

## **ABSTRAK**

### **Penerapan Pemasaran Hijau (*Green Marketing*) Di *Butik Daur Ulang* Yogyakarta Dalam Pemasaran Syariah**

**Oleh:**

**Sjarif Hidayatullah**

**12423048**

Butik Daur Ulang merupakan usaha yang dirintis dari suatu kelompok yakni Project B Indonesia. Butik Daur Ulang menerapkan pemasaran hijau. Bauran pemasaran hijau 4P terdiri dari produk hijau (produk daur ulang, tas), harga hijau, tempat hijau, promosi hijau. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan pemasaran hijau di Butik Daur Ulang dalam perspektif pemasaran syariah. Data yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak dari Butik Daur Ulang yang berkompeten, founder dan manager operational dan marketing. Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan pemasaran hijau yang dilakukan oleh Butik Daur Ulang sesuai dengan karakter dasar pemasaran syariah, teistis, etis, realistis, humanistis. Produk hijau yang diproduksi sebagai bentuk penerapan pemasaran hijau oleh Butik Daur Ulang.

Tindakan nyata dari pemasaran hijau dengan menjaga dan mengajak masyarakat untuk turut menjaga kelestarian lingkungan hidup untuk generasi mendatang, dikarenakan maraknya pemanfaatan lingkungan yang berujung pada pencemaran lingkungan. Pada perspektif pemasaran syariah kegiatan pemasaran hijau tidak hanya untuk mencari keuntungan semata, namun juga untuk memberi manfaat kepada masyarakat luas, bahkan untuk generasi mendatang. Keuntungan tersebut dengan kelestarian lingkungan hidup bersama.

***Kata kunci: Pemasaran Hijau, Bauran Pemasaran Hijau, Pemasaran Syariah***

## ABSTRACT

### **Application of Green Marketing Butik Daur Ulang in Yogyakarta in Marketing Sharia**

Sjarif Hidayatullah

12423048

*Butik Daur Ulang is an effort that was pioneered from a group that is Project B Indonesia. Butik Daur Ulang implement green marketing. The 4P green marketing mix consists of green products (recycled products, bags), green prices, green places, green promotions. The purpose of this research is to know the application of green marketing in Butik Daur Ulang in the perspective of sharia marketing. Data obtained through interviews with parties from Competitive Butik Daur Ulang, founder and manager of operational and marketing. This research uses descriptive data analysis method. The results of this study indicate that the application of green marketing undertaken by the Butik Daur Ulang in accordance with the basic character of sharia marketing, theistic, ethical, realistic, humanistic. Green products are produced as a form of green marketing application by Butik Daur Ulang.*

*The real action of green marketing by maintaining and inviting the community to participate in preserving the environment for future generations, due to widespread use of the environment that led to environmental pollution. In a sharia marketing perspective, green marketing activities are not only for profit, but also to benefit the public, even for future generations. The advantages are with the preservation of the environment together.*

**Keywords: Green Marketing, Green Marketing Mix, Sharia Marketing.**