

ABSTRAK

Sephia Eka Amalia Putri, 2025. Implementasi *Green Marketing* Di Diva Swalayan Kraksaan Dilihat Dari Persepsi Manajemen. Skripsi Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Dosen Pembimbing Rizki Febri Eka Pradani M.Pd.

Kata Kunci : Implementasi *Green Marketing*, Manajemen, Persepsi.

Diva Swalayan ialah salah satu dari segelintir perusahaan retail yang terdapat di Kota Kraksaan, Kabupaten Probolinggo. Diva Swalayan merupakan perusahaan retail yang mengikuti tren yang muncul ditengah masyarakat modern saat ini, yaitu tren *green marketing*. Bentuk implementasi konsep *green marketing* yang diadopsi oleh Diva Swalayan yaitu mengganti penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan beralih pada tas belanja yang ramah lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi implementasi *green marketing* di Diva Swalayan Kraksaan dilihat dari persepsi manajemennya serta menganalisis faktor pendorong dan faktor penghambat dari kebijakan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap manajemen di Diva Swalayan Kraksaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Diva Swalayan Kraksaan tidak mengimplementasikan *green marketing* berdasarkan keinginan pihaknya, akan tetapi terdapat regulasi dari pemerintah setempat yang tertuang dalam Peraturan Bupati Nomor 51 Tahun 2023 tentang pengurangan penggunaan plastik sekali pakai (PSP). Dalam implementasinya, pihak Diva mengalami berbagai proses hingga dapat dikatakan stabil seperti saat ini, seperti menghadapi penolakan dari konsumen hingga sepi pengunjung.

Kesimpulan dari penelitian ini ialah walaupun implementasi *green marketing* di Diva Swalayan Kraksaan masih belum mencapai klimaks akan tetapi kepatuhan masyarakat terkait implementasi kebijakan tersebut seiring berjalannya waktu

semakin membaik. Adanya regulasi dari pemerintah setempat merupakan salah satu faktor pendorong yang mendasari implementasi *green marketing* di Diva Swalayan Kraksaan, serta rendahnya pengetahuan masyarakat terkait konsep *green marketing* merupakan faktor penghambat implementasi kebijakan tersebut.

