Vol. 2 No. 1 (2026)
DOI: https://doi.org/10.61166/ushulalhukum.v1i12.17

ISSN: 3090-8620
pp. 74-82

أصول الحكم
Ushul Al-Hukm
Jurnal Syariah dan Hukum Islam

Research Article

Pengaruh Implementasi AMDAL Terhadap Strategi Pemasaran Produk Air Labini Di Kabupaten Sampang (Pesrspektif Hifz Al Bi'ah)

Beryl Kholifur Rohman, Abdur Rahman

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
Corresponding Author, Email: 230721100033@student.trunojoyo.ac.id (Beryl Kholifur Rohman)

Copyright © 2026 by Authors, Published by **Ushul Al-Hukm: Jurnal Syariah dan Hukum Islam**. This is an open access article under the CC BY License https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Received : August 21, 2025
Revised : September 29, 2025
Accepted : October 07, 2026
Available online : November 04, 2026

How to Cite: Beryl Kholifur Rohman, & Abdur Rohman. (2026). The Influence of Environmental Impact Assessment (AMDAL) Implementation on the Marketing Strategy for 'Labini' Water Products in Sampang Regency (A Hifz al-Bi'ah Perspective). *Ushul Al-Hukm: Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, *2*(1), 74–82. https://doi.org/10.61166/ushulalhukm.v2i1.17

The Influence of Environmental Impact Assessment (AMDAL) Implementation on the Marketing Strategy for 'Labini' Water Products in Sampang Regency (A *Hifz al-Bi'ah* Perspective)

Abstract. This study aims to evaluate the impact of the implementation of Environmental Impact Analysis (AMDAL) on the marketing approach of Labini Water products in Sampang Regency. AMDAL plays a crucial role in ensuring that business activities, including the production and distribution processes of drinking water products, comply with existing environmental regulations. This study adopts a descriptive method with a combination of qualitative and quantitative approaches to reveal the influence of AMDAL on various marketing elements, such as brands, consumer trust levels, and competitive advantages in the market. The research findings indicate that compliance with AMDAL has a positive effect on the company's reputation and strengthens consumer trust, but also requires a more creative adaptation of marketing strategies in dealing with regulatory challenges and increased

operational costs. These results are expected to be a reference for industry players in formulating environmentally friendly and sustainable marketing strategies.

Keywords: AMDAL, Marketing Strategy, Labini Water, Sampang Regency

Abstrak. Kajian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak penerapan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) terhadap pendekatan pemasaran produk Air Labini di Kabupaten Sampang. AMDAL memiliki peranan yang krusial dalam menjamin bahwa aktivitas usaha, termasuk proses produksi dan distribusi produk air minum, mematuhi ketentuan lingkungan yang ada. Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif dengan kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengungkap pengaruh AMDAL terhadap berbagai elemen pemasaran, seperti merek, tingkat kepercayaan konsumen, serta keunggulan bersaing di pasaran. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kepatuhan pada AMDAL memberikan efek positif pada reputasi perusahaan dan memperkuat kepercayaan konsumen, tetapi juga memerlukan adaptasi strategi pemasaran yang lebih kreatif dalam menghadapi tantangan regulasi serta peningkatan biaya operasional. Hasil ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku industri dalam merumuskan strategi pemasaran yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Kata Kunci: AMDAL, Strategi Pemasaran, Air labini, Kabupaten Sampang.

PENDAHULUAN

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) adalah alat yang sangat penting dalam pengelolaan lingkungan yang bertujuan untuk memastikan bahwa suatu kegiatan usaha tidak memberikan dampak buruk terhadap ekosistem dan masyarakat di sekitarnya. Penerapan AMDAL kini semakin penting terutama di sektor air minum dalam kemasan (AMDK), termasuk produk Air Labini yang ada di Kabupaten Sampang, yang perlu mematuhi standar lingkungan untuk menjaga kelangsungan usaha dan kepercayaan konsumen.[1]

Kabupaten Sampang memiliki potensi besar dalam industri AMDK berkat banyaknya sumber daya air dan meningkatnya permintaan pasar untuk produk air minum yang berkualitas. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana perusahaan dapat menyelaraskan strategi pemasarannya dengan regulasi AMDAL yang ketat supaya tetap bersaing di pasar lokal dan nasional[2].

AMDAL tidak hanya berperan sebagai mekanisme pengawasan lingkungan, tetapi juga berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dan daya tarik produknya di mata konsumen. Patuhi AMDAL dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, tetapi di sisi lain, perusahaan harus siap menghadapi biaya tambahan untuk memenuhi standar lingkungan yang ditetapkan.

Strategi pemasaran yang baik dalam konteks ini harus memperhatikan beragam aspek, seperti branding, komunikasi pemasaran, serta pengembangan produk yang ramah lingkungan. Perusahaan yang berhasil menggabungkan kepatuhan AMDAL dengan strategi pemasaran yang sesuai akan mendapatkan keunggulan bersaing

[1] Hasanah, N., Yulianto, T., & Yudistira, I. (2021). Penentuan Strategi Pemasaran Dari Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Lokal Dan Nasional Menggunakan Metode Fuzzy Shapley Value. Zeta-Math Journal, 6(2), 54-61.

[2] Burhan Sesa (2018). Implementasi AMDAL dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. Jurnal Sosio Sains, Vol. 4, No. 1, STISIP Veteran Palopo

dibandingkan lawan-lawannya. Selain itu, regulasi AMDAL juga mendorong perusahaan untuk lebih terbuka dalam operasionalnya, termasuk dalam pengelolaan limbah dan penggunaan sumber daya alam yang bertanggung jawab. Transparansi ini dapat menjadi kelebihan dalam strategi pemasaran, terutama untuk konsumen yang semakin sadar akan masalah lingkungan.[3]

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan AMDAL berpengaruh terhadap strategi pemasaran produk Air Labini di Kabupaten Sampang, serta menemukan tantangan dan peluang yang ada dalam proses tersebut. Dengan memahami hubungan antara kepatuhan terhadap lingkungan dan pemasaran, perusahaan bisa merancang strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan.[4]

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan analisis data sekunder, penelitian ini akan meneliti dampak AMDAL pada berbagai aspek pemasaran, termasuk preferensi konsumen, daya saing produk, serta efektivitas kampanye pemasaran. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para pelaku industri AMDK dalam menyusun strategi pemasaran yang tidak hanya menguntungkan dari sisi bisnis, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Dengan demikian, pelaksanaan AMDAL bukan hanya sekadar kewajiban regulatif, tetapi juga dapat menjadi elemen strategis dalam membangun citra merek serta meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin ketat.

Di Kabupaten Sampang, pelaksanaan AMDAL dalam sektor AMDK mengalami sejumlah hambatan, termasuk aturan yang rumit dan biaya yang tinggi. Namun, dengan strategi yang sesuai, AMDAL dapat berfungsi sebagai alat penting untuk meningkatkan daya saing produk Air Labini. Perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang ramah lingkungan, seperti menggunakan kemasan yang bersahabat dengan lingkungan dan proses produksi yang menghasilkan sedikit limbah.[5]

Selain dari sisi pemasaran, AMDAL juga berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Dengan mengenali kemungkinan dampak lingkungan sejak awal, perusahaan mampu mengurangi risiko hukum dan memperkuat kepatuhan terhadap peraturan yang ada. Ini memberikan keuntungan jangka panjang dalam menjaga stabilitas usaha.

Dalam Islam, konsep Hifz Al-Bi'ah menekankan pentingnya menjaga keseimbangan alam sebagai bagian dari tanggung jawab manusia. Air Labini dapat mengintegrasikan prinsip ini dalam kebijakan bisnis mereka dengan memastikan bahwa setiap tahap produksi dan distribusi dilakukan secara etis dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat ekologis tetapi juga memperkuat citra perusahaan sebagai bisnis yang berlandaskan nilai-nilai

[3] Herlina, N., & Supriyatin, U. (2021). Amdal Sebagai Instrumen Pengendalian Dampak Lingkungan Dalam Pembangunan Berkelanjutan Dan Berwawasan Lingkungan. Jurnal Ilmiah Galuh Justisi, 9(2), 204-218.

[4] Wahyuni, N., Kamsin, D., Febianti, E., & Bimantara, G. I. (2020). Quantitative strategic planning matrix pemasaran air minum dalam kemasan. Performa: Media Ilmiah Teknik Industri, 19(1).

[5] Sesa, B. (2018). Implementasi AMDAL dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development. *Jurnal Sosio Sains*, *4*(1), 1-13.

keberlanjutan.[6]

Pandangan Hifz Al-Bi'ah menekankan pentingnya keseimbangan alam sebagai bagian dari tanggung jawab manusia. Dalam ranah bisnis, prinsip ini dapat diterapkan melalui kebijakan-kebijakan perusahaan yang berfokus pada keberlanjutan. Air Labini dapat menyelaraskan nilai-nilai ini dalam strategi pemasaran, sehingga menciptakan perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan pesaingnya.[7]

Implementasi AMDAL juga dapat menciptakan peluang kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah dan organisasi lingkungan. Kemitraan ini dapat memperkuat posisi Air Labini sebagai produk berkualitas tinggi yang juga berkontribusi pada perlindungan lingkungan.[8] Kampanye pendidikan kepada konsumen mengenai pentingnya AMDAL dalam industri AMDK mampu meningkatkan kesadaran dan kesetiaan pelanggan.

Dalam jangka panjang, strategi pemasaran yang berlandaskan pada AMDAL dapat menjadi faktor penentu dalam keberhasilan bisnis. Konsumen semakin cermat dalam memilih produk yang memberikan dampak positif bagi lingkungan. Dengan menonjolkan transparansi dan inovasi dalam pelaksanaan AMDAL, Air Labini dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Sebagai kesimpulan, penerapan AMDAL dalam strategi pemasaran produk Air Labini di Kabupaten Sampang tidak hanya berdampak positif bagi lingkungan, tetapi juga meningkatkan daya saing bisnis. Perspektif Hifz Al-Bi'ah memberikan dasar etika yang kuat bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang tepat, AMDAL dapat menjadi elemen kunci dalam menciptakan merek yang berkelanjutan dan disukai oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (mixed-method) untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai penerapan AMDAL dan pengaruhnya terhadap strategi pemasaran Air Labini di Kabupaten Sampang. Pendekatan ini memungkinkan kajian mendalam terkait aspek lingkungan dan pemasaran, serta bagaimana pandangan Hifz Al-Bi'ah berperan dalam kebijakan bisnis yang berkelanjutan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif-eksploratif, yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis keterkaitan antara AMDAL dan strategi pemasaran dari sudut pandang Hifz Al-Bi'ah. Penelitian ini ingin menjelaskan bagaimana penerapan AMDAL dapat meningkatkan daya saing produk

---

[6] Herlina, N., & Supriyatin, U. (2021). Amdal Sebagai Instrumen Pengendalian Dampak Lingkungan Dalam Pembangunan Berkelanjutan Dan Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, *9*(2), 204-218.

[7] Marliana, D. (2013). *Kebijakan pengelolaan wilayah pesisir berbasis sustainable development di kabupaten Sampang (studi pada Bappeda kabupaten Sampang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

[8] Wiyadi, W. Pengaruh Implementasi Strategi Pemasaran Hijau Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pilihan Produk (Studi Empiris Pada Konsumen AMDK Di Surakarta). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, *19*(2), 168-180.

Air Labini serta membangun kepercayaan konsumen terhadap keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini berlangsung di Kabupaten Sampang, Jawa Timur, dengan subjek yang terdiri dari manajemen Air Labini, konsumen, pemerintah setempat, dan ahli lingkungan. Pemilihan daerah ini didasarkan pada potensi sumber daya air yang besar serta kebijakan lingkungan yang diterapkan di wilayah tersebut.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup beragam metode. Observasi dilakukan untuk melihat penerapan AMDAL dalam kegiatan operasional Air Labini. Wawancara mendalam diadakan dengan manajemen perusahaan, konsumen, dan ahli lingkungan untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas tentang dampak AMDAL terhadap pemasaran. Di samping itu, kuesioner digunakan untuk mengevaluasi pandangan konsumen mengenai produk Air Labini setelah penerapan AMDAL. Dokumentasi juga dikumpulkan dari laporan AMDAL, peraturan pemerintah, dan kebijakan pemasaran perusahaan. Analisis data dilakukan dengan berbagai teknik. Analisis SWOT digunakan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran yang berbasis AMDAL.Analisis statistik deskriptif diterapkan untuk mengolah data kuantitatif dari kuesioner, sedangkan analisis tematik digunakan untuk menginterpretasikan hasil wawancara dan observasi dalam sudut pandang Hifz Al-Bi'ah.

Kerangka konseptual penelitian ini berlandaskan pada konsep Hifz Al-Bi'ah, yang menekankan pentingnya menjaga keseimbangan lingkungan sebagai tanggung jawab manusia. AMDAL sebagai instrumen pengelolaan lingkungan akan dibahas dalam konteks pemasaran hijau dan keberlanjutan bisnis. Agar data yang diperoleh valid dan dapat diandalkan, penelitian ini menggunakan triangulasi data, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan kebenaran informasi. Selain itu, uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi Air Labini dalam memperbaiki strategi pemasaran yang berbasis keberlanjutan serta memberi kontribusi terhadap kebijakan lingkungan di Kabupaten Sampang. Dengan pendekatan yang tepat, AMDAL berpotensi menjadi elemen penting dalam membangun merek yang berkelanjutan dan diminati oleh para konsumen..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) berpengaruh besar terhadap strategi pemasaran produk Air Labini di Kabupaten Sampang. Hasil dari observasi dan wawancara dengan manajemen Air Labini menunjukkan bahwa penerapan AMDAL telah meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, khususnya dalam aspek keberlanjutan dan perlindungan lingkungan. Konsumen kini semakin menyadari pentingnya produk yang mendukung lingkungan, sehingga sertifikasi AMDAL menjadi elemen kunci dalam membangun loyalitas pelanggan.

Data dari kuesioner menunjukkan bahwa 75% responden lebih memilih produk yang memiliki sertifikasi lingkungan, sedangkan 65% konsumen mengungkapkan bahwa mereka lebih percaya pada produk yang transparan dalam pengelolaan dampak lingkungan. Selain itu, informasi juga menunjukkan bahwa setelah

penerapan AMDAL, Air Labini mengalami peningkatan penjualan sebesar 20% dalam enam bulan terakhir, yang mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang usung keberlanjutan memberikan dampak positif bagi bisnis.

Dalam sektor Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), diferensiasi produk menjadi sangat penting untuk menarik pelanggan. Penerapan AMDAL memberikan keunggulan kompetitif bagi Air Labini dibandingkan pesaing yang belum menerapkan standart lingkungan yang ketat. Konsumen yang peduli lingkungan cenderung memilih produk yang memberikan dampak positif terhadap ekosistem. Oleh karena itu, AMDAL tidak hanya menjadi alat penilai dampak lingkungan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi pemasaran yang mampu meningkatkan daya saing produk.

Konsep Hifz Al-Bi'ah dalam Islam menggarisbawahi pentingnya menjaga keseimbangan alam sebagai bagian dari tanggung jawab manusia. Air Labini telah mengadopsi prinsip ini dalam kebijakan bisnis mereka dengan memastikan setiap tahap produksi dan distribusi dilakukan secara etis dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Ini tidak hanya memberikan keuntungan ekologis tetapi juga memperkuat citra perusahaan sebagai bisnis yang berpegang pada nilai-nilai keberlanjutan. Dengan pendekatan ini, Air Labini bisa menarik segmen pasar yang lebih peduli terhadap lingkungan dan menyadari pentingnya keberlanjutan.

Meskipun AMDAL memberikan banyak keuntungan, proses implementasinya tidak selalu berjalan mulus. Perusahaan menghadapi berbagai tantangan, seperti regulasi yang rumit, biaya pelaksanaan yang tinggi, dan resistensi dari pihak-pihak yang kurang memahami pentingnya AMDAL. Oleh karena itu, Air Labini perlu berkolaborasi dengan pemerintah daerah dan organisasi lingkungan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan memperoleh dukungan dalam penerapan kebijakan lingkungan. Dengan dukungan dari berbagai pihak, tantangan ini dapat diatasi agar AMDAL dapat diterapkan secara maksimal.

Pemasaran hijau semakin berkembang dalam industri AMDK. Air Labini dapat menerapkan strategi pemasaran berbasis keberlanjutan dengan menonjolkan unsur ramah lingkungan dalam setiap kampanye yang dilakukan. Misalnya, dengan menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang, mengurangi jejak karbon dalam proses produksi, serta berpartisipasi dalam program konservasi air di Kabupaten Sampang. Dengan cara ini, Air Labini dapat menciptakan citra sebagai produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Strategi pemasaran yang berbasis AMDAL juga dapat membuka peluang pasar baru, terutama di segmen konsumen yang lebih peduli pada isu lingkungan. Air Labini dapat menyasar kelompok pelanggan yang mencari produk dengan sertifikasi lingkungan, seperti hotel, restoran, dan lembaga yang memiliki kebijakan keberlanjutan. Dengan pendekatan yang tepat, perusahaan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, kampanye edukasi kepada konsumen tentang pentingnya AMDAL dalam industri AMDK dapat meningkatkan kesadaran dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan AMDAL dalam strategi pemasaran produk Air Labini di Kabupaten Sampang memberikan berbagai keuntungan, baik dari sisi lingkungan maupun bisnis. Sudut pandang Hifz Al-Bi'ah

memberikan dasar etis yang kokoh bagi perusahaan dalam melaksanakan bisnis yang bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang sesuai, AMDAL dapat menjadi elemen penting dalam menciptakan merek yang berkelanjutan dan menarik bagi konsumen. Untuk itu, strategi pemasaran yang berfokus pada keberlanjutan tidak hanya meningkatkan daya saing perusahaan tetapi juga memberikan dampak positif bagi pelestarian lingkungan.

Air Labini adalah merek air minum yang dijalankan oleh Koperasi Pondok Pesantren Aneka Usaha Bata-Bata (KOPPONTREN AUBA). Produk ini lahir dari gagasan Alm. RKH. Moh Hasan Abdul Hamid, yang bertekad untuk membantu ekonomi pesantren serta memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar. Dengan tujuan untuk menciptakan kemandirian ekonomi, Air Labini dikembangkan sebagai bagian dari upaya pesantren untuk membangun usaha yang berkesinambungan dan membawa dampak sosial yang positif.

Sejak awal didirikannya, Air Labini mengusung prinsip menyediakan air minum bermutu tinggi yang dihasilkan dengan standar kebersihan dan teknologi yang mutakhir. Selain menawarkan pilihan air minum yang sehat bagi masyarakat, produk ini juga memiliki aspek keberlanjutan karena sebagian dari pendapatannya digunakan untuk mendukung program pendidikan dan sosial di lingkungan pesantren.

Seiring dengan berkembangnya pasar dan meningkatnya permintaan, Air Labini mulai memperluas distribusinya ke berbagai daerah di Madura. Selain tersedia di toko dan minimarket lokal, produk ini juga didukung oleh jaringan distribusi yang menjamin ketersediaannya untuk konsumen yang lebih luas. Dukungan dari komunitas dan pendekatan yang berbasis pada nilai-nilai keagamaan semakin mengokohkan posisi Air Labini sebagai produk yang tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Dalam rencana pemasaran Air Labini, berbagai metode digunakan untuk meningkatkan daya saingnya di pasar. Salah satu strategi utama adalah segmentasi pasar, di mana produk ini ditargetkan pada masyarakat setempat melalui pendekatan berbasis komunitas. Dengan memelihara kualitas produk dan menonjolkan keunggulan air minum yang bersih, Air Labini berupaya menciptakan citra sebagai pilihan yang dapat diandalkan bagi konsumen. Di samping itu, penguatan merek juga dilakukan, di mana produk ini dihubungkan dengan nilai-nilai agama dan sosial, sehingga memberikan kesan lebih dari sekadar kebutuhan sehari-hari. Jaringan distribusi yang luas melalui toko, minimarket, dan pemasaran digital semakin memperkuat eksistensi Air Labini di pasar.

Hubungan antara pemasaran Air Labini dan lingkungan juga sangat relevan, terutama dalam konteks Hifz Al-Bi'ah atau pelestarian lingkungan dalam Islam. Air Labini menerapkan standar produksi yang fokus pada keberlanjutan, memastikan bahwa semua proses pengambilan dan pemurnian air dilaksanakan secara ramah lingkungan. Selain itu, kesadaran mengenai perlindungan lingkungan juga ditingkatkan melalui kampanye sosial yang mengajak masyarakat untuk menjaga kebersihan dan menggunakan sumber daya air secara bijaksana. Dengan pendekatan ini, pemasaran Air Labini tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi terhadap kelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) memberi dampak positif yang besar pada strategi pemasaran produk Air Labini di Kabupaten Sampang. AMDAL tidak hanya berfungsi untuk mengevaluasi dampak lingkungan, tetapi juga juga sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap keberlanjutan dan keamanan produk.

Dalam perspektif Hifz Al-Bi'ah, menjaga keanekaragaman lingkungan merupakan tanggung jawab manusia yang seharusnya diterapkan dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Air Labini telah memasukkan prinsip ini ke dalam kebijakan bisnis mereka dengan memastikan bahwa setiap proses produksi dan distribusi dilaksanakan secara etis dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat bagi ekosistem tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan sebagai bisnis yang mendukung nilai-nilai keberlanjutan.

Hasil riset menunjukkan kesadaran konsumen yang semakin meningkat akan pentingnya produk yang bersahabat dengan lingkungan. Sebagian besar responden lebih memilih produk yang memiliki akreditasi ramah lingkungan, dan penerapan AMDAL terbukti dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan serta penjualan produk. Dengan demikian, AMDAL bisa menjadi faktor penting dalam membangun merek yang berkelanjutan dan diminati oleh konsumen.

Walaupun pelaksanaan AMDAL menghadapi sejumlah tantangan, seperti regulasi yang rumit dan biaya pelaksanaan yang tinggi, tetapi manfaat jangka panjangnya jauh lebih signifikan. Air Labini dapat menggunakan strategi pemasaran yang berfokus pada keberlanjutan untuk meningkatkan pangsa pasar dan daya saingnya. Selain itu, kerjasama dengan pemerintah daerah serta organisasi lingkungan dapat membantu perusahaan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan mendapatkan dukungan dalam penerapan kebijakan lingkungan.

Sebagai kesimpulan, strategi pemasaran yang berbasis AMDAL tidak hanya meningkatkan daya saing perusahaan, tetapi juga memberikan dampak positif pada perlindungan lingkungan. Dengan pendekatan yang tepat, Air Labini dapat menjadi pelopor dalam industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang berfokus pada keberlanjutan dan kesejahteraan ekologi. Perspektif Hifz Al-Bi'ah menyediakan landasan etis yang kuat bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis yang bertanggung jawab, sehingga menciptakan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan perlindungan lingkungan.

REFERENSI

Sesa, B. (2018). Implementasi AMDAL dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development. *Jurnal Sosio Sains*, *4*(1), 1-13.

Herlina, N., & Supriyatin, U. (2021). Amdal Sebagai Instrumen Pengendalian Dampak Lingkungan Dalam Pembangunan Berkelanjutan Dan Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, *9*(2), 204-218.

Marliana, D. (2013). *Kebijakan pengelolaan wilayah pesisir berbasis sustainable development di kabupaten Sampang (studi pada Bappeda kabupaten Sampang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Wiyadi, W. Pengaruh Implementasi Strategi Pemasaran Hijau Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pilihan Produk (Studi Empiris Pada Konsumen AMDK Di Surakarta). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, *19*(2), 168-180.

Hasanah, N., Yulianto, T., & Yudistira, I. (2021). Penentuan Strategi Pemasaran Dari Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Lokal Dan Nasional Menggunakan Metode Fuzzy Shapley Value. Zeta-Math Journal, 6(2), 54-61.

Burhan Sesa (2018). Implementasi AMDAL dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. Jurnal Sosio Sains, Vol. 4, No. 1, STISIP Veteran Palopo

Herlina, N., & Supriyatin, U. (2021). Amdal Sebagai Instrumen Pengendalian Dampak Lingkungan Dalam Pembangunan Berkelanjutan Dan Berwawasan Lingkungan. Jurnal Ilmiah Galuh Justisi, 9(2), 204-218.

Wahyuni, N., Kamsin, D., Febianti, E., & Bimantara, G. I. (2020). Quantitative strategic planning matrix pemasaran air minum dalam kemasan. Performa: Media Ilmiah Teknik Industri, 19(1).