

## ABSTRAK

**Rizki Angriani.** 180104030060. *Implementasi Green Marketing Pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin (Studi Dakwah Bil Hal Dalam Aspek Pemeliharaan Kesehatan Lingkungan)*. Pembimbing (I) Drs. H. Ahmad Gazali, M.Hum., dan Pembimbing (II) Ibu Devi Noviyanti, SE, MM., pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2022.

**Kata Kunci:** *Green Marketing, Dakwah Bil Hal.*

Skripsi ini mengangkat judul tersebut karena strategi *green marketing* yang diterapkan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin memberikan pengaruh positif terhadap kelestarian lingkungan di Kota Banjarmasin. Penggunaan *green marketing* tersebut adalah bentuk *dakwah bil hal* yang dilakukan oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin untuk memelihara kesehatan lingkungan melalui aktivitas pemasaran. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang implementasi *green marketing* pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin (studi *dakwah bil hal* dalam aspek pemeliharaan kesehatan lingkungan). Penelitian ini tentunya bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *green marketing*, mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan *green marketing* pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan bagaimana implementasi *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, melalui pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga dapat diketahui bagaimana implementasi *green marketing* pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin (studi *dakwah bil hal* dalam aspek pemeliharaan kesehatan lingkungan).

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin telah memenuhi indikator penerapan *green marketing* dalam menerapkan *green marketing mix* yaitu *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*. Faktor pendukung penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin yaitu, semua SDM (sumber daya manusia) mempunyai misi yang sama untuk peduli terhadap lingkungan, punya semangat yang tinggi dalam berkarya dan berinovasi serta didukung oleh berbagai kalangan dan instansi. Faktor penghambat penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin yaitu, perubahan tren *fashion* yang begitu cepat dan pendekatan terhadap SDM (sumber daya manusia) dalam melatih *skill* karena latar belakang kehidupan yang berbeda satu sama lain.