

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

MARIA RENJA ROSALIN RENDON GERUNGAN

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI
IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI



POLITEKNIK NEGERI BALI

MARIA RENJA ROSALIN RENDON GERUNGAN
NIM: 2215854016

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI**

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

MARIA RENJA ROSALIN RENDON GERUNGAN

NIM: 2215854016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
Pada Senin, 14 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



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



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

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



Prof. Ni Made Ernawati. MATM., Ph.D
NIP 196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI

Yang disusun oleh :

**Maria Renja Rosalin Rendon Gerungan
(NIM 215854016)**

Telah dipertahankan dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji
pada hari Senin tanggal 14 Agustus 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par. NIP 198409082008122004	
Anggota	Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H. NIP 197203042005012001	
Anggota	I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari, S.Si., M.Si NIP 198809282014042001	

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali

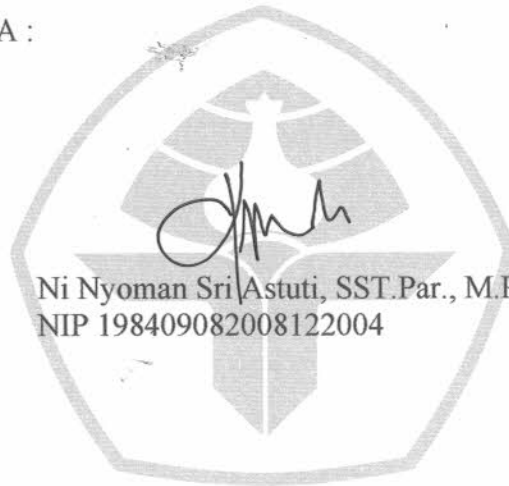


**Prof. Ni Made Ernawati. MATM., Ph.D
NIP 196312281990102001**

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING
DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada :
Hari Senin, 14 Agustus 2023

PENGUJI KETUA :



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

ANGGOTA :

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

1. Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H.
NIP 197203042005012001

2. I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari, S.Si.,M.Si
NIP 198809282014042001



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364

Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128

Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Renja Rosalin Rendon Gerungan

NIM : 2215854016

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**“Implementasi *Green Marketing* Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar
di Fame Hotel Sunset Road Bali”**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 14 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Maria Renja Rosalin Rendon Gerungan

KATA PENGANTAR

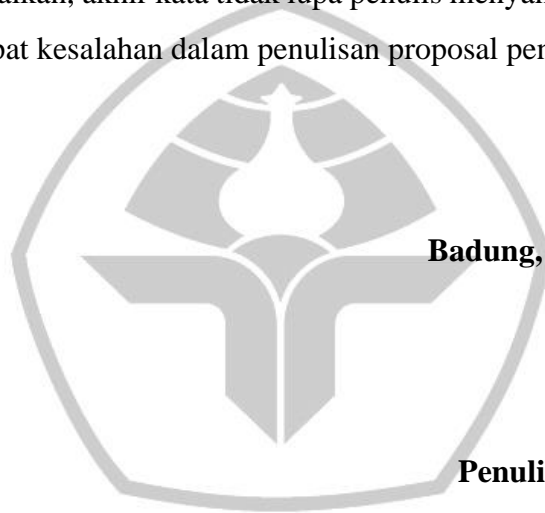
Puji Syukur yang tak terhingga kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian yang berjudul “Implementasi *Green Marketing* dalam Meningkatkan *tingkat hunian kamar* di Fame Hotel Sunset Road Bali” ini dengan baik dan tepat waktu.

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.Com. 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. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini di Politeknik Negeri Bali.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan masukan kepada penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan panduan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M. Par. selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan serta masukan-masukan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H selaku dosen pembimbing 2 atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis untuk menyempurnakan penulisan ini
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 usulan proposal penelitian ini.
9. Semua karyawan Fame Hotel Sunset Road Bali yang telah mendukung penelitian ini dan yang telah memberikan pendapat dan sarannya terkait kuesioner yang disebarakan oleh penulis dalam bentuk google form.

Besar harapan penulis agar proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua mahasiswa dan dapat dijadikan acuan untuk Sales & Marketing department Fame Hotel Sunset Road Bali dalam menerapkan Green Marketing dalam meningkatkan tingkat hunian di Fame Hotel Sunset Road Bali. Demikian yang dapat penulis sampaikan, akhir kata tidak lupa penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan proposal penelitian ini.



Badung, 31 Juli 2023

Penulis

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Gerungan, Maria Renja Rosalin Rendon (2023) *Implementasi Green Marketing Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali*. Skripsi : Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

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

Kata kunci: implementasi, marketing, green marketing, tingkat hunian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Konsep green marketing di Fame Hotel Sunset Road Bali, (2) Implementasi Green Marketing di Fame Hotel Sunset Road Bali, (3) Implementasi Green Marketing dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali. Penelitian ini merupakan penelitian survei, karena instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan kontrak, permanen dan DW yang sudah lebih dari 6 bulan kerja di Fame Hotel Sunset Road Bali yang mengetahui konsep Green Marketing di Fame Hotel Sunset Road Bali. Sampel sebanyak 30 responden yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Ada 2 jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu kuantitatif (melalui data hasil kuesioner dan data *tingkat hunian kamar* di Fame Hotel Sunset Road Bali) dan data kualitatif (melalui data hasil wawancara dengan semua karyawan Fame Hotel Sunset Road Bali dan data hasil observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip) di Fame Hotel Sunset Road Bali). Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan beberapa langkah yaitu : observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan / literatur dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif, skala likert, teknik analisis statistika deskriptif, Dapat disimpulkan bahwa implementasi green marketing dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Fame Hotel Sunset Road sudah dilakukan bertahap dan perlu adanya perbaikan ke arah yang lebih baik juga. Dari kuesioner yang dibagikan dapat disimpulkan bahwa skor keseluruhan Green Marketing sejumlah 87 % (Sangat Sesuai) yang diimplementasi di Fame Hotel Sunset Road Bali. Adapun nilai tertinggi dari keempat indikator diatas adalah publisitas dan sponsor ramah lingkungan yaitu senilai 88 % yang memang sangat berdampak pada peningkatan tingkat hunian di Fame Hotel Sunset Road Bali dari bulan ke bulan dan ini dapat dilihat dari tabel tingkat hunian kamar berikut dari bulan April - Juni 2023 yang stabil diatas 90% dan didominasi oleh market segment Online Travel Agent (OTA)

ABSTRACT

Gerungan, Maria Renja Rosalin Rendon (2023) Implementation of Green Marketing in Increasing Room Occupancy Rates at Fame Hotel Sunset Road Bali. Thesis: Tourism Business Management, Department of Tourism, Bali State Polytechnic.

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

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

This study aims to determine (1) the concept of green marketing at Fame Hotel Sunset Road Bali, (2) Implementation of Green Marketing at Fame Hotel Sunset Road Bali, (3) Implementation of Green Marketing in increasing room occupancy rates at Fame Hotel Sunset Road Bali. This research is survey research, because this research instrument uses a questionnaire to obtain data. The population in this study were all contract, permanent and DW employees who had worked for more than 6 months at Fame Hotel Sunset Road Bali who knew the concept of Green Marketing at Fame Hotel Sunset Road Bali. A sample of 30 respondents was determined by purposive sampling technique. There are 2 types of data collected in this study, namely quantitative (through data from questionnaires and data on room occupancy rates at Fame Hotel Sunset Road Bali) and qualitative data (through data from interviews with all employees of Fame Hotel Sunset Road Bali and observational data has been set forth in field notes (transcript) at Fame Hotel Sunset Road Bali). The data collection method was carried out in several steps, namely: observation, interviews, questionnaires, literature studies and documentation. Data analysis techniques using Qualitative Descriptive Analysis Techniques, Likert scale, descriptive statistical analysis techniques. It can be concluded that the implementation of green marketing in increasing room occupancy rates at Fame Hotel Sunset Road Bali has been carried out in stages and there needs to be improvement in a better direction as well. From the questionnaires distributed, it can be concluded that the overall score of Green Marketing is 87% (Very Appropriate) implemented at the Fame Hotel Sunset Road Bali. The highest score of the four indicators above is publicity and eco-friendly sponsorship which is worth 88% which really has an impact on increasing the occupancy rate at Fame Hotel Sunset Road Bali from month to month and this can be seen from the following room occupancy rate table from April - June 2023 which is stable above 90% and is dominated by the Online Travel Agent (OTA) market segment.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PENGUJI	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Hotel	8
2.1.2 Pengertian Implementasi	9
2.1.3 Pengertian Pemasaran (Marketing)	10
2.1.5 Pengertian Tingkat Hunian Kamar	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	14
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Objek Penelitian	21
3.3 Identifikasi Variabel	21
3.4 Definisi Operasional Variabel	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	27
3.5.1 Jenis Data	28
3.5.2 Sumber Data	28
3.6 Metode Penentuan Informan	29
3.7 Metode Pengumpulan Data	30
3.7.1 Observasi	30
3.7.2 Wawancara	31
3.7.3 Kuisisioner	32
3.7.4 Studi Kepustakaan/Literatur	32
3.7.5 Dokumentasi	32
3.8 Teknik Analisis Data	33

3.8.1 Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif.....	33
3.8.2 Skala Likert.....	34
3.8.3 Kriteria.....	35
3.8.4 Teknik Analisis Statistika Deskriptif.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1 Sejarah Fame Hotel Sunset Road Bali.....	38
4.1.2 Fasilitas Fame Hotel Sunset Road Bali.....	41
4.1.3 Visi dan Misi Fame Hotel Sunset Road Bali.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi dan Job Description.....	46
4.2 Statistik Deskriptif Responden.....	59
4.3 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	63
4.3.1 Implementasi Green Marketing di Fame Hotel Sunset Road Bali.....	63
4.3.2 Hubungan Green Marketing dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali.....	73
4.4 Hasil Uji Kualitas Data.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	93



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data tingkat hunian kamar Fame Hotel Sunset Road Bali	4
Tabel 2. Tingkat hunian kamar area Sunset Road	5
Tabel 3. Indikator dan Subindikator Variabel Dimensi Green marketing	24
Tabel 4. Indikator dan Subindikator Variabel Tingkat Hunian Kamar	26
Tabel 5. Kriteria Skor Variabel Penelitian	36
Tabel 6. Kapasitas Meeting room Hall of Fame 1 dan 2	44
Tabel 7. Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 8. Pendidikan Responden	61
Tabel 9. Level Jabatan Responden	62
Tabel 10. Kriteria Skor Variabel Penelitian	74
Tabel 11. Tanggapan responden mengenai penerapan produk ekolabel	74
Tabel 12. Tanggapan responden mengenai harga dari produk ramah lingkungan	75
Tabel 13. Tanggapan responden mengenai Saluran Distribusi Ramah Lingkungan.....	78
Tabel 14. Responden publisitas dan sponsor ramah lingkungan.....	78
Tabel 15. Rangkuman Indikator, skor & kriteria Dimensi Green Marketing dari 30 responden	80
Tabel 16. Tingkat Hunian kamar dan Market segment.....	81
Tabel 17. Tabulasi data 30 responden.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Denah Lokasi Fame Hotel Sunset Road Bali.....	39
Gambar 2.	Sertifikat CHSE Fame Hotel Sunset Road Bali.....	40
Gambar 3.	Badge Traveller Choice dari Tripadvisor untuk Fame Hotel Sunset Road Bali	40
Gambar 4.	Tampak depan Fame Hotel Sunset Road Bali	41
Gambar 5.	Lobby Fame Hotel Sunset Road Bali	41
Gambar 6.	Kamar Fame Hotel Sunset Road Bali.....	43
Gambar 7.	Meeting room Fame Hotel Sunset Road Bali	43
Gambar 8.	Popcorn Resto Fame Hotel Sunset Road Bali	44
Gambar 9.	Kolam renang Fame Hotel Sunset Road Bali	45
Gambar 10.	Koridor Kamar Fame Hotel Sunset Road Bali	45
Gambar 11.	Struktur Organisasi Fame Hotel Sunset Road Bali.....	46
Gambar 12.	Logo Green Product I-Clean.....	64
Gambar 13.	Q-San Desinfectant.....	64
Gambar 14.	Logo Green Product I-Clean.....	64
Gambar 15.	Multi Purpose.....	64
Gambar 16.	Soap Dipencer dan 3 in 1 gel tamah lingkungan di kamar tamu	66
Gambar 17.	Room Attendant lap dengan disinfectant barang yang sering disentuh oleh tamu.....	67
Gambar 18.	Balcony kamar	67
Gambar 19.	Koridor Kamar	67
Gambar 20.	Meeting room set up	68

Gambar 21. Meeting room set up	68
Gambar 22. Sewage Treatment Plant	70
Gambar 23. Mesin blower STP	70
Gambar 24. Panel STP.....	70
Gambar 25. Invoice & Confirmation letter.....	72
Gambar 26. Traveloka	72
Gambar 27. Booking.com.....	72
Gambar 28. Promosi BBQ di Instagram.....	73
Gambar 29. Influencer promo stay cation	73
Gambar 30. Promosi di grabfood.....	73
Gambar 31. Scan barcode menu FB	73
Gambar 32. TV Promotion dan scan barcode untuk hotel information, saat ini masih menggunakan botol mineral air plastik di kamar tamu.....	86
Gambar 33. Tag hijau untuk hemat pencucian linen yang masih bisa digunakan.....	86
Gambar 34. Posting BBQ Dinner promotion Popcorn Resto oleh Nomnom Bali di Instagram tanggal 21 Juni 2023	87
Gambar 35. Posting Hotel & FB oleh Tiket.com di Youtube tanggal 25 Juni 2023	88

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA.....	93
LAMPIRAN 2 PEDOMAN KUESIONER	95
LAMPIRAN 3 SURAT IZIN PENELITIAN	98
LAMPIRAN 4 HASIL WAWANCARA.....	99
LAMPIRAN 5 - HASIL KUESIONER	110
LAMPIRAN 6 FOTO KEGIATAN WAWANCARA	111



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. Konsep *green marketing* sudah ada sejak akhir tahun 1980 (Peattie & Crane, 2005:358). Menurut Grant (2007) pemasaran hijau atau *green marketing* merupakan suatu proses pemasaran dan produksi barang atau jasa yang lebih mengutamakan keramahan terhadap lingkungan. Selain sebagai strategi pemasaran perusahaan, konsep *green marketing* dapat dijadikan perusahaan dalam mendukung pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism*, (Panungkelan et al., 2018:1179).

Green marketing merupakan pemasaran ramah lingkungan untuk meminimalisir dampak rusaknya lingkungan. Penelitian Wahyuni, Ni Luh Gayatri Dian Jaya and Damayanti, Ida Ayu Kade Werdika and Widana, I Putu Krisna Arta (2022) dengan judul *Strategi Green Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa* ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman sehingga dapat dirumuskan strategi green marketing yang dapat diterapkan dalam meningkatkan penjualan kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa.

Adapun dimensi dari Green Marketing itu sendiri menurut Camino dalam (Ubirajara et al., 2021) mengatakan bahwa dimensi green marketing terbagi menjadi 4 yaitu: (1) Kebijakan dalam produk ramah lingkungan yaitu terdapat kebijakan yang dinamakan dengan ekolabel. (2) Harga dalam produk ramah lingkungan. Produk juga memiliki daur hidup yang panjang serta aman bagi kesehatan dan dapat didaur ulang. (3) Distribusi ramah lingkungan. Dalam saluran distribusi ramah lingkungan harus memperhatikan hal-hal seperti energi, bahan bakar, serta menjamin produk sampai ke konsumen dengan baik. (4) Publisitas dan sponsor ramah lingkungan. Mengkonfirmasi tentang orang, organisasi, atau perusahaan tentang perkembangan bisnis untuk memperkenalkan produk yang ramah lingkungan serta media sosial maupun media massa yang bertujuan untuk membujuk masyarakat agar memiliki keinginan terhadap produk ramah lingkungan ini.

Fame Hotel Sunset Road Bali merupakan salah satu hotel yang berlokasi di Kuta Badung yang telah menerapkan green marketing dalam beberapa aktifitas di operasional hotelnya. Fame Hotel Sunset Road Bali hadir dengan mengedepankan konsep modern minimalis dan mengadopsi fasilitas public dari lantai 1 sampai lantai 5 dengan udara terbuka. Adapun fasilitas Fame Hotel Sunset Road Bali terdiri dari 90 kamar, 2 meeting room, kolam renang dan Popcorn Resto. Penerapan green marketing pada Fame Hotel Sunset Road Bali sudah dilakukan mulai tahun 2021 pada departemen-departemen yang dimiliki seperti Sales & Marketing, Front Office, Housekeeping, Engineering, Human Resource, Food & Beverage, dan Accounting. Adapun green marketing yang sudah diterapkan di Fame Hotel Sunset

Road Bali yang sesuai 4 dimensi green marketing adalah sebagai berikut :

Kebijakan dalam produk ramah lingkungan yaitu terdapat kebijakan yang dinamakan dengan ekolabel. Ini terdapat pada chemical berlabel ramah lingkungan yang kami gunakan untuk di area kamar, Restaurant, Kitchen dan Public Area serta STP. Harga dalam produk ramah lingkungan. Produk juga memiliki daur hidup yang panjang serta aman bagi kesehatan dan dapat didaur ulang. Hal ini kami terapkan dalam penggunaan meal box yang buka terbuat dari plastic dan dapat didaur ulang. Penggunaan 3 in 1 shower gel yang ramah lingkungan di setiap kamar. Distribusi ramah lingkungan, contohnya STP. Publisitas dan sponsor ramah lingkungan, contohnya menggunakan media promosi dalam bentuk Media social melalui Instagram, Facebook dan Influencer media social, seperti contohnya NomNomBali. Dari keempat dimensi diatas dapat diketahui bahwa yang paling berpengaruh dalam meningkatkan tingkat hunian adalah publisitas dan sponsor ramah lingkungan dalam bentuk Media social melalui Instagram, Facebook dan Influencer media social, seperti contohnya NomNomBali.

Penerapan green marketing dapat dilihat pada data tingkat hunian kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali pada tiga tahun terakhir sebagai berikut yang meningkat bertahap setiap bulannya.

Tabel 1. Data tingkat hunian kamar Fame Hotel Sunset Road Bali

Tahun	2020	2021	2022
Januari	92.54	51	72.27
Februari	83	41	57.45
Maret	51.22	43	73.42
April	3	41.93	65.68
Mei	0	34.59	94.46
Juni	6	53.48	95.10
Juli	9	43.34	97.09
Agustus	18.92	26.79	97.38
September	37	44.26	96.38
Oktober	62	54.87	95.71
November	79	46.52	95.10
Desember	81	78.42	96.45

Sumber : Laporan Tahunan Sales & Marketing Department
Fame Hotel Sunset Road Bali

Tabel 1 memperlihatkan bahwa tingkat hunian kamar Fame Hotel Sunset Road Bali pada bulan April Tahun 2020 dan mengalami kenaikan signifikan pada bulan Mei 2022. Penurunan tingkat hunian kamar tahun 2021 bulan Maret 2022 - November 2021 disebabkan oleh Pandemi Covid-19 yang menyerang sektor pariwisata di Bali dan kebijakan PPKM yang diterapkan pemerintah serta terbatasnya penerbangan internasional ke Bali selama tahun 2020 - 2021. Akan tetapi setelah pelonggaran kebijakan pemerintah untuk pelonggaran PPKM mulai 18 Mei 2022 dan banyaknya penerbangan internasional masuk ke Indonesia, maka tingkat hunian kamar Fame Hotel Sunset Road Bali kembali stabil diatas 90% setiap harinya mulai Mei 2022.

Tabel 2. Tingkat hunian kamar area Sunset Road

Nama Hotel	Tahun		
	2020	2021	2022
Fame Hotel Sunset Road Bali	52	46	87
Berry Biz	20	9	43
Favehotel Sunset Seminyak	21	4	53
Berry Glee	15	1	0
Kyriad Hotel	17	0	0
Sense Seminyak	13	38	53
Savoya	12	16	57
Atanaya	32	38	59
Santika Seminyak	14	8	39
Grand Livio	26	30	72

Sumber : Laporan Tahunan Sales & Marketing Department
Fame Hotel Sunset Road Bali 2020 – 2022

Berdasarkan Tabel 2 terlihat tingkat hunian kamar area sekitar Sunset Road dalam kurun waktu 3 tahun telah mengalami kenaikan dengan diterapkannya strategi *green marketing* sebagai strategi di dalam meningkatkan tingkat hunian kamar dan pelonggaran kebijakan PPKM per 18 Mei 2022 (sesuai Satuan Tugas (Satgas) Penanganan COVID-19 menerbitkan Surat Edaran (SE) Nomor 18 Tahun 2022 tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Pada Masa Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19). SE yang ditandatangani Ketua Satgas Suharyanto pada tanggal 18 Mei ini berlaku mulai 18 Mei 2022.

Akan tetapi belum semua *green marketing* yang dapat diterapkan pada Fame Hotel Sunset Road 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.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Implementasi *Green marketing* dalam meningkatkan *tingkat hunian kamar* di Fame Hotel Sunset Road Bali.”

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah implementasi *green marketing* di Fame Hotel Sunset Road Bali?
2. Bagaimanakah hubungan *green marketing* dalam meningkatkan *tingkat hunian* di Fame Hotel Sunset Road Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan *green marketing* di Fame Hotel Sunset Road Bali.
2. Untuk menganalisis hubungan *green marketing* dalam meningkatkan hunian kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Akademis

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 yang berkaitan dengan green marketing.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin membahas hal 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 Fame Hotel Sunset Road Bali dalam memasarkan dan menjual produk hotel yang berbasis green.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dapat disimpulkan bahwa implementasi green marketing dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Fame Hotel Sunset Road sudah dilakukan bertahap dan perlu adanya perbaikan ke arah yang lebih baik juga. Dengan melengkapi beberapa indikator yang masih belum maksimal diterapkan antara lain adalah penerapan produk ecolabel di kamar tamu dan area Popcorn Resto, penggunaan bahan distribusi yang ramah lingkungan dan meminimalkan penggunaan kertas untuk marketing secara offline, semua dimaksimalkan untuk menggunakan social media dan digital marketing (paperless). Saat ini sudah dilakukan marketing secara online melalui Online Travel Agent, Offline Travel Agent, Social Media dan beberapa platform digital marketing (Grabfood, Nomnom Bali).

Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Strategi Green Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa (Ni Luh Gayatri Dian Jaya Wahyuni, 2022). Dalam penelitian ini dibahas strategi green marketing dalam meningkatkan penjualan kamar yang sejalan dengan strategi green marketing yang sudah diterapkan juga di Fame Hotel Sunset Road Bali yaitu melakukan kerjasama dengan travel agent offline dan online dan memasarkan melalui digital marketing serta bekerjasama dengan influencer juga.

Secara keseluruhan semua indikator yang terdapat dalam konsep green marketing memiliki nilai **Sangat Sesuai (SS)** dari hasil rekapitulasi **30 responden**

yaitu total skor Green Marketing sejumlah 87 % (Sangat Sesuai) yang diimplementasi di Fame Hotel Sunset Road Bali. Adapun nilai tertinggi dari keempat indikator diatas adalah publisitas dan sponsor ramah lingkungan yaitu senilai 88 % yang memang sangat berdampak pada peningkatan tingkat hunian di Fame Hotel Sunset Road Bali, sehingga dari bulan Januari – Mei 2023 tingkat hunian Fame Hotel Sunset Road Bali berhasil diatas 93% dan YTD tingkat hunian 2023 pada bulan Mei 2023 berhasil mencapai 94,81%.

Hasil rekapitulasi dari responden ini juga didukung oleh wawancara langsung ke semua department terkait, observasi, pengumpulan dokumentasi dari department terkait yang membuat Skripsi **Implementasi Green Marketing dalam meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali** menjadi sempurna dan dapat terselesaikan dengan baik tepat pada waktunya.

5.2 Saran

Adapun saran yang akan diimplementasikan di Fame Hotel sebagai berikut sesuai dengan indikator Green Marketing:

- a. Mulai bulan Agustus 2023, Fame Hotel Sunset Road akan mengganti botol plastik dengan penggunaan tumbler / pitcher yang terbuat dari kaca di setiap kamar tamu.
- b. Mulai bulan Juli 2023, mengurangi semua flier promosi dalam bentuk kertas di kamar tamu dan dimasukkan ke dalam Inhouse TV promotion saja dan scan barcode di setiap meja kamar.



Gambar 32. TV Promotion dan scan barcode untuk hotel information, saat ini masih menggunakan botol mineral air plastik di kamar tamu

- c. Dalam tahapan untuk mengganti guest amenities di kamar mandi dengan bahan recycle (sikat gigi yang dapat di *recycle*). Untuk saat ini kami sudah memasang tag hijau untuk himbauan jika linen masih bisa digunakan, maka bisa diletakan di hanging rack agar menghemat penggunaan air.



Gambar 33. Tag hijau untuk hemat pencucian linen yang masih bisa digunakan

- d. Sales & Marketing department dalam melakukan promosi saat ini 80% menggunakan social media dan sisanya 20% masih menggunakan printing collateral dalam bentuk kertas terutama untuk factsheet hotel dan promosi tertentu saja tapi dengan jumlah sedikit dan dalam bentuk standing banner. Kedepannya akan lebih maksimal diatas 90% untuk digital marketing.



Gambar 34. Standing poster



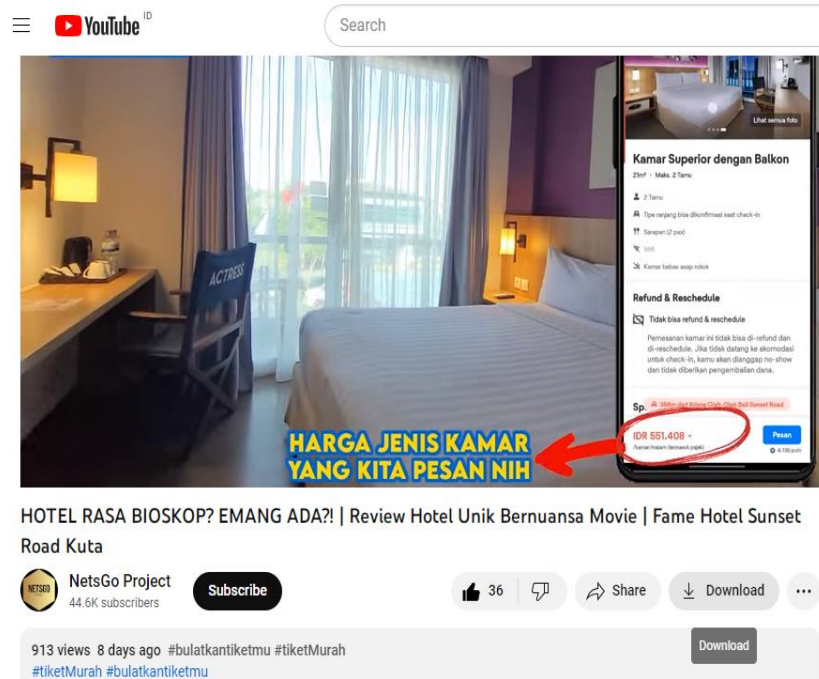
Gambar 35. Flier BBQ all you can eat

Promosi di sosial media yang kami jalankan di Instagram, Facebook, Google Ads dan bekerja sama dengan Influencer dan Blogger juga.



Gambar 34. Posting BBQ Dinner promotion Popcorn Resto oleh Nomnom Bali di Instagram tanggal 21 Juni 2023

(<https://www.instagram.com/reel/Ctvp4UIPq5D/?igshid=YmM0MjE2YWMzOA%3D%3D>)



Gambar 35. Posting Hotel & FB oleh Tiket.com di Youtube tanggal 25 Juni 2023
<https://www.youtube.com/watch?v=ECLF27fwcKg>

- e. Lebih aktif melakukan kegiatan di lingkungan Fame Hotel Sunset Road untuk peduli terhadap pelestarian lingkungan dalam jangka panjang, contohnya pemisahan sampah organik, an organik.
- f. Lebih memaksimalkan menggunakan produk lokal untuk setiap *F&B Promotion* tiap bulannya, contohnya minuman khas Bali (Arak) dan buah buahan local sesuai musimnya.

Masukan untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan topik sejenis adalah sebagai berikut:

- (a) Dapat menggunakan jurnal dan penelitian sebelumnya yang lebih up to date dan referensi dari GSTC (*Global Sustainable Tourism Council*). GSTC diciptakan untuk mendapatkan pemahaman umum tentang pariwisata yang

berkelanjutan Kriteria GSTC merupakan upaya minimum yang perlu dicapai oleh setiap organisasi management pariwisata ketika mempertimbangkan keberlanjutan dalam praktik mereka di industri pariwisata, baik sebagai hotel / akomodasi, tour operator ataupun destinasi wisata.

(b) Mendapatkan sampling dengan Teknik purposive sampling dengan membatasi karyawan yang bekerja dan tamu yang menginap lebih spesifik (contohnya repeater guest yang sudah minimum berapa kali menginap) agar hasil dari jawaban responden lebih mewakili populasi baik dari internal ataupun eksternal.

(c) Mendokumentasikan secara terstruktur di setiap indikator *green marketing* apa saja yang sudah diimplementasikan dan yang belum serta action plan kedepannya yang disertai time table pelaksanaannya agar dapat dijadikan acuan oleh perusahaan untuk memberlakukan konsep green marketing dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di propertynya masing masing.

Demikian saran yang dapat penulis berikan untuk perbaikan penelitian kedepannya agar lebih sempurna dan bermanfaat lebih baik lagi.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, N., & Suharyono, S. (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.
- Al Bataafi, Wisnu. 2005. *House Keeping Departement, Floor and Publik Area*. Bandung: Alfabeta
- Alsmadi, S. (2007). *Green marketing and the concern over the environment: Measuring environmental consciousness of Jordanian consumers*. *Journal of Promotion Management*, 13(3–4), 339–361. <https://doi.org/10.1080/10496490802306905>
- Antara, I Ketut. (2016). *Pengaruh Konsep Green Hotel Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Badung Bali*. *Jurnal Jurusan Pariwisata Universitas Udayana*.
- Arnold, P., Meilinda, K., & Modjo, L. (2021). *Persepsi Tamu OTA Terhadap Dimensi Pelayanan Tangible, Resposiveness, Realibility, Empathy, Assurance di TC Damhil dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar*. 259–270. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i4.539>
- Agus Sambodo dan Bagyono yang berjudul “Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel” terbit pada tahun 2006 di halaman 3.
- Baker, M. J. (2012). *The Marketing Book*. *The Marketing Book*, 1–836. <https://doi.org/10.4324/9780080496405>
- Grant, J. (2007) *The Green Marketing Manifesto*. John Wiley & Sons Ltd., Hoboken.
- Guntur Setiawan, 2004, *Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hutama, C., & Leona, S. (2014). *Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening*. *jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Iqbal Hasan, *Analisa Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 29-30
- J.S Badudu dan Sutan Mohammad Zain (2010:1487) “Penerapan adalah hal, cara atau hasil”.

- Karnelis. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan Konsumen menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase.
- Krestanto, Henry. (2019). *Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta*. Akademi Pariwisata Yogyakarta.
- Lyli Harlina Putri (2020) *Kebijakan management dan reaksi customer terhadap penerapan green hotel di Harris Hotel & Convention Center Malang*.
- Manongko, Allen A. Ch. 2018. *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory Of Planned Behavior)*. Manado: Yayasan Makaria, 2018
- Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). *Khazanah Informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*. 3(1), 6–15. <http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/article/view/3309/2784>
- Nasyatul K, A., & Subagyo. (2020). *Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree*. 5(11), 42–58.
- Ni Luh Gayatri Dian Jaya Wahyuni (2022) *Strategi Green Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa*.
- Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, Jakarta: Grasindo, 2002), hal. 70 2).
- Panungkelan, L., Tumbel, A., Tawas, H., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). *Analisis Pengaruh Strategi Green marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Swiss Bell Maleosan Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 6(3), 1178–1187. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20081>
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). *Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy?*. Qualitative Market Research: An International Journal, 8(4), 358. <https://doi.org/10.1108/13522750510619733>
- Polonsky, M. (2001). *polonsky-greenmarketing-2005.pdf* (hal. 126).
- Rahmatullah,R.& Adisty, F. (2020). *Analisis Penentuan Harga Kamar dan Tingkat Hunian yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel*. Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi (JPIA), 1 (1), 1-13
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Devi, C., & Nainggolan, Y. T. (2022). *Implementation Of Green Marketing Strategies*. Ekonomika, 13.
- Richard Sihite, 2000. *Hotel Management (Pengelolaan Hotel)*. Surabaya : SIC.

- Surat Edaran (SE) Nomor 18 Tahun 2022 tentang *Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*
- Sirajuddin Saleh. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung. Penerbit Pustaka Ramadhan, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sugiarto, Endar, 2002, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, jakarta, PT.Gramedia Pustaka utama.
- Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. *Alfabeta: 2013*, 189–190.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA, CV.
- Sulastiyono, Agus. 2006. “*Teknik dan Prosedur Divisi Kamar Pada Bidang Hotel*” Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, A.G, Prihartono, A.W Sumarlin, D.A. Mamahit, E. Purnomo Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. Wulandari, T. Haryono. 2012. Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Taufik Abdullah (2016). *Pengaruh program Green Hotel terhadap keputusan menginap tamu di The Royale Krakatau Hotel Cilegon Banten*.
- Wolok, T. (2019). *Green marketing: Pemasaran dan Pembelian*. Athra Samudra, 2019.
- Wahyuni, N. L. G. D. J., Damayanti, I. A. K. W., & Widana, I. (2022). Strategi Green Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *Repository Politeknik Negeri Bali*.
- Zulkarnain. (2005). *Pengaruh Harga Kamar Terhadap Tingkat Hunian Pada Hotel Karya Tapin 1 Di Tenggara*.