

## ABSTRAK

**Siti Rumaanatul Hasanah, 2025.** Analisis Potensi Penerapan Green Marketing Pada Produk Home Industri Kerupuk Ikan Pesisir Besuki Skripsi Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Dosen Pembimbing Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci: Green marketing, kerupuk ikan, home industry

Desa Pesisir, Kecamatan Besuki, Kabupaten Situbondo merupakan salah satu wilayah pesisir yang memiliki potensi besar dalam sektor kelautan, terutama dalam produksi kerupuk ikan melalui usaha home industry. Produk kerupuk ikan di desa ini berbasis pada hasil tangkapan laut lokal, khususnya ikan janggalak, yang memberikan karakteristik khas pada produk tersebut. Namun, dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, penerapan strategi green marketing menjadi sebuah peluang yang penting untuk ditelusuri. Strategi ini dinilai mampu memberikan nilai tambah bagi produk lokal serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam proses produksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penerapan green marketing dalam home industry kerupuk ikan, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha kerupuk ikan dan para pekerja yang terlibat di Desa Pesisir. Data dianalisis dengan menggunakan pendekatan SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari penerapan green marketing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan green marketing memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kerupuk ikan. Kekuatan utama terletak pada ketersediaan bahan baku lokal, keterampilan tradisional masyarakat, serta karakteristik produk yang unik. Peluang yang terbuka antara lain meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan dan potensi pasar baru yang lebih peduli terhadap isu keberlanjutan. Namun demikian, terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pengetahuan pelaku usaha mengenai green marketing, keterbatasan modal, serta minimnya teknologi pendukung produksi ramah lingkungan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa meskipun belum diterapkan secara menyeluruh, strategi green marketing berpotensi besar untuk diadopsi dalam pengembangan usaha kerupuk ikan di Desa Pesisir. Diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam memberikan edukasi, pelatihan, serta akses teknologi guna mendukung penerapan strategi ini secara optimal. Dengan demikian, produk kerupuk ikan tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal dan nasional, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pelestarian lingkungan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan masyarakat pesisir.