

ABSTRAK

Safitri, Indah Nurlaili. 2025. Analisis Penerapan *Green Marketing* Pada UMKM (Studi Kasus: Usaha King Geprek Sumberanyar). Skripsi, Progam Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid, Dosen Pembimbing Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci: *Green Marketing, UMKM*

Usaha King Geprek merupakan usaha yang berlokasi di Desa Sumberanyar, Kecamatan Paiton. Usaha ini cukup dikenal luas banyak orang karena memiliki usaha kuliner yang cukup diminati oleh berbagai kalangan. Tingginya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh usaha King Geprek, hal tersebut memiliki peluang yang baik dalam menciptakan konsumen yang lebih peduli terhadap lingkungan. Namun hal tersebut juga berpotensi memiliki dampak bagi lingkungan karena produktivitas operasionalnya yang tinggi sehingga limbah yang dihasilkan dari setiap kegiatan operasionalnya meningkat.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan *green marketing* pada UMKM usaha King Geprek sumberanyar diterapkan. Dan untuk mengetahui faktor pendukung dan juga penghambat dalam menerapkan konsep *green marketing* pada usaha King Geprek Sumberanyar. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Narasumber pada penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan dan konsumen usaha King geprek Sumbernyar. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada penerapan *green marketing* dalam konteks *marketing mix* (7P) yakni: *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* usaha King Geprek sumberanyar hanya mengadopsi 3 elemen yakni *green place, green process dan green physical evidence*. Langkah-langkah keberlanjutan yang dilakukan lebih sering bertujuan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mengurangi pengeluaran, bukan karena dorongan kesadaran lingkungan yang kuat. Dengan demikian, penerapan *green marketing* pada usaha ini belum diterapkan secara menyeluruh dalam operasionalnya. Akibatnya peluang untuk menciptakan konsumen yang lebih peduli terhadap lingkungan tidak bisa tercapai. Namun, dalam aspek pengelolaan limbah, Usaha King Geprek telah menunjukkan upaya positif, seperti memisahkan limbah organik dan anorganik serta memanfaatkan sebagian limbah organik sebagai pakan ternak atau kompos. Meskipun langkah ini belum sepenuhnya sistematis dan terintegrasi dengan strategi pemasaran berkelanjutan, hal tersebut menunjukkan adanya potensi untuk mengembangkan praktik *green marketing* yang lebih menyeluruh di masa mendatang.