

APPLICATION OF GREEN MARKETING IN RETAIL INDUSTRY

Chicilia Nova Yatna

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbanas Institute

Andhy Setyawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Surabaya

Abstract: *Public awareness of the environmental conditions is increasing, especially the impact of the use of plastic materials against global warming. This then raises the public movement which seeks to reduce the use of plastic bags. The government began to respond by issuing policies restriction use of plastic bags, especially in the retail industry with a policy of paid plastic is applied to the retail industry. This article focuses restrictions on the use of plastic bags in order to support the green movement, especially those that focus on the solutions offered in the retail industry as an environmentally friendly form of marketing, especially in the retail industry. It is then expected to help reduce the use of plastic bags are constructed of insight and awareness of consumers about the dangers of plastic bags to the environment.*

Keywords: reusable shopping bag, green marketing, retail industries.

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi tujuan investasi dari investor baik yang berasal dari dalam dan luar negeri. Salah satunya adalah investor dalam industri retail baik pakaian, kosmetika, bahan pokok dan lain-lain. Pangsa pasar yang luas memberikan dampak pada peningkatan jumlah industri retail yang mencapai 5.103 pada tahun 2003 dan meningkat menjadi 6.804 di tahun 2004 (Soliha, 2008). Peningkatan jumlah ini tentu memiliki dampak positif bagi konsumen karena dapat dengan mudah mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan. Namun disamping itu, ada dampak negatif yang dihasilkan dari peningkatan jumlah retailer yang ada salah satunya adalah peningkatan sampah plastik yang dihasilkan. Seperti kita ketahui industri retail menawarkan kemudahan bagi konsumennya baik dari segi lokasi ataupun dimanjakan dengan kemudahan yang ditawarkan seperti pengemasan barang yang dibeli menggunakan kantong plastik sehingga secara tidak langsung menjadi produsen kantong plastik (greenaration.org). Selain itu, wadah plastik memberikan kemudahan bagi produsen makan karena membantu memberikan ke higienisan pada produk mereka karena tidak secara langsung melakukan kontak dengan produk. Jika dilihat dari produksi kantong plastik dengan produksi kantong kertas, ternyata biaya untuk produksi kantong kertas lebih tinggi dibanding kantong plastik (Njeru, 2006). Dari sisi konsumen akan memberikan manfaat yaitu dapat digunakan kembali oleh konsumen untuk membungkus makanan, berbagai peralatan bahkan dibutuhkan ketika akan bepergian dalam jarak jauh (Ayalon, Goldrath, Rosenthal dan Grossman, 2009).