

ABSTRAK

Persaingan antar pasar industri *skin care* semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis *skin care* produksi dalam negeri dan produksi luar negeri yang berada di Indonesia. Berdasarkan data Kemenperin, nilai impor produk *skin care* meningkat dari US\$ 631,66 juta di 2017 menjadi US\$ 850,15 juta di 2018. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan, mayoritas impor produk *skin care* berasal dari Korea Selatan. Industri kecantikan Korea Selatan secara massif menginvasi Indonesia dan salah satu yang menimbulkan animo tinggi dari masyarakat yaitu *brand* Innisfree. Salah satu Kota di Indonesia yang menjadi sasaran *brand* Innisfree untuk memperkenalkan produknya yaitu Kota Bandung. Dengan banyaknya produk-produk *skin care* yang dijual di pasaran, bukan berarti semua produk-produk tersebut aman bagi kesehatan dan ramah terhadap lingkungan. *Green marketing* merupakan fokus baru dunia bisnis saat ini. Banyak perusahaan memasukkan isu lingkungan ke dalam strategi *marketing*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep *Green Marketing* yang dilakukan oleh *brand* Innisfree dan untuk mengetahui penerapan *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion* pada *brand* Innisfree. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.

Kesimpulan dari penelitian ini menurut hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa konsep *Green Marketing* yang dilakukan oleh *brand* Innisfree sudah sesuai dalam penerapannya baik untuk kesehatan maupun untuk lingkungan. Salah satu kegiatan yang dilakukan *brand* Innisfree yaitu “*Empty Bottle Recycling*” yaitu kegiatan kampanye *Green Life* yang dilakukan dengan cara mengumpulkan botol bekas *skin care* dari *brand* innisfree kemudian diserahkan ke gerai Innisfree terdekat untuk di daur ulang agar mengurangi limbah produksi. Kegiatan *Green marketing* yang dilakukan oleh *brand* Innisfree diharapkan bisa memberikan motivasi dan mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan.

Kata kunci : *Green Marketing Mix*.