

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM
UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI HANDARA GOLF AND RESORT BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

LUH PUTU SUMERTI SARI

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

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM
UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI HANDARA GOLF AND RESORT BALI**

HALAMAN SAMPUL



POLITEKNIK NEGERI BALI

**LUH PUTU SUMERTI SARI
NIM 2315854046**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HANDARA GOLF AND RESORT BALI

Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi pada Program
Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

**LUH PUTU SUMERTI SARI
NIM 2315854046**

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HANDARA GOLF AND RESORT BALI


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

Pembimbing I,

Pembimbing II,



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



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par
NIP. 1984090982008122004

Mengetahui

Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par
NIP. 1984090982008122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HANDARA GOLF AND RESORT BALI

Yang disusun oleh **Luh Putu Sumerti Sari (2315854046)** dipertahankan
dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji
pada hari Selasa 13 Agustus 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H. NIP. 197203042005012001	
Anggota	Ni Wayan Merry Nirmala Yani, S.Si., M.M. NIP. 199412162023212037	
Anggota iv	Ketut Suja, SE., M.Si IP. 196412311990031031	

Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par
NIP. 1984090982008122004

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luh Putu Sumerti Sari

NIM : 2315854046

Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HANDARA GOLF
AND 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, 16 Agustus 2024



Luh Putu Sumerti Sari

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian yang berjudul “**Implementasi *Green Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Handara Golf and Resort Bali**” ini dengan baik dan penulis mampu menyelesaikannya tepat waktu.

Proposal ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi DIV Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Dalam penyusunan laporan ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini di Politeknik Negeri Bali.
3. Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan masukan kepada penulis.
4. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E,M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan panduan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ni Ketut Bagiastuti, SH. ,M.H selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan serta masukan-masukan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par selaku dosen pembimbing 2 atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis untuk menyempurnakan penulisan.
7. Seluruh dosen pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
8. Keluarga, Sahabat and Teman-teman atas dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
9. Ketut Budi Hartawan S.H yang saya cintai yang telah banyak mendukung sepenuhnya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Owner, Manager, dan semua staff Isandra Office dan Handara Golf and Resort Bali yang telah mendukung penelitian ini.

Besar harapan penulis agar proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua mahasiswa. Demikian yang dapat penulis sampaikan, akhir kata tidak lupa penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan proposal penelitian ini.

Badung, 13 Agustus 2024

Luh Putu Sumerti Sari

ABSTRAK

Sumerti Sari, Luh Putu. (2024). Implementasi *Green Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Handara Golf and Resort Bali. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Ni Ketut Bagiastuti S.H., M.H dan Pembimbing II: Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par.

Kata kunci: *Green Marketing*, *Tingkat Hunian*, Ramah Lingkungan

Penelitian ini dilaksanakan di Handara Golf and Resort Bali berlokasi di Jalan Raya Bedugul Pancasari, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi green marketing di Handara Golf and Resort Bali dan untuk menganalisis implementasi green marketing dalam meningkatkan hunian kamar di Handara Golf and Resort Bali. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner studi pustaka, dan dokumentasi. Sample yang digunakan sebanyak 22 responden dengan pengambilan sample dilakukan dengan Teknik pendekatan umum *non-probability* sampling yaitu dengan teknik pengambilan sampling total atau jenuh. Teknik analisis yang dilakukan di penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan statistik deskriptif. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *Microsoft Excel* dan *IBM SPSS Statistict* versi 26 *from window*. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang selanjutnya dihitung skor dan persentasenya sehingga dari hasil perhitungan tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi 5 kriteria yaitu: Sangat sesuai, sesuai, cukup sesuai, kurang sesuai, dan tidak sesuai. Hasil penelitian pertama yaitu penerapan *green marketing* yang terdiri dari variabel *green product*, *green price*, *green place*, and *green promotion* mendapatkan kriteria sangat sesuai, yang menyatakan bahwa penerapan *green marketing* di Handara Golf and Resort Bali sudah diterapkan dengan sangat baik. Dari hasil penerapan *green marketing* secara keseluruhan implementasi *green marketing* yang konsisten telah berhasil meningkatkan tingkat hunian kamar dan membantu resort mencapai okupansi yang optimal dan berkelanjutan.

POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Sumerti Sari, Luh Putu. (2024). Implementation of Green Marketing in an Effort to Increase Room Occupancy Rate at Handara Golf and Resort Bali. Thesis: Tourism Business Management, Department of Tourism, Bali State Polytechnic.

This thesis has been approved and reviewed by Supervisor I: Ni Ketut Bagiastuti S.H., M.H and Supervisor II: Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par.

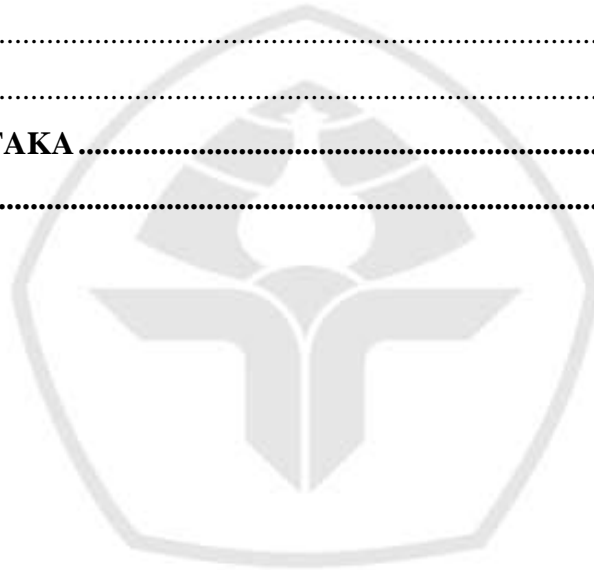
Keywords: Green Marketing, Occupancy Rate, Environmentally Friendly

This research was conducted at Handara Golf and Resort Bali located on Jalan Raya Bedugul Pancasari, Buleleng Regency, Bali Province. This study aims to analyze the implementation of green marketing at Handara Golf and Resort Bali and to analyze the implementation of green marketing in increasing room occupancy at Handara Golf and Resort Bali. The data collection methods used are observation, interviews, literature study questionnaires, and documentation. The sample used was 22 respondents with sampling carried out using the general non-probability sampling approach technique, namely the total or saturated sampling technique. The analysis technique used in this study is descriptive qualitative and descriptive statistics. Data processing is done with the help of Microsoft Excel and IBM SPSS Statistics version 26 from window. The data obtained through the distribution of questionnaires are then calculated for scores and percentages so that the results of the calculation are then classified into 5 criteria, namely: Very appropriate, appropriate, quite appropriate, less appropriate, and not appropriate. The results of the first study, namely the application of green marketing consisting of the variables green product, green price, green place, and green promotion, obtained very appropriate criteria, which stated that the application of green marketing at Handara Golf and Resort Bali had been implemented very well. From the results of the application of green marketing as a whole, the consistent implementation of green marketing has succeeded in increasing room occupancy rates and helping the resort achieve optimal and sustainable occupancy.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSYARATAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Hotel	8
2.1.2 <i>Green marketing</i>	9
2.1.3 Tingkat Hunian Kamar	14
2.1.4 Prinsip <i>Green marketing</i>	14
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	16
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Identifikasi Variabel.....	19

3.4 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6 Penentuan Informan	24
3.7 Pengumpulan Data	25
3.8 Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.2 Hasil Penelitian	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi oprasional variabel dan indikator	20
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Tingkat Hunian Kamar	22
Tabel 4. 1 Implementasi <i>Green product</i>	63
Tabel 4. 2 Implementasi <i>Green price</i>	66
Tabel 4. 3 Implementasi <i>Green place</i>	68
Tabel 4. 4 Implementasi <i>Green promotion</i>	70



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Data tingkat hunian kamar Handara Golf and Resort Bali	3
Gambar 1. 2 Grafik Pendapatan Handara Golf and Resort Bali	4
Gambar 4. 1 Logo Handara Golf & Resort Bali	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Sales & Marketing Department.....	43
Gambar 4. 3 <i>Welcome drink</i>	51
Gambar 4. 4 Oshibori	52
Gambar 4. 5 Botol Kaca Amenitis	53
Gambar 4. 6 Pouch Card	53
Gambar 4. 7 <i>Biodegradable straw</i>	54
Gambar 4. 8 Toilet Amenitis.....	55
Gambar 4. 9 Gambar Penetapan Harga.....	57
Gambar 4. 10 Tampilan Produk Dalam Saluran Distribusi\	58
Gambar 4. 11 Peta Lokasi Handara Golf & Resort Bali.....	59
Gambar 4. 12 Iklan Media Sosial.....	60
Gambar 4. 13 Kontenn Pelestarian Lingkungan	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata Bali mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali terus meningkat, dari 2,9 juta orang pada tahun 2012 menjadi 6,2 juta orang pada tahun 2019 sebelum pandemi. Peningkatan ini diikuti dengan pertumbuhan jumlah hotel yang signifikan. Pada tahun 2019, tercatat ada 4.377 hotel berbintang dan non bintang di Bali. Namun perkembangan pariwisata yang pesat ini juga berdampak negatif terhadap lingkungan. Pembangunan hotel dan infrastruktur pariwisata yang tidak terkendali menyebabkan kerusakan lingkungan seperti alih fungsi lahan pertanian, berkurangnya ruang terbuka hijau, dan pencemaran air tanah akibat limbah hotel. Menurut penelitian oleh Greenpeace Indonesia tahun 2018, Bali menghasilkan 1,6 juta ton sampah per tahun dimana 33% nya berasal dari sektor pariwisata termasuk hotel. Selain masalah lingkungan, persaingan antar hotel di Bali juga semakin ketat. Tingkat okupansi hotel di Bali pada tahun 2019 hanya sebesar 58%, yang artinya masih banyak kamar hotel yang kosong. Agar dapat memenangkan persaingan, hotel perlu menerapkan strategi yang unik dan berbeda, salah satunya dengan konsep *green hotel*.

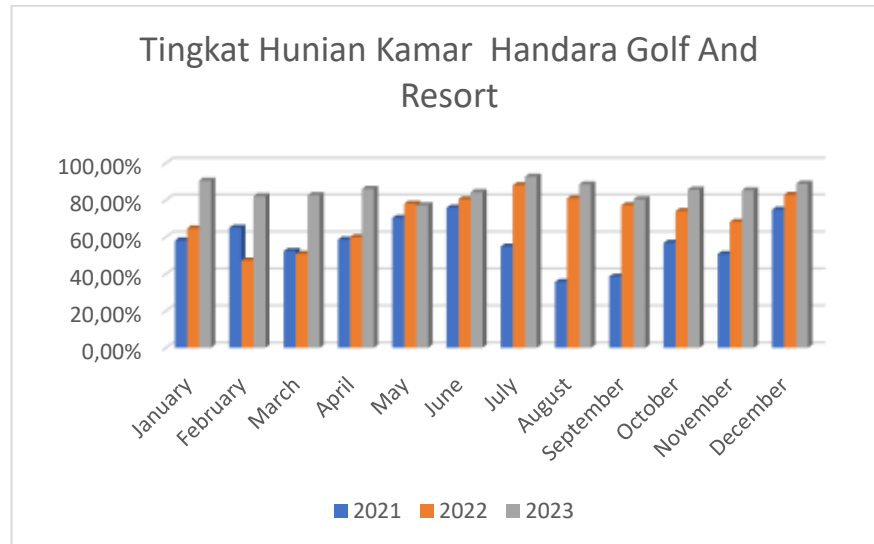
Adanya isu-isu mengenai pemanasan global, dan kerusakan lingkungan ini direspon oleh perusahaan-perusahaan yang inovatif sebagai cara untuk menarik minat konsumen dan publik yaitu dengan penerapan konsep *green marketing*

sebagai strategi pemasaran. Selain sebagai strategi pemasaran perusahaan, konsep *green marketing* dapat dijadikan perusahaan dalam mendukung pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism*. *Green marketing* merupakan pemasaran ramah lingkungan untuk meminimalisir dampak rusaknya lingkungan. Konsep *green marketing* berusaha memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasrat konsumen dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan dan kesehatan.

Adapun keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dengan menerapkan konsep *green marketing* yaitu dapat memastikan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan dengan profitabilitas. Memang, untuk awal biayanya lebih mahal tetapi dalam jangka panjang akan menghemat biaya. *Green marketing* menjadikan biaya-biaya produksi lebih efisien karena merupakan program daur ulang produk. Selain itu, perilaku masyarakat untuk melestarikan lingkungan menjadi dasar penting untuk melakukan *green marketing* sehingga pemasar dapat lebih mudah melakukan startegi-strateginya. Dengan tetap memperhatikan aspek lingkungan, juga dapat membantu perusahaan untuk memasarkan produknya dan layanan secara international. Dapat membantu dalam mengakses pasar baru dan juga perusahaan dapat menikmati keunggulan kompetitif.

Handara Golf and Resort Bali merupakan salah satu hotel yang berlokasi di daerah Singaraja yang telah menerapkan *green marketing* dalam operasional hotelnya. Selain menyediakan 45 kamar, Handara Golf and Resort Bali juga dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti *golf*, *meeting room*, dan *restaurant*. Penerapan *green marketing* pada Handara Golf and Resort Bali dilakukan mulai tahun 2020 pada departemen terkait yakni departemen *Sales and Marketing* dan

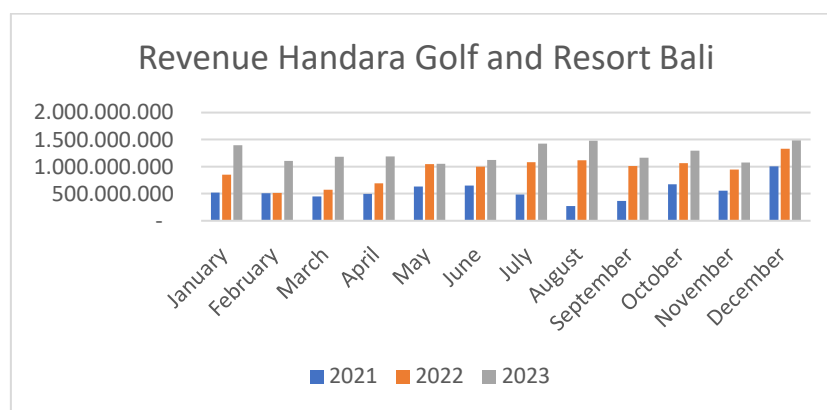
Front office. Implementasi *green marketing* dapat dilihat pada data Tingkat Hunian kamar di Handara Golf and Resort Bali pada tiga tahun terakhir sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Grafik Data tingkat hunian kamar Handara Golf and Resort Bali
Sumber: Handara Gold and Resort Bali

Berdasarkan gambar 1.1 tingkat hunian kamar pada bulan januari 2021 mengalami penurunan, penurunan ini disebabkan oleh masih adanya dampak Pandemi Covid-19 yang menyerang sektor pariwisata di Bali. Namun saat diterapkannya *green marketing* pada hotel Handara Golf and Resort Bali menyebabkan adanya kenaikan tingkat hunian kamar. Adapun *green marketing* yang sudah diterapkan yaitu *green price* dan *green place* yang menyebabkan kenaikan pada tingkat hunian kamar di hotel Handara Golf and Resort Bali. Akan tetapi belum semua komponen *green marketing* yang diterapkan pada Handara Golf and Resort Bali seperti pemakaian tab khusus untuk proses *check in* tamu, menggunakan semua brand lokal dengan label green, penggunaan material promosi yang *paperless* 100% dan *recycle* dan penggunaan listrik tenaga matahari untuk penerangan di area hotel. Menurut Oka.A Yoeti (2009: 55) menuliskan bahwa harga

atau tarif sewa kamar, kompetisi, dan permintaan pasar (*market demand*) sangat mempengaruhi penjualan kamar. Bahwa dengan tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Maka dari itu semua hotel selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah hunian kamarnya.



Gambar 1. 2 Grafik Pendapatan Handara Golf and Resort Bali
Sumber : *sales and marketing report*

Berdasarkan gambar 1.2 bisa dilihat adanya penurunan pendapatan yang di peroleh dari tahun 2021 karena minimnya daya beli masyarakat yang dikarenakan akibat pandemi covid-19. Namun adanya peningkatan dari pendapatan dari tahun 2022 dimana sudah berjalannya *green marketing* sebagai strategi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar yang diikuti dengan peningkatan pendapatan. Adapun *green marketing* yang diterapkan yakni *green price* dimana harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk ramah lingkungan. Dan *green promotion* (Promosi yang mengangkat tema lingkungan seperti penerapan program pemerintah, CHSE) sehingga berhasil menaikkan tingkat hunian kamar beserta pendapatan hotel.

Handara Golf and Resort Bali sebenarnya sudah mulai menerapkan beberapa inisiatif *green marketing* seperti penghematan listrik dan penggunaan kembali handuk oleh tamu. Hasilnya cukup positif dengan adanya peningkatan okupansi kamar sekitar 5%. Namun penerapan *green marketing* di Handara Golf and Resort Bali masih parsial dan belum menyeluruh ke semua aspek operasional hotel. Beberapa kendala yang dihadapi adalah biaya investasi yang tinggi, kurangnya komitmen manajemen dan karyawan, serta minimnya promosi program *green hotel* kepada tamu. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengevaluasi secara komprehensif implementasi *green marketing* di Handara Golf and Resort Bali. Perlu dikaji aspek apa saja yang sudah diterapkan dan apa dampaknya, serta aspek apa yang masih bisa dimaksimalkan. Penelitian ini juga dapat menghasilkan rekomendasi strategi *green marketing* yang efektif bagi Handara Golf and Resort Bali untuk meningkatkan hunian kamar sekaligus berkontribusi melestarikan lingkungan. Dengan menerapkan *green marketing* secara konsisten, Handara Golf and Resort Bali diharapkan dapat menjadi *green hotel* yang menjadi pilihan utama wisatawan dan menjadi percontohan bagi hotel lain di Bali. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Implementasi *Green marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Handara Golf and Resort Bali”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang disusun adalah:

1. Bagaimanakah implementasi *green marketing* di Handara Golf and Resort Bali?

2. Bagaimana implementasi *green marketing* dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar di Handara Golf and Resort Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi *green marketing* yang diterapkan di Handara Golf and Resort Bali.
2. Untuk menganalisis implementasi *green marketing* dalam upaya meningkatkan hunian kamar di Handara Golf and Resort Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah kajian penelitian bidang pariwisata pada umumnya dan wawasan dalam bidang pariwisata khususnya mengenai strategi pemasaran yang diperoleh di bangku kuliah.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan untuk pembelajaran di kampus Politeknik Negeri Bali, khususnya terkait dengan mata kuliah pemasaran.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin membahas fenomena yang serupa di masa yang akan datang.

c. Bagi Hotel

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu sumbangan ide bagi hotel khususnya bagi *sales & marketing departement* di Handara Golf and Resort Bali dalam memasarkan dan menjual produk hotel.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Berdasarkan topik penelitian mengenai *green marketing* dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar, materi ini mencakup hal yang luas sehingga perlu dilakukan pembatasan masalah untuk memfokuskan penelitian agar mempunyai ruang lingkup yang spesifik. Ruang lingkup dan Batasan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian ini adalah *green marketing* dan tingkat hunian kamar.
2. Penelitian ini mengambil informan dari Handara Golf and Resort Bali.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan diatas Implementasi *green marketing* dalam meningkatkan hunian kamar di Handara Golf and Resort Bali, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

Handara Golf and Resort Bali telah secara konsisten menerapkan strategi *green marketing* dalam empat aspek utama: *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*. Implementasi *green product* meliputi penggunaan bahan-bahan organik dan ramah lingkungan seperti *welcome drink* organik, handuk wajah *oshobiri* berbahan katun, botol kaca untuk air minum, dan amenities kamar mandi ramah lingkungan. Dalam aspek *green price*, resort ini menerapkan harga yang mempertimbangkan aspek lingkungan dan efisiensi untuk mengurangi limbah. *Green place* ditunjukkan melalui lokasi strategis resort yang dekat dengan berbagai tempat rekreasi dan menjaga lingkungan sekitarnya. Sementara itu, *green promotion* dilakukan melalui media sosial untuk mengurangi penggunaan kertas dan menciptakan konten yang mendukung pelestarian lingkungan. Semua aspek ini telah diterapkan dengan baik, mendapatkan penilaian "Sangat Sesuai" dari para karyawan dengan skor rata-rata 90%.

Implementasi *green marketing* telah terbukti efektif dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Handara Golf and Resort Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator tingkat hunian kamar, termasuk harga sewa kamar, kompetisi, dan permintaan pasar, mendapatkan penilaian "Sangat Sesuai" dengan

skor tinggi. Harga sewa kamar yang sesuai dengan fasilitas dan kualitas produk ramah lingkungan mendapat skor 92%, menunjukkan bahwa strategi *green marketing* mempengaruhi persepsi nilai tamu secara positif. Meskipun beberapa aspek seperti penggunaan produk daur ulang dan penerapan harga efisien untuk mengurangi limbah mungkin tidak secara langsung mempengaruhi keputusan tamu, namun secara keseluruhan implementasi *green marketing* yang konsisten telah berhasil meningkatkan tingkat hunian kamar dan membantu resort mencapai okupansi yang optimal dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan simpulan diatas, maka adapun saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

Handara Golf and Resort Bali perlu mempertahankan dan meningkatkan implementasi *green marketing* yang telah berhasil. Fokus utama pada aspek-aspek yang mendapat penilaian tinggi, sambil mengembangkan inovasi untuk aspek yang relatif lebih rendah seperti penggunaan produk daur ulang dan penerapan harga efisien. Terus tingkatkan kualitas dan efektivitas seluruh elemen *green marketing* untuk mempertahankan keunggulan kompetitif sebagai destinasi ramah lingkungan.

Tingkatkan edukasi dan partisipasi seluruh pemangku kepentingan dalam praktik ramah lingkungan. Adakan pelatihan rutin untuk karyawan, kembangkan program partisipatif untuk tamu, dan perkuat kolaborasi dengan mitra bisnis serta masyarakat lokal. Hal ini akan memperluas dampak positif *green marketing*, meningkatkan kesadaran lingkungan, dan memperkuat posisi Handara Golf and Resort Bali sebagai pemimpin dalam pariwisata berkelanjutan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif antara beberapa hotel atau resort yang menerapkan *green marketing* di Bali. Penelitian tersebut dapat membandingkan efektivitas implementasi *green marketing* di berbagai properti, mengidentifikasi praktik terbaik, dan menganalisis bagaimana perbedaan dalam pendekatan *green marketing* mempengaruhi tingkat hunian kamar serta kepuasan pelanggan. Studi komparatif ini akan memberikan wawasan yang lebih luas tentang penerapan *green marketing* dalam industri perhotelan di Bali, serta dapat menghasilkan rekomendasi yang lebih komprehensif untuk pengembangan strategi *green marketing* yang efektif di masa depan.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Fahlis; Joyce Lopian; Agus Supandi Soegoto. 2016. “*Analisis Green product dan Green marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Manado Town Square.*”
- Ajizah, N. (Nuris), and S. (Suharyono) Suharyono. 2017. “*Analisis Penerapan Green marketing Pada Produk Naoogst Cigar Sebagai Strategi Pemasaran Internasional (Studi Pada PTPN X).*” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 51(2):8–15.
- Arnawa, I. Putu. 2020. “*Pengaruh Tingkat Hunian Kamar Dan Pendapatan Spa Terhadap Laba Operasional Di Nusa Dua Beach Hotel & Spa.*” *Jurnal Bisnis Hospitaliti* Page 57.
- Bagja Waluya. 2013. “*Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat.*” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Darmanto, Dr.; Drs. Sri Wardaya. 2016. “*Menejemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.*” P. Page 5 in. Yogyakarta: deepublish.
- Desi Permata, Eliza, Ratih Purwasih, Dkk. 2023. *Introduksi Aplikasi Komputer Statistik.*
- Dr. Hendra SE, M.Si; Yanti, S.P., M.Si, Dr. Rinda; Nuvriasari, S.E., M.M, Dr. Audita. 2023. “*Green marketing For Business - Google Books.*” P. Page 7 in, edited by M. K. Efitra, S.Kom., M.Kom; Sepriano. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firdianti M.Pd.I; Arianda. 2018. “*Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar.. - Google Books.*” edited by E. Wi. Astuti. Lampung: CV.GREPUBLISHING.
- Gunawan, Firsta Wity Peafut. 2023. “*Analisis Penerapan Green marketing Di Aruna Senggigi Resort & Convention.*”
- Haryadi, Rudi. 2009. “*Pengaruh Strategi Green marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing mix (Studi Kasus Pada The Body Shop Jakarta).*”
- Julian, SE. 2022. “*Dasar-Dasar Pemasaran.*” edited by M. Nasrudin. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Komaryanti, Nurul. 2022. “*Modul Ajar Patofisiologi - Google Books.*” Retrieved January 28, 2024

(https://www.google.co.id/books/edition/Modul_Ajar_Implementasi_Pemasaran/1nx5EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pemasaran+adalah&pg=PA20&printsec=frontcover).

- Laela, Muhammad Asdar. 2022. *“Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan.” NEM 171.*
- Manongko, Allen A. C. 2018. *“Green marketing.”* P. Page 32 in, edited by M. O. Mandagi. Manado: Yayasan Makaria Waya.
- Nurhaedah, and Irmawartini. 2017. *Bahan Ajar Kesehatan Lingkungan: Metodologi Penelitian Nurhaedah.*
- Penulis, Tim, Aris Ariyanto, Rejeki Bangun, Muhamad Rifqi, Min Indillah, Arlin Ferlina, Mochamad Trenggana, Ruhjatini Sholihah, Maya Ariyanti, Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, Shahrial Putra, Amrin Mulia Utama, John Syahputra, and Bancin Budiman. n.d. *“Manajemen Pemasaran.”*
- Prawitasari, Rr. Astrid Adiyanti;Suardana, Ida Bagus Raka. 2019. *“Measuring Green marketing Strategy for Resort Spa in Bali.”*
- Rahmatullah, Rio, and Faizah Adisty. 2020. *“Analisis Penentuan Harga Kamar Dan Tingkat Hunian Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel.” Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi 1(1):1–13.*
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing.*
- Sari, S.E., M.M., Desi Permata; Mulyadi S.E., M.M, Olandari. 2023. *“Implementasi Transaksi Penjualan Menjadi Laporan Keuangan - Google Books.”* edited by T. Arinto, S.S.,M.A. Padang: CV Gita Lentera.
- Septifani, Riska, Fuad Achmadi, and Imam Santoso. 2014. *“Pengaruh Green marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian.” Jurnal Manajemen Teknologi 13(2):201–18. doi: 10.12695/jmt.2014.13.2.6.*
- Sinangjoyo, Nikasius Jonet, Sekolah Tinggi, and Pariwisata Ampta. 2015. *“Green Hotel Sebagai Daya Saing Suatu Destinasi.” Jurnal Nasional Pariwisata 5(2):83–93.*
- Sugiarto, E. 1996. *Hotel Front office Administ. Endar Sugiarto.*
- Sugiyono, P, D. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D.* edited by M. M. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunarmi, Dr. 2022. *“Tekstil Untuk Restoran Hotel.”* P. Page 1 in, edited by R. A. Nugroho. Yogyakarta: Jejak Pustaka.

Sutanto, prasojo herdy;nanang lidwan;ridwan wawan. 2020. “*Perancangan Reservasi Pariwisata Dan Kamar Hotel Berbasis Web.*”

Ulfah, Almira Keumala;Razali, Ramadhan. 2022. *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset Dan Pengembangan) - Almira Keumala Ulfah, Ramadhan Razali, Habibur Rahman, Abd Ghofur, Umar Bukhory, Sri Rizqi Wahyuningrum, Muhammad Yusup, Rita Inderawati, Faqihul Muqoddam - Google Buku.* edited by S. R. Wahyuningrum. Madura.

Ulfatihah, Hernita. 2020. “*Implementasi Tabungan Baitullah IB Hasanah dan Variasi Akad Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru.*”

Wolok, T. 2019. “*Green marketing : Pemasaran Dan Pembelian.*” P. Page 8-9 in. Athra Samudra.

Zaky, Muhammad Husnan ; Purnami, Ni Made. 2020. “*Green Maketing MIx Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Tree Farms Di Lotus Food Services*”

