

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX UNTUK  
MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI  
HOTEL ROYAL TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN**



**Politeknik Negeri Bali**

**PUTRI AYU SRI INDRAYANI**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**  
**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX UNTUK**  
**MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL ROYAL**  
**TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN**



**Politeknik Negeri Bali**

**PUTRI AYU SRI INDRAYANI**  
**1815834104**

**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364

Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128 Laman: [www.pnb.ac.id](http://www.pnb.ac.id)

Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Ayu Sri Indrayani

NIM : 1815834104

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa judul Skripsi:

**“IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX  
UNTUK MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR  
DI HOTEL ROYAL TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN”**

benar bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 4 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,

Putri Ayu Sri Indrayani

## **SKRIPSI**

# **IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL ROYAL TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN**

Di Susun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan  
Pada Program Studi Management Bisnis Pariwisata Jurusan Pariwisata  
Politeknik Negeri Bali



Oleh :

**PUTRI AYU SRI INDRAYANI**  
**NIM. 1815834104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

# SKRIPSI

## IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL ROYAL TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN

Diajukan Oleh  
**Putri Ayu Sri Indrayani**  
NIM. 1815834104

Telah Disetujui dan Diterima Baik Oleh:

**Pembimbing I,**



**Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM**  
NIP. 198009032008122002

**Pembimbing II,**



**Elvira Septevany, S.S., M.Li**  
NIP. 198909262019032017

**Mengetahui**  
**Jurusan Pariwisata**  
**Ketua,**



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM., PhD**  
NIP. 196312281990102001

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX UNTUK  
MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL ROYAL  
TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN**

Telah diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian pada:

Kamis, 04 Agustus 2022

**PENGUJI**

**KETUA:**



**Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, S.E., M.M**

**NIP. 198009032008122002**

**ANGGOTA:**



JURU SASTA  
POLITIKI BALI

**1. Dr. I Made Darma Oka, M.Par**

**NIP. 196510202000121001**



**2. Tyas Raharjeng Pamularsih, S.Ant., M.Sc**

**NIP. 199001132019032015**

## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“Implementasi Green Marketing Mix Untuk Meningkatkan Hunian Kamar Di Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran”** dengan baik dan penulis mampu menyelesaikan tepat waktu. Adapun penulisan proposal skripsi ini ditujukan sebagai salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan perkuliahan pada Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari terdapat hambatan - hambatan yang penulis hadapi dalam proses penyusunan skripsi ini. Akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. Selaku kepala Departemen Pariwisata di Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di jurusan Pariwisata.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. Sebagai Sekretaris Departemen Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan dan saran kepada penulis.

4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan pedoman, waktu, motivasi dan saran untuk penulis.
5. Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan saran-saran, motivasi dan mengarahkan penulis dengan sangat baik dalam menyelesaikan proposal penelitian.
6. Elvira Septevany, S.S., M.Li selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi masukan serta memberikan motivasi selama proses bimbingan.
7. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
8. Bapak I Nengah Tiasta dan Ibu Ni Wayan Rasmi serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi dan cinta kasih kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini.
9. Teman – teman serta sahabat yang selalu memberikan dorongan motivasi serta dukungan secara terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.



Penulis menyadari usulan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun agar bisa menjadi lebih baik lagi.

Badung, 4 Agustus 2022

Penulis



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

***IMPLEMENTATION OF GREEN MARKETING MIX TO  
INCREASE ROOM OCCUPANCY AT ROYAL TULIP  
SPRINGHILL RESORT JIMBARAN***

**PUTRI AYU SRI INDRAYANI**

**NIM. 1815834104**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the application of the green marketing mix to increase room occupancy at the Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran by using a qualitative descriptive analysis of the Miles Huberman model. Data collection techniques in this study are using observation, interviews, documentation and literature study. The informants used in this study were 5 people, namely the Director of Sales, Sales Manager, Revenue Manager, Marcom Coordinator, and Reservation Supervisor. The results in this study are the Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran is still not 100% maximal in implementing the green marketing mix concept. The form of implementation of the green marketing mix in this study is through green products, green price, green promotion and green place applied by Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran, are optimal enough in implementing the green marketing mix to increase room occupancy.*

*Keywords: Green Marketing Mix, Green Product, Green Price, Green Promotion and Green Place.*

# **IMPLEMENTASI GREEN MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL ROYAL TULIP SPRINGHILL RESORT JIMBARAN**

**PUTRI AYU SRI INDRAYANI  
NIM. 1815834104**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan green marketing mix untuk dapat meningkatkan hunian kamar di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif model Miles Huberman. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Informan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang yaitu Director of Sales, Sales Manager, Revenue Manager, Marcom Coordinator, dan Reservation Supervisor. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran masih belum 100% maksimal dalam pengimplementasian konsep green marketing mix. Adapun bentuk implemetasi green marketing mix pada penelitian ini melalui green product, green price, green promotion dan green place yang diterapkan oleh Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran, sudah cukup optimal dalam pengimplementasian green marketing mix untuk meningkatkan hunian kamar.

Kata kunci : Green Marketing Mix, Green Product, Green Price, Green Promotion dan Green Place.

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN GELAR SARJANA TERAPAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN KELULUSAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Hotel.....	8

2.1.2 Green Marketing.....	8
2.1.3 Green Marketing Mix .....	13
2.1.4 Tingkat Hunian Kamar .....	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian .....	24
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.3 Identifikasi Variabel .....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	25
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5.1 Jenis Data.....	26
3.5.2 Sumber Data .....	26
3.6 Teknik Penentuan Informan .....	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.7.1 Observasi .....	29
3.7.2 Wawancara.....	29
3.7.3 Dokumentasi .....	30
3.7.4 Studi Pustaka.....	30
3.8 Teknik Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
4.1.1 Sejarah dan Lokasi Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran .....	32
4.1.2 Bidang Usaha dan Fasilitas-Fasilitas Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.....	33
4.1.3 Struktur Organisasi dan Job Description .....	36
4.2 Analisis Hasil Temuan Implementasi Green Marketing Mix.....	40
4.2.1 Green Product .....	40
4.2.2 Green Price .....	45
4.2.3 Green Promotion.....	49

4.2.4 Green Place .....	54
4.3 Penarikan Kesimpulan Implementasi Green Marketing Mix .....	58
4.4 Analisis Upaya yang di lakukan Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran Untuk Meningkatkan Hunian Kamar .....	65
4.4.1 Green Product .....	65
4.4.2 Green Price .....	68
4.4.3 Green Promotion.....	70
4.4.4 Green Place .....	73
4.5 Penarikan Kesimpulan Hasil Upaya Yang Dilakukan Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran Untuk Meningkatkan Hunian Kamar .....	75
4.5.1 Green Product .....	76
4.5.2 Green Price .....	77
4.5.3 Green Promotion.....	77
4.5.4 Green Place .....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Hunian Kamar Di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran .....	3
Tabel 1. 2	Biaya Pengeluaran Pencetakan Brosur .....	4
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	25
Tabel 4. 1	Ballroom Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran .....	34
Tabel 4. 2	Tipe dan Harga Kamar Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.....	46
Tabel 4. 3	Penarikan Kesimpulan Implementasi Green Marketing Mix .....	58



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Green Marketing .....	10
Gambar 3. 1 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman.....	31
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran .....	37
Gambar 4. 2 Kemasan Makanan Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.....	41
Gambar 4. 3 Sertifikasi Green Tourism .....	42
Gambar 4. 4 Guest Activities Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.....	44
Gambar 4. 5 Kegiatan Exhibition Di Negara India Untuk Memasarkan Produk. 51	
Gambar 4. 6 Pemasaran Produk Melalui Sosial Media.....	52
Gambar 4. 7 Trip Advisor Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.....	56
Gambar 4. 8 Konsep Green Marketing Mix.....	76



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pembangunan pariwisata merupakan sektor yang paling menjanjikan di Bali. Sektor industri pariwisata menjadi penunjang dalam peningkatan devisa Negara dan pendapatan asli daerah. Pertumbuhan pariwisata menyebabkan semakin ketatnya persaingan diantara pelaku bisnis yang bergerak dibidang pariwisata, terutama yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi berupa hotel. Perhotelan adalah salah satu industri yang sangat berpengaruh dalam pembangunan pariwisata. Dengan pesatnya pembangunan pariwisata dapat mempengaruhi terjadinya pemanasan global (*global warming*). Pemanasan global atau (*global warming*) menjadi salah satu isu lingkungan utama yang dihadapi dunia saat ini. Pemanasan global berhubungan dengan proses meningkatnya suhu rata-rata permukaan bumi dan pemanasan global telah memicu terjadinya sejumlah konsekuensi yang merugikan baik terhadap lingkungan maupun setiap aspek kehidupan manusia.

Kontribusi pariwisata terhadap peningkatan emisi gas rumah kaca yang diakibatkan oleh efek *global warming* karena hasil dari berbagai aktivitas dari kepariwisataan. Adanya pembangunan pariwisata melalui pembangunan hotel yang tidak terkendali tentunya berdampak besar terhadap lingkungan jika tidak adanya peraturan yang menerapkan pariwisata berkelanjutan. Saat ini penting adanya sinergi dalam pengimplementasian pariwisata hijau dalam pemasaran hotel menjadi salah satu upaya untuk mengurangi dampak *global warming* dari pertumbuhan

pariwisata yang semakin pesat. Langkah awal yang dapat dilakukan untuk menerapkan pariwisata berkelanjutan dengan penerapan *green tourism* dalam lingkungan hotel. Secara substansi peningkatan kesadaran terhadap lingkungan dalam pembangunan hotel melalui promosi daerah tujuan wisata dapat dilakukan dengan penerapan konsep *green marketing*.

*Green Marketing* merupakan pemasaran produk yang dianggap aman lingkungan yang dapat mengurangi terjadinya kerusakan terhadap lingkungan. Dengan demikian pemasaran ramah lingkungan menggabungkan berbagai kegiatan, termasuk modifikasi produk, perubahan proses produksi, perubahan kemasan, serta modifikasi iklan. Konsep *green marketing* dapat diterapkan melalui hotel dalam penyediaan layanan jasa yang meningkatkan kualitas hunian kamar, seperti halnya Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran yang perlu mengedepankan konsep *green marketing* dengan mengelola potensi hotel yang telah dimiliki. Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran mengusung strategi *jungle hotel* yang tidak bisa kita temukan pada hotel lain pada umumnya. Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran memiliki nilai keunikan dari segi penerapan tema hotel dengan memadu madankan nuansa natural, berpadu erat dengan lingkungan hutan dan alam serta menyajikan pemandangan aktivitas hewan liar sebagai pemandangan utama dari balkoni kamar. Nilai keunikan inilah yang akan menarik perhatian para tamu agar tidak berpaling ke hotel yang lain.

Melihat keunikan yang dimiliki hotel semestinya tingkat hunian kamar yang diharapkan meningkat setiap tahunnya, namun kenyataan yang terjadi adalah tingkat hunian kamar tidak sesuai dengan target yang ditetapkan oleh pihak hotel. Hal tersebut dapat terlihat dari tabel di bawah ini :

**Tabel 1. 1**  
**Data Hunian Kamar Di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran**  
**Tahun 2017-2021**

No	Tahun	Jumlah Tingkat Hunian ( <i>pax</i> )	Presentase Tingkat Hunian
1	2017	5.115	29,51%
2	2018	21.747	7,52%
3	2019	26.589	51,82%
4	2020	5.693	10,32%
5	2021	5.181	9,45%

*Sumber : Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran 2022*

Dari Tabel 1.1 didapatkan bahwa pada tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan yang signifikan dalam penjualan kamar. Namun pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan. Tingkat hunian kamar yang dialami Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2019 yaitu jumlah pengunjung sebanyak 26.589 pax dengan persentase tingkat hunian di tahun 2019 sebanyak 51,82%. Sedangkan pada tahun 2020 hingga 2021 Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran mengalami penurunan tingkat hunian kamar di tahun 2020 jumlah pengunjung sebanyak 5.693 pax dengan persentase di tahun 2020 sebanyak 10,32% dan pada tahun 2021 jumlah pengunjung sebanyak 5.181 pax dengan persentase di tahun 2021 9,45%. Penurunan tingkat hunian kamar yang terjadi pada tahun 2020 hingga 2021 juga disebabkan akibat terjadinya pandemic covid-19.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa peningkatan hunian kamar tertinggi dicapai pada tahun 2019 dengan jumlah pengunjung mencapai 26.589 pax dengan persentase kenaikan 51,82%. Sedangkan pada penurunan tingkat hunian kamar terendah terjadi pada tahun 2021 dengan pengunjung 5.181 pax dengan persentase penurunan 9,45%. Melihat data peningkatan dan penurunan tingkat hunian kamar yang dialami oleh Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran pihak manajemen perlu melakukan evaluasi setiap tahunnya agar tetap meningkatkan hunian kamar setiap tahunnya dan perlu adanya penerapan pemasaran hotel yang efektif dan tepat agar tetap bisa meningkatkan hunian kamar setiap tahunnya.

Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran perlu menciptakan inovasi yang baru dalam memasarkan produk hotel yang mengedepankan *green marketing* untuk meningkatkan hunian kamar. Proses pemasaran di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran masih menggunakan brosur dalam tahap pemasaran untuk menarik wisatawan. Adapun data biaya pengeluaran pencetakan brosur dalam 5 tahun terakhir sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**  
**Biaya Pengeluaran Pencetakan Brosur Tahun 2017-2021**

NO	Tahun	Pengeluaran Harga Cetak Brosur	Persentase Biaya Pengeluaran Pencetakan Brosur
1	2017	7.631.551	0%
2	2018	10.500.000	37,59%
3	2019	14.359.999	36,76%
4	2020	7.500.000	-47,77%
5	2021	5.763.862	-23,15%

Sumber : Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran 2022

Tabel 1.2 didapatkan bahwa pada tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan yang signifikan biaya pencetakan brosur Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran. Namun pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan biaya cetak brosur dibanding 3 tahun sebelumnya yaitu 2017 sampai 2019. Biaya cetak brosur 5 tahun terakhir yang dialami Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran mencapai biaya tertinggi pada tahun 2019 yaitu sejumlah 14.359.999 dengan persentase kenaikan di tahun 2018 sebanyak 37,59%. Sedangkan biaya cetak brosur pada 2021 mengalami penurunan sejumlah 5.763.862 dengan persentase penurunan di tahun 2020 sebanyak -47,77%.

Tabel 1.2 bahwa dapat disimpulkan kenaikan biaya pengeluaran pencetakan brosur paling banyak terjadi pada tahun 2019 sejumlah 14.359.999 dengan persentase kenaikan di tahun 2018 sebanyak 37,59%. Dan pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan biaya pengeluaran pencetakan brosur, pada tahun 2020 biaya pengeluaran pencetakan brosur sebanyak 7.500.000 dan di tahun 2021 sebanyak 5.763.862.

Permasalahan turunnya tingkat hunian kamar di Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran diakibatkan belum di implementasikannya konsep green marketing mix secara maksimal. Selain itu juga disebabkan adanya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi turunnya tingkat hunian kamar dan menyebabkan pengeluaran tidak seimbang dengan pendapatan hotel. Oleh karena itu adanya peningkatan hunian kamar sangatlah penting untuk meningkatkan pendapatan hotel yang perlu diimbangi dengan terciptanya sumber-sumber penerimaan hotel dengan penerapan marketing yang tepat dalam proses pemasaran hotel. Untuk mengatasi

hal tersebut manajemen hotel perlu mengembangkan pemasaran yang dapat mempengaruhi peningkatan hunian kamar dengan mengimplementasikan konsep *green marketing mix* yang tepat dengan keunikan yang dimiliki di Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran mulai dari *green product, green price, green place, green promotion*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji mengenai implementasi *green marketing mix* sebagai upaya pengembangan inovasi peningkatan hunian kamar. Dari pernyataan tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Implementasi Green Marketing Mix Untuk Meningkatkan Hunian Kamar Di Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Bagaimanakah implementasi *green marketing mix* yang di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran?
- 1.2.2 Apakah upaya-upaya yang di lakukan Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan dengan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk menganalisis implementasi *green marketing mix* untuk meningkatkan hunian kamar di Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.

1.3.2 Untuk menganalisis upaya yang dilakukan dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata.
2. Untuk membandingkan teori yang didapat di bangku kuliah dengan masalah-masalah yang bersifat praktis yang diterima di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.
3. Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai implementasi green marketing mix untuk meningkatkan hunian kamar di Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi gambaran bahwa kalangan mahasiswa tentu membutuhkan ilmu pemasaran, yang dimana akan sangat bermanfaat untuk membangun wawasan mengenai dunia industri, khususnya pada implementasi green marketing mix pada perusahaan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil analisis dan uraian pada bab terdahulu dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran sudah mengimplementasikan konsep *green marketing mix* untuk *green product* yang dimiliki dengan fasilitas-fasilitas di hotel yang sudah menerapkan konsep *green* seperti pengurangan penggunaan plastik dan pengurangan penggunaan listrik diganti dengan tenaga surya (solar panel), setelah itu adanya pengolahan limbah-limbah untuk didaur ulang yang nantinya hasil dari limbah tersebut berupa air bersih yang dipakai untuk menyiram tanaman, dan fasilitas di restaurant sudah menggunakan kemasan daun pisang pada tempat makanan. Dan untuk pengimplementasian *green price* cukup optimal produk yang ditawarkan kepada customer sudah memenuhi produk yang ramah lingkungan yang dimana hal ini dapat menghemat biaya operasional hotel. Pengimplementasian *green promotion* pada hotel sudah maksimal yaitu melalui digital marketing dalam memasarkan produknya dikarenakan lebih efektif dan efisien. Pengimplementasian *green place* sudah maksimal dengan melalui saluran distribusi baik *Online Travel Agent* maupun *Offline Travel Agent*. Dimana saluran distribusi baik online travel agent maupun offline travel agent yaitu sama-sama dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran.

2. Upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar yaitu melakukan evaluasi terkait penerapan green agar bisa diterapkan 100% dan selain itu juga mengatur keuangan hotel agar bisa menerapkan konsep green dengan maksimal. Dan selain itu memanfaatkan teknologi *digital marketing* dengan konsisten untuk memasarkan produk dan fasilitas yang ditawarkan, dengan memanfaatkan teknologi *digital marketing* dengan maksimal dapat mengurangi terjadinya kerusakan lingkungan dan dapat menghemat pengeluaran biaya hotel.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka ada beberapa hal yang perlu disarankan pada pihak Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran berkaitan dengan implementasi green marketing mix agar dapat melakukan perbaikan kedepannya yaitu :

1. Pihak manajemen Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran perlu meningkatkan evaluasi mengenai penerapan konsep *green marketing mix* dengan konsisten dan keberlanjutannya agar dapat menjadikan pariwisata berkelanjutan. Seluruh staff Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran perlu ikut mengedepankan konsep green untuk mendukung program hotel yang berbasis ramah lingkungan dan selain itu para staff juga dapat memberikan edukasi kepada tamu yang menginap untuk berpartisipasi dalam penerapan *sustainable tourism*. Pihak manajemen perlu melakukan kerja sama dengan berbagai pihak yang sudah mengedepankan konsep *green* secara maksimal dan ikut menjadikan Royal Tulip Springhill Resort Jimbaran sebagai hotel *sustainable tourism*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, N., & Suharyono, S. (2017). Analisis Penerapan Green Marketing Pada Produk Naoogst Cigar Sebagai Strategi Pemasaran Internasional (Studi pada PTPN X). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 51(2), 8–15.
- Bogdan & Biklen dalam Pupu Saeful. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium: Vol. 5 No. 9*. [yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf](http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf)
- Cakranida, G. (2017). Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Hunian Kamar di Hotel Ramada Bali Sunset Road. *Marketing Mix*.
- Dahlstrom, R. (2011). *R. Dahlstrom, Green Marketing Management, Mason: South-Western Cengage Learning, 2011*.
- Fatimah, N. F., & Setiawardani, M. (2016). Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen the Body Shop Kota Bandung ). *Polban*, 1089–1101.
- Huberman, M. and. (1992). *Milesandhuberman1992 Analisis Data Kualitatif.Pdf*.
- Kartono, G. G., & Warmika, I. G. K. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Image. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6473.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p04>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Ebook of Marketing Management 13th Edition*, 1662.
- Manongko, A. A. C., & Pd, S. (2018). *Green Marketing ( Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior )*.
- Mellita, D. (2014). Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah Di Kota Palembang. *Ilmu Ekonomi*, 1, 1–15.
- Nabivi, E. (2020). Implementation of Green Marketing Concept Through Social

Media Activities: A Systematic Literature Review. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 2/2020(11), 55–67.

<https://doi.org/10.7172/2449-6634.jmcbem.2020.2.4>

Rossiana, K. (2018). Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di The Lerina Hotel Nusa Dua. *Marketing Mix*.

Singh, L. (2021). Relationship Between Green Marketing Mix and Consumer Behavior: A study of hospitably firms in North India. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 0(9), 82–103.

Sugiyono, P. D. (2016). *Sugiyono, P. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi). Bandung: Alfabeta Cv.*

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Cetakan Ke 26). *Bandung: CV Alfabeta*, 1–334.

Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggara Hotel*. Sulastiyono, A. (2011). Manajemen penyelenggaraan hotel.

Syahbandi. (2012). Implementasi Green Marketing Melalui Pendekatan Marketing Mix , Demografi dan Pengetahuan Terhadap Pilihan Konsumen (Studi The Body Shop Pontianak). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 68–86.

Wolok, T. (2019). *Green Marketing : Pemasaran dan Pembelian* (p. 9).