

BAB II

GLOBAL ECOLABELLING NETWORK (GEN) (PRINCIPLES, NORMS, RULES, DECISION MAKING PROCEDURES)

Pada bab ini penulis akan menelisik lebih jauh tentang sejarah *Global Ecolabelling Network* (GEN) secara umum. Penjelasan secara umum tersebut selain dari sejarah GEN juga akan meliputi Prinsip yang digunakan oleh GEN. Dalam hal ini GEN memiliki prinsip *Sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan yang berfungsi untuk menentukan setiap arah kegiatan yang dijalankan oleh GEN. Kemudian selain prinsip, GEN juga memiliki *Ecolabelling Norms* yang memainkan peran potensial penting dalam pengembangan pemasaran yang berkelanjutan. Agar pasar menjadi efektif dalam mengatasi tantangan lingkungan, konsumen harus mampu menilai kualitas lingkungan suatu produk. Dengan adanya ekolabel dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih produk yang ramah lingkungan. Selanjutnya adalah *rules* yang ada di dalam GEN. *Rules* Adalah bentuk ketentuan dan larangan yang spesifik berkenaan dengan perilaku. *Rules* atau peraturan-peraturan itu sendiri dijalankan pada tingkatan umum yang lebih rendah daripada prinsip dan norma. Dan yang terakhir ada *Decision Making Procedure*. Dalam prosedur pengambilan keputusannya, GEN mengadakan *Annual General Meeting* (AGM) bersama seluruh negara yang tergabung menjadi anggota GEN. Berikut detail penjelasannya :

A. Sejarah Global Ecolabelling Network

Global Ecolabelling Network (GEN) adalah sebuah asosiasi nirlaba dari rezim internasional ekolabel yang terkemuka di seluruh dunia. GEN didirikan pada tahun 1994 untuk membantu melindungi lingkungan dengan

meningkatkan, mempromosikan, dan mengembangkan ekolabelling produk hijau di dunia dan layanan dalam skala global. Kemudian, GEN terus berkembang dengan anggotanya lebih dari 25 negara. Pada dasarnya, terbentuknya GEN bertujuan untuk mengawasi program ekolabel di negara anggotanya. Penerapan Ekolabel adalah salah satu tujuan dari GEN. Ekolabel adalah label yang mengidentifikasi preferensi lingkungan secara keseluruhan dari suatu produk (yaitu barang atau jasa) dalam kategori produk didasarkan pada pertimbangan siklus hidup. Asal-usul ekolabel muncul akibat keprihatinan global yang terus meningkat untuk melindungi lingkungan dalam hal ini pemerintah suatu negara, pebisnis dan masyarakat umum harus terlibat langsung dalam melindungi dan melestarikan lingkungan. Label-label produk yang diperjual belikan harus disertakan dengan klaim seperti dapat didaur ulang, ramah lingkungan, dan rendah dalam penggunaan energi. Memberikan label pada suatu produk dapat menarik minat konsumen yang sedang mencari cara untuk mengurangi dampak lingkungan yang merugikan melalui pilihan pembelian mereka (Intro to Ecolabelling, 2004, hal. 3).



Gambar 2.1 Logo Global Ecolabelling Network

Timbulnya bentuk kesadaran masyarakat dunia yang meningkat terhadap produk ramah lingkungan mengindikasikan bahwa pola arus konsumsi dan produksi yang tidak berkelanjutan terhadap lingkungan lambat laun akan ditinggalkan oleh masyarakat. Masyarakat modern lebih tertarik dengan produk ramah lingkungan. Produk dan layanan merupakan perspektif kunci bila menargetkan daya beli dari konsumen. Sebuah produk atau layanan dapat dilihat sebagai unit yang membawa dampak lingkungan. Rantai produk melibatkan aktor-aktor yang dapat melakukan perbaikan lingkungan dan mempengaruhi penggunaan dan pembuangan limbah hasil pemrosesan suatu produk. tantangan utama dalam proses pembuatan produk yaitu dalam desain, bahan baku produksi dan pembuangan limbah (Thøgersen, 2010, hal. 23). Selain itu juga ada faktor lain yang meliputi mempertimbangkan efisiensi dalam penggunaan energi dan air; untuk mengurangi limbah, untuk merangsang siklus hidup ekonomi untuk mengurangi eksternalisasi biaya, dan untuk menginformasikan dan mendidik para konsumen.

Ekolabel, di sini menggunakan ISO Tipe 1 ekolabel, telah muncul sebagai instrumen untuk mengurangi dampak lingkungan sepanjang siklus hidup. Ekolabel ini akan berhasil jika Pemerintah bekerja sama dengan industri dan kelompok terkait lainnya harus mendorong ekolabel sebagai cara untuk mendorong pola konsumsi lebih ramah lingkungan. Teori Ekolabel mengklaim bahwa ekolabel menawarkan produsen kemungkinan untuk meningkatkan penjualan atau gambar produk, memberikan insentif untuk mengurangi dampak lingkungan dari produk, dan meningkatkan kesadaran konsumen akan isu-isu lingkungan, dan karenanya menggeser pasar untuk produk dan jasa dengan mengurangi dampak terhadap pencemaran lingkungan. Sejumlah penelitian telah menyoroti manfaat lingkungan yang positif dari ekolabel (*Annual General Meeting, 2015*).

Bersamaan dengan diskusi teoritis, upaya untuk mengukur keberhasilan ekolabel sebenarnya telah dilakukan

pada lingkup pasar. Studi-studi ini telah dilakukan oleh berbagai organisasi yang berbeda dan tidak selalu oleh organisasi ecolabel sendiri. Sebuah OECD (1997) studi menyebutkan bahwa Jerman *Blue Angel* melaporkan peningkatan pangsa pasar untuk cat ecolabel dari 1% pada tahun 1981 menjadi 60% pada tahun 1995. Dan 20% di sektor kerajinan. Penilaian untuk *Nordic Swan*, seperti dilansir dari Rubik dan Frankl (2005), memperkirakan pangsa pasar untuk beberapa kelompok produk di negara Nordik (negara yang terletak dibagian Timur Eropa). Dimana mereka mencetak kertas, komposisi untuk deterjen dan pembersih diproduksi sesuai dengan ketentuan kriteria ecolabel. Dalam banyak kasus, efek yang dipelajari dari lingkup pasar telah dapat mengukur kesadaran dan kenyamanan konsumen dari adanya ecolabel (*Annual General Meeting, 2015*).

Selain itu, sebuah penelitian lain mengenai kesadaran konsumen pada ecolabel dan pandangan / pendapat dari mereka tentang produk ecolabel, serta persepsi mereka tentang peran ecolabel. Sebuah bab dalam buku "*The Future of Ecolabel*" membandingkan empat negara yang berbeda (Jerman, Norwegia, Italia dan Spanyol) dalam hal ecolabel yang terbaik yang dikenal di kalangan konsumen (STO & Strandbakken di Rubik & Frankl, 2005). Semua bentuk ecolabel pada setiap negara tentu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Data tersebut dianggap handal untuk mengukur melalui survei konsumen. Dua penelitian, yang disebut untuk data tentang bagaimana ecolabel mengubah perilaku konsumen, juga menyimpulkan bahwa akan sulit untuk menentukan perubahannya, karena ada beberapa faktor lain untuk menentukan perubahan tersebut dalam perilaku (Thøgersen, 2010, hal. 27).

Sebagai contoh keberhasilan Ecolabel adalah adanya penurunan yang signifikan dari pelarut organik di cat dan emisi carbon dari Jerman Blue Angel (Hirsbak et al., 1990). Kemudian KEITI di Republik Korea, di mana ecolabel memainkan peran sentral dalam praktek pengadaan publik

produk hijau, pengadaan publik produk hijau 2005-2010 telah membantu mengurangi emisi oleh hampir 3 juta ton gas rumah kaca (Bulan, 2012). Contoh lain adalah label Choice Swedia Baik Lingkungan yang melakukan evaluasi menyeluruh terhadap dampak lingkungan dari label pada deterjen laundry dan menemukan kedua pengurangan substansial dari beberapa surfaktan yang ditargetkan dan produsen juga telah berusaha mengubah komposisi detergen mereka untuk mematuhi kriteria ecolabel untuk pasar Swedia (Wilske, 1999).

Maka ecolabel telah menjadi instrumen yang berguna bagi pemerintah yang bertanggung jawab di negaranya dalam mendorong praktik lingkungan yang sehat, dan untuk pebisnis dalam mengidentifikasi dan membangun pasar (domestik dan internasional) untuk produk-produk mereka yang ramah lingkungan. Banyak negara didunia sedang memperhatikan program ecolabel di negaranya terutama Korea Selatan, kemudian berkomitmen untuk tujuan yang jelas menjadi sangat penting untuk keberhasilan program ecolabel di Korea Selatan. GEN juga memiliki *Global Ecolabelling Network's Internationally Coordinated Ecolabelling System (GENICES)* diluncurkan pada tahun 2003 yang digunakan untuk meningkatkan rasa saling percaya dan kerjasama di antara anggota GEN. Tujuan GENICES adalah berfungsi sebagai mekanisme untuk meningkatkan multilateral kerjasama dan kolaborasi dalam pengembangan dan penilaian kriteria dan sertifikasi produk di antara anggota GEN. GENICES melibatkan pengajuan formulir aplikasi dan menyertai dokumen pendukung serta di tempat pemeriksaan untuk meninjau cara dan sarana di mana organisasi yang diaudit melakukan ecolabel sejalan dengan prinsip-prinsip ISO14020 dan ISO 14024 (GENICES: the peer review process for GEN member organisations, 2017, hal. 5-6).

GEN mengakui bahwa pengoperasian program ecolabel I Jenis sering bervariasi dari satu negara ke negara untuk mencerminkan perbedaan regional seperti tingkat keterlibatan pemerintah dalam program ini, kekuatan pengadaan hijau

pemerintah di wilayah tersebut, ukuran pasar lokal dan beberapa faktor lain. Untuk alasan ini, penting untuk memahami bahwa tujuan GENICES tidak untuk menginstruksikan anggota GEN bagaimana untuk mengoperasikan program mereka, tetapi untuk memahami bagaimana mereka mengelola program mereka untuk mengkonfirmasi kepatuhan terhadap ISO 14024 prinsip (GENICES: the peer review process for GEN member organisations, 2017, hal. 7).

B. Empat Elemen Penting Rezim Internasional (GEN)

1. Prinsip GEN

Kemudian GEN selaku rezim internasional juga memiliki prinsip yang sangat penting yang menentukan arah dari setiap kegiatan yang mereka jalankan. Prinsipnya yaitu *Sustainable Development* atau Pembangunan Berkelanjutan. *Sustainable Development* bertujuan untuk menciptakan sebuah lingkungan yang sehat dan hal itu merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan. Ini memberikan kita asumsi dasar bahwa udara bersih, air bersih, makanan, tempat tinggal dan tempat kita bekerja semuanya adalah aspek penting yang dibutuhkan jika ingin mencapai sebuah kesejahteraan. Inti dari pembangunan berkelanjutan adalah bagaimana caranya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial dan lingkungan dalam jangka panjang bagi sebuah negara (Principles of Sustainable Development, 2013, hal. 2-3). Pembangunan Berkelanjutan sebagai “Pembangunan yang memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri” (PBB, 1992, hal. 3-4). konservasi sumber daya untuk generasi mendatang adalah salah satu fitur utama yang membedakan kebijakan pembangunan berkelanjutan dari kebijakan lingkungan tradisional, yang juga berusaha untuk menginternalisasikan eksternalitas dari degradasi lingkungan.

Dengan demikian, jika pemerintah suatu negara ingin menjalankan Pembangunan Berkelanjutan di Negaranya maka kebijakan pemerintah harus memastikan bahwa biaya lingkungan diinternalisasikan sedapat mungkin ini juga berfungsi untuk meminimalkan eksternalitas. Oleh karena itu, pembangunan berkelanjutan membutuhkan fragmentasi bahwa masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi harus terintegrasi di seluruh pengambilan keputusan proses untuk bergerak menuju pembangunan yang benar-benar berkelanjutan.

Pembangunan Berkelanjutan bertujuan untuk mempertahankan kemajuan ekonomi dan sekaligus melindungi lingkungan dalam jangka panjang. Menyediakan kerangka kerja untuk integrasi lingkungan Hidup kebijakan dan strategi pembangunan. Masalah lingkungan seperti pencemaran air, berdampak negatif terhadap kesehatan kita. Tapi jika sebuah negara mampu mengatasi permasalahan lingkungan dan memperbaikinya maka akan menciptakan sebuah lingkungan yang kondusif, bersih, ruang outdoor alam dan pemandangan yang membuat masyarakat suatu negara lebih nyaman, meningkatkan taraf kesehatan serta kesejahteraan. GEN dalam prinsip *Sustainable Development* Memberikan dukungan dan komitmen kepada negara anggotanya untuk membangun, mengatasi, dan memperbaiki permasalahan lingkungan (Principles of Sustainable Development, 2013, hal. 5).

Inti dari konsep pembangunan berkelanjutan adalah karena kepedulian terhadap lingkungan. Terutama sumber daya alam yang tidak bisa diperbaharui sedangkan eksploitasi terhadapnya dilakukan terus menerus dan berlebihan. Pada era kontemporer saat ini konsep Sustainable Development sudah banyak digunakan oleh beberapa negara dibelahan dunia termasuk salah satunya Korea Selatan. Korea Selatan merupakan negara yang sangat memperhatikan pembangunan berkelanjutan di Negara mereka, pembangunan berkelanjutan yang mereka jalankan mencakup pembangunan ekonomi, sosial dan lingkungan. Khususnya dalam pembangunan lingkungan, Korea Selatan telah menjadi anggota dari salah satu organisasi internasional yang bergerak dalam

pembangunan serta pemerhati lingkungan yaitu GEN pada tahun 1997. Bergabungnya Korea Selatan dalam asosiasi-asosiasi organisasi internasional Ekolabel ini merupakan langkah penting bagi Korea Selatan untuk menerapkan konsep Sustainable Development karena untuk mencapai konsep Sustainable Development harus diawali dengan bagaimana cara memperbaiki kehancuran lingkungan tanpa harus mengorbankan kebutuhan pembangunan ekonomi dan keadilan sosial. Adanya konsep Sustainable Development ini karena kepedulian terhadap lingkungan.

2. Norma GEN

Global Ecolabelling Network (GEN) juga memiliki norma yang digunakan untuk menetapkan standar umum perilaku suatu negara. Norma-norma yang digunakan adalah konservasi dan perlindungan lingkungan, program *ecolabelling*, serta Membangun kesadaran konsumen tentang masalah lingkungan. Pertama dari konservasi dan perlindungan lingkungan. Konservasi, perlindungan lingkungan seringkali mendapat perhatian global karena potensi yang luar biasa yang ada pada lingkungan untuk mata pencaharian yang berkelanjutan, rekreasi dan penelitian ilmiah (Amisah, 2014, hal. 4). Maka hal ini menegaskan bahwa pengelolaan lingkungan alam yang berkelanjutan adalah kunci untuk pengembangan manusia yang berkelanjutan. Dunia mulai menyadari pentingnya kerja sama multilateral, komitmen berkelanjutan dan tindakan kolektif, khususnya dengan mengatasi tantangan adaptasi dan mitigasi perubahan iklim dan memfasilitasi pengembangan dan penyebaran teknologi ramah lingkungan serta energi terbarukan yang terjangkau, pencegahan pembuangan ilegal dari limbah beracun dan berbahaya serta pencegahan dan mitigasi erosi dan penggurunan. Banyak hal yang harus dilakukan saat membangun kembali dan melindungi sisa sumber daya alam dan keanekaragaman hayati di dalam sebuah ekosistem. Pelestarian lingkungan adalah istilah payung yang

mendefinisikan apa pun yang kita lakukan untuk melindungi lingkungan dan melestarikan sumber daya alamnya sehingga setiap makhluk hidup dapat memiliki kualitas hidup yang lebih baik (Rinkesh, 2009, hal. 2-3).

Lingkungan sangat penting untuk kesejahteraan suatu negara dan setiap elemen harus dilindungi. Pertimbangkan setiap bagian dari lingkungan, termasuk pepohonan, lautan dan tanah. Pohon-pohon yang membantu kita untuk bernapas juga mengisolasi gas-gas rumah kaca yang akan menyebabkan Bumi memanas lebih cepat. Mereka menahan tanah di tempat dan secara alami menyaring air yang telah diserap ke dalam tanah. Perairan samudera tak terbantahkan mempesona, tetapi ada banyak hal lain selain kemegahan visual. Rumah bagi banyak jenis kehidupan laut dan tumbuhan, samudera adalah tempat perlindungan dan sumber kehidupan. Ini memberi kita lebih dari separuh pasokan oksigen Bumi dan menyimpan karbondioksida dalam jumlah besar untuk membantu menjaga Bumi tetap dingin. Tanah berdiri sebagai pendukung kehidupannya sendiri dengan bertindak sebagai pemasok makanan dan filter air. Tanah yang berkualitas baik menghasilkan tanaman yang memberi makan manusia dan hewan. Tanaman dan bunga tumbuh dari tanah melalui tanah, membantu mengatur iklim kita. Sebagian besar air alam tidak dibuat untuk konsumsi manusia, tetapi tanah juga menyimpan air tanah dan menyaringnya, membuatnya aman untuk diminum (Rinkesh, 2009, hal. 5-6).

Kedua, Program Ecolabelling, melalui pemberian dan promosi ekolabel, menawarkan insentif pasar kepada bisnis yang inovatif dan progresif secara lingkungan. Dengan menawarkan produk yang mengurangi stres pada lingkungan, bisnis dapat membangun atau memperkuat ceruk pasar dan citra perusahaan yang positif di antara konsumen, sehingga menyadari keuntungan (dan mungkin mendorong bisnis lain untuk mengikuti). Sebagian besar program secara bertahap menaikkan standar untuk mendorong produsen dan penyedia layanan untuk mengimbangi peningkatan kinerja yang baru dan muncul peluang dan pergeseran pasar.

Ecolabelling memainkan peran potensial penting dalam pengembangan pemasaran yang berkelanjutan. Agar pasar menjadi efektif dalam mengatasi tantangan lingkungan, konsumen harus mampu menilai mandat lingkungan suatu produk. Dengan adanya ecolabel dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih produk yang ramah lingkungan. Selain itu, dengan meningkatkan fungsi pasar dengan cara ini, mereka dapat merangsang perkembangan pasar menjadi barang dan jasa yang lebih baik. Artinya, ecolabel dapat mendorong perbaikan terus-menerus dari waktu ke waktu asalkan kriteria terus diperbarui sebagai perubahan teknologi. Kementerian Lingkungan Korea Selatan, Makanan, dan Urusan Pedesaan (DEFRA, 2007) mengatakan, mereka “bertindak sebagai katalis dalam mempromosikan standar lingkungan yang lebih baik dalam sektor produk tertentu atau wilayah geografis.” Contoh ini akan menjadi EcoLogo, yang memilih hanya yang terbaik 10-25% produk dari kategori tertentu (Pemasaran TerraChoice 2007). Ecolabel juga mempromosikan efisiensi ekonomi dengan memberikan insentif pada produsen untuk secara proaktif mengatasi permasalahan lingkungan (Institut Internasional untuk Pembangunan Berkelanjutan, 2007).

Untuk perusahaan, ecolabel menawarkan keuntungan pasar yang menghargai kinerja lingkungan. Mereka membantu untuk menyampaikan gambaran tanggung jawab lingkungan dan bertindak sebagai alat pemasaran dalam menarik kesadaran pelanggan. (Bruce et al., 2006). Misalnya, dengan produk-produk makanan, produk ecolabelled yang “organik” atau klaim “perdagangan yang adil” akan menarik pelanggan untuk terfokus pada lingkungan, bukan hanya itu pelanggan yang sadar akan kesehatan juga berusaha untuk menghindari residu pestisida kimia (Grankvist, Dahlstrand, dan Biel, 2004). Pada dasarnya, sebuah ecolabel adalah klaim oleh perusahaan yang telah mempekerjakan produksi atau distribusi peka terhadap lingkungan metode (Bruce dan Laroiya, 2006).

Ada tiga jenis ecolabel berdasarkan Standar Internasional Organisasi (ISO) kriteria, seperti diuraikan oleh

Global Ekolabel Network (2004) dan Seigle (2007). ISO 14000 adalah serangkaian standar sukarela dan bahan referensi pedoman yang berhubungan dengan lingkungan. Tipe 1 ecolabel didasarkan pada standar ISO 14024, dan sukarela, multi kriteria berdasarkan, kewenangan penggunaan label lingkungan pada produk yang menunjukkan *preferability* lingkungan secara keseluruhan dari suatu produk dalam kategori produk didasarkan pada pertimbangan siklus hidup (global yang Ekolabel Network, 2004). Mereka paling sering menyerupai “Seal Persetujuan”. Contoh ini akan menjadi EcoLogo, dikelola oleh TerraChoice Pemasaran. tipe 2 ecolabel biasanya didasarkan pada standar ISO 14021, yang biasanya informatif klaim lingkungan pernyataan diri, dan kadang-kadang disebut klaim produk hijau. Sebuah Contoh ini akan menjadi produk yang berisi klaim “daur ulang”. Klaim ini diatur oleh berbagai pemerintah dan yang datang di bawah pengawasan yang lebih besar (Minggu, 2008). tipe 3 ecolabel didasarkan pada standar ISO 14025, dan mereka biasanya bisnis untuk ecolabel bisnis. Mereka adalah program sukarela yang menyediakan data lingkungan kuantitatif dari suatu produk. Mereka berada di bawah kategori pra set parameter yang ditetapkan oleh pihak ketiga yang berkualitas dan berdasarkan penilaian siklus hidup (Global Ekolabel Network, 2004). Hal ini memungkinkan untuk mudah dalam membandingkan beberapa produk karena adanya informasi kuantitatif.

Ketiga, membangun kesadaran konsumen tentang masalah lingkungan. Kepedulian terhadap lingkungan menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan baik di negara-negara berkembang, maju dan terbelakang karena konsekuensi kerusakan lingkungan telah menjadi begitu jelas dan mengerikan. Terjadinya kerusakan lingkungan kemudian perbaikan yang lambat pada lingkungan menyebabkan beberapa konsekuensi pahit yang didapat. Menumbuhkan kesadaran konsumen tentang masalah lingkungan sebaiknya dilakukan dengan penekanan pada bagaimana cara berpikir seseorang harus dibentuk (Rahi, 2015, hal. 3-4). Kesadaran

akan lingkungan tidak hanya menyiratkan pengetahuan tentang lingkungan tetapi juga sikap, nilai dan keterampilan yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang terkait dengan lingkungan. Para konsumen perlu belajar cara untuk merasakan beberapa masalah yang terjadi pada lingkungan. Sangat penting bagi setiap individu untuk mengembangkan kesadaran perlindungan dan pelestarian terhadap lingkungan. Sangat penting bahwa manusia menerapkan cara berpikir yang baru dan mengubah cara hidup mereka saat ini karena efek degradasi lingkungan yang tidak dapat diubah. Hanya pengetahuan dan pemahaman yang bisa melakukan ini (Rahi, 2015, hal. 6).

Program ecolabelling juga dapat berfungsi untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan masalah lingkungan dan implikasi pilihan mereka. Di negara-negara dengan tingkat kesadaran konsumen yang tinggi, sebuah ecolabel tepercaya yang memberikan informasi yang dapat dipercaya tentang dampak lingkungan dari produk di pasar mungkin adalah semua yang diperlukan untuk mempromosikan pemilihan produk-produk ecolabel. Di negara-negara di mana konsumen tidak termotivasi oleh masalah lingkungan, ecolabel dapat digunakan mempromosikan tindakan yang bermanfaat bagi lingkungan.

3. Rules GEN

Kemudian, GEN juga memiliki beberapa *Rules*. *Rules* Adalah bentuk ketentuan dan larangan yang spesifik berkenaan dengan perilaku. *Rules* atau peraturan-peraturan itu sendiri dijalankan pada tingkatan umum yang lebih rendah daripada prinsip dan norma. *Rules* sering dirancang untuk merekonsiliasi konflik yang mungkin ada antara prinsip dan norma. Dalam hal ketentuan spesifik atau aturan-aturan spesifik tentang penerapan label produk ramah lingkungan berdasarkan hasil *Annual General Meeting* (AGM) yang dilakukan oleh seluruh anggota *Global Ecolabelling Network* (GEN) adalah sebagai berikut :

Pertama, Memastikan koleksi standar yang koheren dan kredibel itu digunakan secara efektif oleh industri dan membawa manfaat yang diakui pada sektor ekonomi. Kedua, Menghasilkan Standar Internasional secara jelas, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, yang mudah dibaca dan *user friendly*. Ketiga, Mengaktifkan anggota ISO untuk berhasil menjangkau pasar mereka, mempromosikan penggunaan standar ISO, dan menyampaikan konten ISO kepada pelanggan mereka. Keempat, Meningkatkan serapan standar sebagai bisnis alat kinerja. Kelima, Mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang berubah, dengan fokus pada bagaimana mereka ingin menggunakan dan mengakses standar ISO. Keenam, Mengembangkan informasi pendukung yang melengkapi Standar Internasional, yang dapat diberikan anggota kepada pelanggan sebagaimana ketika diperlukan. Ketujuh, Menyediakan serangkaian penilaian kesesuaian internasional standar yang berlaku untuk semua sektor dan semua jenis kesesuaian penilaian yang membantu memastikan para pemangku kepentingan memiliki kepercayaan diri dalam penerapan standar. Kedelapan, Menerapkan kebijakan perlindungan kekayaan intelektual yang dipahami dengan baik dan dihormati oleh pengembang dan pelanggan (GEN Secretariat, 2007)

4. Decision Making Procedure

Decesion Making Procedures atau prosedur pengambilan keputusan adalah tentang identifikasi aturan khusus untuk perilaku, sistem pemungutan suara, yang akan berubah secara teratur ketika rezim dikonsolidasi dan diperpanjang. Prosedur pengambilan keputusan juga dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi, dan menilai resolusi alternatif. Menggunakan proses pengambilan keputusan akan dapat kebijakan yang bijaksana dengan mengatur informasi yang relevan dan menentukan alternatif.

Dalam prosedur pengambilan keputusannya, GEN mengadakan *Annual General Meeting* (AGM) bersama

seluruh negara yang tergabung menjadi anggota GEN. Suatu organisasi dapat menjalankan bisnisnya pada rapat umum tahunan. Bisnis ini mungkin termasuk memilih dewan direksi, membuat keputusan penting mengenai organisasi, dan memberi tahu anggota kegiatan sebelumnya dan di masa depan. Pada setiap AGM, para Negara anggota yang tergabung dalam GEN akan kembali meninjau informasi setiap kegiatan untuk tahun lalu, dan menanyakan pertanyaan tentang arah kegiatan yang akan diambil di masa depan. Pada rapat umum tahunan atau AGM, presiden atau ketua organisasi memimpin rapat dan dapat memberikan status keseluruhan organisasi.