

ABSTRAK

Nuri Asa Kamaliyatul Izzi, 2025. Pemahaman Konsep *Green Marketing* di Koperasi Al-Lathifiyah Pondok Pesantren Nurul Jadid. Skripsi Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Dosen Pebimbing Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci: Pemahaman, *Green Marketing*, Koperasi Pesantren.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana pengelola koperasi dan santri memahami konsep *Green Marketing*, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam penerapannya, serta merumuskan strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran mengenai *Green Marketing* di Koperasi Al-Lathifiyah Pondok Pesantren Nurul Jadid. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis dengan pendekatan tematik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman pengelola dan santri mengenai konsep *Green Marketing* masih terbatas. Meskipun terdapat beberapa praktik, seperti pengurangan penggunaan plastik dan penggunaan produk yang ramah lingkungan, hal tersebut lebih didasarkan pada kebiasaan dan arahan informal dari pada pemahaman ekologis yang mendalam. Kendala utama yang dihadapi dalam penerapan konsep ini meliputi kurangnya pemahaman, minimnya promosi dan edukasi, serta keterbatasan infrastruktur, seperti sistem pengelolaan sampah yang belum berjalan secara optimal.

Strategi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai *Green Marketing* mencakup penguatan edukasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam, pemanfaatan media promosi secara inovatif, serta pengembangan budaya pesantren yang mendukung gaya hidup ramah lingkungan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya adanya integrasi antara edukasi lingkungan dan nilai-nilai keislaman dalam proses pembelajaran di pesantren, serta keterlibatan aktif koperasi sebagai wadah untuk pembelajaran dan praktik keberlanjutan.