

ABSTRAK

IMPLEMENTASI STRATEGI *GREEN MARKETING* SEBAGAI UPAYA UMKM MEMASUKI PASAR INTERNASIONAL (STUDI PADA UMKM *ECO PRINTING* KAHUT SIGERBORI)

Oleh

BAGUS RIFKY WAHYU PUTRA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi *green marketing* dalam memasuki pasar internasional. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data Miles dan Huberman. Fokus penelitian ini adalah implementasi strategi (program, anggaran dan prosedur) dalam langkah memasuki pasar internasional (proses segmentasi, proses riset pemasaran dan kriteria pemilihan strategi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kahut Sigerbori mencapai keberhasilan dalam menerapkan implementasi strategi utama (program, anggaran, dan prosedur) yang mengintegrasikan aspek-aspek lingkungan, terutama terfokus pada produk hijau, penetapan harga responsif terhadap lingkungan, promosi edukatif, pengelolaan limbah, serta adaptasi dalam penyesuaian produksi berdasarkan permintaan konsumen internasional, mencerminkan komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan dan inovasi untuk memasuki dan bertahan di pasar global. Saran untuk penelitian selanjutnya termasuk penggunaan teori yang berbeda atau pengayaan aspek lain untuk keberlanjutan riset, serta penggunaan metode penelitian yang berbeda guna sudut pandang yang lebih luas.

Kata Kunci: Implementasi Strategi, *Green Marketing*, Pasar Internasional, UMKM

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF GREEN MARKETING STRATEGIES AS AN EFFORT FOR SME TO MARKET INTERNATIONALLY (STUDY ON UMKM ECO PRINTING KAHUT SIGERBORI)

By

BAGUS RIFKY WAHYU PUTRA

This research aims to explore the implementation of green marketing strategies in entering the international market. It adopts a descriptive research method with a qualitative approach, employing Miles and Huberman's data analysis. The focus lies on strategy implementation (programs, budgets, and procedures) concerning steps to penetrate the international market (segmentation processes, marketing research procedures, and criteria for strategy selection). The findings indicate that Kahut Sigerbori has succeeded in implementing core strategies (programs, budgets, and procedures) integrating environmental aspects. Specifically, the company emphasizes green products, environmentally responsive pricing, educational promotional activities, waste management, and adaptive production based on international consumer demand. These actions reflect a strong commitment to sustainability and innovation to enter and sustain a position in the global market. Recommendations for future research involve exploring different theories or enriching additional aspects for sustained research, along with employing diverse research methods for broader perspectives.

Keywords: Strategy Implementation, Green Marketing, International Market, SMEs