

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN GREEN HOTEL
DI FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Made Juvitho Brahmanda Putra

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN GREEN HOTEL
DI FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Made Juvitho Brahmanda Putra
NIM 2015834143**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN GREEN HOTEL
DI FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Made Juvitho Brahmanda Putra
NIM 2015834143**

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN GREEN HOTEL DI FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada Rabu, 26 Juni 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II



Ni Ketut Bagiastuti, S.H., M.H.
NIP. 197203042005012001

Ni Putu Lianda Ayu Puspita, S.E., M.Tr.Par
NIK. 202111012

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali



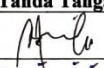
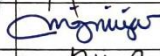
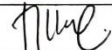
Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SSt. Par., M. Par
NIP. 198409082008122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN GREEN HOTEL
DI FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**

yang disusun oleh **Made Juvitho Brahmada Putra (NIM 2015834143)** telah disepakati dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji pada hari Jumat, tanggal 19 Juli 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H. NIP. 197203042005012001	
Anggota	Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd. NIP. 199009222022032010	
Anggota	Drs. I Gusti Putu Sutarma, M. Hum NIP. 196412311990031025	

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali,




Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par.
NIP. 198409082008122004

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Made Juvitho Brahmada Putra
NIM : 2015834143
Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN GREEN HOTEL
DI FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**

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 tau terdapat kasus plagiarism, saya dengan rela menerima konsekuensi pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lainnya sebagaimana didalilkan oleh Hukum Nasional Indonesia.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, Juli 2024



Made Juvitho Brahmada Putra

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* untuk Meningkatkan *Green Hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan sebuah wadah penyalur ilmu dan minat mahasiswa dalam melakukan penelitian sebagai langkah dalam memenuhi syarat agar dapat menyelesaikan Pendidikan Terapan S1 Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

Awal mula penulisan skripsi ini dimulai hingga dapat diselesaikan dengan baik tidak lepas dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan:

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, S.Pd., 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 Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
5. Ni Ketut Bagiastuti S.H., M.H. 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. Ni Putu Lianda Ayu Puspita, S.E., M.Tr.Par., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan nya tanpa henti untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Seluruh senior di Hotel Four Points by Sheraton Bali Ungasan 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 penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan skripsi.
9. Sahabat 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.

Penulis

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Made Juvitho Brahmanda Putra

ABSTRAK

Putra, Made Juvitho Brahmanda (2024), Implementasi *Green Marketing* Untuk Meningkatkan *Green Hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan, Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H. dan Pembimbing II: Ni Putu Lianda Ayu Puspita, S.E.,M.Tr.Par

Kata kunci: *green marketing*, *green hotel*, keberlanjutan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan aspek *green hotel* oleh implementasi *green marketing* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara terhadap beberapa karyawan, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Peneliti melakukan wawancara dengan tiga karyawan yaitu Assistant Digital Marketing Manager, Human Resource Coordinator, dan Sales Executive. Dari wawancara dengan ketiga narasumber, hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian yang baik antara indikator *green marketing* dan *green hotel*. Analisis data mengungkapkan bahwa 10 indikator *green marketing* sesuai dengan 6 dari 8 indikator *green hotel*. Oleh karena itu apabila *green marketing* jika diterapkan secara optimal dapat meningkatkan *green hotel* secara signifikan. Implementasi Green Marketing di Four Points by Sheraton Bali Ungasan telah berjalan dengan baik, meskipun belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari belum terpenuhinya salah satu indikator pada dimensi *green price*, yaitu harga *green product* yang lebih mahal dibandingkan produk konvensional, hal ini disebabkan oleh hotel yang masih mengikuti harga yang ditetapkan oleh kompetitor.

ABSTRACT

Putra, Made Juvitho Brahmanda (2024), Implementation of Green Marketing to Improve Green Hotels at Four Points by Sheraton Bali Ungasan, Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H. and Supervisor II: Ni Putu Lianda Ayu Puspita, S.E.,M.Tr.Par

Keywords: green marketing, green hotel, sustainability

This research was conducted with the aim of improving the green aspect of hotels by implementing green marketing at Four Points by Sheraton Bali Ungasan. In this research, researchers used qualitative analysis with data collection techniques, namely interviews with several employees, observation, documentation and literature study. Researchers conducted interviews with three employees, namely Assistant Digital Marketing Manager, Human Resource Coordinator, and Sales Executive. From interviews with three sources, the results of this research show that there is a good match between green marketing and green hotel indicators. Data analysis reveals that the 10 green marketing indicators correspond to 6 of the 8 green hotel indicators. Therefore, if green marketing is implemented optimally, it can increase green hotels significantly. The implementation of Green Marketing at Four Points by Sheraton Bali Ungasan has gone well, although not completely optimal. This can be seen from the failure to fulfill one of the indicators in the green price dimension, namely the price of green products which is more expensive than conventional products, this is caused by hotels still following the prices set by competitors.

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSYARATAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan teori.....	6
2.1.1 Hotel	6
2.1.2 Sales and Marketing	7
2.1.3 Implementasi.....	8
2.1.4 Green Marketing	8
2.1.5 Green Hotel.....	10
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	12
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17

3.2	Objek Penelitian.....	17
3.3	Identifikasi Variabel	18
3.4	Definisi Oprasional Variabel	18
3.5.1	Jenis Data.....	19
3.5.2	Sumber Data	19
3.6	Metode Penentuan Informan.....	20
3.7	Pengumpulan Data.....	21
3.8	Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Gambaran Umum Four Points by Sheraton Bali Ungasan	26
4.1.1	Sejarah Singkat Four Points by Sheraton Bali Ungasan.....	26
4.1.2	Fasilitas Four Points by Sheraton Bali Ungasan.....	29
4.1.3	Struktur Organisasi Departemen Sales & Marketing Four Points by Sheraton Bali Ungasan.....	36
4.2	Hasil dan Pembahasan	40
4.2.1	Implementasi Green Marketing di Four Points by Sheraton Bali Ungasan.	40
4.2.2	Implementasi Green Marketing untuk Meningkatkan Green Hotel di Four Points by Sheraton Bali Ungasan	50
BAB V SIMPULAN & SARAN		70
5.1	Simpulan	70
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		77



 JURUSAN PARIWISATA
 POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	12
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel	18
Tabel 4. 1 Kecocokan antar indikator	61



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Komponen Analisis Data.....	23
Gambar 4. 1 Logo Four Points	26
Gambar 4. 2 Marriott International Brand Category	28
Gambar 4. 3 Evolution Restaurant Four Points by Sheraton Bali, Ungasan	31
Gambar 4. 4 Infinity Pool Four Points by Sheraton Bali, Ungasan	32
Gambar 4. 5 SPA Four Points by Sheraton Bali, Ungasan	32
Gambar 4. 6 Gym Four Points by Sheraton Bali, Ungasan	33
Gambar 4. 7 Balangan Meeting Room Four Points by Sheraton Bali, Ungasan	33
Gambar 4. 8 Padang-padang Meeting Room Four Points by Sheraton Bali, Ungasan.....	34
Gambar 4. 9 Pandawa Ballroom Four Points by Sheraton Bali, Ungasan	35
Gambar 4. 10 Rama & Sinta Chapel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan....	35
Gambar 4. 11 Struktur Organisasi Departmen Sales & Marketing	36
Gambar 4. 12 Pembersihan Kawasan Mangrove.....	42
Gambar 4. 13 Botol Shampo & Gelas Kaca	43
Gambar 4. 14 Piring yang terbuat dari kayu.....	44
Gambar 4.15 Pengecekan Kualitas Sayur dan Buah	45
Gambar 4. 16 Promosi pada instagram story.....	47
Gambar 4. 17 Unggahan tentang Earth Hours.....	48
Gambar. 4 18 Unggahan tentang Sustainable Christmas Tree	48
Gambar 4. 19 Tempat Pemisahan Sampah.....	52
Gambar 4.20 Botol Tumbler Kaca	53
Gambar 4. 21 Cup & Totebag Kertas	53
Gambar 4. 22 Petugas SOS	54
Gambar 4. 23 Sustainability Christmas Tree.....	55
Gambar 4. 24 Stiker hemat energi	58
Gambar 4. 25 Lampu Sensor Cahaya Otomatis	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	77
Lampiran 2 Hasil Wawancara	79
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	87
Lampiran 4 Foto Hotel	88



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Four Points by Sheraton Bali Ungasan merupakan salah satu hotel bintang empat yang ada di Bali yang telah menerapkan konsep *green hotel*. *Green hotel* merujuk pada akomodasi yang menunjukkan perhatian terhadap lingkungan dan berkomitmen pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Ryan *et al.*, 2022). *Green hotel* melibatkan pelaksanaan berbagai program lingkungan di dalam operasionalnya, seperti praktik penghematan air dan energi, penerapan kebijakan pembelian yang ramah lingkungan, dan upaya untuk mengurangi emisi atau limbah guna melindungi lingkungan sambil menekan biaya operasional (Sugianto *et al.*, 2017). Penerapan konsep *green hotel* oleh Four Points by Sheraton Bali Ungasan mencerminkan komitmen terhadap praktik bisnis yang ramah lingkungan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu-isu lingkungan, Hotel Four Points by Sheraton Bali Ungasan semakin mengintegrasikan strategi pemasaran hijau atau *green marketing* sebagai bagian integral dari operasional mereka. Menurut Kirgiz (2016) *green marketing* didefinisikan sebagai praktek pemasaran yang menekankan pada penghargaan dan perlindungan terhadap alam, semua bentuk kehidupan, serta integritas masyarakat.

Dalam penerapan *green marketing* terdapat empat indikator yang mempengaruhi yaitu, *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*. *Green product* merujuk pada produk yang dirancang untuk meminimalkan dampak lingkungan selama seluruh siklus hidupnya dan bahkan setelah tidak digunakan lagi. *Green price* merujuk pada penggunaan dan optimalisasi variabel harga sebagai kontribusi untuk *green marketing*, sebagai contoh dalam konteks energi digunakan untuk menggambarkan praktik di mana tamu dikenakan biaya lebih untuk listrik yang dihasilkan dari sumber daya terbarukan, seperti tenaga surya atau angin, daripada listrik yang dihasilkan dari sumber tradisional, seperti batu bara atau gas alam. *Green place* merujuk pada lokasi hotel yang mudah diakses dengan transportasi umum serta lokasi hotel dekat dengan berbagai atraksi wisata sehingga dapat mengurangi emisi karbon yang ditimbulkan dari kendaraan selain itu *green place* juga mencakup pembangunan dan desain hotel, artinya hotel dibangun dengan bahan-bahan ramah lingkungan dan desain yang memaksimalkan efisiensi energi. *Green promotion* merujuk pada kegiatan promosi hotel yang mengedepankan aspek lingkungan seperti misalnya melakukan promosi melalui media sosial hotel dengan tujuan mengurangi sampah yang ditimbulkan dan dapat mengatur biaya lebih efisien, dibandingkan dengan promosi dengan cara tradisional.

Berdasarkan hasil observasi awal di Four Points by Sheraton Bali Ungasan implementasi *green marketing* yang diterapkan sudah berjalan dengan baik seperti mendaur ulang botol air mineral bekas sebagai dekorasi, sebagian besar promosi melalui media sosial dan desain bangunan hotel yang banyak memanfaatkan pencayahaan alami, namun pengimplementasian *green marketing* belum maksimal

dapat dilihat dengan masih mencetak *pamphlet* promosi untuk ditaruh pada area hotel, di samping itu belum ditemukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana *green marketing* dapat meningkatkan *green hotel*. Berdasarkan permasalahan di atas perlu dilukan penelitian untuk mengetahui bagaimana implementasi *green marketing* untuk meningkatkan *green hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan. Penelitian ini penting untuk dilakukan dalam meningkatkan *green hotel* karena *green hotel* merupakan sebuah dedikasi yang bertujuan untuk menjaga keberagaman sumber daya alam dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi yang berkelanjutan (Ryan *et al.*, 2022). Oleh sebab itu berdasarkan masalah tersebut penulis mengambil topik penelitian dengan judul “Implementasi *Green Marketing* Untuk Meningkatkan *Green Hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah implementasi *green marketing* pada Four Points by Sheraton Bali Ungasan?
2. Bagaimanakah implementasi *green marketing* dapat meningkatkan *green hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi *green marketing* dalam meningkatkan *Green Hotel* di Fourpoints by Sheraton Bali Ungasan.
2. Untuk menganalisis implementasi *green marketing* dapat meningkatkan *green hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara praktis maupun manfaat secara teoritis

1.4.1 Manfaat Teoretis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi, pembandingan serta mengembangkan ilmu-ilmu tentang kepariwisataan, serta dapat digunakan sebagai bahan pembandingan untuk penelitian-penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih baik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini bisa dipergunakan sebagai acuan maupun dasar untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai implementasi *green marketing* untuk meningkatkan *green hotel*, serta untuk menambah pustaka di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Four Points by Sheraton Bali Ungasan

Hasil Penelitian ini bisa dipergunakan sebagai masukan dan sumber informasi yang berguna bagi Four Points by Sheraton Bali Ungasan untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan Sales and Marketing.

3. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat oleh penulis dari penelitian ini adalah menambah pengetahuan, wawasan, serta kontribusi akademis mengenai implementasi *green marketing* untuk meningkatkan *green hotel* serta sebagai bentuk implementasi dari teori dan pembelajaran selama kuliah.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian:

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah “Implementasi Green Marketing Untuk Meningkatkan Green Hotel di Four Points by Sheraton Bali Ungasan”. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen, *green marketing* yang terdiri dari empat dimensi yaitu *green product*, *green price*, *green promotion* dan *green place*. Variabel dependen yaitu *green hotel* yang terdiri dari empat dimensi yaitu *recycled material*, *recyclable*, *low-polluting*, dan *energy-saving*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif dengan teknik analisis deskriptif kualitatif untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Implementasi *Green Marketing* untuk Meningkatkan *Green Hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan”, dapat disimpulkan bahwa:

Implementasi *Green Marketing* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan sudah terimplementasi dengan baik walaupun belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari belum terpenuhinya salah satu indikator pada dimensi *green price* yaitu harga sebuah *green product* lebih mahal dari harga *product* konvensional, berdasarkan hasil wawancara hal ini dikarenakan hotel masih berpacu pada competitor untuk menetapkan harga.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian yang baik antara indikator *green marketing* dengan *green hotel* terbukti dari hasil analisis olah data yang menunjukkan 10 indikator dari *green marketing* sesuai dengan 6 dari 8 indikator *green hotel*, sehingga dapat dikatakan bahwa *green marketing* jika diterapkan dengan optimal dapat meningkatkan *green hotel*.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis memiliki beberapa saran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *green marketing* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan, khususnya pada indikator *green price*,

memerlukan peningkatan untuk menunjang keberlanjutan sebagai *green hotel* yang lebih baik. Strategi pemasaran yang lebih menarik juga perlu dikembangkan agar penerapan *green price* tidak perlu lagi berpacu pada hotel kompetitor. Adapun hal yang dapat penulis sarankan pada strategi pemasaran untuk meningkatkan *green price* adalah dengan menentukan harga berdasarkan nilai tambah yang diberikan oleh inisiatif ramah lingkungan. Ini mencakup penggunaan produk-produk *eco-friendly*, efisiensi energi, dan pengelolaan limbah yang efektif. Dengan menyoroti manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan kesehatan, tamu akan lebih memahami dan menghargai harga yang ditawarkan. Selain itu, perlu juga bagi hotel untuk meningkatkan frekuensi promosi yang mengangkat isu-isu lingkungan. Dengan demikian, tamu akan lebih mengenal dan mengingat Four Points by Sheraton Bali Ungasan sebagai hotel yang peduli terhadap lingkungan. Konsistensi dalam menyampaikan pesan ini akan memperkuat citra positif hotel di benak tamu dan calon tamu. Mengadakan kampanye berkelanjutan yang rutin dan terintegrasi ke dalam setiap aspek pemasaran hotel, seperti *email newsletter*, postingan media sosial, dan konten situs web, akan memastikan bahwa pesan lingkungan selalu hadir dan relevan, dapat menambah kredibilitas dan daya tarik promosi. Dengan langkah-langkah ini, tamu akan semakin merasa bahwa mereka turut berpartisipasi dalam menjaga lingkungan ketika menginap di Four Points by Sheraton Bali Ungasan. Pengalaman positif ini akan mendorong tamu untuk kembali lagi di masa depan dan merekomendasikan hotel kepada teman atau keluarga mereka. Dalam jangka panjang, reputasi sebagai hotel yang peduli terhadap lingkungan akan menjadi aset berharga yang menarik lebih banyak tamu, baik dari kalangan wisatawan domestik

maupun internasional. Pada akhirnya, dengan meningkatkan frekuensi promosi yang mengangkat isu-isu lingkungan, Four Points by Sheraton Bali Ungasan tidak hanya dapat memperkuat *branding* sebagai hotel yang peduli terhadap lingkungan, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih erat dan bermakna dengan tamu. Ini akan mendatangkan lebih banyak tamu, yang mencari pengalaman menginap yang tidak hanya nyaman tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan.

2. Untuk memperkuat komitmen Four Points by Sheraton Bali Ungasan sebagai hotel yang ramah lingkungan dan memastikan keberhasilan program *green hotel*, penulis menyarankan pemasangan tempat sampah yang telah diberi label "Organik" dan "Anorganik" di seluruh area strategis hotel. Langkah ini akan memudahkan proses daur ulang dan memberikan banyak manfaat. Dengan adanya tempat sampah yang berlabel, tamu dan staf hotel akan lebih mudah dalam memisahkan sampah sesuai dengan jenisnya, sehingga meningkatkan efisiensi dalam proses daur ulang dan memastikan bahwa sampah organik dan anorganik dikelola dengan benar. Pemasangan tempat sampah berlabel di berbagai area hotel, seperti lobi, koridor, restoran, dan area umum lainnya, akan berfungsi sebagai pengingat bagi semua orang tentang pentingnya pemisahan sampah dan keberlanjutan lingkungan. Ini juga dapat menjadi bagian dari edukasi berkelanjutan bagi tamu dan staf hotel.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menyiapkan dan mengkaji berbagai aspek yang relevan, termasuk sumber dan referensi lainnya, sehingga penelitian ini dapat disempurnakan. Berdasarkan hasil analisis, penulis menemukan bahwa *Green Marketing* berpengaruh dalam meningkatkan keberlanjutan *Green*

Hotel di Four Points by Sheraton Bali Ungasan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut faktor-faktor lain dari *Green Marketing* yang dapat mempengaruhi *Green Hotel* di Four Points by Sheraton Bali Ungasan.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Al Bataafi, W. (2005). *House Keeping Departement, Floer and Publick Area*. Alfabeta.
- ASEAN Green Hotel Standard*. (2016). The ASEAN Secretariat. <https://asean.org/>
- Astawa, I. K., & Meirejeki, I. N. (2021). *Metode Penelitian*. Graha Aksara Makasar. <https://www.grahaaksaramakassar.com/>
- Chen, Y.-C., & Chen, Y.-T. (2012). The Advantages of Green Management for Hotel Competitiveness in Taiwan: In the Viewpoint of Senior Hotel Managers. *Journal of Management and Sustainability*, 2(2). <https://doi.org/10.5539/jms.v2n2p211>
- Chung, K. C. (2019). Green marketing orientation: achieving sustainable development in green hotel management. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(6), 1–15. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1693471>
- Dahlstrom, R. (2011). *Green Marketing Management*. (South-Western Cengage Learning, Ed.). South-Western Cengage Learning.
- Gokarn, S., & Choudhary, A. (2013). *Green Marketing: A means for sustainable development*. 26–32. www.researchersworld.com
- Hardani, Auliya, N. H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (H. Abadi, Ed.). Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Kirgiz, A. (2016). *Green Marketing: A Case Study of the Sub-Industry in Turkey*. Palgrave Pivot.
- Lawson, F. R. (1995). *Hotels and resorts: Planning, Design, and Refurbishment*. Butterworth Architecture.

- Mamonto, N., Sumampouw, I., & Undap, G. (2018). Implementasi Pembangunan Infrastruktur Desa Dalam Penggunaan Dana Desa Tahun 2017 (Studi) Desa Ongkaw II Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan, 1*, 1–9.
- Manongko, A. A. Ch. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)* (M. O. Mandagi, Ed.). Yayasan Makaria Waya.
- Mele, P. M., Gomez, J. M., & Garay, L. (2019). To green or not to green: The influence of green marketing on consumer behaviour in the hotel industry. *Sustainability (Switzerland), 11*(17). <https://doi.org/10.3390/su11174623>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana Johnny. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (H. Salmon, K. Perry, & K. Koscielak, Eds.; Third Edition). SAGE Publication.
- Prasasti, R., & Rosadi, T. (2021). Peran Dan Strategi Sales & Marketing Department Pada Kegiatan Sales Call Dalam Pemasaran Produk Di Amaris Hotel Banjar. *Jurnal Sosial Pariwisata, 02*(02), 148–162.
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen the Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 43*(1), 121–131.
- Ryan, P., Wibisana, A., Ketut Astawa, I., Darlina, L., Pariwisatai, M. B., Negeri Bali, P., Bali, P. N., & Bisnis Pariwisatai, M. (2022). *Penerapan Green Hotel dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Prama Sanur Beach Hotel*. <https://repository.pnb.ac.id>
- Sihite, R. (2000). *Tourism Industry (Kepariwisataan)*. SIC.
- Sugianto, E., Kurniawan, C. J., & Program, M. K. (2017). *Pengaruh Program Green Hotel Terhadap Minat Beli Konsumen di Hotel di Indonesia*. 390–400.

Wahyuni, N. L. G. D. J., Damayanti, I. A. K. W., & Widana, I. P. K. (2022). *Strategi Green Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa*. 1–9. <https://repository.pnb.ac.id>

Webster Jr., F. E. (2008). *Marketing IS Management: The wisdom of Peter Drucker*. *J. of the Acad* (Vol. 37).

Yuniati, N. (2021). Green Hotel Concept and Practices in Indonesia. *E-Journal of Tourism, Volume 8 No.2*, 184–196. <https://doi.org/10.24922/eot.v8i2.76346>



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI