

SKRIPSI

**PENERAPAN GREEN MARKETING
DALAM PENINGKATAN OCCUPANCY
DI THE 101 BALI FONTANA SEMINYAK HOTEL**



**I Gusti Ayu Dewi Yani
NIM 2315854035**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**PENERAPAN GREEN MARKETING
DALAM PENINGKATAN OCCUPANCY
DI THE 101 BALI FONTANA SEMINYAK HOTEL**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I Gusti Ayu Dewi Yani
NIM 2315854035**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**PENERAPAN GREEN MARKETING
DALAM PENINGKATAN OCCUPANCY
DI THE 101 BALI FONTANA SEMINYAK HOTEL**

**Skripsi ini Diusulkan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I Gusti Ayu Dewi Yani
NIM 2315854035**

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENERAPAN GREEN MARKETING
DALAM PENINGKATAN OCCUPANCY
DI THE 101 BALI FONTANA SEMINYAK HOTEL

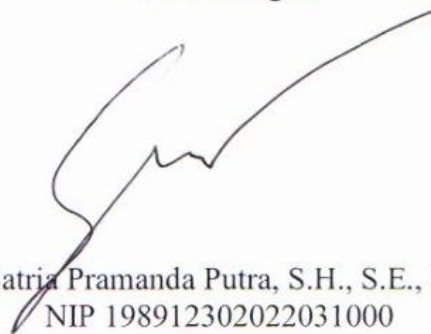
Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada Selasa 13 Agustus 2024

Pembimbing I,



Drs. I Ketut Astawa, M.M.
NIP 196107211988111001

Pembimbing II,



Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.
NIP 198912302022031000

Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

PENERAPAN GREEN MARKETING DALAM PENINGKATAN OCCUPANCY

DI THE 101 BALI FONTANA SEMINYAK HOTEL


yang disusun oleh **I Gusti Ayu Dewi Yani (NIM. 2315854035)** telah
dipertahankan dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji
pada hari selasa tanggal 13 Agustus 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Drs. I Ketut Astawa, MM NIP 196107211988111001	
Anggota	Luh Linna Sagitarini, SE., MM NIP 197912092005012002	
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, SST.Par, M.Par.
NIP 198409082008122004

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : I Gusti Ayu Dewi Yani
NIM : 2315854035
Program Studi : D IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENERAPAN GREEN MARKETING DALAM PENINGKATAN OCCUPANCY DI THE 101 BALI FONTANA SEMINYAK HOTEL

Ditulis dan disusun sebagai syarat akademik untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata adalah hasil karya saya. Keseluruhan penjelasan yang ada di dalam skripsi yang merupakan hasil karya orang lain telah dicantumkan narasumber penulis sesuai dengan aturan akademik.

Jika dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini bukan karya asli saya, saya rela mendapatkan konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik dan sanksi lainnya sebagaimana yang telah ditentukan oleh Hukum Nasional Indonesia.

Badung, 13 Agustus 2024



I Gusti Ayu Dewi yani

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kehadiran Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan *Green Marketing* dalam peningkatan *Occupancy* di The 101 Bali Fontana Seminyak Hotel”. Adapun skripsi ini dibuat sebagai syarat akademis untuk kelulusan pada diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Penulis mendapatkan beberapa kendala dalam penyusunan skripsi ini mengingat keterbatasan literatur dan waktu yang tersedia.

Akan tetapi, berkat bimbingan dan bantuan dari teman *hotelier*, keluarga, pihak manajemen dan seluruh team THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel, secara langsung maupun tidak langsung skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E.,M.e,Com, 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 yang telah menyediakan fasilitas selama pembelajaran.
3. Putu Tika Virginia, S.Pd., M.Pd, selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan dan menyediakan administrasi selama program pembelajaran ini berlangsung.
4. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E, M.M, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama program pembelajaran ini berlangsung.
5. Drs. I Ketut Astawa, M.M., sebagai Dosen Pembimbing I yang sudah memberikan arahan dan masukan selama program pembelajaran ini berlangsung.

6. Keluarga & teman hotelier, manajemen dan seluruh team di THE 101 Bali Fontana Seminyak yang memberikan dukungan untuk penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis telah berusaha keras dalam menyusun skripsi ini, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan guna memperbaiki dan meningkatkan kualitas tulisan ini

Denpasar, 13 Agustus 2024



I Gusti Ayu Dewi Yani

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Yani, I Gusti Ayu Dewi (2024). Penerapan *Green Marketing* Dalam Peningkatan *Occupancy* di The 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini sudah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing I : Drs. I Ketut Astawa, MM, dan pembimbing II : Made Satria Pramanda Putra, SH., SE., M.M.,

Kata kunci : *Green marketing, Occupancy hotel dan Sales Marketing Department.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan *green marketing* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel dan untuk mengetahui keterkaitan *green marketing* dalam meningkatkan *Occupancy* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. Penelitian ini merupakan penelitian *survey* yaitu menggunakan kuesioner dan wawancara untuk memperoleh data. Populasi dari penelitian ini yakni team sales marketing THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. Data yang dikumpulkan yaitu kuantitatif melalui hasil kuesioner dan data *occupancy* THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel dan kualitatif melalui wawancara dan observasi yang dilakukan di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, literatur/studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, skala likert dan statistika deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *green marketing* sudah sesuai dengan standar *green marketing mix* dan adanya hubungan yang cukup tinggi antara pelaksanaan *green marketing* untuk meningkatkan *occupancy* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Yani, I Gusti Ayu Dewi (2024). Implementation of Green Marketing to increase Occupancy at THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. Thesis Tourism Business Management, department of Tourism ,Bali State Polytechnic.

This thesis has been examined and approved by Supervisor I : Drs. I Ketut Astawa ,MM, and Supervisor II : Made Satria Pramanda Putra, SH.,SE.,M.M.,

Keywords : Green marketing, hotel occupancy and sales marketing department.

This research aims to examine the implementation of green marketing at THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel and determine the relationship between green marketing in increasing Occupancy at THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. The research is survey research, namely using questionnaires and interviews to obtain data. The population of this research is the sales marketing team THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. The data collected was quantitative through questionnaire results and occupancy data at THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel and qualitative through interviews and observations conducted at THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel. Using data collection methods such as interviews, observation, questionnaires, literature/library studies and documentation. Data analysis techniques use qualitative descriptive analysis techniques, likert scales and descriptive statistics. The research result show that the application of green marketing is in accordance with green marketing mix standards and increased occupancy at THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSYARATAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	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	4
1.3 Tujuan Penelitian Lapangan	5
1.4 Manfaat Penelitian Lapangan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Hotel	7
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	14
2.1.3 Tingkat Hunian Kamar	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Identifikasi Variabel	25
3.4 Definisi Operational Variabel	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	28
3.5.1 Jenis Data	28
3.5.2 Sumber Data	30
3.6 Penentuan Informan	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7.1 Observasi	32
3.7.2 Wawancara	33
3.7.3 Kuesioner	34

3.7.4	Studi Kepustakaan	35
3.7.5	Dokumentasi	35
3.8	Teknik Analisis Data	36
3.8.1	Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif	36
3.8.2	Teknik Analisis Statistik Deskriptif	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	40
4.1.1	Sejarah THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	40
4.1.2	Fasilitas THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	40
4.1.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	44
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	47
4.2.1	Penerapan <i>Green Marketing</i> di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	47
4.2.2	Hubungan <i>Green Marketing</i> Dalam Peningkatan <i>Occupancy</i> di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Simpulan	64
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		70



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>Occupancy</i> THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel Tahun 2019 – 2022	3
Tabel 3.1	Indikator dan Sub Indikator <i>Green Marketing</i>	27
Tabel 3.2	Indikator dan Sub Indikator Tingkat Hunian Kamar	27
Tabel 3.3	Penentuan Jumlah Informan	32
Tabel 3.4	<i>Skala Likert</i>	35
Tabel 4.1	Kriteria Skor Variabel Penelitian	53
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Product</i>	53
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Price</i>	55
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Place</i>	56
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Promotion</i>	57
Tabel 4.6	Skor Jawaban Responden dan Persentase Pelaksanaan <i>Green Marketing</i>	59
Tabel 4.7	Data <i>Occupancy</i> THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel tahun 2023 - 2024	62

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Green Award 2024</i>	3
Gambar 3.1	THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi <i>Sales Marketing</i> THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel	44



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Pertanyaan Umum Wawancara	70
Lampiran 2.	Pertanyaan Wawancara Terkait Indikator	71
Lampiran 3.	Hasil Wawancara	72
Lampiran 4.	Tabulasi Data Wawancara	89
Lampiran 5.	Kuesioner	96
Lampiran 6.	Hasil Data Responden Terhadap <i>Green Marketing</i>	99
Lampiran 7.	Tabulasi Data Kuesioner	102
Lampiran 8.	Gambar Seluruh Fasilitas Hotel	104
Lampiran 9.	Gambar <i>Green Marketing</i>	109
Lampiran 10.	Gambar Sertifikat Hotel	116
Lampiran 11.	Gambar <i>Review</i> Sosial Media dan Website	117
Lampiran 12.	Dokumentasi Wawancara	118
Lampiran 13.	Dokumentasi Observasi	121



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali merupakan tujuan wisata dan tempat yang masih sangat digemari salah satunya adalah di kawasan Legian dan Seminyak. Banyak hotel didirikan dan jumlahnya semakin bertambah. Semakin pesatnya pertumbuhan hotel menjadikan isu lingkungan menjadi hal yang cukup mendapat perhatian dari semua kalangan baik dari pemerintah, pelaku bisnis pariwisata itu sendiri, masyarakat sekitar maupun *customer* yang datang berkunjung, sehingga memunculkan istilah *green hotel* yang merupakan komponen dari pariwisata yang berkelanjutan untuk tetap menjaga lingkungan.

Konsep *green hotel* adalah penerapan ramah lingkungan dalam operasional hotel seperti efisiensi energi, pengelolaan air, pengelolaan limbah, bahan dan produk ramah lingkungan dan infrastruktur yang berkelanjutan akan dapat menciptakan hubungan manajemen yang sehat. Konsep *green hotel* tidak hanya bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan tetapi meningkatkan citra hotel, menarik tamu yang peduli akan lingkungan, dan memberikan kontribusi positif kepada komunitas lokal (Sinangjoyo, 2013).

Green marketing adalah suatu strategi pemasaran yang menekankan pada pentingnya aspek lingkungan dalam kegiatan pemasaran mulai dari merencanakan produk, produksi, distribusi, hingga pemasaran kepada konsumen. Tujuannya adalah mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan mendorong konsumen untuk memilih produk yang ramah lingkungan (Yulianti, 2014).

Desanto et al., (2018), mengklasifikasikan *green marketing* ke dalam enam pengertian yaitu : 1) *Eco branding* adalah strategi yang berfokus pada pembangunan merek yang dikenal sebagai ramah lingkungan, 2) *Enviromental Product Differentiation* yaitu perusahaan membedakan produk dari kompetitors dengan menandai keunggulan lingkungan produk tersebut seperti bahan baku yang ramah lingkungan, proses produksi yang bersih, 3) *Sustainable Development marketing* yaitu pengembangan dan pemasaran produk yang berkelanjutan secara sosial dan ekonomi, 4) *Green washing* yaitu praktik dimana perusahaan mengklaim bahwa produk atau layanannya ramah lingkungan padahal kenyataannya tidak demikian, 5) *Eco Innovation* yaitu melibatkan inovasi dalam produk dan proses untuk mencapai efisiensi lingkungan, 6) *Green Suply chain management* yaitu kategori pengelolaan yang mempertimbangkan dampak lingkungan pada setiap tahap dari bahan baku hingga pengiriman produk akhir. Keuntungan dari *green marketing* yang didapat oleh perusahaan yaitu bisa mendapatkan pasar baru, pertumbuhan dan keuntungan jangka panjang serta menghemat biaya.

Salah satu hotel di daerah legian adalah THE 101 Bali Fontana Seminyak. Hotel ini sudah melakukan *green marketing* dan bahkan pada tanggal 27 Januari 2024 hotel ini mendapatkan *Award* dari keikutsertaan *green hotel* di *ASEAN Tourism*.



Gambar 1.1 Green Award 2024

Sumber : *File Sales Marketing* THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel

THE 101 Bali Fontana Seminyak merupakan hotel *resort* bintang empat yang memiliki total kamar 136 yang meliputi beberapa tipe seperti: *Deluxe room, Deluxe Pool, Suite room* dan *Family room* dan dilengkapi dengan restoran, ruang pertemuan dan kolam renang, *gym, kids playground*, serta *bar* dan *coffee shop*. Dengan menerapkan *green marketing* hotel ini cukup memiliki tingkat hunian kamar atau *Occupancy* hotel yang tinggi.

Data occupancy THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel dalam empat tahun terakhir disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data *Occupancy* THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel Periode 2019 – 2022

Bulan	2019	2020	2021	2022
Januari	80.79 %	81.69 %	21.66 %	41.60 %
Pebruari	79.65 %	69.04 %	26.60 %	37.03 %
Maret	78.75 %	32.76 %	30.98 %	47.41 %
April	78.75 %	5.78 %	25.59 %	41.94 %
Mei	71.13 %	2.49 %	23.01 %	89.37 %
Juni	86.57 %	4.58 %	48.32 %	92.82 %
Juli	91.22 %	7.83 %	15.06 %	94.26 %
Agustus	93.90 %	28.30 %	15.01 %	92.15 %

Bulan	2019	2020	2021	2022
September	87.76 %	20.32 %	27.18 %	93.43 %
Oktober	87.76 %	27.32 %	33.16 %	90.37 %
November	98.01 %	33.26 %	48.95 %	90.20 %
Desember	90.46 %	49.12 %	53.68 %	96.61 %
<i>Year to date</i>	83.99 %	30.15 %	30.73 %	75.87 %
<i>Budget</i>	84.80 %	82.20 %	50.80 %	92.40 %

Sumber: *Financial Statement Report* THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel

Dari Tabel 1.1 terlihat bahwa *occupancy* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel dari tahun 2019 - 2022 sudah cukup tinggi namun belum mencapai dari target yang ditetapkan. Penerapan *green marketing* sudah dilakukan untuk mengurangi dampak negatif dari lingkungan serta menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Salah satu faktor yang diduga belum tercapainya *budget occupancy* hotel karena kurangnya komitmen di dalam penerapan konsep *green marketing*. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Penerapan *green marketing* dalam peningkatan *Occupancy* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana penerapan *green marketing* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel?
2. Bagaimana hubungan *green marketing* dalam peningkatan *Occupancy* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan *green marketing* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel.
2. Untuk mengetahui hubungan *green marketing* dalam peningkatan *Occupancy* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yaitu nilai atau kegunaan yang dimiliki dalam sebuah teori untuk memahami, memprediksi, serta memberikan kerangka kerja untuk menyelesaikan suatu masalah penelitian. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kajian penelitian di bidang *hospitality*, terutama dalam hal strategi di bidang *sales* dan *marketing* di saat kuliah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat yang langsung dirasakan dan dijalankan dari sebuah penelitian. Manfaat lainnya dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Dapat digunakan sebagai bahan mata kuliah di bidang *sales* dan *marketing*. Dapat menjadi referensi pengembangan kurikulum yang lebih relevan dengan kebutuhan industri perhotelan dan pariwisata.

2. Bagi Mahasiswa

Dapat menjadi sumber atau acuan untuk membahas hal yang serupa di masa mendatang. Dapat membekali Mahasiswa dengan pengetahuan dan analisa data dan strategi pemasaran.

3. Bagi Hotel

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide bagi hotel khususnya di *sales marketing department* di THE 101 Bali Fontana Seminyak dalam menjual dan memasarkan produk hotel.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah pelaksanaan *green marketing* di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel sudah sangat sesuai dengan kriteria dari bauran pemasaran hijau. Dapat dilihat dari hal-hal yang sudah diterapkan dan dilaksanakan seperti pelaksanaan dari *green* produk yakni penggunaan AC *central* dan *freon ecolab* yang ramah lingkungan dan bisa digunakan berulang ulang, penggunaan *amenities* yang bisa diurai dan didaur ulang di dalam kamar seperti *laundry bag* yang terbuat dari bahan kanvas, *amenities kamar* seperti sikat gigi, *tissue* dan lain lain, kemasan plastik pada minuman air mineral yang digantikan dengan bahan botol kaca, penyediaan *paper bag*, penggunaan seprai berbahan wol organik yang tahan lama, Interior dan eksterior kamar hotel dan fasilitas seluruh area hotel yang ramah lingkungan yang didominasi oleh kayu. Dari kriteria *green price* yang sudah diterapkan adalah dengan harga jual kamar yang menarik memberikan fasilitas hotel yang ramah lingkungan (kamar yang luas, kebun dan tropikal kolam renang, nuansa bangunan yang modern dengan detail kayu), penyajian makanan dengan menggunakan bahan dari organik seperti bambu (piring digantikan tekor bambu). Untuk *green place* dimana hotel ini sangat mudah diakses dan dekat dengan bandara International I Gusti Ngurah Rai, bebas polusi dan suara bising dengan letak bangunan hotel yang menjorok ke dalam dilengkapi kebun yang hijau serta *green promotion* yang sudah diterapkan seperti keikutsertaan dalam program Tri Hita Karana (THK) keseimbangan hubungan

antara manusia dengan Tuhan dengan melaksanakan dan mendukung program pemerintah untuk ikut berpartisipasi dalam bersih bersih pura, melakukan piodalan di Pura hotel setiap tahunnya, hubungan manusia dengan lingkungan dimana sudah melaksanakan dan ikut mendukung kegiatan di Desa Adat Legian seperti bersih sungai, pelepasan tukik di pantai dan manusia dengan manusia dimana sudah melaksanakan *team building* di hari jadi hotel dan keikutsertaan dalam program *World Wide Fund for Nature* (WWF). Partisipasi dalam pelestarian lingkungan dan ekosistem dimana hotel dapat menjadikan program ini sebagai *promotion* melalui sosial media (mengangkat isu lingkungan).

Adanya hubungan dan keterkaitan yang cukup tinggi yaitu 90.30% antara pelaksanaan *green marketing* dalam peningkatan *Occupancy* atau tingkat hunian kamar di THE 101 Bali Fontana Seminyak. Nilai dapat dilihat dari total penilaian responden pada pelaksanaan *green marketing* (*green product, green price, green place* dan *green promotion*) dibagi dengan total skor maksimal yang sudah ditentukan. Penerapan ini dapat dilaksanakan dan berjalan cukup baik di THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel karena hotel berkomitmen untuk menyediakan fasilitas dan pelayanan yang baik kepada *customer* atau pengunjung dengan memperhatikan unsur lingkungan. THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel selalu berkomitmen dan hal ini dapat dilihat dari pengurangan penggunaan bahan atau produk yang terbuat dari plastik dan bahkan hotel ini menyediakan *paper bag* dan *good bag* berbahan kertas dan kain yang diberikan kepada wisatawan secara gratis.

5.2 Saran

Saran atau masukan yang dapat diberikan atas hasil analisis dari penelitian ini adalah:

1. THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel harus selalu berkomitmen dalam penerapan *green marketing* sehingga menjadi contoh dan memotivasi hotel, Restoran maupun villa di sekitarnya.
2. Mengajak dan mempromosikan dengan masyarakat sekitar agar bisa menerapkan *green marketing* dengan bauran 4P (*Green Product, Price, Place* dan *Promotion*) yang mana salah satunya dengan menambah program-program di *Human Capital Department* bekerja sama dengan Desa Adat Legian atau Kelurahan Legian.
3. THE 101 Bali Fontana Seminyak Hotel dapat lebih banyak menggunakan media digital yang memungkinkan di operasional seperti proses *check in online* sehingga mengurangi penggunaan kertas dan mempersingkat proses.
4. Pelatihan atau training yang dilakukan secara berkala oleh Human Capital untuk selalu mengingatkan pelaksanaan akan *green marketing* yang harus diterapkan oleh seluruh karyawan maupun *managerial* level serta para *trainee*. Melakukan sosialisasi atau *induction* terhadap anggota baru ataupun *trainee* baru tentang standar prosedur dari pelaksanaan *green marketing* yang harus diterapkan di hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Pebriyanti, K. (2014). Pengaruh program green hotel terhadap keputusan menginap tamu di The Royale Krakatau Hotel Cilegon Banten. *Sumber*, 40(32.785), 75.
- Bagyono, S. (2012). Teori dan Praktek Hotel Front Office. *Bandung: Alfabeta*.
- Bataafi, W. (2005). HouseKeeping Departement. *Floer and Publick Area, Bandung: Alfabeta*.
- Belz, F.-M., & Peattie, K. (2012). Sustainability marketing: A global perspective. John Wiley & Sons.
- Berliana, A. T. (2024). *NEOFUTURISME DALAM DESAIN BANGUNAN MIXED-USE (APARTEMEN, HOTEL, MALL, PERKANTORAN, CONVENTION HALL) UNTUK MENCIPTAKAN KOTA MASA DEPAN*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Budhiratmanu, I., Astuti, N. N. S., & Bagiastuti, N. K. (2023). *Penerapan Green Marketing dalam Meningkatkan Occupancy di Grand Ixora Kuta Resort*. Politeknik Negeri Bali.
- Creswell, J. W. (2002). Desain penelitian. *Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif, Jakarta: KIK*, 2, 121–180
- Desanto, T. M. J., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Fernanda, A. E., Yuliani, K., & Utomo, B. (2021). Analisis sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan daya saing. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(3), 342–348.
- Haryadi, R., SUFIAN, S., & SUSILOWATI, I. (2009). *Pengaruh strategi green marketing terhadap pilihan konsumen melalui pendekatan marketing mix (Studi kasus pada The Body Shop Jakarta)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip.
- Hasan, F. (1997). Beberapa Asas Metodologi Ilmiah” dalam Koentjaraningrat. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*.
- Heryantika, D., & Achnes, S. (2017). *Analisis Beban Kerja Guest Service Agent Dan Belldriver Pada Front Office Department Di Tjokro Pekanbaru Hotel*. Riau University.
- Katrandjiev, H. (2016). Ecological marketing, green marketing, sustainable marketing: Synonyms or an evolution of ideas. *Economic Alternatives*, 1(7), 71–82.

- Manongko, A. A. C. (2018). *Green marketing (suatu perspektif marketing mix & theory of planned behavior)*. Yayasan Makaria Waya.
- McCarthy, E. J., Shapiro, S. J., & Perreault, W. D. (1979). *Basic marketing*. Irwin-Dorsey Ontario.
- McCarthy, E. J., Shapiro, S. J., & Perreault, W. D. (1979). *Basic marketing*. Irwin-Dorsey Ontario.
- Meirina, I., & Pramudia, H. (2017). *Hotel Room Division Management*. Depok: Kencana.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: UI press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Terjemah: Tjetjep Rohendi Rohidi. Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press.
- Putri, E. D. H. (2018). *Pengantar akomodasi dan restoran*. Deepublish.
- Putri, L. H. (2020). Kebijakan manajemen dan reaksi customer terhadap penerapan green hotel (Studi Kasus pada Harris Hotel & Conventions di Kota Malang). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1–12.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung
- Setio, S., & Wahjudono, D. B. K. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Customer Hotel Amaris Darmo Surabaya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(3), 396–420.
- Sinangjoyo, N. J. (2013). Green Hotel Sebagai Daya Saing Suatu Destinasi. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 83–93.
- Sugiarto, I. E. (2001). BA dan Sri Sulatiningrum. *BA Pengantar Akomodasi Dan Restoran*.
- Sugiarto, E. (1996). *Hotel Front Office Administ*. Endar Sugiarto. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, D. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, M. (2014). *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif R&D* cet. Ke-19, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Peneliian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sutisna, I. (2020). Statistika penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1), 1–15.
- Tiwari, S., Tripathi, D. M., Srivastava, U., & Yadav, P. K. (2011). Green marketing-emerging dimensions. *Journal of Business Excellence*, 2(1), 18–23.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yulianti, L. N. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63.

- Wardiyanta, M., & Hum, M. (2006). *Metode penelitian pariwisata*. Yogyakarta, Penerbit Andi, 52.
- Wibowo, L. A. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata*. Universitas Pendidikan Indonesia, 46.
- Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi*. Penerbit Buku Kompas.
- Yulianti, D. R. (2014). *Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan serta Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame di SPO 857 Jember*.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

