

SKRIPSI

**STRATEGI GREEN MARKETING MIX
DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR
DI THE TRANS RESORT BAL**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Rani Fitria Santoso

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI
STRATEGI GREEN MARKETING MIX
DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR
DI THE TRANS RESORT BALI



POLITEKNIK NEGERI BALI

Rani Fitria Santoso
NIM 2015834086

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

SKRIPSI

**STRATEGI GREEN MARKETING MIX
DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR
DI THE TRANS RESORT BALI**

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi
Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Rani Fitria Santoso
NIM 2015834086**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

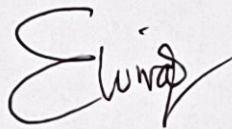
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI GREEN MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI THE TRANS RESORT BALI

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

Pada Jumat, 28 Juni 2024

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par
NIP. 196211251990032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



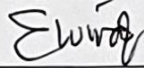
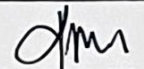
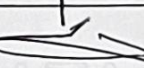
Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par.
NIP. 198409082008122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

STRATEGI GREEN MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI THE TRANS RESORT BALI

yang disusun oleh **Rani Fitria Santoso (NIM 2015834086)** telah dipertahankan
dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji
pada hari Senin tanggal 15 Juli 2024

| | Nama Tim Penguji | Tanda Tangan |
|----------------|---|---|
| Ketua | Elvira Septevany, S.S., M.Li NIP. 198909262019032017 |  |
| Anggota | Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par. NIP. 198409082008122004 |  |
| Anggota | Drs. I Ketut Suarja, M.Si NIP. 196212311993031013 |  |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par.
NIP. 198409082008122004

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rani Fitria Santoso
NIM : 2015834086
Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

STRATEGI GREEN MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI TRANS RESORT BALI

Yang ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata merupakan hasil karya saya. Semua informasi yang tercantum dalam skripsi yang berasal dari karya orang lain telah diberikan penghargaan dengan mencantumkan nama sumber penulis dengan benar sesuai norma, kaidah, dan etika akademik.

Apabila di kemudian hari diketahui bahwa sebagian atau keseluruhan tesis tersebut bukan karya asli saya atau terdapat kasus plagiarisme, saya dengan rela menerima konsekuensi pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lainnya sebagaimana didalilkan oleh Hukum Nasional Indonesia.

Badung, 15 Juli 2024



Rani Fitria Santoso

KATA PENGANTAR

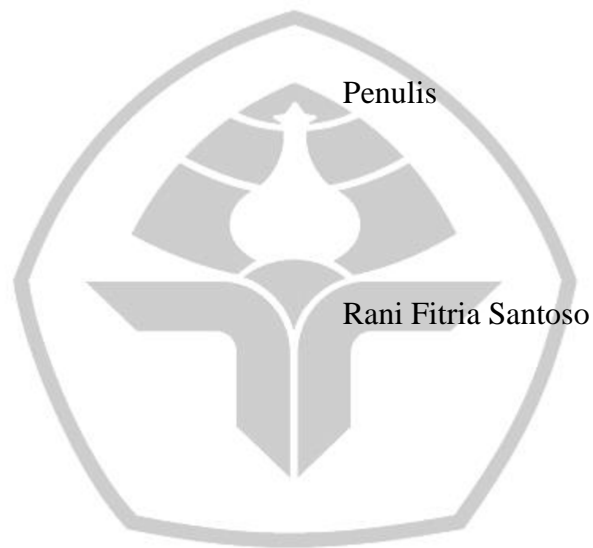
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Strategi *Green Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Hunian Kamar di The Trans Resort Bali” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan Skripsi ini merupakan sebuah wadah penyalur ilmu dan minat mahasiswa dalam melakukan penelitian sebagai langkah awal dalam memenuhi syarat penyusunan skripsi agar dapat menyelesaikan Pendidikan Terapan S1 Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

Dimulainya penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikannya tidak lepas dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST. Par., M.Par selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan skripsi.
3. Putu Tika Virginiya, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang serta membantu memberikan kelancaran dan masukan bagi penulis.

4. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan Skripsi ini.
5. Elvira Septevany, S.S., M.Li selaku Dosen Pembimbing I yang serta memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan Skripsi ini dari tahap awal sampai akhir.
6. Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan nya tanpa henti untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Seluruh senior di The Trans Resort Bali khususnya di bagian *sales and marketing* yang telah dapat menerima penulis untuk belajar di hotel tersebut, memberikan dukungan, bantuan dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penyusunan Skripsi ini.
8. Budi Santoso dan Anak Agung Ketut Mayuni selaku orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan Skripsi ini.
9. Teman-teman MBP A seperti Mangtri, Icha, Panji, Ari, Wahyu, Dodik, Abi, Berlin dan juga Korby yang senantiasa memberikan dorongan motivasi, dukungan secara terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis sehingga besar harapan penulis agar Skripsi ini bisa bermanfaat bagi mahasiswa. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf atas kesalahan dalam melakukan penulisan.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Santoso, Rani Fitria. (2024). Strategi *Green Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Hunian Kamar di The Trans Resort Bali. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Dosen Pembimbing I: Elvira Septevany, S.S., M.Li, dan Dosen Pembimbing II: Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Green Marketing*, *Green Marketing Mix*, Tingkat Hunian Kamar

Perkembangan industri perhotelan yang pesat mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman The Trans Resort Bali dalam meningkatkan hunian kamar serta menganalisis strategi yang tepat dalam meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali. Penelitian ini menggunakan data deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, kuesioner, *Focus Group Discussion (FGD)* dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)* yang melibatkan IFAS (*Internal Factors Analysis*) dan EFAS (*External Factors Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan The Trans Resort Bali meliputi desain kamar menarik, fasilitas yang sesuai, reputasi yang dikenal, promosi dengan harga spesial, dan lokasi yang strategis. Promosi dilakukan melalui berbagai media sosial. Kelemahan mencakup penggunaan botol dan sedotan plastik. Peluangnya adalah produk serupa pesaing di Seminyak dan pemasaran digital yang hampir maksimal. Ancaman meliputi harga serupa dari pesaing, pemanfaatan teknologi oleh pesaing, dan faktor sosial budaya masyarakat. Strategi The Trans Resort Bali meliputi promosi melalui media sosial dan *influencer*, penggunaan produk ramah lingkungan, serta penampilan budaya lokal. Iklan menampilkan ruang hijau, desain kamar, dan alam sekitar di berbagai platform. Menggunakan tempat minum isi ulang dan sedotan bambu di kamar. Tampilkan tarian dan musik daerah di lobi, serta kerjasama dengan seniman lokal.

ABSTRACT

Santoso, Rani Fitria. (2024). Strategi Green Marketing Mix *Dalam Meningkatkan Hunian Kamar* The Trans Resort Bali. Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Bali State Polytechnic.

This thesis has been approved and examined by Instructor's Lecturer I: Elvira Septevery, S.S., M.Li, and Instructors II: Dr. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par

Keywords: Marketing strategy, Green marketing, Green Marketing Mix, Living room level

The fast development of the hotel industry has resulted in intense competition. This study aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats of The Trans Resort Bali in increasing room occupancy and analyze the design of appropriate strategies in increasing room occupancy rates at The Trans Resort Bali. This research uses qualitative data. Data collection in this study used observation, interview, Focus Group Discussion (FGD) and documentation methods. The data were analyzed using descriptive analysis and Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) analysis involving IFAS (Internal Factors Analysis) and EFAS (External Factors Analysis). The results showed that the strengths of The Trans Resort Bali include attractive room design, suitable facilities, known reputation, promotions with special prices, and strategic location. Promotion is done through various social media. Weaknesses include the use of plastic bottles and straws. Opportunities are similar products of competitors in Seminyak and almost maximum digital marketing. Threats include similar prices from competitors, utilization of technology by competitors, and socio-cultural factors of the community. The Trans Resort Bali's strategies include promotion through social media and influencers, eco-friendly products, and the appearance of local culture. Advertisements feature green spaces and room designs on various platforms. Use refillable drink holders and bamboo straws in rooms. Displaying local dances and music in the lobby, and collaborating with local artists.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | x |
| ABSTRACT | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 4 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 4 |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1.Landasan Teori | 6 |
| 2.1.1 Hotel..... | 6 |
| 2.1.2 Green Marketing | 7 |
| 2.1.3 <i>Green Marketing Mix</i> | 9 |
| 2.1.4 Tingkat Hunian Kamar | 11 |
| 2.1.5 Analisis SWOT | 12 |
| 2.2.Penelitian Terdahulu..... | 13 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 17 |
| 3.1. Lokasi dan Periode Penelitian | 17 |
| 3.2. Objek Penelitian | 17 |
| 3.3. Identifikasi Variabel | 17 |
| 3.3.1 Variabel Internal | 18 |
| 3.3.2 Variabel Eksternal..... | 18 |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel | 18 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data..... | 20 |
| 3.5.1 Jenis Data..... | 20 |
| 3.5.2 Sumber Data | 21 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data..... | 21 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 24 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 25 |
| 3.7.2 Analisis SWOT | 25 |
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 38 |
| 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 38 |
| 4.1.1 Sejarah The Trans Resort Bali | 38 |
| 4.1.2 Bidang Usaha dan Fasilitas-Fasilitas The Trans Resort Bali | 41 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi The Trans Resort Bali | 50 |
| 4.2 Hasil dan Pembahasan | 54 |
| 4.2.1 Matriks IFAS dan EFAS The Trans Resort Dalam Peningkatan Tingkat Hunian Kamar | 55 |
| 4.2.2 Strategi Pemasaran Yang Sebaiknya Diterapkan Oleh The Trans Resort Bali Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar..... | 69 |
| BAB V PENUTUP..... | 75 |
| 5.1. Simpulan..... | 75 |
| 5.2. Saran | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN..... | 81 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Room Occupancy | 2 |
| Tabel 3. 1 Variabel Internal | 18 |
| Tabel 3. 2 Variabel Eksternal | 19 |
| Tabel 3. 3 Matrik IFAS | 26 |
| Tabel 3. 4 Kriteria Hasil Penelitian IFAS | 29 |
| Tabel 3. 5 Analisis Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) | 29 |
| Tabel 3. 6 Kriteria Hasil Penelitian EFAS | 31 |
| Tabel 3. 7 Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal) | 32 |
| Tabel 3. 8 Matriks SWOT | 36 |
| Tabel 4. 1 Informasi Kamar The Trans Resort Bali | 41 |
| Tabel 4. 2 Matriks IFAS | 55 |
| Tabel 4. 3 Matriks EFAS | 57 |
| Tabel 4. 4 Matriks IE | 58 |
| Tabel 4. 5 Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses) | 60 |
| Tabel 4. 6 Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) | 67 |
| Tabel 4. 7 Matriks SWOT | 71 |

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 4. 1 Premier Room | 42 |
| Gambar 4. 2 Club Premier Room..... | 42 |
| Gambar 4. 3 Celebrity suite | 43 |
| Gambar 4. 4 One Bedroom Villa | 43 |
| Gambar 4. 5 Presidential Villa | 44 |
| Gambar 4. 6 Restaurant and Lounge..... | 45 |
| Gambar 4. 7 Club Lounge..... | 46 |
| Gambar 4. 8 18th Rooftop Bar..... | 47 |
| Gambar 4. 9 Mice..... | 47 |
| Gambar 4. 10 Kids Club | 48 |
| Gambar 4. 11 Fitness Centre..... | 49 |
| Gambar 4. 12 The Trans Spa..... | 49 |
| Gambar 4. 13 White Sandy Beach Club | 50 |
| Gambar 4. 14 Struktur Organisasi..... | 51 |
| Gambar 4. 15 <i>Green</i> produk..... | 62 |
| Gambar 4. 16 Makanan dari bahan orgnaik | 63 |
| Gambar 4. 17 amenities kamar isi ulang..... | 63 |
| Gambar 4. 18 Menghidangkan makanan lokal (<i>go local</i>)..... | 64 |
| Gambar 4. 19 Lokasi The Trans Resort Bali..... | 65 |
| Gambar 4. 20 Lokasi The Trans Resort Bali..... | 66 |
| Gambar 4. 21 Promosi melalui media sosial..... | 66 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Daftar Pertanyaan FGD

Lampiran 2 Pedoman FGD Faktor Internal

Lampiran 3 Pedoman FGD Faktor Eksternal

Lampiran 4. Bobot Dan Rating IFAS

Lampiran 5. Bobot Dan Rating EFAS

Lampiran 6. Daftar Hadir

Lampiran 7 Dokumentasi



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata, bersama dengan sektor-sektor penting lainnya seperti pertanian, pertambangan, dan kehutanan, memainkan peran kunci dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Industri pariwisata merupakan industri yang paling potensial. Diperkirakan bahwa industri pariwisata bergantung pada sekitar seperdelapan tenaga kerja global, baik secara langsung maupun tidak langsung. Rahma (2020). Industri perhotelan memiliki keterkaitan erat dengan sektor pariwisata. Industri perhotelan mengalami pertumbuhan yang pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat untuk menarik pelanggan untuk pemesanan kamar dan penggunaan fasilitas. Bisnis harus meningkatkan daya saing mereka agar dapat bersaing secara efektif dengan kelompok ini. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam merekrut dan mempertahankan pelanggan yang sebagian besar berorientasi bisnis, manajemen hotel harus membuat kemajuan yang signifikan. Anasti (2013).

Untuk mencapai keunggulan bersaing dalam persaingan hotel, ada beberapa pendekatan yang harus digunakan untuk mempertahankan pangsa pasar dan menarik pelanggan baru dalam persaingan yang semakin kompetitif maka munculah hotel dengan tema hijau (*green*). Layanan hotel yang menyertakan konsep *green marketing* berpotensi meningkatkan kebahagiaan pengunjung dan meningkatkan tingkat hunian. *Green marketing* adalah strategi untuk mempromosikan produk dan layanan yang sangat menekankan pada meminimalkan

dampak buruk terhadap lingkungan. *Green marketing* perusahaan mencakup beberapa kegiatan seperti produksi, harga, promosi, dan distribusi.

Industri perhotelan dipenuhi dengan beberapa saingan, dan The Trans Resort Bali sangat menyadari ini. Persaingan dapat terlihat dengan munculnya hotel yang menawarkan perbedaan dari segi kualitas produk serta pelayanan maupun dari segi *image* yang telah dimiliki perusahaan.

Tabel 1. 1 *Room Occupancy*

| Tahun | Persentase Tingkat Hunian | Room Sold |
|--------------|----------------------------------|------------------|
| 2019 | 79.7% | 4.941 |
| 2020 | 29.7% | 1.841 |
| 2021 | 41.4% | 2.566 |
| 2022 | 61.7% | 3.825 |
| 2023 | 71.8% | 4.451 |

Sumber: The Trans Resort Bali 2023

Menurut Tabel 1.1, tingkat hunian hotel di The Trans Resort Bali mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021. Terjadi penurunan sebesar 50% dari tahun 2019 ke 2020, diikuti dengan peningkatan sebesar 11,7% dari tahun 2020 ke 2021, peningkatan sebesar 20,3% dari tahun 2021 ke 2022, dan peningkatan sebesar 10,1% dari tahun 2022 ke 2023. Pada tahun 2022 dan 2023 sudah mulai meningkat, tetapi belum meningkat secara maksimal sehingga diperlukannya strategi untuk meningkatkan hunian kamar. Permasalahan turunnya tingkat hunian kamar di The Trans Resort Bali berdasarkan hasil observasi langsung dengan pihak manajemen yang mengatakan salah satu faktornya karena belum diterapkannya konsep *green*

marketing mix secara maksimal. Pandemi covid-19 merupakan salah satu faktor yang menyebabkan penurunan tingkat hunian hotel.

Melihat kondisi tersebut, Trans Resort Bali telah menerapkan *green marketing mix* sebagai sarana untuk menjunjung tinggi dedikasinya terhadap pelestarian lingkungan yang berkelanjutan. Indikasi *Green Product*, yang menunjukkan adopsi praktik ramah lingkungan oleh The Trans Resort Bali melalui metode digital (seperti situs web mereka) dan pengurangan penggunaan kertas, berfungsi sebagai bukti penerapan *green marketing mix*. Namun implementasi *green marketing mix* ini belum maksimal seperti penerapan *green product* yang masih belum sempurna, masih menggunakan sedotan plastik, belum menggunakan lampu led untuk di kamar, dll. Sehingga penulis melakukan analisis untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam meningkatkan hunian kamar. Adapun judul penelitiannya adalah “**Strategi Green Marketing Mix dalam Meningkatkan Hunian Kamar di The Trans Resort Bali**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, dapat diuraikan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman The Trans Resort Bali?
2. Strategi apakah yang paling tepat digunakan untuk meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman The Trans Resort Bali dalam meningkatkan tingkat hunian kamar.
2. Untuk menganalisis rancangan strategi yang tepat dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di The Trans Resort Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan uraian sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi literatur, yaitu di bidang *green marketing mix*. Sehingga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi di penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai penerapan *green marketing mix* dalam meningkatkan hunian kamar serta menambah pustaka di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan sumber informasi yang berguna bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan terhadap strategi *green marketing mix* dalam meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali.

3. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat dari penulis dengan adanya penelitian ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan mengenai *green marketing mix* serta mengaplikasikan ilmu serta teori yang didapat selama perkuliahan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Pengambilan data untuk penelitian kualitatif ini dilakukan di The Trans Resort Bali yang berlokasi di Jalan Sunset Road No.30, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Penelitian ini secara khusus meneliti departemen penjualan dan pemasaran dan menggunakan teknik bauran *green marketing* sebagai variabelnya. Adapun indikator yang digunakan diantaranya strategi *green marketing mix* yang menggunakan 2 variabel yaitu variabel internal dan eksternal. Adapun 4 indikator variabel internal yaitu *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*, serta 5 indikator dari variabel eksternal yaitu pesaing, politik dan legislasi, lingkungan ekonomi, teknologi dan lingkungan budaya dalam meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Dari uraian yang diberikan, beberapa kesimpulan dapat dibuat tentang kekuatan The Trans Resort Bali. Pertama, hotel ini menawarkan kamar dengan desain yang menarik. Kedua, fasilitas kamar yang disediakan sesuai dengan kebutuhan para tamu. Ketiga, hotel ini memiliki *brand* yang sudah cukup dikenal. Keempat, harga kamar yang terjangkau dengan fasilitas yang diberikan. Selain itu, harga sebanding dengan kualitas layanan yang ditawarkan oleh hotel. Terakhir, hotel menawarkan harga khusus selama periode promosi. Lokasi hotel yang strategis dan mudah diakses dengan transportasi umum, promosi sudah dilakukan di berbagai sosial media seperti *OTA*, *website* hotel serta *instagram*. Kelemahan di The Trans Resort Bali ialah masih menggunakan produk air mineral dalam kemasan botol plastik pada tiap kamar serta masih menggunakan sedotan berbahan plastik pada beberapa minuman dan lokasi The Trans Resort Bali yang masih di area padatnya lalu lintas. Peluang di The Trans Resort Bali yaitu produk serupa yang dimiliki para pesaing di area Seminyak. Ancaman di The Trans Resort Bali yaitu memiliki harga yang serupa dengan para pesaing di area Seminyak, kurangnya memanfaatkan teknologi secara maksimal dalam melakukan promosi penjualan. Tidak adapenampilan tarian maupun musik daerah pada area lobi.

Strategi yang dapat dilakukan oleh The Trans Resort Bali yaitu memanfaatkan seluruh media sosial dan influencer media sosial untuk melakukan

promosi hotel, fasilitas dan produknya. Membuat iklan promosi dengan memperlihatkan hotel dengan ruang terbuka hijau, keindahan desain kamar dan daya dukung alam sekitar yang indah di media sosial, facebook, Instagram, Tiktok, Twiter, linkIn, Youtube, OTA, dan Hotel Website. Menggunakan produk ramah lingkungan pada tiap kamar seperti tempat minum yang bisa di refill dan tidak menggunakan botol minum kemasan plastik. Memberikan penampilan tarian daerah untuk menyambut tamu atau memberikan penampilan musik daerah di area lobby untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Memanfaatkan produk ramah lingkungan menggunakan sedotan berbahan bambu. Melakukan kerjasama dengan para seniman untuk menampilkan musik ataupun tarian daerah. Hasil penelitian ini telah disampaikan kepada Revenue Manager dan telah melakukan beberapa perubahan strategi. Hasil perubahan strategi ini memberikan dampak yang baik dengan meningkatkan jumlah presentase tingkat hunian dari bulan April 2024 ke Mei 2024. Pada bulan April 70,18% dan pada bulan Mei 2024 sebesar 77,35% meningkat sebesar 7,17%.

5.2.Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing mix* dapat meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali. Saran yang dapat diberikan kepada hotel sebaiknya melakukan analisis strategi secara berkala sehingga dapat mempertahankan bahkan meningkatkan tingkat hunian kamar di The Trans Resort Bali. Solusi yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan hunian kamar, pihak manajemen The Trans Resort Bali dapat menyelenggarakan acara bulanan yang disebut dengan *Nusantara Night*, dimana *Nusantara Night* merupakan acara bulanan yang menampilkan tarian dan musik daerah khas Indonesia yang dapat

dinikmati oleh para tamu secara gratis. Hal ini diharapkan dapat menarik minat tamu domestik dikarenakan berdasarkan hasil dari analisa revenue yang dilakukan, market Indonesia merupakan penyumbang room nights tertinggi di The Trans Resort Bali.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan-dapat melakukan analisa dengan lebih detail, guna mengetahui faktor apa saja yang dapat menghambat terjadinya peningkatan hunian kamar di The Trans Resort Bali, sehingga peneliti selanjutnya dapat memberikan strategi pemasaran dengan lebih optimal.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Anasti. (2013). Pengaruh Program Green Marketing terhadap Green Consumer Behavior. *Journal of Tourism and hospitality essentials*, 1-17.
- Anggraini, F. D., & Utami, L. B. (2022). Upaya Meningkatkan Kinerja Waiter atau Waitress Dalam Menunjang Keberhasilan Operasional Food and Beverage Service Terhadap Penjualan Hotel. *Mabha*, 10-18.
- Budiharto, W. (2014). *Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Chandraningsih, P. D., & Sudarmawan, I. E. (2023). Analisis strategi pemasaran hotel prime plaza sanur pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 112 - 125.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik pelaksanaan penelitian kuantitatif. 86-100.
- Febriani, S. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Innisfree di Jakarta dengan Consumer's Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 49-60.
- Gee, Q. (2019). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 17-39.
- Gurl, E. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 994-1006.
- Ina Magdalena, B. S. (2020). Inovasi Teknologi Dalam Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Mi Nurul Yaqin. *PENSA*, 409-419.
- Kotler, P. d. (2020). *Marketing Management (Custom Edition)*. Pearson Education Australia.
- Krishna, A., & Osiyo, M. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Krueger, R. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage publications.
- Levynna, S., Verronica, H., Lapian, J., & Tumbel, A. (2018). Analysis of Green Marketing Mix Factors On Hotel Industry (Study on Sintesa Peninsula Hotel

- Manado; Discovery Kartika Plaza Denpasar; Hyatt Regency Yogyakarta; Grand Melia Jakarta). *International Review of Management and Marketing*, 112-121.
- Mahendra, D. F. (2021). Green Marketing dan CSR terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. . *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 28-38.
- Munanda, R., & Amar, S. (2019). Pengaruh Kunjungan Wisatawan Mancanegara, Rata-Rata Pengeluaran Dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Indonesia Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 37- 48.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9, 468--476.
- Nurnawati, E. K., & Ardyrusmarrya, D. (2017). Pemetaan Hotel Untuk Menunjang Potensi Wisata Berbasis Mobile Untuk Menunjang Smart City. *Prosiding Sensei*. Diambil kembali dari <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SENSEI17/article/view/845>
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 202-224.
- Purba, M. M. (2016). Penerapan E-Bisnis Dalam Sistem Informasi Pemesanan Kamar Hotel. *Jurnal Sistem Informasi*.
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 1-8.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik membedah kasus bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Rangkuti, F. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Teknologi*.
- Sudjana. (2015). *Metoda Statistika*. . Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N. N., Sari, I. A., & Pamularsih, T. R. (2020). Internet Marketing and Direct Marketing to Increase Room Occupancy at Ayodya Resort Bali. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 87-95.
- Tiwari, S. T. (2011). Green marketing-emerging dimensions. *Journal of Business Excellence*, 18-23.
- Tyas, A. S. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Journal Pariwisata Terapan*, 2.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 342-351.
- Wijaya, C. P. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian – Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 42-53.
- Wu, S. I. (2014). The impact of green marketing and perceived innovation on purchase intention for green products. *International Journal of Marketing Studies*, 6(5), 81.
- Zulkifli. (2020). Berkarya Bersama di Tengah Covid-19. *Nusantara Press: Sulawesi Selatan*.