tetapi dari jerih payah mereka, ada jerih payah manusia, perlindungan lingkungannya, ada filosofinya, disitu akan ada kenangan bahkan bisa bertahan lama, jangka panjang. Mindset orangnya dulu kita rubah, pola pikir orangnya dulu, kalau orang ngomongnya harga, yaa pasti nyinyir aahhh harganya mahal, barangnya cuman segini. Mindsetnya gak berubah, maka mindset dulu yang harus di rubah.”¹⁷³

Berdasarkan dari penuturan Bapak DNH tidak mau mengatakan tentang harga bakul karena subjek melihat bakul tidak dari harganya tetapi pada nilai budaya yang tidak bisa di jual belikan dalam bentuk uang.

2. Implementasi Konsumen Hijau (*Green Customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya

Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan. Kemudian konsumen hijau (*green customers*) merupakan kelanjutan dari konsumen global yang dimulai dengan adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan yang semakin kuat. Produk yang diinginkan oleh konsumen bukan benar-benar hijau, tetapi meminimalisasi tingkat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan.¹⁷⁴

Maksud dari pertanyaan diatas adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi konsumen hijau (*green customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya, dari satu rumusan masalah diatas peneliti membuat beberapa pertanyaan yang akan diajukan untuk para subjek yaitu berapa lama

¹⁷³Wawancara dengan Bapak DNH pada 18 Juli 2021.

¹⁷⁴Bernard E. Silaban dan Emanuella Annastasia, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta*, Jurnal Manajemen Bisnis, Institut Bisnis Nusantara, Vol. 22, No. 01, 2019, h. 92.

dan apakah puas ketika menggunakan bakul, apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, apakah keunggulan komparatif di bakul terlihat ketika menggunakannya, apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, bagaimana sikap dan cara mengajak orang lain untuk menggunakan bakul. Untuk itu peneliti melakukan wawancara langsung dengan sepuluh subjek yang sedang berbelanja ke pasar menggunakan bakul di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Adapun hasil wawancara tersebut diuraikan dibawah ini:

- a) Subjek pertama adalah Ibu SR yang lahir di Amuntai 07 Agustus 1982 dan sekarang berumur 39 tahun. Ibu SR merupakan lulusan D1 Administrasi Komputer dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu SR di pasar Halmahera, Kota Palangka Raya pada hari Sabtu, 17 Juli 2021 pukul 08.00 WIB-08.30 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu SR berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan *“sudah lama, lawas sudah 10 tahun an dan puas haja memakainya, karena*

mudah, nyaman, murah, dan menjual harga bakul jua nyaman.”¹⁷⁵

Terjemahan pernyataan adalah: “Sudah lama 10 tahunan dan merasa puas ketika menggunakannya karena mudah, enak, murah dan harga bakul ketika di jual enak.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, subjek Ibu SR mengatakan bahwa menggunakan bakul sudah 10 tahunan dan merasa puas ketika menggunakannya karena mudah, nyaman, murah dan ketika bakul di jual harganya enak.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan “*Enggak selalu pang, bila beli banyak barang pakai bakul, kalo yang ringan-ringan tu pakai kantong kresek ai.*”¹⁷⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak selalu, kalau membeli barang banyak baru menggunakan bakul, misalkan tidak tetap menggunakan plastik.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa ketika menggunakan bakul hanya saat banyak membeli barang sedangkan jika sedikit atau belanjanya ringan tetap menggunakan kantong kresek.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul. Penuturan subjek I Ibu SR, “*Ada, tempat pengajian bisa juga tapi bakul yang bermotif-motif, yang berwarna-warna, ada yang bagus banar. Kawa*

¹⁷⁵Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁷⁶Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

*di tempat sholat, di bawa-bawa ke tempat ibadah tikar kecil di bikin motif bagiannya.”*¹⁷⁷

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Ada, ketika ke tempat pengajian bisa juga menggunakan bakul tetapi yang bermotif dan berwarna. Selain itu ke tempat beribadah untuk sholat biasanya ada tikar kecil yang bermotif.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa selain pasar ada tempat lain yang dikunjungi untuk menggunakan bakul yaitu tempat pengajian tetapi bakul yang bermotif-motif, ada tikar kecil juga yang di bawa untuk dijadikan tempat sholat.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “*Ada yang dari tali meliar sama dari paekat. Paekat tu bisa jua jadi tikar, bakul paekat ada juga.*”¹⁷⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Ada yang berasal dari tali meliar dan paekat. Berasal dari paekat bisa juga dijadikan tikar dan bakul.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa produk ramah lingkungan sejenis yang digunakan juga adalah tikar dan bakul tetapi yang berasal dari tali meliar dan paekat.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “membedakannya dari yang lain, ya itu membuat tertarik, motif menarik, harga terjangkau.”¹⁷⁹

¹⁷⁷Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁷⁸Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁷⁹Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa keunggulan komparatif bakul yang terlihat ketika menggunakannya terdapat pada motif yang menarik dan harganya terjangkau.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan "*kebanyakan orang yang anu ja, yang suka, yang hobi hanyar mau memakainya.*"¹⁸⁰ Terjemahan pernyataan adalah: "Kebanyakan orang yang suka dan hobi yang mau menggunakannya."

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul terdapat pada orang yang menggunakan bakul itu sendiri yaitu orang-orang yang suka saja terhadap bakul.

Setelah dilihat dari pernyataan subjek sebelumnya bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul itu berasal dari masyarakatnya sendiri yang tidak menggunakannya, maka peneliti disini menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan: Penuturan subjek I Ibu SR, "*Sikapku yaaa mengajak mereka dan cara mengajak buhannya supaya memakai jua menampaiakan yang motif-motif tu pang, hanyar menarik pakai buhannya. Kalau hanya satu macam haja, orang jarang suka.*"¹⁸¹ Terjemahan pernyataan adalah: "Sikap saya mengajak mereka dan caranya dengan menunjukkan bakul yang

¹⁸⁰Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁸¹Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

bermotif agar mereka tertarik. Kalau satu macam saja, jarang ada yang suka.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa sikap yang dilakukan jika melihat orang lain tidak menggunakan bakul adalah mengajak untuk menggunakannya juga dan cara mengajaknya yaitu memperlihatkan motif-motif dari bakul itu sendiri karena jika hanya satu macam motif saja jarang ada yang suka.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan, “*kadedang pang mun itu lah.*”¹⁸² Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada kalau hal itu.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika mereka sudah menggunakan bakul.

- b) Subjek kedua adalah Ibu A yang merupakan lulusan SD di Danau Panggang dan seorang pekerja swasta/pedagang di Pasar Mendawai. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu A pada Sabtu, 17 Juli 2021 pukul 10.00 WIB-11.30 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu A berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan:

Penuturan subjek II Ibu A:

¹⁸²Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 17 Juli 2021.

*“Mulai dari kampung ding ai. Mulai dari tahun 80 ding ai. 40 tahunan sudah hitungannya dan puas haja memakainya soalnya tahan berapa tahun itu membawanya. Istilahnya kita kan dari kampung itu aja yang sudah terbiasa”*¹⁸³

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Semenjak kampung dik. Mulai dari tahun 80, sehingga 40 tahunan sudah menggunakannya dan merasa puas saja ketika menggunakan. Sehingga terbiasa karena sudah semenjak kampung menggunakannya.”

Berdasarkan dari penuturan subjek Ibu A mengatakan bahwa menggunakan bakul semenjak dari kampung mulai tahun 80 an. Sehingga jika di hitung menggunakan bakul sudah 40 tahunan dan merasa puas saja ketika menggunakannya karena tahan beberapa tahun dan sudah terbiasa dari kampung.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan *“Iih, kadedda yang lain, sampai wadah duit gin bakul.”*¹⁸⁴ Terjemahan pernyataan adalah: *“Iya, gak ada yang lain, sampai tempat uang saja menggunakan bakul.”*

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa ke pasar harus selalu menggunakan bakul bahkan tempat uang berasal dari bakul.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat lain yang di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan *“acil tu mun ke swalayan kita ke sananya pakai tas, soalnya kita kada nyaman kalo. Misal ke pasar malam pakai bakul.”*¹⁸⁵ Terjemahan

¹⁸³Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁸⁴Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁸⁵Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

pernyataan adalah: “Tante ke swalayan menggunakan tas karena tidak enak kalau ke pasar tetap menggunakan bakul.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa menggunakan bakul ketika ke pasar saja, sedangkan jika ke swalayan tidak menggunakannya karena tidak enak dengan orang lain

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “*iih ada, kami guringan pakai tikar sejenis ini jua. Tikar ni dingin kalo.*”¹⁸⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Iya ada, menggunakan tikar untuk tidur karena tikar dingin.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa selain bakul ada juga menggunakan tikar ketika ingin tidur karena tikar bahannya dingin.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan:

Penuturan subjek II Ibu A:

*“Kelebihannya kita kawa membawa banyak isinya, amunnya kantong misalkan gonol kan terkadang talinya yang pagat. Kalo bakul kan tahan, isinya kawa banyak kaya nasi, segala wadah duit kan kawa tahan lawas. Kawa membuat sayur banyak-banyak di dalamnya.”*¹⁸⁷

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Kelebihannya dapat memuat banyak, sedangkan plastik memang besar tetapi talinya mudah putus. Kalau bakul kuat, bisa dimasukkan nasi dan dijadikan tempat uang karena tahan lama. Bisa memasukkan sayur banyak di dalam bakul.”

¹⁸⁶Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁸⁷Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa keunggulan komparatif bakul adalah dapat memuat banyak barang seperti sayur, nasi dan lain sebagainya. Kemudian bakul juga di katakan kuat karena talinya tidak mudah putus dan dapat dijadikan tempat uang.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan:

Penuturan subjek II Ibu A:

“Kadeda pang. Ujar orang tua ku tu kan, amun pakai bakul tu istilahnya turun menurun rezeki tu kada bisa habis, rezeki tu ada ja. Mulai dari mama ku dulu kan bejualan bedagang pakai bakul, jadi maksudnya turun menurun tu rezeki tu jar sidin nang kaya apa ja turun tarus, biar sedikit tapi ada.”¹⁸⁸

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Tidak ada. Kata orang tua dulu kalau menggunakan bakul dapat membuat rezeki turun menurun dan tidak akan habis. Semenjak dari ibu dulu berdagang menggunakan bakul. Jadi kata orang tua dulu rezeki selalu ada, meskipun sedikit tapi ada.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul tidak ada. Subjek juga menyatakan bahwa dari orang tua memberikan nilai budaya yaitu jika menggunakan bakul rezeki turun menurun tidak akan habis.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan:

Penuturan subjek II Ibu A:

¹⁸⁸Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

“Mengajak buhannya pang supaya memakai jua, tapi kalo keponakanku, kakaku kan pakai bakul ja, keluargaku pakai haja. Karena kan khas dari kampung. Amun orang lainku padahi jua misalkan bakul ni awet, dibandingkan kantong tu kan kita berapa menukarnya. Jadi, bila pakai bakul kemana haja mun ke pasar bejalanan pakai bakul ja, tapi mun ke swalayan enggan jua memakainya.”¹⁸⁹

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Mengajak mereka agar menggunakan juga tetapi keluarga seperti anak-anak, kakak menggunakan bakul karena ciri khas dari kampung. Kalau orang lain dikasih tau bahwa bakul awet di bandingkan plastik. Jadi, menggunakan bakul kemana saja kalau ke pasar tapi swalayan enggan juga menggunakannya.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa sikap yang dilakukan jika melihat orang lain tidak menggunakan bakul adalah mengajak untuk menggunakannya juga dan cara menarik orang lain untuk menggunakan bakul adalah mengatakan bakul itu awet dan dapat digunakan kemana saja, sedangkan jika menggunakan plastik perlu untuk membelinya beberapa kali.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan, *“kadedapang.”*¹⁹⁰ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu A bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika mereka sudah menggunakan bakul. .

- c) Subjek ketiga adalah Ibu SIR yang lahir di Banjarmasin, 15 Desember 1962 dan sekarang berumur 59 tahun. Ibu SR merupakan lulusan SMA di Anjir, Kalimantan Selatan dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang di Pasar Rajawali. Pada kesempatan yang tidak terlalu

¹⁸⁹Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁹⁰Wawancara dengan Ibu A pada tanggal 17 Juli 2021.

lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu SIR di Pasar Rajawali pada hari Sabtu, 17 Juli 2021 Pukul 14.00 WIB-15.00 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu SIR berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan:

Penuturan subjek III Ibu SIR

“Orang tua jua dulu kan, jadi ada punya bakul-bakul tu nah. Masih ai ingat tradisi nang kaya orang tua ai ketu nah, selain baik manfaatnya untuk di pakai, itu ja pang kenapa masih memakai dan puas atau kada yaa biasa ai, merasa nyaman haja tu na intinya.”¹⁹¹

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Orang tua dulu ada memiliki bakul. Ingat tradisi orang tua dulu juga selain baik manfaat untuk menggunakannya, puas dan merasa enak saja intinya.”

Berdasarkan dari penuturan subjek Ibu SIR mengatakan bahwa menggunakan bakul dari orang tua terdahulu, yang menjadi tradisi hingga sampai sekarang dan manfaat dari bakul itu sendiri terasa oleh subjek. Kemudian ketika menggunakan bakul ke pasar merasa puas karena enak untuk digunakan.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan:

Penuturan subjek III Ibu SIR:

¹⁹¹Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

*“Tergantung bawaan pang, kalonya nang kaya barat-barat nyamannya bakul pang kada beresiko, amunnya kantong bisa sobek, kalau bakul menurutku teman sedikit, kenyamanannya itu ja pang.”*¹⁹²

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Tergantung belanja, misalkan berat enak menggunakan bakul karena tidak beresiko, kalau plastik bisa rusak.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa ketika menggunakan bakul tergantung barang belanja, jika berat maka yang digunakan bakul agar aman, tidak mempunyai resiko dan tidak sobek seperti plastik

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan *“kadede pang ke pasar haja, dari rumah ke tempat istirahat ke wadah jualan, ke pasar.”*¹⁹³ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, hanya ke pasar saja dari rumah ke tempat istirahat kemudian ke tempat berdagang kemudian ke pasar lagi.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa menggunakan bakul ketika ke pasar kemudian ke tempat jualan, tidak ada menggunakan ke swalayan atau toko modern lainnya.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan:

Penuturan subjek III Ibu SIR:

“Kalo waktu kemaren tu, waktu hidup arwah suami tu, ada lapik buat istirahat tu na. Jarnya nyaman menggunakan itu, dingin, waktu hidup

¹⁹²Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁹³Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

arwah suami tu suka beli purun. Kadang buah langsung pakai itu jua lapiknya, bagus.”¹⁹⁴

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Ketika suami masih hidup ada tikar untuk istirahat. Katanya enak menggunakannya karena dingin dan suami juga suka membeli bakul.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa selain bakul ada juga menggunakan tikar sebagai alas tidur dan tempat meletakkan buah-buahan. Selain itu tikar juga dingin jika digunakan untuk tidur.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “*tau ja pang ada kelebihannya tu. Nyatanya kan lebih kuat ibaratnya kalo di pakai tu.*”¹⁹⁵

Terjemahan pernyataan adalah: “Mengetahui saja kelebihannya. Ketika menggunakan bakul lebih kuat.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa keunggulan komparatif bakul adalah kuat.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan, “*Nah, kada tapi memperhatikan jua pang lah. Oleh rasaku kita kan beda-beda pang sukanya, maupun hal produk yang baru. Kita-kita, orang-orang, ketu ja pang prinsip ku.*”¹⁹⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak terlalu memperhatikan juga karena kitakan berbeda-beda.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa tidak terlalu memperhatikan kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul tetapi

¹⁹⁴Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁹⁵Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁹⁶Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

subjek mengatakan bahwa hambatannya ada pada diri pribadi masyarakatnya sendiri yaitu suka atau tidak menggunakan bakul ketika ke pasar.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan:

Penuturan subjek III Ibu SIR:

“Tesarah inya ja pang handak memakai atau kada. Kadada ai pang mengajak tu lah, mungkin kaya aku jua kah terbiasa dari orang tuanya kah, apakah. Mungkin merasa manfaatnya jua nang kaya aku, ketu ai.”¹⁹⁷

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Tergantung mereka ingin menggunakan atau tidak. Tidak ada mengajak, mungkin seperti aku juga yang terbiasa dari orang tua dulu yang merasakan manfaatnya.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa sikapnya tidak terlalu memperdulikan orang lain yang tidak menggunakan bakul dan tidak terlalu memikirkan cara menarik orang lain untuk menggunakan bakul. Subjek menyatakan bahwa hal tersebut tergantung pada orangnya sendiri. Bisa jadi menggunakan bakul karena orang tua yang dulu menggunakan juga ataupun sudah merasakan manfaat dari menggunakan bakul itu sendiri.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan, *“kadada pang.”¹⁹⁸* Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada.”

¹⁹⁷Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

¹⁹⁸Wawancara dengan Ibu SIR pada tanggal 17 Juli 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu SIR bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika mereka sudah menggunakan bakul.

d) Subjek keempat adalah Ibu SR yang tidak sekolah dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu SR di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Kamis, 22 Juli 2021 Pukul 06.30 WIB – 07.30 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu SR berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan *“Lawas ai sudah. 4-5 tahun ai aku ni memakai bakul dan puas haja pang. Imbahnya mun kadeda wadah kalo, nang bakul ni di buati, mun sampai ampih ai memakai.”*¹⁹⁹ Terjemahan pernyataan adalah: “Lama, 4-5 tahun menggunakan bakul dan puas juga. Misalkan tidak ada tempat, bakul yang digunakan sampai selesai menggunakannya.”

Berdasarkan dari penuturan subjek Ibu SR mengatakan bahwa menggunakan bakul sudah 4 – 5 tahunan dan merasa puas karena dapat dimuat sebagai tempat barang yang lain..

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan, *“Amun bawaan barat pakai bakul*

¹⁹⁹Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

*bisa ai, tekadang bekarung jua, tekadang bebakul. Paling bisa ja membawa bakul setumat-setumat ke rumah, imbah tu bawa lagi ke pasar.”*²⁰⁰

Terjemahan pernyataan adalah: “Misalkan belanjaan berat menggunakan bakul bahkan sampai menggunakan karung. Bakul juga digunakan sebentar ke rumah kemudian ke pasar lagi.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa ketika menggunakan bakul hanya saat banyak membeli barang bahkan terkadang bakul itu diganti dengan karung jika belanjanya banyak.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan:

Penuturan subjek IV Ibu SR:

*“Kada, sini ja ding ai, kada bisa kemana-mana. Kada bisa nang hari-hari membawa bakul, lain urang yang warung-warung tu kalo ding banyak, setiap harikan nenteng pakai bejualan. Aku jua jarang bejalan, bisa di sini ja. Kada bisa belanja nukar ini, nukar ini, kada bisa, soalnya tekadang ada anakku, ada lakiku pakai betetukar.”*²⁰¹

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Tidak, di sini saja.. Tidak bisa menggunakan bakul setiap hari, berbeda dengan yang berjualan yang emgunakan setiap hari. Saya jarang berjalan membeli ini dan ituu karena biasanya anak dan suami yang berbelanja.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa tidak ada menggunakan bakul ke tempat lain selain pasar karena subjek tidak terlalu berbelanja setiap hari dan belanja yang banyak.

²⁰⁰Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

²⁰¹Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “*tikar tu ada ja pang di rumah mun haratan makanan, purun tu kan nyaman mun dijadii lapik beduduk.*”²⁰² Terjemahan pernyataan adalah: “Tikar ada di rumah misalkan ketika makan dijadikan alas untuk duduk.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa produk ramah lingkungan sejenis yang digunakan juga adalah tikar yang digunakan untuk alas ketika makan karena nyaman

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “*kadedda ai aku melihat, jarang jua sebujuhnya ke pasar, paling menukar iwak di muka situ haja, habis tu sudah ai bulik.*”²⁰³ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, sebenarnya jarang melihat tentang hal itu karena setelah daari pasar yang ada di depan kembali lagi.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa tidak ada melihat keunggulan komparatif dari bakul ketika menggunakan bakulnya karena subjek menggunakan bakul hanya di tempat-tempat terdekat.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kadedda pang ding ai lah nang kaya itu.*”²⁰⁴ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa tidak merasa ada kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul.

²⁰²Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

²⁰³Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

²⁰⁴Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan, “*Kadedda pang ding ai, kada tahu aku, kadang orang tu handak capat-capat jua. Jadi kadedda ai nang segala membawai bebakul tuh, tesarah inya haja pang handak makai atau kada.*”²⁰⁵ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada dik, terkadang orang mau cepat-cepat juga. Jadi tidak ada mengajak menggunakan bakul, terserah mau menggunakan atau tidak.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa tidak ada mengajak orang lain untuk menggunakan bakul karena orang-orang terkadang ingin cepat setelah berbelanja dari pasar dan hal tersebut juga tergantung pada orang itu sendiri mau menggunakan atau tidak.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan, “*kadedda, biar kebakaran kada bisa di bari urang ding ai. Dahulu habis tebakar kada bisa di bari urang.*”²⁰⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada. Bahkan meski terjadi kebakaran tidak ada diberikan uang dik. Dulu habis terbakar tidak juga diberikan oleh mereka.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu SR bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika sudah menggunakan bakul.

- e) Subjek kelima adalah Ibu MM yang lahir di Martapura, 07 Oktober 1963 dan sekarang berumur 58 tahun. Ibu MM merupakan lulusan SMP/MTs di

²⁰⁵Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

²⁰⁶Wawancara dengan Ibu SR pada tanggal 22 Juli 2021.

Martapura dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu MM di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Minggu, 01 Agustus 2021 Pukul 06.00 WIB – 06.30 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu MM berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan *“lawas ai aku memakai bakul ni, macam-macam bakul ai ku bawa habis tu puas ai aku memakai.”*²⁰⁷ Terjemahan pernyataan adalah: “Lama sudah menggunakan bakul ini, bermacam-macam bakul digunakan dan puas saja menggunakannya.”

Berdasarkan dari penuturan subjek Ibu MM mengatakan bahwa menggunakan bakul sudah lama, bermacam-macam bakul yang sudah digunakan dan merasa puas ketika menggunakannya.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan *“tergantung bawaan am, mun misalkan banyak bawaan hanyar bawa bakul.”*²⁰⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Tergantung belanjaan, misalkan banyak menggunakan bakul.”

²⁰⁷Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

²⁰⁸Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa ketika menggunakan bakul tergantung banyaknya barang belanja, jika banyak maka menggunakan bakul.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan *“kadedang pang, paling membawa tas mun ke wadah lain tuh, bakul khusus ke pasar ai.”*²⁰⁹ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, kalau ke tempat lain menggunakan tas, bakul hanya khusus ke pasar.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa tidak ada menggunakan bakul ke tempat lain selain pasar, bakul digunakan khusus untuk ke pasar dan jika ke tempat lain maka menggunakan tas yang lain.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan, *“Ada ai aku tikar nginih di rumah. Tikar purun ni nyaman di pakai, ibarat wadah pemakanan nasi nih, kada berair, kada tegelingsir cucu-cucuku tuh.”*²¹⁰ Terjemahan pernyataan adalah: “Ada tikar di rumah. Tikar dari purun enak digunakan, bisa dijadikan tempat nasi juga, tidak berair dan tidak membuat cucu-cucu tergelincir.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa produk ramah lingkungan sejenis yang digunakan juga adalah tikar yang digunakan untuk alas ketika makan karena nyaman dan membuat cucu-cucunya tidak mudah terjatuh.

²⁰⁹Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

²¹⁰Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “*kuat, nyaman di bawa ke pasar bawaan kawa banyak.*”²¹¹ Terjemahan pernyataan adalah: “Kuat, enak digunakan ke pasar belanjaan bisa dimuat banyak.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa keunggulan komparatif dari bakul adalah kuat dan nyaman untuk di bawa ke pasar karena muatannya yang dapat membawa banyak barang.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kadedda pang, rasa nyaman haja.*”²¹² Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, enak saja.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul tidak ada karena bakul nyaman saja untuk digunakan.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan “*kadedda pang aku membawai pakai bakul, tesarah buhannya ai.*”²¹³ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, saya mengajak menggunakan bakul karena tergantung mereka saja.”

²¹¹Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

²¹²Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

²¹³Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa tidak ada mengajak orang lain untuk menggunakan bakul karena tergantung pada orang itu sendiri mau menggunakan atau tidak.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan, “*kadedda pang lah.*”²¹⁴ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu MM bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika sudah menggunakan bakul.

- f) Subjek keenam adalah Ibu J yang lahir di Binuang, Kalimantan Selatan, 03 Maret 1965 dan sekarang berumur 56 tahun. Ibu J merupakan lulusan SDN 1 Tungkap, Binuang, Kalimantan Selatan dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu J di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Selasa, 24 Juli 2021 Pukul 06.30 WIB – 07.00 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu J berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan: “*Itu lama dah, kalau bakul tu turun menurun dari kuitan. Labih dari 50 tahun an dah memakai dan puas haja pas memakainya, kalo belanja kada bececeran,*

²¹⁴Wawancara dengan Ibu MM pada tanggal 01 Agustus 2021.

enak memakainya.”²¹⁵ Terjemahan pernyataan adalah: “Lama sudah, bakul digunakan turun-menurun dari orang tua, kalau berbelanja tidak berceceran enak menggunakannya.”

Berdasarkan dari penuturan subjek Ibu J mengatakan bahwa menggunakan bakul sudah lama, turun menurun dari orang tua dan jika di perhitungkan sekitar 50 tahun an lebih. Kemudian subjek merasa puas ketika menggunakan bakul ke pasar karena barang jadinya tidak berhambur dan bakul juga enak digunakan.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan “*tergantung belanjaan haja, kalau belanjaan itu rencananya banyak, yaa persiapannya bawa bakul. Kalau cuma sedikit yaaa kada usah.*”²¹⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Tergantung belanjaan, misalkan belanjaan rencananya banyak maka dipersiapkan untuk menggunakan bakul. Kalau sedikit yaa tidak perlu.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa ketika menggunakan bakul tergantung banyaknya barang belanja, jika berencana banyak berbelanja maka bakul dipersiapkan untuk di bawa.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan: “*Kalo bawa bakul tu paling ke pasar atau ke hutan, mencari segala kelakai, pakai membuat sesangoan, banyu, parang lah ngarannya ke*

²¹⁵Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

²¹⁶Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

hutan, untuk memasukki peralatan haja.”²¹⁷ Terjemahan pernyataan adalah: “Kalau menggunakan bakul ketika ke pasar atau ke hutan, digunakan untuk mencari sayur kelakai, membawa bekal dan pisau ketika ke pasar untuk memasukkan peralatan.”^s

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa membawa bakul selain ke pasar adalah hutan untuk membantu membawa barang-barang ketika ke hutan.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “*kada, bakul haja ada.*”²¹⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak, bakul saja.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa tidak ada menggunakan produk ramah lingkungan yang lain selain bakul.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan:

Penuturan subjek VI Ibu J:

*“Kalau bakul tu kan praktis, kalau di bawa kemana-mana enak, barang kada bececeran, semua barang di situ aja kan. Kalo kantong kan bisa tetinggal di sana, di situ kadang-kadang kita kan lupa. Sering belanja kaya itu, kalo kadeda tempat.”*²¹⁹

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Bakul itu praktis, misalkan digunakan enak. Barang belanjaan tidak tercecer, semua barang disitu saja. Kalau plastik bisa tertinggal dan terkadang lupa.”

²¹⁷Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

²¹⁸Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

²¹⁹Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa keunggulan komparatif dari bakul adalah praktis dan enak di bawa kemana-mana, membuat barang belanjaan tidak berantakan.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kadedda, nyaman ai.*”²²⁰ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, enak saja.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul tidak ada karena bakul nyaman saja untuk digunakan.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan:

Penuturan subjek VI Ibu J:

*“Mengajaki tu ada ai rancak. Biasanya ada pang ngomong, andaikan orang belanja telalu banyak. Aku kadang menegur, aduh enak kalau pakai bakul, malas katanya. Jadi tergantung orangnya ai. Orang jua kadang merasa gengsi kalo, kaya malu oleh ibaratnyakan yang makai bakul tu orang kampung. Amun orang-orang kota walaupun tua kadang kada mau, ribetlah katanya padahal justru enak kalau pakai kaya gitu. Anak-anak muda gin kada tapi handak jua memakai kadang tu yaa gengsi tu tadi pang kecuali yang bemotif tu gin jarang jua.”*²²¹

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Mengajak itu sering. Biasanya saya berbicara misalkan berbelanja terlalu banyak. Saya menegur dan bilang, ‘aduh enak kalau menggunakan bakul dan di jawab malas katanya.’ Jadi, tergantung orangnya saja. Mereka juga gengsi biasanya, malu menggunakan bakul karena dilihat seperti orang kampung. Misalkan orang-orang kota meskipun tua, tidak mau menggunakan karena sulitlah katanya

²²⁰Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

²²¹Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

padahalkan sebenarnya enak. Anak-anak muda juga tidak terlalu mau menggunakan karena gengsi kecuali yang bermotif, itupun jarang.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa sikapnya adalah mengajak jika orang tidak menggunakan bakul dan cara mengajaknya yaitu dengan menegur bahwa menggunakan bakul itu enak, tetapi tergantung orangnya kembali mau menggunakan atau tidak.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kadede pan, itu inisiatif sorangan haja kadede dari mana-mana.*”²²² Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, itu inisiatif sendiri saja tidak dari mana-mana.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu J bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi. Subjek menggunakan bakul karena inisiatif dari diri sendiri.

- g) Subjek ketujuh adalah Ibu YSW yang lahir di Pleaihari, 06 Juli 1966 dan sekarang berumur 55 tahun. Ibu YSW merupakan lulusan SMAN 1 Martapura, Kalimantan Selatan dan seorang pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu YSW di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Selasa, 24 Juli 2021 Pukul 07.20 WIB – 07.50 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu YSW berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

²²²Wawancara dengan Ibu J pada tanggal 24 Juli 2021.

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan:

Penuturan subjek VII Ibu YSW:

*“Lama, dari aku jual wadai, puluhan tahun lebih dan memakainya puas jua oleh kuat kalo kresék kan setumat putus, dengan hemat. Pakai bakul kan kada beulang-ulang menukar, bisa sampai empat lima bulan hanyar menukar. Nyaman lawan banyak muatannya jua.”*²²³

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Lama, dari berjualan kue, puluhan tahun lebih dan ketika menggunakannya juga puas karena kuat dan hemat, sedangkan plastik mudah putus. Misalkan menggunakan bakul, tidak membeli terus-menerus, dapat digunakan empat sampai lima bulan baru membeli yang baru. Enak dan muat untuk banyak barang.”

Berdasarkan penuturan subjek Ibu YSW mengatakan bahwa menggunakan bakul sudah lama dari berjualan kue, jika diperkirakan sudah puluhan tahun. Kemudian subjek juga puas ketika menggunakan bakul ke pasar karena kuat, hemat dan muatan dapat banyak.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan *“ih, memang pakai bakul aku tiap hari, jarang bisa pakai kresék tu, kecuali kada ingat membawa bakul.”*²²⁴

Terjemahan pernyataan adalah: “Iya, bakul digunakan setiap hari, jarang menggunakan plastik kecuali lupa membawa bakul.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa ketika ke pasar berbelanja harus menggunakan bakul karena jarang menggunakan plastik.

Menggunakan plastik jika lupa membawa bakul ke pasar.

²²³ Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

²²⁴ Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan:

Penuturan subjek VII Ibu YSW:

“Ada, tapi bakul dari rotan yang bermotif yang behiasan, nang kaya tas. Kadang di bawa ke pengajian, dibawa pakai baju muslim, mukena segala. Amun bakul purun tu kada, paling dibawa ke pasar lawan pakai membasuh baras.”²²⁵

Terjemahan pernyataan di atas adalah:

“Ada, tetapi bakul yang dari rotan yang bermotif yang dihias seperti tas. Terkadang digunakan ke pengajian dan sebagai tempat baju muslim dan mukena. Kalau bakul dari purun itu tidak ada, paling digunakan ke pasar dan mencuci beras.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa selain pasar ada tempat lain untuk membawa bakul yaitu tempat pengajian. Namun, bakul yang digunakan yang berbentuk tas, yang sudah bermotif bukan bakul purun biasa.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan *“bakul haja pang ada di rumah tu.”²²⁶* Terjemahan pernyataan adalah: “Bakul saja dirumah.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa tidak ada menggunakan produk ramah lingkungan yang lain selain bakul.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan *“manfaatnya*

²²⁵Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

²²⁶Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

banyak, tahan lama, awet, hemat.”²²⁷ Terjemahan pernyataan adalah: “Manfaatnya yang tahan lama, kuat dan hemat.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa keunggulan komparatif dari bakul adalah tahan lama, awet dan hemat.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan, “*Kadeda pang mun aku. Cuman yang jelas orang lain kadang tu malas membawa, kayanya repot, sebagian jua ada yang supan makanya jadi kada memakai.*”²²⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada kalau aku. Terkadang orang malas menggunakannya karena repot dan ada juga karena malu untuk menggunakannya.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul tidak ada, hanya saja orang lain tidak menggunakan bakul karena bakul di lihat membawanya susah dan ada juga yang malu menggunakannya.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan “*rancak ai membawai menukar bakul, inya kada mau, ngalih jar nyaman kresek.*”²²⁹ Terjemahan pernyataan adalah: “Sering mengajak untuk menggunakan bakul, tetapi tidak mau dan mengatakan lebih enak menggunakan plastik.”

²²⁷Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

²²⁸Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

²²⁹Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa sikap dan cara mengajak jika ada orang lain tidak menggunakan bakul yaitu mengajak untuk membeli bakul tetapi terkadang orang lain merasa bakul itu susah dan lebih nyaman plastik.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kada pernah.*”²³⁰ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu YSW bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi.

h) Subjek kedelapan adalah Bapak R yang lahir di Palangka Raya, 06 Juni 1975 dan sekarang berumur 46 tahun. Bapak R merupakan lulusan STM di Palangka Raya, Kalimantan Tengah dan seorang pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Bapak R di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Minggu, 01 Agustus 2021 Pukul 07.00 WIB – 07.40 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Bapak R berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan “20

²³⁰Wawancara dengan Ibu YSW pada tanggal 24 Juli 2021.

tahunan dan puas ai karna alami.”²³¹ Terjemahan pernyataan adalah: “20 tahun dan ketika menggunakan puas saja karena alami.”

Berdasarkan penuturan subjek Bapak R mengatakan bahwa menggunakan bakul 20 tahun dan merasa puas ketika menggunakannya karena alami.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan “*nyata hari-hari membawa, apakah itu ada bawaan atau kada, yang penting membawa hari-hari.*”²³² Terjemahan pernyataan adalah: “Pasti setiap hari menggunakannya, ada atau tidak barang belanjaan yang terpenting membawa bakul setiap hari.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa ketika ke pasar berbelanja setiap hari menggunakan bakul.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kadeda pang, khusus ke pasar ai.*”²³³ “Tidak ada, khusus ke pasar ai.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa tidak menggunakan bakul selain ke pasar.

Peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “*tikar ada, gasen lapik makan,*

²³¹Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

²³²Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

²³³Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

waktu santai.”²³⁴ Terjemahan pernyataan adalah: “Tikar untuk alas makan dan untuk bersantai.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa ada menggunakan produk lain ramah lingkungan sejenis yaitu tikar sebagai alas makan dan digunakan ketika waktu santai.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “*Pertama, kuat. Kedua, simple. Kalo ada banyak bawaan tu nyaman, plastik tu kan bisa rabit, bisa halus.*”²³⁵ Terjemahan pernyataan adalah: “Pertama, kuat. Kedua, mudah. Kalau ada banyak barang belanjaan itu jadinya enak misalkan plastik bisa rusak dan kecil juga.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa keunggulan komparatif dari bakul adalah kuat, simple dan nyaman untuk di bawa.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kadeda, rasa nyaman haja pang.*”²³⁶ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, merasa enak saja.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa tidak ada merasakan kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat

²³⁴Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

²³⁵Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

²³⁶Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

menggunakan bakul juga, subjek menuturkan “*kadeda, tesarah inya ja.*”²³⁷

Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, terserah mereka saja.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa tidak ada memikirkan sikap ataupun mengajak masyarakat agar menggunakan bakul juga. Subjek menganggap hal itu dikembalikan saja kepada orang yang bersangkutan.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kada pernah pang diberi.*”²³⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada diberikan.”

Berdasarkan dari penuturan Bapak R bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika menggunakan bakul.

- i) Subjek kesembilan adalah Ibu RS yang lahir di Jember, 17 Agustus 1982 dan sekarang berumur 39 tahun. Ibu RS merupakan lulusan SMA di Samarinda, Kalimantan Barat dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu RS di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Minggu, 01 Agustus 2021 Pukul 08.00 WIB – 08.30 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu RS berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan “kalau

²³⁷Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

²³⁸Wawancara dengan Bapak R pada 01 Agustus 2021.

saya sih baru-baru aja, kalau orang tua sudah lama dan puas aja menggunakannya.”²³⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, subjek Ibu RS mengatakan bahwa menggunakan bakul baru-baru saja tetapi jika orang tua sudah lama dan juga merasa puas jika bakul digunakan ke pasar.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan “tergantung bawaannya sih. Kalau dikit-dikit gitu gak bawa deh.”²⁴⁰

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa menggunakan bakul ketika ke pasar tergantung seberapa banyak barang belanja.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “sekarang kan ada bakul kaya trendnya yang buat jalan-jalankan ada juga, tapi gak sama dengan yang biasa, cuman tetap sama modelnya aja di percantik. Itu dibawa juga.”²⁴¹

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa bakul yang digunakan ke tempat selain pasar seperti untuk jalan-jalan adalah yang modelnya sudah dipercantik bukan bakul yang biasanya.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “Tikar ada, topi, cucian beras.”²⁴²

²³⁹Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

²⁴⁰Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

²⁴¹Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

²⁴²Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa ada menggunakan produk lain ramah lingkungan sejenis yaitu tikar, topi dan bakul cucian beras untuk di rumah.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “karena bahannya enteng aja dan memuat banyak barang, harga murah yang dari Rp.15.000-Rp.35.000,-.”²⁴³

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa keunggulan komparatif dari bakul adalah bahannya yang ringan, dapat memuat banyak barang dan harga yang murah dari Rp. 15.000-Rp.35.000,-.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “gak ada sih, enak aja.”²⁴⁴

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa tidak ada kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan “terkadang di bilangin, ini loh pakai ini, kalau yang kenal-kenal, tapi kebanyakan mereka tau sendiri kok, makainya itu enak.”²⁴⁵

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa sikap dan cara mengajak agar orang lain menggunakan bakul juga adalah mengasih tau kepada yang

²⁴³Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

²⁴⁴Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

²⁴⁵Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

bersangkutan dan nanti mereka akan mengetahuinya sendiri bahwa bakul enak jika digunakan ke pasar.

Kemudian peneliti menanyakan apakah pemerintah memberikan apresiasi setelah menggunakan bakul, subjek menuturkan “belum ada sih.”²⁴⁶

Berdasarkan dari penuturan Ibu RS bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi ketika mereka sudah menggunakan bakul.

- j) Subjek kesepuluh adalah Ibu M yang lahir di Nagara, 05 Mei 1962 dan sekarang berumur 59 tahun. Ibu M merupakan lulusan SMP di Nagara, Kalimantan Selatan dan seorang ibu rumah tangga sekaligus pekerja swasta/pedagang. Pada kesempatan yang tidak terlalu lama, penulis dapat melakukan wawancara dengan Ibu M di Komplek Pasar Besar Jl. Ahmad Yani pada hari Sabtu, 17 Juli 2021 Pukul 07.00 WIB – 07.30 WIB.

Hasil wawancara yang diperoleh dari Ibu M berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan berapa lama sudah menggunakan bakul ke pasar dan apakah merasa puas ketika menggunakannya, subjek menuturkan “2 tahunan ai dan puas ja, nyaman.”²⁴⁷ Terjemahan pernyataan adalah: “2 tahunan dan ketika menggunakannya puas saja, enak juga.”

²⁴⁶Wawancara dengan Ibu RS pada 01 Agustus 2021.

²⁴⁷Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, subjek Ibu M mengatakan bahwa menggunakan sudah 2 tahun dan merasa puas ketika menggunakan bakul ke pasar.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ketika ke pasar harus selalu menggunakan bakul, subjek menuturkan “*kada jua, tergantung ai.*”²⁴⁸ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak juga.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu M bahwa tidak selalu menggunakan bakul ketika ke pasar namun tergantung kondisi belanjaan.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti yaitu apakah selain pasar ada tempat yang lain di kunjungi ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “*ke wadah bejualan makai bakul pakai meangkat barang.*”²⁴⁹ Terjemahan pernyataan adalah: “Menggunakan bakul ke tempat berjualan untuk mengangkat barang.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu M bahwa ada menggunakan bakul ke tempat lain yaitu tempat jualan sebagai tempat barang bawaan.

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada produk lain ramah lingkungan sejenis yang digunakan, subjek menuturkan “bakul plastik ada.”²⁵⁰

Berdasarkan dari penuturan Ibu M bahwa ada menggunakan produk lain ramah lingkungan sejenis yaitu bakul yang dari plastik.

²⁴⁸Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

²⁴⁹Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

²⁵⁰Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

Kemudian peneliti juga menanyakan apakah keunggulan komparatif bakul terlihat ketika menggunakannya, subjek menuturkan “kuat, tahan lama tadi.”²⁵¹

Berdasarkan dari penuturan Ibu M bahwa keunggulan komparatif dari bakul adalah kuat dan tahan lama.

Peneliti menanyakan selanjutnya apa yang menjadi kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul, subjek menuturkan “Paling putus talinya.”²⁵²

Berdasarkan dari penuturan Ibu M bahwa kesulitan atau hambatan ketika menggunakan bakul adalah talinya putus.

Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana sikap subjek ketika orang lain tidak menggunakannya dan bagaimana cara mengajak agar masyarakat menggunakan bakul juga, subjek menuturkan “*Kadedai, inisiatif ku ai karna aku suka.*”²⁵³ Terjemahan pernyataan adalah: “Tidak ada, inisiatif saya saja karena suka.”

Berdasarkan dari penuturan Ibu M bahwa sikap untuk mengajak orang lain untuk menggunakan bakul tidak ada karena subjek menggunakannya atas inisiatif sendiri bukan karena orang lain.

²⁵¹Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

²⁵²Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

²⁵³Wawancara dengan Ibu M pada 17 Juli 2021.

3. Analisis Data

1. Realitas Konsumen Hijau (*Green Customers*) di Kota Palangka Raya

Rumusan masalah pertama dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya. Realitas adalah kenyataan. Menurut Peter Berger dan Thomas Luckman realitas merupakan kualitas yang berhubungan dengan fenomena yang kita anggap berada di luar kemauan kita (sebab ia tidak dapat dienyahkan).²⁵⁴ Dalam hal ini ekonomi hijau adalah ekonomi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan manusia dan kesetaraan sosial, sekaligus mengurangi risiko lingkungan secara signifikan. Ekonomi hijau juga berarti perekonomian yang rendah atau tidak menghasilkan emisi karbondioksida dan polusi lingkungan, hemat sumber daya alam dan berkeadilan sosial. Selanjutnya, ekonomi hijau dibagi dalam beberapa hal salah satunya adalah konsumen hijau (*green customers*). Konsumen hijau (*green customers*) merupakan kelanjutan dari konsumen global yang dimulai dengan adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan yang semakin kuat. Produk yang diinginkan oleh konsumen bukan benar-benar hijau, tetapi meminimalisasi tingkat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan.²⁵⁵

Kesadaran konsumen terhadap lingkungan yang semakin meningkat mendorong untuk membeli produk ramah lingkungan, peningkatan ini ada

²⁵⁴ Aris Kurniawan, *Realitas Sosial – Pengertian, Jenis, Konsep, Budaya, Objektivikasi, Internalisasi, Para Ahli*, (Online 04 Juli 2021)

²⁵⁵ Bernard E. Silaban dan Emanuella Annastasia, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta*, Jurnal Manajemen Bisnis, Institut Bisnis Nusantara, Vol. 22, No. 01, 2019, h. 92.

karena kekhawatiran besar kemungkinan terjadinya bencana lingkungan yang mengancam, bukan hanya kesehatan, bahkan sampai pada kelangsungan hidup manusia dan keturunannya. Kesadaran terhadap lingkungan terbentuk karena pola perilaku mereka yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan menghormati eksistensi makhluk lain yang ada di muka bumi. Sikap masyarakat seperti itu akan cenderung mengembangkan sikap positif terhadap produk dan kegiatannya konsisten dengan hal tersebut karena menghargai alam. Kesadaran konsumen terkait dengan kualitas lingkungan dan terpeliharanya sumber daya alam akan menjamin kesinambungan dan keseimbangan dengan lingkungannya. Konsumen yang berorientasi hijau memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan dan memilih produk ramah lingkungan sekalipun harganya relatif mahal. Konsumen yang memiliki sikap positif dalam dampak konsumsi pada lingkungan akan cenderung juga mendukung inisiatif perlindungan lingkungan, mendaur ulang dan membeli serta menggunakan produk ramah lingkungan. Kesadaran konsumen berkorelasi positif dengan bagaimana konsumen memilih produk dan secara signifikan merupakan alat yang memprediksi dari perilaku konsumen ramah lingkungan. Kebanyakan konsumen mengetahui bahwa perilaku pembelian mereka secara langsung berpengaruh terhadap berbagai persoalan lingkungan. Sehingga ketika mereka berbelanja menyesuaikan diri dengan pertimbangan isu lingkungan. Kesadaran konsumen terhadap produk hijau juga sangat tergantung pada komitmen individu dalam mendukung kelestarian lingkungan sebagai sesuatu yang penting bagi dirinya maupun bagi masyarakat pada

umumnya, kadang seseorang merasa tidak nyaman dan tidak mudah melakukan suatu kegiatan yang mendukung lingkungan. Namun saat ini yang perlu diperhatikan adalah sikap positif konsumen yang masih di dominasi oleh kondisi sekitar dan memuaskan diri sendiri di bandingkan dengan pengetahuan tentang ramah lingkungan sehingga kesadaran tentang pentingnya lingkungan tidak ada pada mereka.

Hasil wawancara, peneliti menemukan kondisi realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya. Adapun realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya masih minimnya pengetahuan tentang lingkungan dan tidak sadar bahwa menjaga lingkungan sangatlah penting tetapi tetap menggunakan bakul. Pengetahuan lingkungan adalah serangkaian pengetahuan ekologis yang dimiliki oleh individu mengenai lingkungan. Semakin baik pengetahuan lingkungan yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen tersebut akan semakin tahu tentang kualitas produk ramah lingkungan dan akan meningkatkan motivasi mereka untuk membeli produk ramah lingkungan. Pengetahuan mengenai lingkungan adalah suatu pengetahuan dasar yang dimiliki oleh seseorang mengenai segala hal yang dapat dilakukan dan diusahakan untuk membantu dalam perlindungan lingkungan dengan memfasilitasi komitmen perilaku mereka untuk melakukan pembelian produk hijau.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa konsumen menggunakan bakul yang merupakan salah satu produk ramah lingkungan karena diketahui dan dikenal dari orang tua terdahulu. Menggunakannya karena sebuah tradisi

(kebiasaan) hingga saat ini. Ketersediaan informasi berkaitan dengan lingkungan dan produk-produk yang di klaim ramah lingkungan masih cukup minim. Mereka sangat bergantung pada tradisi atau kebiasaan orang-orang terdahulu dari keluarganya, sedangkan pasar tidak menyediakan informasi yang cukup bagi konsumen untuk mengetahui informasi sebuah produk itu hijau atau tidak.

Bagi konsumen hijau (*green customers*) penting untuk mendalami tentang pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan yang dimiliki dalam menentukan sikap dan niat beli produk hijau tersebut. Bagi konsumen hijau (*green customers*) sebaiknya lebih mempertimbangkan mengenai pengetahuan tentang lingkungan yang dimiliki terhadap niat beli produk ramah lingkungan. Kedepannya, diharapkan dapat melakukan evaluasi pengetahuan lingkungan yang ada seperti pengetahuan tentang adanya produk daur ulang. Jika hal ini diperhatikan maka akan timbul niat dari konsumen untuk melakukan pembelian atau lebih sering membeli produk tersebut. Hal ini merupakan suatu modal dasar dalam membentuk komitmen jangka panjang.

Sebagaimana pada bab II dalam postmodernisme melihat bagaimana realitas konsumen hijau (*green customers*) yang ada maka peneliti menjabarkan hasil pengamatan realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya berdasarkan pada teori postmodernisme. Masyarakat di Kota Palangka Raya pada zaman dulu secara tingkah laku alamiah menjalankan aktivitas seperti nenek moyang yang terdahulu. Zaman itu disebut dengan zaman tradisional. Apabila saat ini mendengar istilah tersebut di

pikiran masyarakat adalah sesuatu yang kuno, *jadul*,²⁵⁶ tua, pokoknya, jauh dari kekinian contoh salah satunya menggunakan bakul.

Bakul saat ini masih tetap bertahan digunakan oleh orang-orang tua, sedangkan anak-anak muda tidak mau menggunakannya sebagaimana pernyataan dari hasil wawancara subjek J yang mengatakan bahwa anak-anak muda tidak ingin menggunakan bakul ketika ke pasar karena alasannya adalah gengsi atau menganggap bahwa bakul sesuatu hal yang kuno, *jadul*²⁵⁷, tua dan jauh dari kekinian. Menurut subjek bakul digunakan oleh anak-anak muda yang sudah di modifikasi dengan model kekinian namun tetap saja tidak terlalu banyak yang menggunakannya. Melewati zaman tradisional tersebut ada yang dikenal dengan zaman modern. Era modern banyak kegiatan dilakukan berdampak tidak baik bagi lingkungan yang menyebabkan *global warming*. Perubahan iklim yang sangat drastis disebabkan oleh lingkungan hijau yang terus dipangkas dan fungsinya digantikan. Lahan-lahan hijau semakin lama semakin berkurang sehingga menyebabkan pemanasan global. Untuk saat ini, kesadaran masyarakat akan pentingnya kelestarian lingkungan masih belum cukup, hal ini didukung dengan fakta-fakta, sehingga resiko sebuah adanya konsumen hijau (*green customers*) masih terlalu besar mengingat kesadaran masyarakat yang rendah.

Pada zaman tersebut pertumbuhan ekonomi hijau (*green economy*) akan membutuhkan teknologi baru, pengorganisasian dan proses, kebijakan pemerintah yang efektif untuk melindungi lingkungan, dan keterlibatan secara

²⁵⁶Singkatan dari Jaman Dulu.

²⁵⁷Singkatan dari Jaman Dulu.

konsisten untuk bergeser ke yang lebih bersih, dan pertumbuhan yang lebih inklusif, dimana masyarakat mengembangkan atau menggunakan yang namanya teknologi yang canggih dan dapat lebih bergantung pada teknologi dan sudah praktis dalam berbagai hal dan banyak pemikiran yang sudah mulai maju.

Realitas saat ini konsumen di Indonesia, terutama Kota Palangka Raya tidak terlalu memperdulikan bagaimana konsumen hijau (*green customers*) berjalan. Saat seorang konsumen diajak untuk terlibat secara langsung dalam program kegiatan lingkungan hijau, konsumen saat ini masih akan memikirkan keuntungan apa yang akan didapatkan oleh konsumen tersebut saat memutuskan untuk terlibat dalam program lingkungan hijau. Pada saat zaman ini bakul sudah tidak menjadi perhatian yang khusus untuk masyarakat terkhusus Kota Palangka Raya. Bakul mulai tergantikan dengan plastik karena sifatnya yang praktis namun sangat rentan dengan kerusakan lingkungan karena sulit untuk di daur ulang dan dikuatkan juga dengan pemerintah yang acuh akan kondisi lingkungan karena secara jelas tidak adanya keterlibatan kebijakan pemerintah yang efektif untuk melindungi lingkungan.

Setelah itu dilanjutkan dengan zaman yang disebut postmodernisme. Lahirnya postmodernisme tidak dapat dilepaskan dari adanya modernisme. Postmodernisme adalah sesuatu yang berhubungan dengan seni, arsitektur, atau sastra yang bereaksi menolak prinsip-prinsip modernism dengan cara memperkenalkan kembali unsur-unsur gaya tradisional atau klasik atau dengan cara membawakan gaya atau praktik modernism secara ekstrim.

Pada zaman postmodernisme, bakul yang dulunya terbuat dari bahan serat-serat tanaman yang di anyam, pada zaman ini bakul diadopsi dan di modifikasi menjadi lebih indah, cantik dan kekinian agar menjadi perhatian bagi masyarakat terkhusus Kota Palangka Raya. Pola pikir yang inovatif dan modern juga sebagai usaha untuk meningkatkan kreativitas demi perkembangan produk-produk yang ramah lingkungan. Bakul yang sudah di modifikasi menjadi lebih menarik, indah, cantik dan kekinian sering digunakan ke tempat-tempat selain pasar. Perkembangan modifikasi bakul yang pesat, di samping itu pencemaran dan kerusakan lingkungan di tingkat global dan lokal sudah menjadi sebuah perhatian. Melihat hal tersebut maka gerakan ekonomi hijau (*green economy*) lahir pada tahun 2008 yang dicetuskan oleh *United Nations Enviroment Programme* (UNEP) sebagai salah satu wadah solusi tentang hal tersebut. Konsep ekonomi hijau (*green economy*) ada agar mampu mendorong pelaku ekonomi untuk memproduksi barang, perdagangan, dan mengkonsumsi hal-hal yang ramah lingkungan atau produk barang dan jasa yang lebih ramah lingkungan.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab II dalam konsumen hijau (*green customers*) melihat bagaimana realitas konsumen hijau (*green customers*) yang ada maka peneliti menjabarkan hasil pengamatan realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya berdasarkan pada teori konsumen hijau (*green customers*). Konsumen hijau (*green consumer*) merupakan salah satu bagian dari konsep ekonomi hijau (*green economy*). Teori ini merupakan kelanjutan dari konsumen global yang dimulai dengan adanya kesadaran

konsumen akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan yang semakin kuat. Konsumen ini menjalankan perilakunya pada setiap tindakan menerapkan konsep wawasan ramah lingkungan. Ada beberapa tindakan yang harus dilakukan konsumen sebagai salah satu wujud perilaku konsumen ramah lingkungan yang sering dikenal dengan 3R (*Reduce, Reuse* dan *Recycle*).

Secara realitas konsumen hijau (*green customers*) mengutamakan mengadopsi perilaku ramah lingkungan dan/atau yang membeli produk ramah lingkungan di atas alternatif standar. Gerakan moral ini penting karena dapat mempengaruhi dan mengembangkan suatu kelompok konsumen yang menggunakan kriteria lingkungan dalam memilih barang-barang konsumsi. Konsumen hijau berkontribusi dalam mengurangi semaksimal mungkin penggunaan produk yang tidak bersahabat dengan lingkungan. Sebagaimana hasil dari observasi peneliti dan wawancara menemukan bahwa alasan mereka menggunakan bakul adalah mudah, nyaman dan murah bukan karena bakul mempunyai nilai ramah lingkungan, hal tersebut terlihat ketika peneliti menanyakan tentang ramah lingkungan kepada para subjek.

Selanjutnya pada bab II dalam kearifan lokal melihat bagaimana realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya, maka peneliti menjabarkan hasil pengamatan realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya berdasarkan teori kearifan lokal. Realitas konsumen hijau (*green customers*) dalam hal ini berdasarkan pada pengetahuan dan bersandar pada fiosafofi, nilai-nilai, etika, cara-cara dan perilaku yang melembaga secara

tradisional untuk melestarikan sumber kaya bagi kelangsungan hidup. Kearifan lokal merupakan warisan nenek moyang dalam tata nilai kehidupan yang menyatu dalam bentuk religi, budaya dan adat istiadat.

Kearifan lokal atau tradisi mempunyai pengaruh yang besar secara realitas terhadap konsumen hijau (*green customers*) ketika menggunakan bakul. Nilai religi pada orang tua dulu juga masih melekat dan mempengaruhi konsumen dalam menggunakan produk ramah lingkungan terutama bakul tadi. Mereka menganggap bahwa jika menggunakan bakul kemana-mana seperti berdagang, ke pasar dan lain sebagainya maka rezeki tidak akan pernah habis.

Budaya turun-menurun dari orang tua terdahulu menjadi sebuah pedoman dalam bersikap dan bertindak ketika menjalankan aktivitas sehari-hari. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa masyarakat peduli akan pentingnya kondisi kembali ke alam (*back to nature*). Namun hal tersebut tidak disadari oleh mereka. Jadi, alam dianggap sebagai hal yang alamiah, menyehatkan, aman untuk diolah dengan menggabungkan alam sebagai bahan mentah dan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga benda-benda ramah lingkungan di buat dengan menekankan pada konsep kealamaiah (*green ideology*). Produk tidak lagi dipandang berdasarkan nilai guna tetapi sudah menjadi nilai sosial di masyarakat. Produk menjadi tanda yang alamiah, dan berstruktur dalam pikiran masyarakat yang bekerja.

2. Implementasi Konsumen Hijau (*Green Customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya

Rumusan masalah kedua dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya. Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan. Dalam hal ini ekonomi hijau adalah ekonomi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan manusia dan kesetaraan sosial, sekaligus mengurangi risiko lingkungan secara signifikan. Ekonomi hijau juga berarti perekonomian yang rendah atau tidak menghasilkan emisi karbondioksida dan polusi lingkungan, hemat sumber daya alam dan berkeadilan sosial. Selanjutnya, ekonomi hijau dibagi dalam beberapa hal salah satunya adalah konsumen hijau (*green customers*). Konsumen hijau (*green customers*) merupakan kelanjutan dari konsumen global yang dimulai dengan adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan yang semakin kuat. Produk yang diinginkan oleh konsumen bukan benar-benar hijau, tetapi meminimalisasi tingkat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan.²⁵⁸ Kemudian kearifan lokal adalah fiosaifi, nilai-nilai, etika, cara-cara dan perilaku yang melembaga secara tradisional untuk melestarikan sumber kaya bagi kelangsungan hidup.²⁵⁹

²⁵⁸Bernard E. Silaban dan Emanuella Annastasia, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta*, Jurnal Manajemen Bisnis, Institut Bisnis Nusantara, Vol. 22, No. 01, 2019, h. 92.

²⁵⁹Ida Bagus Brata, *Kearifan Budaya Lokal Perekat Identitas Bangsa*, Jurnal Bakti Saraswati, Vol. 05 No. 01, Maret 2016, h. 11.

Kearifan lokal juga merupakan warisan nenek moyang dalam tata nilai kehidupan yang menyatu dalam bentuk religi, budaya dan adat istiadat.²⁶⁰

Hasil wawancara, peneliti menemukan kondisi implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya. Adapun implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya ditemukan terdapat prinsip ekonomi (*green economy*) yang dijalankan. Beberapa prinsip yang ditemukan adalah prinsip nilai guna, nilai intrinsik dan kualitas, prinsip mengikuti aliran alam, prinsip skala tepat guna/skala keterkaitan dan prinsip kreativitas dan pengembangan masyarakat.

Sebagaimana pada rumusan masalah pertama sudah di paparkan oleh penulis pada teori postmodernisme dalam implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya, kondisi masyarakat menolak prinsip-prinsip modernism dengan cara memperkenalkan kembali unsur-unsur gaya tradisional atau klasik atau dengan cara membawakan gaya atau praktik modernism secara ekstrim. Bakul yang dulunya terbuat dari bahan serat-serat tanaman yang di anyam, sekarang bakul diadopsi dan di modifikasi menjadi lebih indah, cantik dan kekinian agar menjadi perhatian. Bakul yang sudah di modifikasi menjadi lebih menarik, indah, cantik dan kekinian sering digunakan ke tempat-tempat selain pasar oleh mereka.

Sebagaimana pada rumusan masalah pertama sudah di paparkan oleh penulis pada teori konsumen hijau (*green customers*) dalam implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka

²⁶⁰Deny Hidayati, *Memudarnya Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumber Daya Air*, Jurnal Kependudukan Indonesia, Vol. 11 No. 01, Juni 2016, h. 40.

Raya bahwa alasan mereka menggunakan bakul adalah mudah, nyaman dan murah bukan karena bakul mempunyai nilai ramah lingkungan, hal tersebut terlihat ketika peneliti menanyakan tentang ramah lingkungan kepada para subjek. Namun, peneliti melihat mereka tanpa sadar telah menjalankan prinsip ekonomi hijau (*green economy*) yaitu:

a. *Pertama*, prinsip mengutamakan nilai guna, nilai intrinsik dan kualitas.

Prinsip ini merupakan dasar dari ekonomi sebagai konsumen hijau (*green customers*). Implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya ini penting karena merupakan sebuah gerakan moral dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan hidup supaya lebih layak huni. Mendorong perubahan perilaku masyarakat yang sebelumnya kurang atau bahkan tidak peduli terhadap lingkungan menjadi ramah dan sayang terhadap lingkungan. Berkaitan dengan implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya terlihat pada perilaku subjek yang menggunakan bakul dalam perkembangannya, memanfaatkan purun sebagai bahan bakunya. Sehingga dapat dilihat bahwa dengan purun dapat menghasilkan manfaat yang besar, hanya dengan menggunakan bakul maka dapat mengurangi kondisi lingkungan yang tidak sehat. Hal tersebut merupakan perwujudan dari kegiatan ekonomi yang selaras dengan kelestarian lingkungan tanpa merusak dan mengeksploitasi hasil alam, masyarakat juga dapat meningkatkan ekonominya.

- b. *Kedua*, prinsip mengikuti aliran alam, artinya semua sesuatu dilakukan dengan pembaruan siklus berputar, tidak hanya berpatok pada sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui namun juga pada sumber daya alam yang alamiah, yang mana perlu diperhatikan dan diperbaharui. Berkaitan dengan implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya terlihat pada bakul yang digunakan merupakan produk ramah lingkungan yang memanfaatkan potensi lingkungan. Potensi lingkungan yang dimanfaatkan, yaitu sumber daya alam yang dapat diperbaharui. Hal itu menunjukkan bahwa mereka memiliki perhatian terhadap kelangsungan hidup alam yang bermanfaat bagi generasi yang akan datang. Ini sesuai dengan nilai-nilai Islam yaitu menjauhi mengkonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan, hal ini menjelaskan bahwa konsumen dalam mengkonsumsi tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi saja, namun juga memperhatikan kebermanfaatan untuk generasi yang akan datang.
- c. *Ketiga*, prinsip skala tepat guna/skala keterkaitan, yang artinya sekecil-kecilnya aktivitas akan mempunyai dampak yang lebih besar. Berkaitan implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya terlihat pada gerakan moral mereka yang menjadikan bakul memiliki potensi alam yang khas, hal itu memang tepat. Namun, manfaat bakul belum dapat menyentuh semua kalangan masyarakat. Masih ada masyarakat lainnya yang belum merasakan bahwa bakul itu kuat, baik pada bahannya ataupun talinya. Kemudian lingkungan juga menjadi lebih

layak huni dan masyarakat yang kurang atau bahkan tidak peduli terhadap lingkungan menjadi ramah lingkungan dan sayang terhadap lingkungan. Jika perlakuan baik tersebut terus-menerus dijalankan maka regenerasi dari pertumbuhan yang ada di sekitar akan terjaga dan tidak merugikan orang lain.

- d. *Keempat*, prinsip kreativitas dan pengembangan masyarakat yaitu mengubah tempat sumber produksi menuju suatu produktivitas alam yang spontan memasyarakatkan suatu kreativitas. Berkaitan dengan implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya terlihat pada adanya kelompok kerajinan anyaman purun dapat membantu masyarakat untuk berkembang memaksimalkan kreativitasnya dalam membuat produk-produk yang bukan terbuat dari plastik, tetapi bahan yang bisa di daur ulang seperti bakul. Disamping itu sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam produksi yang mana dalam produksi harus menghormati hak individu dan juga dapat mengembangkan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan produk-produk ramah lingkungan tanpa memproduksi produk yang tidak ramah lingkungan.

Selanjutnya dalam implementasi konsumen hijau (*green customers*) bakul digunakan hanya ketika ke pasar tradisional saja, jika ke pasar modern tetap menggunakan plastik. Selain bakul, ada produk lain yang digunakan yaitu tikar sebagai alas di rumah atau ketika berdagang. Ketika menggunakan bakul juga tidak terlalu banyak hambatan dan kesulitan. Secara umum ekonomis dalam

kondisi pemakaian yang wajar bisa lebih dari satu tahun yang artinya bakul memiliki frekuensi pembelian rendah karena tahan lama.

Kemudian banyaknya konsumen hijau (*green customers*) yang ada di Kota Palangka Raya tidak mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah Kota Palangka Raya. Semua subjek yang diwawancarai mengatakan bahwa pemerintah tidak ada memberikan apresiasi kepada mereka yang sudah menggunakan bakul. Padahal ketika menggunakan bakul ada dampak yang signifikan yaitu melestarikan kerajinan lokal serta mengurangi pemakaian barang-barang yang sulit di daur ulang.

Selanjutnya sebagaimana pada rumusan masalah pertama sudah di paparkan oleh penulis pada teori kearifan lokal dalam implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya bahwa budaya turun-menurun mempunyai peran penting ketika mereka memutuskan menggunakan bakul atau tidak. Kemudian mereka tanpa sadar telah menunjukkan kondisi kembali ke alam (*back to nature*). Produk menjadi tanda yang alamiah, dan berstruktur dalam pikiran masyarakat yang bekerja.

3. Pandangan Ekonomi Syariah Terhadap Konsumen Hijau (*Green Customers*) Melalui Kearifan Lokal di Kota Palangka Raya

Pandangan Ekonomi Syariah tentunya berbicara bagaimana hukum Islam memandang ekonomi terutama konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika berhubungan dengan ekonomi yaitu *at-tauhid*, *istiklaf*, *al-ihsan*, *al-amanah*, *ash-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *at-ta'wun*, keamanan dan keselamatan, *at-taradhin*. Apabila hal tersebut menjadi landasan dalam menjalankan aktivitas perekonomian maka kemaslahatan sebagai tujuan utama dapat tercapai.

Pertama, *at-tauhid* artinya mengesakan Allah Swt., bahwa Allah Swt., selalu menjadi landasan dalam berekonomi terutama mengkonsumsi atau membeli suatu barang. Selanjutnya jika *at-tauhid* dijalankan maka akan melahirkan. Kedua, *istiklaf* yaitu menjadi manusia sebagai pihak yang bertanggung jawab memakmurkan, mengurus, dan mengatur bumi. Ketiga, *al-ihsan* yaitu berpegang kepada kebaikan dalam berekonomi. Keempat *al-amanah* yaitu segala hal dalam berekonomi dapat di pertanggung jawabkan. Kelima, *ash-shididiq* artinya jujur dalam menjalankan setiap perekonomian. Keenam, *al-adl* yaitu keadilan, kesetaraan dan keseimbangan dalam berekonomi. Ketujuh, *al-khiyar* yaitu dapat memilih dalam menjalankan perekonomian, memilih yang baik dan menjauuhkan yang buruk. Kedelapan, *at-ta'wun* artinya tolong menolong dalam menjalankan ekonomi. Kesembilan, keamanan dan keselamatan. Dalam hal ini ada beberapa hal yang wajib di jaga dan dipelihara yaitu agama (*hifdh al-din*), jiwa (*hifdh al-nafs*), akal (*hifdh al-*

aql), keturunan (*hifdhl nafsl*), dan harta (*hifdhl al-maal*). Kesepuluh, *ataradhin* yaitu kerelaan. Dalam hal ini ketika menjalankan perekonomian ditunjukkan dengan *shigat* (ijab dan qabul).

Pada konteks kajian *maqashid al-shariah* sebelumnya belum ditemukan *hifz al-bi'ah* yaitu penjagaan lingkungan (*environment*). Kebanyakan yang diketahui secara umum bahwa penjagaan terhadap lingkungan hidup merupakan inti dari ajaran Islam umumnya dan termasuk dalam kajian ekonomi Islam. Hal tersebut didasari dengan apa yang telah dituliskan dalam Al-Qur'an sekitar 459 ayat khususnya di ayat Q. S. Al-Baqarah: 11, 60, 251, 22, 27, Q. S. Al-Mu'minin: 71, Q. S. Al-A'raf: 100, Q. S. Ali Imran: 109, 129, 109, 129 dan lain sebagainya. Ada kesesuaian penjagaan lingkungan hidup (*hifz al-bi'ah*) dengan beberapa ayat dalam Al-Qur'an, terutama dalam ayat-ayat yang berkaitan dengan larangan Allah Swt., untuk merusak bumi.

Menurut Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas dalam konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual. Dalam Islam juga sudah sangat jelas dijelaskan tentang aturan dalam melakukan segala perbuatan, baik buruk, halal dan haram termasuk dalam Al-Qur'an, Hadis dan Ijma ulama.

Perilaku konsumsi masyarakat muslim berdasarkan pada nilai dasar pondasi keyakinan terhadap adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, kebajikan, kebenaran dan ketakwaan kepada Allah SWT merupakan kunci

moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan. Perilaku konsumsi orang yang beriman akan berbeda dalam mengkonsumsi barang/jasa jika di bandingkan dengan orang yang lebih rendah tingkat keimanan dan kepatutannya kepada Allah Swt. Orang yang mempunyai keimanan dan patuh terhadap aturan-aturan yang telah di gariskan dalam Al-Qur'an dan hadits mengetahui batasan-batasan mana hal yang diperbolehkan dan mana yang tidak boleh untuk dilaksanakan.

Kebutuhan sudah dirasa cukup maka konsep berbagi kepada sesama akan ikut serta dilaksanakan. Melihat lingkungan sekitar yang masih banyak masyarakat yang mengalami kekurangan atas kebutuhan dan memberikan bantuan dan bimbingan agar kedepannya bisa memenuhi kebutuhannya secara mandiri. Berbagai kegiatan ekonomi berjalan dalam rangka mencapai satu tujuan, yakni menciptakan kesejahteraan menyeluruh, penuh ketegangan dan kesederhanaan, namun tetap produktif dan inovatif bagi setiap individu muslim maupun non muslim. Perilaku manusia mempunyai batasan-batasan yang tidak di perbolehkan untuk menguntungkan diri sendiri dan tidak mengorbankan hak-hak orang lain.

Islam mengajarkan tentang batasan-batasan manusia dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa, baik yang dijelaskan dalam Al-Qur'an maupun hadis. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang yang buruk atau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah

ditetapkan haram dan memgharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal.

Dalam Al-Qur'an disebutkan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ [المائدة] ²⁶¹

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (Q.S. Al-Maidah [3] : 87)²⁶²

Seorang muslim melakukan tindakan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan dengan harapan memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupannya tanpa melanggar aturan syariat Islam. Kebutuhan antara seseorang dengan seseorang lainnya ada kalanya berbeda yang dapat disebabkan oleh usia, kedudukan dan aspek eksternal lainnya. Kebutuhan (*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*want*). Keinginan berdasarkan konsep kebermanfaatan yang cenderung lebih condong terhadap nafsu yang dapat menyesatkan kepada hal-hal yang dilarang syariat. Kebutuhan didasarkan atas konsep masalah selagi itu baik dan mendatangkan manfaat maka itu diperbolehkan. Tujuan syariah adalah mensejahterakan manusia (*maslahah al 'ibad*). Oleh karena itu setiap barang dan jasa yang memberikan *maslahah* bagi penggunaanya di sebut dengan kebutuhan manusia yang secara tidak langsung memang harus di penuhi. Jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka seseorang tersebut akan mengalami kesusahan.

²⁶¹Q. S. Al-Maidah [3] : 87.

²⁶²Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Kerajaan Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba 'At Al Mush-haf, 1423 H, h. 680.

Konsep *masalah* digunakan dalam ekonomi Islam dikarenakan penggunaan asumsi manusia yang bertujuan untuk mencari kepuasan (*utility*) maksimum tidak dapat menjelaskan apakah barang yang dikonsumsinya memberikan manfaat dan kegunaan yang memberikan keberkahan bagi penggunanya. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan ketika mengonsumsi oleh konsumen muslim:

Pertama, mengutamakan akhirat daripada dunia. Paling dasar konsumen muslim akan dihadapkan pada pilihan antara mengonsumsi barang ekonomi yang bersifat duniawi dan benda yang bersifat ibadah. Konsumsi untuk beribadah bernilai lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi untuk duniawi sehingga keduanya bukan merupakan substitusi sempurna. Misalnya mendengarkan kajian-kajian tentang keislaman dalam majelis. Konsumsi untuk ibadah diorientasikan untuk mencapai *falah* (kebahagiaan) sehingga lebih berorientasi pada kehidupan akhirat, sedangkan konsumsi duniawi adalah konsumsi untuk masa sekarang.

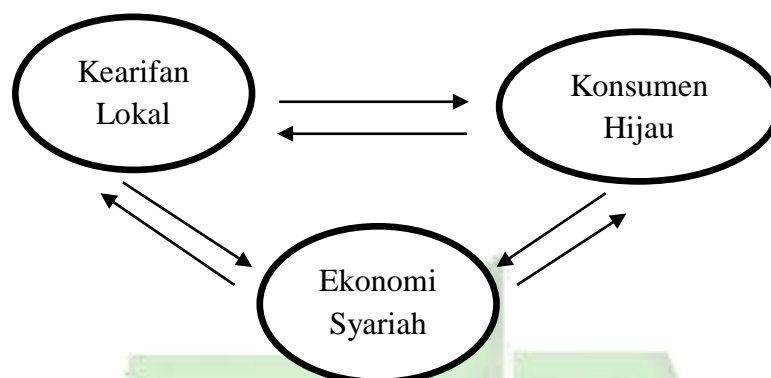
Kedua, konsisten dalam prioritas pemenuhan kebutuhan. Prioritas kemaslahatan dibagi ke dalam tiga tingkatan, yaitu *masalah dharuriyah*, *masalah hajiyyah*, dan *masalah tahsiniyyah*. *Masalah dharuriyyah* adalah kebutuhan yang harus segera dipenuhi agar kehidupan manusia tidak terganggu. *Masalah hajiyyah* adalah kebutuhan yang jika dipenuhi akan meningkatkan nilai tambah. Adapun *masalah tahsiniyyah* adalah kebutuhan yang jika terpenuhi akan menimbulkan kepuasan. Berkaitan dengan penggunaan bakul ketika ke pasar disini masuk kepada yang pertama yaitu

masalah dharuriyyah, bakul jika dipenuhi sebagai kebutuhan akan mengurangi kondisi lingkungan yang tidak sehat karena memiliki sifat ramah lingkungan sehingga kehidupan manusia tidak terganggu.

Ketiga, memperhatikan etika dan norma. Dalam syariat Islam beberapa etika dan norma yang diatur berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah antara lain tentang keadilan, kebersihan, kesederhanaan, *halalan tayyiban*, dan keseimbangan. Seseorang mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang diniatkan untuk beribadah maka disamping hal itu nantinya akan mendatangkan manfaat akan diperoleh keberkahan bagi dirinya, sebagai contoh membeli dan menggunakan bakul yang berbahan dan terbuat dari rotan untuk kepentingan berbelanja ke pasar selain keberkahan yang bisa dirasakan oleh pelaku karena adanya suatu niat yang baik juga akan ada manfaat yang dirasakan oleh pelaku maupun orang lain yang menggunakannya seperti mengurangi pemakaian kantong plastik yang mengakibatkan limbah berkurang. Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Dengan kata lain melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan mengkonsumsi barang dengan kriteria baik barangnya, baik cara konsumsinya dan mendatangkan manfaaat.

Sebagaimana pada rumusan masalah pertama, kedua dan ketiga mengenai realitas, implementasi dan pandangan ekonomi syariah tentang

postmodernisme konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di kota Palangka Raya dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.1

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa kondisi kearifan lokal, perilaku konsumen hijau (*green customers*) dan secara pandangan ekonomi syariah saling berhubungan antar sesama. Budaya kearifan lokal berupa kebiasaan dan adat istiadat masyarakat setempat yang masih berkembang dan dijadikan sebuah acuan dalam beraktivitas masih kental karena masih ingin menciptakan keteraturan dan keseimbangan antara kehidupan budaya masyarakat dengan kelestarian sumber daya alam di sekitarnya. Kearifan lokal yang dimaksudkan disini yaitu gerakan moral masyarakat yang menggunakan bakul ketika berbelanja ke pasar. Meskipun bakul mempunyai desain yang kuno dan tidak modern tetapi tetap digunakan demi menjaga keseimbangan dan melestarikan lingkungan. Selain itu, dari orang tua terdahulu juga telah menggunakannya sehingga mereka mengenal lebih dulu tanpa di sadari.

Kondisi perilaku masyarakat diatas dalam ekonomi disebut dengan gerakan konsumen hijau (*green customers*) karena *pertama*, membeli produk bukan terbuat dari plastik, tetapi bahan yang bisa di daur ulang. *Kedua*,

menggunakan produk yang bisa digunakan kembali (*reuse*) atau yang menyediakan secara isi ulang (*refill*) atau yang bisa terurai (*biodegradable*). Konsumen hijau (*green customers*) dapat berjalan baik diperlukan dua hal yaitu terinformasi dan terorganisasi. *Pertama*, terinformasi maksudnya disini adalah masyarakat harus berwawasan lingkungan, paham mengenai barang yang mana dapat merusak lingkungan dan tidak. *Kedua*, terorganisasi yaitu masyarakat perlu untuk dikoordinir agar kondisi masyarakat dapat di kontrol.

Kemudian kondisi kearifan lokal dan perilaku masyarakat tersebut dalam pandangan ekonomi syariah adalah suatu hal yang benar dalam konteks kajian *maqashid al-shariah*. pada *hifz al-bi'ah* penjagaan dari sisi ada (*min haitsu al-wujud*) yaitu mendukung dan mengembangkan strategi nasional untuk pertumbuhan hijau (*green growth*), misalnya dengan menggunakan bakul ketika ke pasar dan menggunakan barang yang mudah terurai atau ramah lingkungan. Hal itu juga sesuai dengan firman Allah Swt., tentang menjaga kelestarian alam merupakan suatu kewajiban bagi semua manusia, Allah Swt., bersabda:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بِنِيَّانِكُمْ إِصْرَ اللَّهِ وَأَدْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ
 ٥٦ [الأعراف : 56-58]²⁶³

Artinya: Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik. (Q.S. Al-A'raf [7] : 56)²⁶⁴

²⁶³Q.S. Al-A'raf [7] : 56.

²⁶⁴Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Kerajaan Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba 'At Al Mush-haf, 1423 H, h. 1030.

Firman Allah Swt., di atas menjelaskan bahwa Allah Swt., melarang manusia agar tidak membuat kerusakan dimuka bumi. Larangan membuat kerusakan ini mencakup semua bidang, seperti merusak jasmani dan rohani, pergaulan, kehidupan dan sumber-sumber penghidupan (pertanian, perdagangan, dan lain-lain) merusak lingkungan lain sebagainya. Bumi diciptakan Allah Swt., dengan segala kelengkapannya, seperti gunung, lembah, sungai, hutan, lautan, daratan dan lain-lain, yang semuanya bertujuan untuk keperluan manusia, agar dapat diolah dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk kesejahteraan umat manusia. Oleh karena itu, manusia dilarang membuat kerusakan di muka bumi.

Selain itu kondisi gerakan konsumen hijau (*green customers*) juga termasuk dalam beberapa konsep dan gagasan ekonomi hijau dengan konsep:

- a. Ekonomi Hijau Prespektif Penjagaan Agama (*Hifz Al-Din*);
- b. Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Jiwa (*Hifz Al-Nafs*);
- c. Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Akal (*Hifz Al-Aql*);
- d. Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Keturunan (*Hifz Al-Nasl*);
- e. Ekonomi Hijau Perspektif Penjagaan Harta Benda (*Hifz Al-Mal*).

Konsep dan gagasan ekonomi hijau diatas dapat rusak dan terganggu jika konsep ekonomi hijau perspektif penjagaan lingkungan hidup (*hifz al-bi'ah*) juga tidak dijalankan dengan baik.

Kondisi realitas dan implementasi konsumen hijau (*green customers*) yang ada di Palangka Raya merupakan salah satu bentuk kontribusi ekonomi Islam dalam membangun kondisi kota Palangka Raya. Prinsip dasar etika Islam

(yang secara komprehensif telah diadopsi ke dalam prinsip dasar ekonomi Islam) *al-adl* (keadilan), *istihan* (preferensi kepada yang lebih baik), *maslahah* (kemaslahatan publik), *urf* (kebiasaan), *istishlah* (perbaikan), dan *i'tidal* (harmoni) yang merupakan norma bagaimana seharusnya manusia membentuk harmoni dengan alam. Sehingga ketika mengkonsumsi harus mengedepankan kebaikan dan pastinya memiliki kaitan yang erat dengan lingkungan sebagaimana konsep dalam konteks kajian *maqashid al-shariah*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Realitas konsumen hijau (*green customers*) di Kota Palangka Raya ditemukan masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang luas mengenai ekonomi hijau (*green economy*). Perilaku positif masyarakat menggunakan bakul masih di dominasi oleh kondisi sekitar dibandingkan pengetahuan tentang ramah lingkungan sehingga kesadaran juga kurang. Budaya orang tua terdahulu menggunakan bakul masih melekat di masyarakat. Nilai yang dianut masyarakat khususnya nilai religi juga mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat dalam menggunakan bakul. Melihat perilaku tersebut secara tidak sadar kondisi masyarakat sudah menunjukkan menghargai alam dan lingkungan yang cenderung akan mengembangkan sikap positif terhadap produk dan kegiatan yang konsisten dengan hal tersebut.
2. Implementasi konsumen hijau (*green customers*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya ditemukan terdapat prinsip ekonomi hijau (*green customers*) yang dijalankan yaitu *pertama*, prinsip nilai guna, nilai intrinsik dan kualitas seperti menggunakan bakul dapat mengurangi kondisi lingkungan yang tidak sehat. *Kedua*, prinsip mengikuti aliran alam seperti bakul yang memanfaatkan potensi lingkungan karena bahan bakunya yang mudah diperbaharui. *Ketiga*, prinsip skala tepat guna/skala keterkaitan seperti gerakan moral menggunakan bakul yang dijalankan secara tidak sadar oleh konsumen menghasilkan regenerasi dari pertumbuhan yang terjaga dan tidak merugikan orang lain. *Keempat*, prinsip kreativitas dan

pengembangan masyarakat seperti adanya kelompok kerajinan anyaman purun bakul. Berdasarkan empat prinsip tersebut menjadikan adanya sebuah gerakan moral yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan hidup supaya layak huni namun prinsip tersebut dijalankan secara maksimal karena kesadaran pentingnya lingkungan masih kurang. Selanjutnya dalam implementasi konsumen hijau (*green customers*) bakul digunakan hanya ketika ke pasar tradisional saja, jika ke pasar modern tetap menggunakan plastik. Selain bakul, ada produk lain yang digunakan yaitu tikar sebagai alas di rumah atau ketika berdagang. Ketika menggunakan bakul juga tidak terlalu banyak hambatan dan kesulitan. Secara umum ekonomis dalam kondisi pemakaian yang wajar bisa lebih dari satu tahun yang artinya bakul memiliki frekuensi pembelian rendah karena tahan lama.

3. Pandangan ekonomi syariah (ESY) terhadap konsumen hijau (*green customer*) melalui kearifan lokal di Kota Palangka Raya mempunyai keterkaitan terhadap realitas dan implementasi masyarakat ketika menggunakan bakul. Kondisi masyarakat ini dalam pandangan ekonomi syariah adalah suatu hal yang benar dalam konteks kajian *maqashid al-shariah* pada prioritas kemaslahatan pertama yaitu *masalah dharuriyah* pada *hifz al-bi'ah* penjagaan dari sisi ada (*min haitsu al-wujud*) yaitu mendukung dan mengembangkan strategi nasional untuk pertumbuhan nasional (*green growth*). Namun tentunya jika konsep ekonomi hijau perspektif penjagaan lingkungan hidup (*hifz al-bi'ah*) tidak dengan baik dijalankan akan mempengaruhi konsep ekonomi hijau yang lain yaitu

ekonomi hijau prespektif penjagaan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta benda (*hifz al-mal*). Sehingga ketika mengkonsumsi harus mengedepankan kebaikan dan pastinya memiliki kaitan yang erat dengan lingkungan agar konsep ekonomi pada *dharuriyah maqashid al-shariah* tidak terganggu.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis yang peneliti lakukan bahwa ekonomi hijau merupakan sebuah tujuan yang baik untuk masa depan, dengan itu perlu adanya koordinasi dan kerjasama dalam mewujudkannya. Untuk itu peneliti memberi saran, yaitu :

1. Bagi pemakai bakul agar tetap konsisten menggunakan bakul untuk mendukung dan mengembangkan gerakan moral melestarikan lingkungan hidup supaya layak huni. Kemudian ketika menggunakan bakul diharapkan untuk terus berusaha tetap semangat dan melakukan kreativitas untuk menjadikan bakul dapat bermanfaat hingga generasi berikutnya.
2. Bagi pihak pemerintah Kota Palangka Raya untuk mengoptimalkan kondisi masyarakat yang mempertahankan gerakan moral ini, maka perlu adanya pembinaan yang lebih optimal. Selain itu juga perlu adanya sosialisasi gerakan ekonomi hijau (*green economy*) serta aturan-aturan yang mendukung. Terutama kepada solusi yang diberikan pemerintah untuk terus bantu, awasi, dan dampingi dalam pelaksanaannya agar masyarakat dapat mengembangkan gerakan ini.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengadakan penelitian dengan topik atau tema yang sama, disarankan untuk melakukan kajian menggunakan metode yang berbeda dari penelitian ini dan menggunakan variabel yang lebih banyak lagi dibandingkan penelitian yang telah dilakukan.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdurrahman, Maman, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Djajadiningrat, Surna Tjahja, Yeni Hendriani, dan Melia Famiola, *Green Economy/Ekonomi Hijau*. Bandung: Rekayasa Sains Bandung, 2014.
- Enterprise, Jubilee, *Membangun Kantor Ramah Lingkungan Dengan Internet*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus)*. Sukabumi: CV. Jejak, 2017.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Kerajaan Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba 'At Al Mush-haf, 1423 H.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Langkah Menuju Ekonomi Hijau,: Sintesa Dan Memulainya*. Jakarta: Deputi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup, 2012.
- Marfai, Muh Aris, *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2016.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Morissan, *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Rorong, Michael Jibrael, *Fenomenologi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Rukin, *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Soebardhy, dkk., *Kapita Selekta Metodologi Penelitian*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2020.

Suhartini, *Kajian Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2009.

Team SOS, *Pemanasan Global Solusi dan Peluang Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia, 2011.

Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*. Bandung: Imperial Bhakti Utama, 2007.

West, Richard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2008.

B. Skripsi

Abdullah, Varatisha Anjani, *Sosial Media Sebagai Pasar Bagi Masyarakat Modern*. Skripsi, Banten: Universitas Pamulang Tangerang Selatan Banten, 2017.

Hasan, Ismail, *Partisipasi Masyarakat Melalui Program Pengolahan Sampah Berbasis 3R (Reduce, Reuse, Recycle)*. Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.

Hastuti, Ria, *Perkembangan Perajin Rotan di Kelurahan 3 Ilir Palembang Tahun 2000-2009 (Sumbangan Materi Pada Mata Kuliah Sejarah Perekonomian)*. Skripsi, Palembang: Universitas Sriwijaya, 2020.

R, Nur Fauziyah, *Efektivitas Penggunaan Alat Bantu Reaksi Gerakan Tangan Bagi Kaum Disabilitas*. Skripsi Strata 1, Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia, 2015.

C. Jurnal

Adiprasetya, Joas, *Mencari Dasar Bersama : Etik Global Dalam Kajian Postmodernisme dan Pluralisme Agama*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia, 2002.

Atmaja, Ni Putu Cempaka Dharmadewi dan Ni Made Satya Utami, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik* di Denpasar, prosiding seminar nasional hasil penelitian, September 2017.

- Azis, Baskoro, *Kearifan Lokal Masyarakat Kampung Wisata Kerajinan Tangan di Dusun Rejoso Kota Batu, Local Wisdom Scientific Online. Journal*, Universitas Brawijaya, Vol. 9 No. 1, 2017.
- Bernard E. Silaban dan Emanuella Annastasia, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis*, Institut Bisnis Nusantara, Vol. 22, No. 01, 2019.
- Brata, Ida Bagus, *Kearifan Budaya Lokal Perekat Identitas Bangsa. Jurnal Bakti Saraswati*, Vol. 05, No. 01, Maret 2016.
- Citra Sari Ujung dan Chairani, *Analisis Karya Seni Kerajinan Anyam Tali Kur Siswa Kelas X Madrasah Aliyah Negeri 1 Stabat Berdasarkan Teknik Bentuk dan Warna di Medan. Gorga Jurnal Seni Rupa*, Vol. 7, No. 1, Januari – Juni 2018.
- Dahyanti, Gusti Hardiansyah, dan Lolyta Sisillia, *Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Penghasil Kerajinan Tangan Anyaman Oleh Masyarakat Desa Pangkalan Buton Kecamatan Sukadana Kabupaten Kayong Utara di Pontianak. Jurnal Hutan Lestari*, Vo. 7, No. 4, 2019.
- Faisal, Radfan, *Kajian Postmodernisme Pada Novel “Maryamah Karpov”, Jurnal Artikulasi* Vol. 7, No. 1, Februari 2020.
- Fauzia, Ika Yunia, *Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam Maqashid Al-Shariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2016.
- Hidayat, Medhy Aginta, *Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik dan Masa Depan Postmodernisme. Journal of Urban Sociology*, Vol. 2, No. 1, April 2019.
- Hidayati, Deny, *Memudarnya Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumber Daya Air. Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol. 11, No. 1, Juni 2016.
- Hidayati, Deny, *Memudarnya Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Dalam Pengelolaan Sumber Daya Air. Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol. 11 No. 01, Juni 2016.
- Kusumawati, Erna, *Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising di Jakarta Raya. Jurnal Kajian Ilmiah*, Vol. 19, No. 1, Januari 2019.
- Lestari, Novia Indah, *Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y di Serang Raya. Jurnal Ekonomi Vokasi*, Vol. 3, No 1, Januari 2020.

- Qomarullah, Muhammad, *Lingkungan Dalam Kajian Al-Qur`An: Krisis Lingkungan Dan Penanggulangannya Perspektif Al-Qur`An*. Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur`an dan Hadis, Vol. 15, No. 1, Januari 2014.
- Rusniati dan Rini Rahmawati, *Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian Dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian* di Banjarmasin. Jurnal INTEKNA, Vol. 19, No. 1, Mei 2019.
- Setiawan, Johan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*. Jurnal Filsafat, Vol. 28, No. 1, 2018.
- Silaban, Bernard E. dan Emanuella Annastasia, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta*. Jurnal Manajemen Bisnis, Institut Bisnis Nusantara, Vol. 22, No. 01, 2019, h. 92.
- Sutikno, *Islam di antara Modernisme dan Posmodernisme*, Jurnal Studi Agama-agama. Vol. 3, No. 1, Maret 2013.
- Usop, Tari Budayanti, *Kearifan Lokal Dalam Arsitektur Kalimantan Tengah Yang Berkesinambungan*. Vol. 6 No. 1, 2011.
- Utami, Kristiana Sri, *Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan* di Mataram. Jurnal Aksipreneur, Vol. 9, No. 2, Juni 2020.
- Utami, Kristiana Sri, *Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan*. Jurnal Maksipreneur, Vol. 9 No. 2, Juni 2020.
- Yulina, Indah Karina, *Back To Nature: Kemajuan Atau Kemunduran*. Jurnal Mangifera Edu, Vol. 02, No. 01, Juli 2017.
- Yuniati, Nining, *Prediktor Keputusan Pembelian Ramah Lingkungan (Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan Di Yogyakarta)* di Yogyakarta. Jurnal Pariwisata Pesona, Vol. 04, No. 2, Desember 2019.

D. Internet

- Berita Resmi Statistik No. 07/01/62/Th. XV, 21 Januari 2021. (Online, 05 Agustus 2021).
- Coretcoretdoang.blogspot.com, Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950 - 1972). (Online 05 Agustus 2021).

Cruz, Maria Ursula Mai dan Bulan Prabawani, *Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau Civitas Academica Universitas Diponegoro*. (Online 23 September 2020).

Fadlilah, Ahmad Rizqi, *Kritik Konsumerisme Di Era Posmodern*. (Online 01 September 2020).

Kurniawan, Aris, *Realitas Sosial – Pengertian, Jenis, Konsep, Budaya, Objektivikasi, Internalisasi, Para Ahli*. (Online 04 Juli 2021).

Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. (Online 27 September 2020)

Palangka.go.Id. (Online 05 Agustus 2021).

Palangkaraya.go.id, *Visi Misi Pemerintah Kota Palangka Raya*. (Online 15 Agustus 2021).

Retnawati, Berta Bekti, *Perubahan Pandangan Modernism dan Postmodernism Dalam Konsep Konsumsi dan Konsumen*. (Online 25 September 2020).

Wikipedia, *Kota Palangka Raya*. (Online 05 Agustus 2021).

