

## INTISARI

Penelitian ini berjudul “Strategi *Green Marketing* Bisnis Ritel Vert Terre Ditinjau dari Prinsip Saling Menguntungkan dalam Etika Bisnis”. Permasalahan yang diangkat adalah tentang penggunaan strategi *green marketing* yang digunakan oleh Vert Terre dalam menjalankan usaha bisnis ritel mereka yang berfokus pada produk-produk ramah lingkungan sebagai bentuk memperlambat proses *global warming*. Permasalahan ini akan dikaji lebih dalam menggunakan prinsip saling menguntungkan dalam etika bisnis yang disampaikan oleh Sonny Keraf. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara kritis mengenai strategi *green marketing* yang digunakan oleh Vert Terre dengan menggunakan prinsip saling menguntungkan etika bisnis.

Objek material dari penelitian ini adalah strategi *green marketing* yang digunakan Vert Terre dalam menjalankan bisnis produk-produk ramah lingkungan sedangkan objek formal yang digunakan dalam penelitian ini adalah prinsip saling menguntungkan dalam etika bisnis yang disampaikan oleh Sonny Keraf. Penelitian ini menggunakan studi pustaka dan ditunjang dengan wawancara serta observasi. Penelitian diawali dengan persiapan, wawancara, inventarisasi data, klasifikasi, analisis sintesis dan evaluasi kritis. Unsur-unsur metodisnya yaitu: deskripsi, interpretasi, hermeneutika, induktif, dan heuristika.

Prinsip saling menguntungkan dalam etika bisnis yang dipaparkan oleh Sonny Keraf menjadi dasar untuk melakukan analisis terkait strategi *green marketing* yang digunakan oleh Vert Terre dalam menjalankan bisnis produk-produk ramah lingkungan. Prinsip saling menguntungkan etika bisnis memiliki keunggulan diantaranya memastikan bahwa semua aspek yang terlibat dalam sebuah kegiatan bisnis seperti produsen, konsumen dan alam sekitar sama-sama mendapatkan *benefit* yang sesuai dengan hak masing-masing aspek pendukung kegiatan bisnis tersebut. Kesadaran para pebisnis akan bahayanya *global warming* yang salah satu penyebab terbesarnya adalah sampah atau limbah industri yang tidak terurai sempurna sehingga menimbulkan pencemaran. *Green marketing* merupakan cara yang bisa digunakan oleh pebisnis untuk tetap menjalankan sebuah bisnis yang ramah lingkungan dengan tetap berorientasi pada laba.

Kata kunci : *Green marketing*, prinsip saling menguntungkan dalam etika bisnis, laba, ramah lingkungan

## ABSTRACT

This research is entitled " Green Marketing Retail Business Vert Terre in terms of Mutual Benefit Principles in Business Ethics". The issue raised is about the use of the green marketing strategy used by Vert Terre in running their retail business which focuses on environmentally friendly products as a form of slowing down the global warming process. This issue will be studied more deeply using the principle of mutual benefit in business ethics presented by Sonny Keraf. The purpose of this study is to critically analyze the green marketing strategy used by Vert Terre by using the principle of mutual benefit in business ethics.

The material object of this research is the green marketing strategy used by Vert Terre in running a business of environmentally friendly products, while the formal object used in this research is the principle of mutual benefit in business ethics presented by Sonny Keraf. This research uses a literature study and is supported by interviews and observations. The research begins with preparation, interviews, data inventory, classification, synthesis analysis, and critical evaluation. The methodical elements are description, interpretation, hermeneutics, inductive, and heuristics.

The principle of mutual benefit in business ethics presented by Sonny Keraf became the basis for analyzing the green marketing strategy used by Vert Terre in running the business of environmentally friendly products. The principle of mutual benefit in business ethics has advantages including ensuring that all aspects involved in a business activity such as producers, consumers, and the natural environment both receive benefits by following the rights of each supporting aspect of the business activity. Awareness of businesspeople about the dangers of global warming, which is one of the biggest causes of waste or industrial waste that is not completely decomposed, causing pollution. Green marketing is a way that can be used by business people to keep running an environmentally friendly business while remaining profit-oriented.

**Keywords:** Green marketing, the principle of mutual benefit in business ethics, profit, environmentally friendly