

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING MIX*  
DALAM Mendukung TINGKAT Hunian Kamar Pada  
*DEPARTEMEN SALES MARKETING* Di  
THE HAVEN BALI SEMINYAK**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Ni Luh Lestariasih**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2024**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING MIX* DALAM  
MENDUKUNG TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA  
*DEPARTEMEN SALES MARKETING*  
DI THE HAVEN BALI SEMINYAK**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**



**Ni Luh Lestariasih**

**NIM 2015834030**

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

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

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING MIX*  
DALAM Mendukung Tingkat Hunian Kamar Pada  
*DEPARTEMEN SALES MARKETING* DI  
THE HAVEN BALI SEMINYAK**

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata  
di Politeknik Negeri Bali**



**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Ni Luh Lestariasih**

**NIM 2015834030**

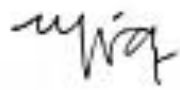
**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING MIX* DALAM MENDUKUNG TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA *DEPARTEMEN SALES MARKETING* DI THE HAVEN BALI SEMINYAK


Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan  
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali  
pada Kamis, 19 Juli 2024

Pembimbing I,



Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M.Par  
NIP. 19670714998032001

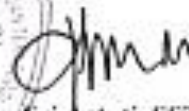
Pembimbing II,



Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd  
NIP. 199009222022032010

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata,



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

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

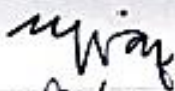


### **IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING MIX* DALAM MENDUKUNG TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA *DEPARTEMEN SALES MARKETING* DI THE HAVEN BALI SEMINYAK**

Yang disusun oleh

**Ni Luh Lestariasih (2015834030)**

Telah dipertahankan dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji

Pada hari Jumat tanggal 19 Juli 2024

	<b>Nama Tim Penguji</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>Ketua</b>	Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M.Par NIP. 19670714998032001	
<b>Anggota</b>	Drs. Budi Susanto, M.Par NIP. 196009251989031001	
<b>Anggota</b>	Ni Kadek Herna Lastari, M.Pd. NIP. 199505302022032015	

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata,



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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ni Luh Lestariasih  
NIM : 2015834030  
Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING MIX* DALAM  
MENDUKUNG TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA  
DEPARTEMEN SALES MARKETING DI THE HAVEN BALI  
SEMINYAK**

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 hasil karya orang lain telah diberikan penghargaan dengan mencantumkan nara sumber penulis dengan benar sesuai norma, kaidah dan etika akademik.

Apabila di kemudian hari diketahui bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi 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.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Implementasi *Green Marketing Mix* dalam Mendukung Tingkat Hunian Kamar Pada *Departement Sales Marketing* di The Haven Bali Seminyak” dalam keadaan tepat waktu. Skripsi ini merupakan sebuah wadah penyalur ilmu dan peminat mahasiswa dalam melakukan penelitian dalam memenuhi syarat kelulusan agar dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan serta saran kepada penulis, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, yang 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, SST.Par., M.Par., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu dalam kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan skripsi.
3. Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali sekaligus Dosen Pembimbing II yang serta membantu memberikan kelancaran dan masukan bagi penulis.
4. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
5. Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M.Par., selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan pandangan, arahan, masukan, saran, motivasi serta telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

6. Seluruh senior dan teman–teman di The Haven Bali Seminyak khususnya di bagian *sales marketing* yang telah dapat menerima penulis untuk bisa belajar di hotel tersebut, memberikan dukungan, bantuan, dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan skripsi.

Skripsi ini masih sangat 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

**Penulis,**

**Ni Luh Lestariasih**



## ABSTRAK

Lestariasih, Ni Luh (2024) *Implementasi Green Marketing Mix Dalam Mendukung Tingkat Hunian Kamar Pada Departement Sales Marketing di The Haven Bali Seminyak*.

Skripsi : Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh pembimbing I : Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M.Par., Pembimbing II : Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci : Implementasi, sales marketing, green marketing mix, tingkat hunian kamar.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui penerapan *green marketing mix* yang dilakukan di The Haven Bali Seminyak (2) Untuk menganalisis hubungan *green marketing mix* dan tingkat hunian kamar di The Haven Bali Seminyak. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan dan DW yang sudah lebih dari enam bulan bekerja di The Haven Bali Seminyak yang mengetahui konsep Green Marketing Mix di The Haven Bali Seminyak. Sampel sebanyak 30 responden yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Ada dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu, data kuantitatif (hasil dari kuesioner dan data tingkat hunian kamar di The Haven Bali Seminyak), dan data kualitatif (melalui hasil wawancara dengan karyawan serta observasi yang telah dilakukan di The Haven Bali Seminyak). Teknik analisis data menggunakan Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif, teknik analisis statistika deskriptif. Dapat disimpulkan bahwa implementasi *green marketing mix* di The Haven Bali Seminyak sudah maksimal dilaksanakan dan masih perlu adanya peningkatan dari keseluruhan indikator. Secara keseluruhan indikator dalam konsep *green marketing mix* memiliki nilai Sangat Sesuai (SS) dari hasil rekapitulasi 30 responden yaitu total skor rata – rata *Green Marketing Mix* sejumlah 92% (Sangat Sesuai). Adapun nilai tertinggi dari seluruh indikator yaitu *green promotion* senilai 95% yang tentunya sangat berdampak pada peningkatan tingkat hunian kamar di The Haven Bali Seminyak, sehingga dari bulan Januari – Mei 2024 tingkat hunian kamar The Haven Bali Seminyak berhasil mencapai 90,95%.

## ABSTRACT

*Lestariasih, Ni Luh (2024) Green Marketing Mix in Supporting Room Occupancy Rates in the Sales Marketing Department at The Haven Bali Seminyak.*

*Thesis: Tourism Business Management, Department of Tourism, Bali State Polytechnic.*

*This thesis has been approved and checked by supervisor I: Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M.Par., Supervisor II: Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd.*

*Keywords: implementation, sales marketing, green marketing, occupancy rate.*

*This research aims to (1) To determine the implementation of the green marketing mix carried out at The Haven Bali Seminyak (2) To analyze the relationship between the green marketing mix and room occupancy rates at The Haven Bali Seminyak. The population in this research are all employees and DWs who have worked at The Haven Bali Seminyak for more than six months and are familiar with the Green Marketing Mix concept at The Haven Bali Seminyak. The sample was 30 respondents determined using purposive sampling technique. There are two types of data collected in this research, namely, quantitative data (results from questionnaires and room occupancy rate data at The Haven Bali Seminyak), and qualitative data (through the results of interviews with employees and observations carried out at The Haven Bali Seminyak). The data analysis technique uses Qualitative Descriptive Analysis Techniques, descriptive statistical analysis techniques. It can be concluded that the implementation of the green marketing mix at The Haven Bali Seminyak has been maximally implemented and there is still a need for improvement in all indicators. Overall, the indicators in the green marketing mix concept have a Very Suitable (SS) value from the recapitulation results of 30 respondents, namely the total average score for the Green Marketing Mix is 92% (Very Suitable). The highest value of all indicators is green promotion worth 95% which of course has a big impact on increasing the room occupancy rate at The Haven Bali Seminyak, so that from January - May 2024 the room occupancy rate at The Haven Bali Seminyak managed to reach 90.95%.*

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Implementasi .....	7
2.1.2 Hotel .....	8
2.1.3 <i>Sales Marketing Departement</i> .....	9

2.1.4 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	10
2.1.5 <i>Green Marketing</i> ( Pemasaran Hijau ) .....	11
2.1.6 <i>Green Marketing Mix</i> .....	12
2.1.7 <i>Room Occupancy</i> (Tingkat Hunian Kamar) .....	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
3.3. Identifikasi Variabel.....	20
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.5.1 Jenis Data .....	23
3.5.2 Sumber Data .....	23
3.6 Populasi dan Sampel .....	24
3.6.1 Populasi .....	24
3.6.2 Sampel .....	24
3.7 Pengumpulan Data .....	25
3.7.1 Observasi .....	26
3.7.2 Wawancara .....	26
3.7.3 Dokumentasi.....	27
3.7.4 Kuesioner.....	27
3.8 Analisis Data .....	28
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.8.2 Teknik Deskriptif Kualitatif .....	29
3.8.3 Teknik Analisis Data Deskriptif Persentase .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	32
4.1.1 Sejarah The Haven Bali Seminyak.....	32
4.1.2 Bidang Usaha .....	33
4.1.3 Fasilitas The Haven Bali Seminyak .....	34
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	45
4.2.1 Analisis Data .....	45
4.2.2 Implementasi <i>Green Marketing Mix</i> di The Haven Bali Seminyak .....	50

4.2.3 Hubungan <i>Green Marketing Mix</i> Dalam Mendukung Tingkan Hunian Kamar di The Haven Bali Seminyak.....	61
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1 Simpulan .....	65
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Tingkat Hunian Kamar The Haven Bali Seminyak.....	3
<b>Tabel 2. 1</b> Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional Variabel.....	20
<b>Tabel 4. 1</b> Jenis Kelamin Responden .....	46
<b>Tabel 4. 2</b> Jabatan atau Posisi Responden.....	47
<b>Tabel 4. 3</b> Berdasarkan Lama Bekerja .....	47
<b>Tabel 4. 4</b> Kriteria Skor Variabel Penelitian .....	48
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Olah Data Kuesioner.....	48
<b>Tabel 4. 6</b> Tanggapan Responden Mengenai Penerapan Green Price.....	50
<b>Tabel 4. 7</b> Tanggapan Responden Mengenai Penerapan Green Price.....	53
<b>Tabel 4. 8</b> Tanggapan Responden Mengenai Penerapan Green Place .....	55
<b>Tabel 4. 9</b> Indikator Green Promotion di The Haven Bali Seminyak.....	59
<b>Tabel 4. 10</b> Tabel Tingkat Hunian Kamar & OTA Segment.....	62

JURUSAN PARAWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4. 2</b> Struktur Organisasi Sales Marketing The Haven Bali Seminyak...	41
<b>Gambar 4. 3</b> Fasilitas Pendukung Keramahan Lingkungan .....	52
<b>Gambar 4. 4</b> Bahan Pembersih Eco-Friendly .....	52
<b>Gambar 4. 5</b> Website The Haven Bali Seminyak.....	54
<b>Gambar 4. 6</b> Outdoor activities.....	57
<b>Gambar 4. 7</b> Promosi pada Booking.com & Agoda.....	61



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Pedoman Pertanyaan Wawancara.....	70
<b>Lampiran 2</b> Pedoman Kuesioner .....	71
<b>Lampiran 3</b> Hasil Dan Dokumentasi Wawancara .....	73
<b>Lampiran 4</b> Tipe Kamar Dan Fasilitas The Haven Bali Seminyak.....	75
<b>Lampiran 5</b> Olah Data Excel .....	78
<b>Lampiran 6</b> Hasil Kuesioner .....	79
<b>Lampiran 7</b> Struktur Organisasi The Haven Bali Seminyak .....	80



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata secara besar-besaran menjadi penyumbang terbesar kerusakan lingkungan di bumi ini (Trisna, 2015) . Dengan perkembangan pariwisata tersebut tentu memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Salah satu dampak negatif yang ditimbulkan yaitu dapat meningkatkan pencemaran lingkungan seperti sampah, vandalisme, rusaknya habitat flora dan fauna tertentu, polusi, air, udara, dan tanah (Trisna, 2015). Mencermati kondisi kerusakan lingkungan tersebut, maka diperlukan menciptakan inovasi baru dengan menerapkan beberapa inovasi salah satunya seperti pemasaran hijau untuk mengedepankan pariwisata berkelanjutan. Hal ini dilakukan bertujuan agar nantinya dapat meningkatkan daya beli konsumen, selain itu dengan menerapkannya *green marketing*, konsumen akan lebih menikmati fasilitas - fasilitas dengan berwawasan ramah lingkungan yang membuat wisatawan dapat menikmati pengalaman dengan mengedepankan *green tourism* atau pariwisata berkelanjutan (Dewi, 2022).

Hotel merupakan suatu usaha jasa yang menunjang kegiatan pariwisata dan didukung oleh tenaga kerja yang menjalankan manajemen secara profesional dan memiliki keahlian di bidang perhotelan. Salah satu daerah yang menjadi pilihan wisatawan berkunjung ke Bali adalah daerah Seminyak. The Haven Bali Seminyak adalah salah satu hotel yang ikut dalam ketatnya persaingan dunia perhotelan di Seminyak Bali. The Haven Bali Seminyak merupakan salah satu hotel bintang

empat di bawah Panorama Hospitality Management. The Haven terletak di Jalan Raya Seminyak Bali yang mengusung tiga konsep yaitu *hotel*, *villa*, dan *suites* dan terdiri dari beberapa departemen yaitu *human resource*, *sales & marketing*, *food and beverage*, *finance*, *front office*, *engineering*, *security* dan *housekeeping*.

*Green marketing* pada awalnya sebuah ide mengenai manajemen pemasaran yang berorientasi pada lingkungan, namun saat ini *green marketing* banyak diterapkan sebagai salah satu strategi pemasaran. Perusahaan yang menerapkan *green marketing* merupakan perusahaan yang produknya dipasarkan di pasar internasional seperti hotel. Adapun keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dengan menerapkan konsep *green marketing* yaitu *green marketing* dapat memastikan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan dengan profitabilitas (Wity, 2023).

Selain adanya penerapan *green marketing*, keberhasilan suatu jasa perhotelan juga dapat dilihat dari jumlah tingkat hunian kamar pada suatu periode di hotel tersebut (Yudha, 2015). Hunian kamar hotel (*room occupancy*) merupakan presentase dari jumlah kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan, yang dapat diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan, dan tahunan. Tingkat hunian kamar dapat diketahui dengan menghitung jumlah kamar terjual dibagi jumlah total seluruh kamar kemudian dikali seratus. Tujuan utama setiap hotel adalah menjual jasa kamar dengan berusaha menaikkan presentase tingkat hunian kamar. Penjualan tersebut ditandai dengan penggunaan tarif sewa yang tepat kepada para pemakai jasa kamar hotel (Arisman, 2016).

**Tabel 1. 1** Tingkat Hunian Kamar The Haven Bali Seminyak

Tahun	Tingkat Hunian Kamar	Jumlah Kamar Terisi
2019	91,3%	63.663
2020	24,1%	6.718
2021	75,5%	26.138
2022	83,21%	110.620
2023	89,81%	119.070

Sumber: *Revenue Manager* The Haven Bali Seminyak 2023

Pada Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa penjualan kamar pada saat Pandemi Covid-19 di tahun 2020 menurun hampir 60% dari penjualan pada tahun 2019. Pada tahun 2021 mulai terlihat kenaikan penjualan kamar sebesar 50% dan pada tahun 2022. Kenaikan tersebut di karenakan sudah mulai wisatawan yang berdatangan ke Bali, selain itu kenaikan tersebut juga dikarenakan penerapan *green marketing* sudah mulai diterapkan di The Haven Bali Seminyak.

Tahun 2021 dan 2022 mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal tersebut bisa terjadi karena adanya pengaruh dari implementasi *green marketing* yang sudah mulai terlihat selain itu kondisi juga kembali seperti semula dimana mulai diterapkan era *new normal* yang menyebabkan meningkatnya kunjungan wisatawan sehingga tingkat hunian kamar juga mengalami peningkatan.

Melihat pemaparan di atas peneliti bertujuan melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan dan pengaruh implementasi *green Marketing* yang dilakukan The Haven Bali Seminyak dalam meningkatkan tingkat hunian kamar sehingga penulis mengangkat judul “Implementasi *Green Marketing* dalam

Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar pada Departemen *Sales Marketing* di The Haven Bali Seminyak”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *green marketing mix* di The Haven Bali Seminyak?
2. Bagaimana hubungan *green marketing mix* dalam mendukung tingkat hunian kamar di The Haven Bali Seminyak?

## 1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui penerapan *green marketing mix* yang dilakukan di The Haven Bali Seminyak
2. Untuk menganalisis hubungan *green marketing mix* dan tingkat hunian kamar di The Haven Bali Seminyak

## 1.4 Manfaat Penelitian

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

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan memberi motivasi dalam literatur khususnya dalam strategi

*Green Marketing*. Sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktisi akan dapat dirasakan bagi tiga pihak, antara lain:

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai analisis penerapan *green marketing* dalam mendukung tingkat hunian kamar hotel serta menambah pustaka Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan sumber informasi yang berguna bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan terhadap penerapan *green marketing* dalam mendukung tingkat hunian kamar.

3. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah mendapatkan wawasan mengenai penerapan *green marketing* dalam mendukung tingkat hunian kamar.

#### **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Untuk menghindari terjadinya peluasan dalam rumusan masalah pada penelitian ini, maka dari itu diperlukan ruang lingkup dan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Fokus penelitian ini ada pada bagaimana implementasi *green marketing* yang diterapkan di The Haven Bali Seminyak.

2. Penelitian ini untuk menganalisis hubungan *green marketing* dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di The Haven Bali Seminyak.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Departemen *sales marketing* The Haven Bali Seminyak telah berhasil mengintegrasikan strategi green marketing secara komprehensif. Penggunaan green product dalam fasilitas hotel, seperti bahan ramah lingkungan dan praktik pengelolaan limbah yang baik, memberikan nilai tambah kepada tamu yang mencari pengalaman menginap yang bertanggung jawab secara lingkungan. Penetapan *green price* yang mencerminkan manfaat yang didapat dari penggunaan *green product*, meskipun harga kamar mungkin lebih tinggi, menarik konsumen yang menghargai keberlanjutan dan siap membayar lebih untuk pengalaman menginap yang lebih baik. Dengan lokasi strategis The Haven Bali Seminyak yang dekat dengan pusat perbelanjaan dan tempat wisata, serta promosi yang efektif tentang inisiatif keberlanjutan melalui *green promotion* juga memberikan dampak positif dalam menarik tamu dan meningkatkan tingkat hunian kamar. Peningkatan stabil di atas 85% dalam tingkat hunian kamar dari Januari hingga Mei 2024, serta dukungan kuat dari segmen pasar *Online Travel Agent (OTA)*, merupakan bukti keberhasilan implementasi strategi green marketing mix.

Secara keseluruhan, penerapan yang efektif dari green marketing mix oleh departemen sales marketing The Haven Bali Seminyak tidak hanya meningkatkan kinerja hotel secara komersial, tetapi juga mengukuhkan posisi mereka sebagai pemimpin dalam industri perhotelan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab lingkungan. Langkah ini tidak hanya menguntungkan dalam hal ekonomi, tetapi

juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan memperkuat citra merek mereka di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan.

Hasil rekapitulasi dari responden ini juga didukung dengan hasil wawancara langsung dengan *Revenue Manager*, observasi, pengumpulan dokumentasi dari departemen terkait sehingga Skripsi **Implementasi *Green Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Tingkat Hunia Kamar Pada *Departement Sales Marketing* di The Haven Bali Seminyak** dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

## 5.2 Saran

Adapun masukan yang dapat diimplementasikan di The Haven Bali Seminyak pada konsep *green marketing mix* dalam meningkatkan tingkat hunian kamar sebagai berikut : Penggunaan air dapat diganti dengan menyediakan dispenser di koridor setiap lantai kamar, sehingga tamu akan lebih mudah mengisi airnya sendiri dan memaksimalkan pekerjaan *houskeeping* agar saat air yang disediakan habis tidak perlu lagi menggantinya dengan yang baru dan agar mengurangi penggunaan botol minum. Kemudian proses registrasi dan administrasi bisa diganti dengan menggunakan *file* dan *sharing folder* pada komputer agar mengurangi penggunaan kertas. Lebih memaksimalkan *digital marketing* untuk melakukan promosi di media sosial, saat ini di lingkungan hotel masih menggunakan *benner* yang tertera pada lift atau tempat tertentu agar bisa diganti dengan menggunakan tv yang tersedia di kamar untuk media promosi. Serta implementasikan program daur ulang yang efektif untuk limbah seperti kertas, plastik, dan kardus. Sediakan tempat sampah terpisah di setiap kamar hotel untuk memudahkan tamu dalam membuang sampah sesuai dengan kategori daur ulangnya. Sosialisasikan praktik ramah



lingkungan kepada tamu dengan memberikan informasi mengenai cara mereka dapat berkontribusi, seperti mengurangi pemakaian air dan listrik, serta membuang sampah dengan benar sesuai dengan pedoman daur ulang yang ada di hotel.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriandi, I. (2017). Implementasi Qanun Nomor 11 Tahun Tahun 2002 Tentang Syariat Islam di Kota Langsa. *Implementasi Kebijakan; Sosialisasi; Kepatuhan Masyarakat*, 11–35.
- Arisman, A. (2016). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Pada Yayasan Alpha Omega. *Akuntansi Program SI*, 12(2), 3.
- Dewi. (2022). Implementation of eco-friendly behavior by front office employees to support green hotel at The Ritz-Carlton Bali. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 4(2), 68–85. <https://doi.org/10.31940/ijogtra.v4i2.68-85>
- Govender. (2016). The influence of green marketing on consumer purchase behavior. *Environmental Economics*, 7(2), 77–85. [https://doi.org/10.21511/ee.07\(2\).2016.8](https://doi.org/10.21511/ee.07(2).2016.8)
- Handayani, H. (2016). *Peranan Sales Administration Section Pada Sales and marketing department dalam penyelenggaraan kegiatan miece di lorin bussiness resort and spa surakarta*. 1–23. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/54256/MjM1ODAx/Peranan-sales-administration-section-pada-sales-and-marketing-department-dalam-penyelenggaraan-kegiatan-mice-di-lorin-business-resort-and-spa-Surakarta-4.pdf>
- Ibrahim. (2015). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 35–41.
- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas Dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Kajian Pariwisata*, 2(1), 13–28. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/297>
- James W, Elston D, T. J. et al. (20 C.E.). Jurnal Implementasi. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 11–53.
- Juru, N. A. (2020). Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(2), 408–421. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/510>
- Lestari, A. (2022). Analisis Kinerja Usaha Pada Produk Tempe Di Desa Galang Suka. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 161–170. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v1i4.522>
- Lestari, S. A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Hunian Kamar (Occupancy) Pada Red Planet Hotel Makasar*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.

- Maliluan, (2014). Strategi Sales and Marketing Department dalam Mengelola Corporate Rate dan Key Account di Hotel Gran Melia Jakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 9(2), 82–102. <https://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/183>
- Massie, P (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth ( E-WOM ) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park The Influence Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth ( E-WOM ) To Visit Decision At Rumah Alam Manado Adventur. *EMBA*, 10(4), 13–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43646>
- Harsono, M. (2022). Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 1, 116–136. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Salam, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Seran, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Setiawan, L. (2017). Analisa Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Perhotelan Di Kota Batu. *Pelaksanaan Pekerjaan Galian Diversion Tunnel Dengan Metode Blasting Pada Proyek Pembangunan Bendungan Leuwikeris Paket 3, Kabupaten Ciamis Dan Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat*, 1(11150331000034), 1–147.
- Suryani. (2016). *Pengaruh Keterampilan Terhadap Efektivitas Kerja, Kreativitas Terhadap Efektivitas Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Serta Keterampilan, Kreativitas, dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pelaku Usaha UMKM Baznas di Wilayah DKI .* 10–28.
- Trisna, I. M., David, I. P., & Saputra, A. (2015). Dampak pengembangan destinasi pariwisata terhadap alih fungsi lahan sawah. *Ilmiah Hospitality Management*, 6(1), 49–58.
- Yudha, A. P. (2015). *Analisis Karakteristik Pengunjung dan Tingkat Hunian Kamar di Papyrus Tropical Hotel, Bogor.* 1(2), 44–57.
- Yulianti.D.R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.
- Yulistiawaty, N. T. (2020). Kegiatan Pramuka Di Sdn 1 Hadiluwih Berbasis Patriotisme Untuk Menumbuhkan Rasa Nasionalisme. *Doctoral Dissertation STKIP PGRI PACITAN*, 28–43.