

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *Green Retail* pada UMKM Kripik Ithuk telah terlaksana dan terverifikasi, meskipun pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal. Penerapan strategi ini diwujudkan melalui penggunaan bahan baku lokal, inovasi kemasan yang lebih ramah lingkungan, pengelolaan limbah produksi, serta pemanfaatan pemasaran digital sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha. Implementasi tersebut terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk, terbentuknya citra usaha yang lebih baik, efisiensi biaya produksi, serta meningkatnya loyalitas konsumen. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa praktik *Green Retail* yang diterapkan telah mendukung konsep *Triple Bottom Line* (TBL), yaitu pada aspek profit melalui peningkatan nilai tambah produk dan efisiensi penggunaan bahan baku, aspek *people* melalui kontribusi terhadap kesejahteraan petani lokal serta penyerapan tenaga kerja di lingkungan sekitar, dan aspek *planet* melalui pengelolaan limbah organik serta upaya mengurangi pemborosan bahan baku dalam proses produksi.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala yang masih menghambat optimalisasi implementasi *Green Retail*, di antaranya keterbatasan modal usaha, penggunaan teknologi produksi yang masih sederhana, serta rendahnya pemahaman sebagian konsumen mengenai pentingnya produk yang ramah lingkungan. Berdasarkan hasil *Benchmarking* dan analisis SWOT, UMKM Kripik Ithuk memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan daya saing seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk berkelanjutan,

berkembangnya pemasaran digital, serta adanya dukungan pemerintah daerah. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pada aspek branding, inovasi produk, Green Marketing, dan sistem manajemen operasional agar keberlanjutan usaha dapat terus ditingkatkan.

Secara keseluruhan, penerapan strategi *Green Retail* pada UMKM Kripik Ithuk telah memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya pada tujuan konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta kemitraan untuk mencapai tujuan. Meskipun demikian, peningkatan pada aspek edukasi konsumen, pemanfaatan teknologi, dan inovasi berkelanjutan tetap diperlukan agar implementasi *Green Retail* dapat berjalan lebih efektif dan keberlanjutan usaha dapat tercapai secara optimal di masa mendatang.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Implikasi Teoretis

Penelitian ini memperkuat konsep bahwa *Green Retail* merupakan strategi bisnis yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagaimana dijelaskan dalam konsep *Triple Bottom Line*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Green Retail* pada skala UMKM dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya SDG 8, SDG 12, dan SDG 17.

Selain itu, penelitian ini memperluas kajian mengenai *Green Retail* yang selama ini lebih banyak diterapkan pada perusahaan ritel berskala besar. Temuan

penelitian membuktikan bahwa prinsip-prinsip *Green Retail* juga dapat diterapkan pada UMKM melalui pemanfaatan bahan baku lokal, inovasi kemasan, efisiensi proses produksi, dan pemasaran digital berbasis keberlanjutan.

2. Implikasi Praktis

Bagi UMKM Kripik Ithuk Bojonegoro, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan. Pelaku usaha perlu memperkuat Green Branding dengan menampilkan identitas produk sebagai produk lokal yang ramah lingkungan, meningkatkan inovasi produk dan kemasan, serta mengoptimalkan media digital sebagai sarana komunikasi mengenai nilai keberlanjutan produk.

UMKM juga perlu meningkatkan efisiensi proses produksi melalui pengelolaan limbah yang lebih terstruktur, pencatatan penggunaan bahan baku, serta pengembangan teknologi produksi secara bertahap agar mampu meningkatkan kapasitas produksi tanpa mengurangi kualitas produk.

3. Implikasi Kebijakan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah memiliki peran penting dalam keberhasilan implementasi *Green Retail* pada UMKM. Oleh karena itu, pemerintah daerah diharapkan terus memperluas program pelatihan, pendampingan, fasilitasi sertifikasi produk, digitalisasi pemasaran, serta akses pembiayaan bagi UMKM yang menerapkan prinsip bisnis berkelanjutan.

Selain itu, pemerintah dapat mengembangkan program insentif bagi UMKM yang berhasil menerapkan praktik produksi ramah lingkungan sehingga semakin banyak pelaku usaha yang terdorong untuk mengadopsi konsep *Green Retail*.

4. Implikasi Sosial

Implementasi *Green Retail* memberikan dampak positif terhadap masyarakat melalui peningkatan kerja sama dengan petani lokal, penciptaan lapangan kerja, dan meningkatnya kesadaran mengenai pentingnya konsumsi produk yang lebih bertanggung jawab. Semakin berkembangnya praktik *Green Retail* pada UMKM diharapkan mampu menciptakan ekosistem usaha yang tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

5. Implikasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena dilakukan pada satu objek penelitian sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh UMKM. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak objek penelitian, membandingkan beberapa sektor UMKM, atau menggunakan pendekatan kuantitatif maupun mixed methods untuk menguji pengaruh *Green Retail* terhadap kinerja usaha, loyalitas konsumen, dan keberlanjutan bisnis secara lebih luas.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model implementasi *Green Retail* yang mengintegrasikan digital marketing, ekonomi sirkular (circular economy), dan inovasi hijau (green innovation) sehingga mampu menghasilkan model pengembangan UMKM yang lebih adaptif terhadap tantangan pembangunan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Hidayat, & Hendra, J. (2024). PERAN UMKM DALAM MEMBANGUN EKONOMI KERAKYATAN. **Jurnal MultidisiplinInovatif**, **8(6)**, 192–201.
- Asad, M., Majali, T., Aledeinat, M., Abdelkarim Almajali, D., & Akhorshaideh, A. H. O. (2023). *Green entrepreneurial orientation for enhancing SMEs financial and environmental performance: Synergetic moderation of green technology dynamism and knowledge transfer and integration*. **Cogent Business & Management**, **10(3)**, 2278842.
- Camp, R. C. (1989). *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance*. **ASQC Quality Press**.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). **Pearson Prentice Hall**.
- Elkinjton, J. (1998). *Partnerships from Cannibals with Forks : The Triple Bottom line of 21st Century Business*. **37–51**.
- Esfandiari Bahraseman, S., Dashtabi, M. D., Firoozzare, A., Boccia, F., Pakook, S., & Covino, D. (2025). *Understanding consumer behavior in the choice of healthy food retail outlets: An examination of information types and the interplay between institutional trust and social recommendations*. **Economic Analysis and Policy**, **86**, 2070–2094. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2025.05.035>
- Filya, N., Permana, N., Alfauzy, A., & Sabila, T. K. (2023). **SYNERGY Jurnal Ilmiah Multidisiplin**. PENERAPAN GREEN BUSINESS PADA TOKO RITEL DALAM UPAYA MENGURANGI PENCEMARAN LINGKUNGAN (Vol. 1, Issue 1). <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/sjim>
- Fitriyani, A., Moyan, D., Ustin, N. A., & Ustin, N. A. (2024). **Pengembangan Strategi Pemasaran Berkelanjutan untuk Produk Ramah Lingkungan : Literature Review**. **7(1)**, 101–110.
- Kouzmin, A., Löffler, E., Klages, H., & Korac-Kakabadse, N. (1999). *Benchmarking and performance measurement in public sectors: Towards learning for agency effectiveness*. **International Journal of Public Sector Management**, **12(2)**, 121–144.
- Nadila Filya, N., Permana Achmad, A., & Tiara Khairi, S. (2023). **Jurnal Ilmiah Multidisiplin**. PENERAPAN GREEN BUSINESS PADA TOKO RITEL DALAM UPAYA MENGURANGI PENCEMARAN LINGKUNGAN, **1(1)**, 19–25.

- Olabode, O., Kumar, N., & De, D. (2025a). Food loss and waste management in the retail food supply chain : Methods and framework to achieve environmental sustainability. *Journal of Environmental Management*, **387(April)**, 125718. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.125718>
- Olabode, O., Kumar, N., & De, D. (2025b). Food loss and waste management in the retail food supply chain: Methods and framework to achieve environmental sustainability. *In Journal of Environmental Management (Vol. 387). Academic Press*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.125718>
- Ong, J. O., Sutawijaya, A. H., Doktor, P., Universitas, M., & Jakarta, M. (2020). **STRATEGI INOVASI MODEL BISNIS RITEL MODERN DI ERA. 6(02), 201–210.**
- Plotkina, D., Rabeson, L., & Bambauer-Sachse, S. (2025). The role of green brand image in explaining European consumers' reactions to different types of sustainable packaging. *Journal of Retailing and Consumer Services*, **84**. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104228>
- Prameswari, Z., Putri, N., & Hamamy, F. (2025a). **Strategi Pemasaran Efektif dan Berkelanjutan untuk Keberhasilan Penjualan Ritel di Era Transformasi Digital (Vol. 4).**
- Prameswari, Z., Putri, N., & Hamamy, F. (2025b). Strategi Pemasaran Efektif dan Berkelanjutan untuk Keberhasilan Penjualan Ritel di Era Transformasi Digital. *Karimah Tauhid*, **4(7)**, 4608–4625.
- Rangkuti, F. (2014). **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). **Personal SWOT Analysis**. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vadakkepatt, G. G., Page, K., Mittal, V., Zinn, W., Beitelspacher, L., Aloysius, J., Ginger, J., & Reilman, J. (2020). Sustainable Retailing. *Journal of Retailing, Widlitz*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.10.008>
- Vadakkepatt, G. G., Winterich, K. P., Mittal, V., Zinn, W., Beitelspacher, L., Aloysius, J., Ginger, J., & Reilman, J. (2021). Sustainable Retailing. *Journal of Retailing*, **97(1)**, 62–80. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.10.008>
- Wit, B., & Pylak, K. (2020). **Implementation of Triple Bottom Line to a business model canvas in reverse logistics: B. Wit, K. Pylak. Electronic Markets, 30(4), 679–697.**