

**PENERAPAN *GREEN MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY
DI GRAND IXORA KUTA RESORT**



POLITEKNIK NEGERI BALI

I KETUT GEDE BUDHIRATMANU

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**PENERAPAN *GREEN MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY*
DI GRAND IXORA KUTA RESORT**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I KETUT GEDE BUDHIRATMANU
NIM 2215854020**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

PENERAPAN *GREEN MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI GRAND IXORA KUTA RESORT

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I KETUT GEDE BUDHIRATMANU
NIM 2215854020**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

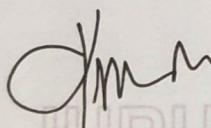
PENERAPAN *GREEN MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI GRAND IXORA KUTA RESORT

Diajukan oleh :
I KETUT GEDE BUDHIRATMANU
NIM 2215854020

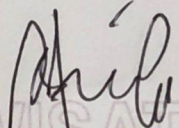
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

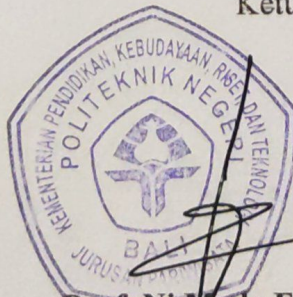


Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M. Par.
NIP. 1984090820081200



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

Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata
Ketua,



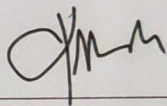
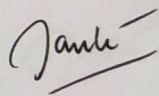
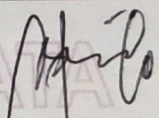
Prof. Ni Made Ernawati., Ph.D
NIP. 196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

**PENERAPAN *GREEN MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY*
DI GRAND IXORA KUTA RESORT**

Yang disusun oleh I Ketut Gede Budhiratmanu (NIM 2215854020) telah
dipertahankan dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji
pada hari kamis, tanggal 10 Agustus 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par. NIP. 1984090820081200	
Anggota	Dra. I.A.Kade Werdika Damayanti, M.Par NIP. 196405011990112001	
Anggota	Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H. NIP. 197203042005012001	

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



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

NIP.196312281990102001



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

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : I Ketut Gede Budhiratmanu

NIM : 2215854020

Program Studi : Management Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik
Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul :

**Penerapan *Green Marketing* Dalam Meningkatkan *Occupancy* Di Grand
Ixora Kuta Resort**

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, 31 Juli 2023



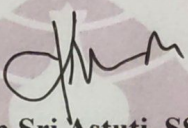
I Ketut Gede Budhiratmanu

**PENERAPAN *GREEN MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY*
DI GRAND IXORA KUTA RESORT**

**Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:
Hari Kamis, 10 Agustus 2023**

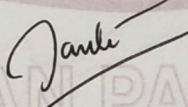
PENGUJI

KETUA:

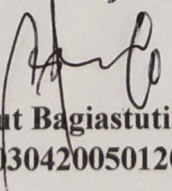


**Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M. Par.
NIP. 1984090820081200**

ANGGOTA:



**1. Dra. I.A.Kade Werdika Damayanti, M.Par
NIP. 196405011990112001**



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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Green marketing* dalam Meningkatkan *Occupancy* di Grand Ixora Kuta Resort ini dengan baik dan penulis mampu menyelesaikannya tepat waktu.

Skripsi 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. 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 skripsi ini.
9. *Owner, Manager*, dan semua *staff* Grand Ixora Kuta Resort yang telah mendukung penelitian ini.

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

Badung, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Budhiratmanu, I Ketut Gede. (2023). Penerapan Green Marketing Dalam Meningkatkan Occupancy Di Grand Ixora Kuta Resort . 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., dan Pembimbing II: Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H.

Kata kunci: *green marketing, occupancy, Sales and Marketing Department*

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui penerapan *green marketing* di Grand Ixora Kuta Resort, (2) Untuk mengetahui hubungan *green marketing* dengan permintaan pasar dalam meningkatkan *occupancy* di Grand Ixora Kuta Resort. Penelitian ini merupakan penelitian survei, karena instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data. Populasi dalam penelitian ini adalah semua staff *Sales and Marketing Department* di Grand Ixora Kuta Resort. Ada 2 jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu kuantitatif (melalui data hasil kuesioner dan data *occupancy* di Grand Ixora Kuta Resort) dan data kualitatif (melalui data hasil wawancara dengan semua staff *Sales and Marketing Department* dan data hasil observasi yang telah dilakukan di Grand Ixora Kuta Resort).

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.

Hasil penelitian menunjukkan penerapan *green marketing* sudah sesuai dengan standar *green marketing mix*, dan ada keterkaitan yang sangat tinggi antara pelaksanaan *green marketing* dalam meningkatkan *occupancy* di Grand Ixora Kuta Resort.

ABSTRACT

Budhiratmanu, I Ketut Gede. (2023). Application of Green Marketing in Increasing Occupancy at Grand Ixora Kuta Resort. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

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

Keywords: green marketing, occupancy, Sales and Marketing Department

This study aims (1) To find out the application of green marketing at Grand Ixora Kuta Resort, (2) To find out the relationship between green marketing and market demand in increasing occupancy at Grand Ixora Kuta Resort. This research is a survey research, because this research instrument uses a questionnaire to obtain data. The population in this study were all Sales and Marketing Department staff at the Grand Ixora Kuta Resort. There are 2 types of data collected in this study, namely quantitative (through data from questionnaires and occupancy data at Grand Ixora Kuta Resort) and qualitative data (through data from interviews with all Sales and Marketing Department staff and data from observations that have been made at Grand Ixora Kuta Resort).

The data collection method was carried out in several steps, namely: observation, interviews, questionnaires, literature studies and documentation. Data analysis technique used Descriptive Qualitative Analysis Technique, Likert scale, descriptive statistical analysis technique.

The results of the study show that the implementation of green marketing is in accordance with the green marketing mix standards, and there is a very high correlation between the implementation of green marketing in increasing occupancy at the Grand Ixora Kuta Resort.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN GELAR SARJANA TERAPAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PENETAPAN KELULUSAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Hotel	8
2.1.2 Pengertian Penerapan.....	9
2.1.3 Pengertian Pemasaran (Marketing).....	10
2.1.4 Pengertian <i>Green marketing</i>	10
2.1.5 Pengertian Tingkat Hunian Kamar (<i>Occupancy</i>)	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	14
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Objek Penelitian.....	17
3.3 Definisi dan Identifikasi Variabel.....	17
3.4 Definisi Operasional Variabel	17

3.5	Jenis dan Sumber Data.....	19
3.5.1	Jenis Data.....	19
3.5.2	Sumber Data	20
3.6	Metode Penentuan Informan.....	20
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.7.1	Observasi	21
3.7.2	Wawancara	21
3.7.3	Kuesioner.....	22
3.7.4	Studi Kepustakaan/Literatur	22
3.7.5	Dokumentasi	22
3.8	Teknik Analisis Data	23
3.8.1	Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif	23
3.8.2	Teknik Analisis Statistika Deskriptif.....	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1	Gambaran Umum Grand Ixora Kuta Resort.....	26
4.1.1	Sejarah Grand Ixora Kuta Resort.....	26
4.1.2	Fasilitas Grand Ixora Kuta Resort	30
4.1.3	Visi dan Misi	35
4.1.4	Struktur Organisasi dan Job Description	36
4.2	Hasil Analisis.....	39
4.2.1	Penerapan <i>Green marketing</i> di Grand Ixora Kuta Resort.....	39
4.2.2	Hubungan <i>green marketing</i> dengan permintaan pasar dalam meningkatkan <i>occupancy</i> di Grand Ixora Kuta Resort.....	49
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.2	KESIMPULAN	62
5.2	SARAN.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator dan Subindikator Variabel <i>Green marketing</i>	18
Tabel 3.2 Indikator Variable <i>Occupancy</i>	19
Tabel 4.1 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	50
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Green product</i>	50
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Green price</i>	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Green place</i>	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Green promotion</i>	55
Tabel 4.6 Rerata Skor Jawaban Responden & Persentase Pelaksanaan <i>Green Marketing</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>occupancy</i> kamar Grand Ixora Kuta Resort.....	3
Gambar 1.2 Average Room <i>Occupancy</i> Rate Surrounding Hotel.....	4
Gambar 1.3 Data revenue kamar Grand Ixora Kuta Resort	5
Gambar 4.1 Denah Lokasi Grand Ixora Kuta Resort.....	28
Gambar 4.2 Sertifikat CHSE.....	29
Gambar 4.3 Lobby Area.....	30
Gambar 4.4 Reception.....	30
Gambar 4.5 Junior Suite.....	31
Gambar 4.6 Deluxe Room.....	32
Gambar 4.7 Superior Room.....	32
Gambar 4.8 Bambu Roras Restaurant.....	33
Gambar 4.9 Pool Bar.....	34
Gambar 4.10 Menu Room Service.....	34
Gambar 4.11 Meeting Room.....	35
Gambar 4.12 Jasmine Spa.....	36
Gambar 4.13 Struktur Organisasi.....	37
Gambar 4.14 Freon R32.....	40
Gambar 4.15 Chemical Ecolab.....	41
Gambar 4.16 Dispenser 2 in 1.....	41
Gambar 4.17 Menu Breakfast.....	42
Gambar 4.18 Botol Minuman Daur Ulang.....	42
Gambar 4.19 Amenitis (sikat gigi, tisu, dll).....	43
Gambar 4.20 Penyedot Debu Hyla	44
Gambar 4.21 Sertifikat Hyla Internasional	44
Gambar 4.22 Sertifikat Online Travel Agent	45
Gambar 4.23 Lokasi Hotel Strategis.....	45
Gambar 4.24 Program Tri Hita Karana (Parahyangan)	47
Gambar 4.25 Program Tri Hita Karana (Palemahan)	47
Gambar 4.26 Program Tri Hita Karana (Pawongan)	48

Gambar 4.27 Pembersihan Area Hotel	48
Gambar 4.28 Pembersihan Area Pantai.....	48
Gambar 4.29 Social Media Instagram	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Panduan wawancara.....	67
Lampiran 2	Kuesioner.....	67
Lampiran 3	Transkrip Jawaban Wawancara.....	73
Lampiran 4	Hasil Kuesioner.....	75
Lampiran 5	Foto Wawancara.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesuksesan penyelenggaraan G20 Indonesia mampu memberikan dampak positif terhadap *occupancy* dan *revenue* hotel di Bali khususnya di area Kabupaten Badung. Kondisi *occupancy rate* yang berfluktuasi dan semakin banyak hotel yang dibuka maupun dibangun maka semakin ketat persaingan dalam dunia bisnis hotel. Menurut Asyhari & Yuwalliatin (2021) dalam rangka menghadapi persaingan ini perusahaan dituntut untuk tampil lebih kompetitif dalam penawaran harus menarik. Selain adanya persaingan yang ketat, pembangunan hotel yang semakin berkembang akan membawa dampak bagi lingkungan hidup. Kondisi tersebut diperkuat dengan isu global warming yang sedang hangat-hangatnya menjadi perbincangan penduduk dunia sehingga menumbuhkan kesadaran untuk lebih memperhatikan lingkungan.

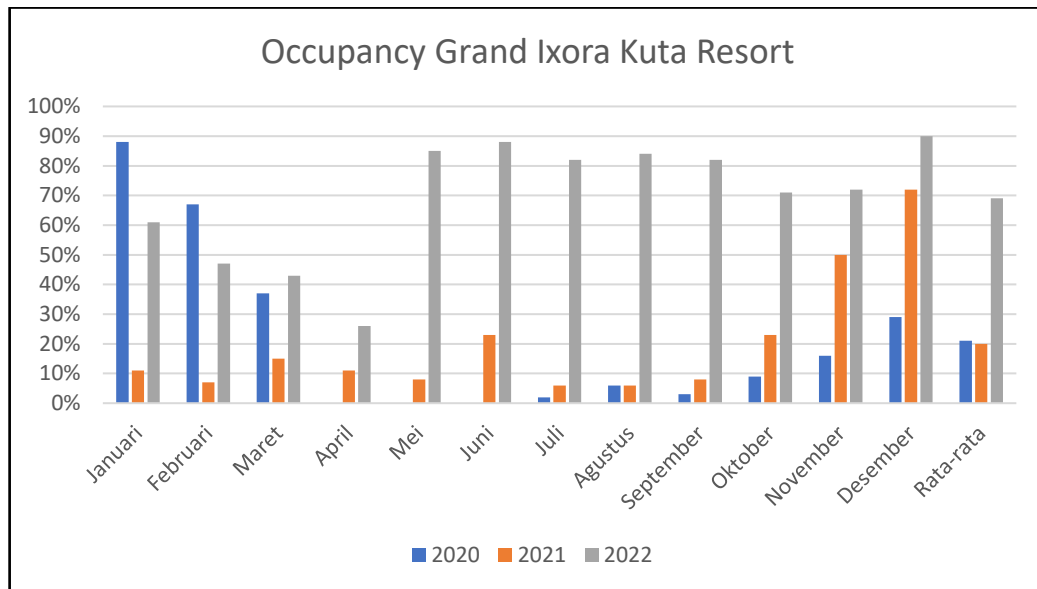
Adanya isu-isu mengenai pemanasan global, dan kerusakan lingkungan ini direspon oleh perusahaan-perusahaan yang inovatif sebagai cara untuk menarik minat konsumen dan publik yaitu dengan penerapan konsep *green marketing* sebagai strategi pemasaran. Konsep *green marketing* sudah ada sejak akhir tahun 1980 (Peattie & Crane, 2005). 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).

Green marketing pada awalnya sebuah ide mengenai manajemen pemasaran yang berorientasi pada lingkungan, namun saat ini *green marketing* banyak diterapkan sebagai salah satu strategi pemasaran. Perusahaan yang menerapkan *green marketing* merupakan perusahaan yang produknya dipasarkan di pasar internasional seperti hotel. Adapun keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dengan menerapkan konsep *green marketing* yaitu *green marketing* dapat memastikan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan dengan profitabilitas dan dapat membantu dalam mengakses pasar baru dan juga perusahaan dapat menikmati keunggulan kompetitif.

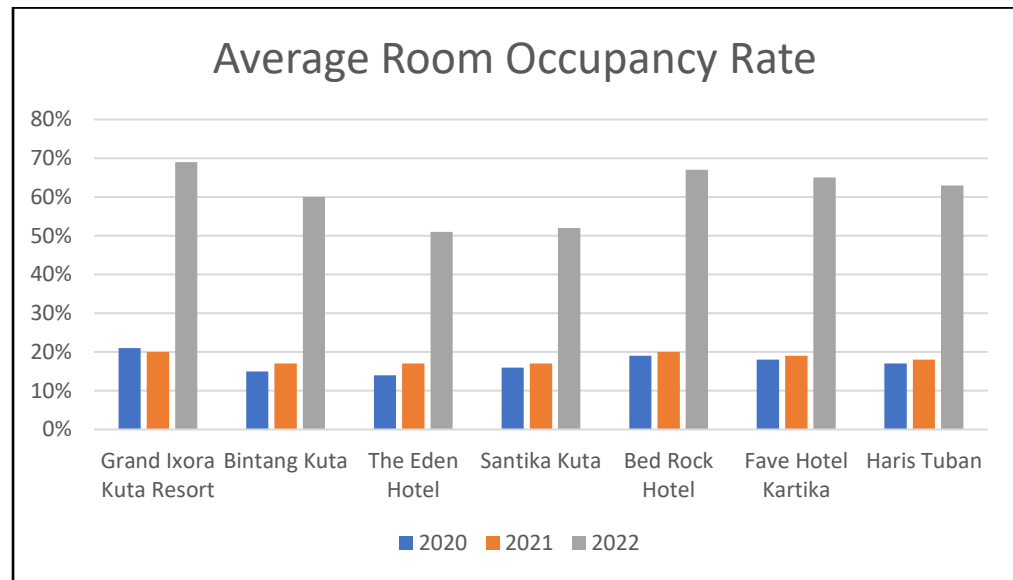
Grand Ixora Kuta Resort merupakan salah satu hotel yang berlokasi di Kuta Badung yang telah menerapkan *green marketing* dalam operasional hotelnya. Grand Ixora Kuta Resort hadir dengan mengedepankan konsep modern minimalis. Selain menyediakan 134 kamar, Grand Ixora Kuta Resort juga dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti *meeting room*, *swimming pool*, *spa*, dan *restaurant*. Penerapan *green marketing* pada Grand Ixora Kuta Resort sudah dilaksanakan sejak tahun 2020 didukung oleh departemen-departemen yang dimiliki seperti *Sales & Marketing*, *Front Office*, *Housekeeping*, *Engineering*, *Human Resource*, *Food & Beverage*, dan *Accounting*.

Green marketing berpengaruh dalam peningkatan *occupancy* hotel, dampak penerapan *green marketing* dapat dilihat pada data *occupancy rate* kamar di Grand Ixora Kuta Resort pada tiga tahun terakhir sebagai berikut.



Gambar 1.1 Data *occupancy* kamar Grand Ixora Kuta Resort
 Sumber : Laporan Tahunan Sales & Marketing Department Grand Ixora Kuta Resort. 2023

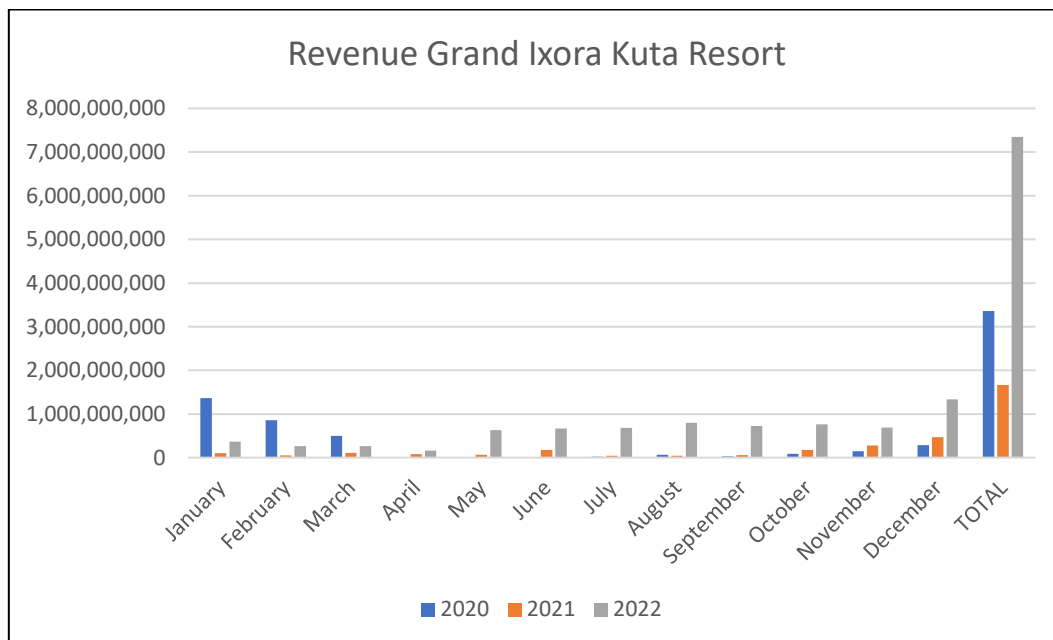
Gambar 1.1 memperlihatkan bahwa *occupancy rate* kamar Grand Ixora Kuta Resort pada Bulan Maret Tahun 2020 mengalami penurunan, penurunan ini disebabkan oleh Pandemi Covid-19 yang menyerang sektor pariwisata di Bali. Diterapkannya *green marketing* pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort menyebabkan kenaikan *occupancy rate*, adapun *green marketing* yang sudah diterapkan seperti *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion* sehingga berhasil menaikkan *occupancy rate*.



Gambar 1.2 Average Room Occupancy Rate Surrounding Hotel

Sumber : Laporan Tahunan *Sales & Marketing Department* Grand Ixora Kuta Resort. 2023

Gambar 1.2 memperlihatkan Average Room Occupancy Rate Surrounding Hotel. Dalam kurun waktu 3 tahun *occupancy rate* di Hotel Grand Ixora Kuta Resort telah mengalami kenaikan dengan diterapkannya *green marketing* sebagai strategi di dalam meningkatkan *occupancy rate*. Adapun *green marketing* yang sudah diterapkan seperti *green price* (Harga kamar yg ditetapkan diposisikan dengan produk - produk yang mendukung *green marketing*), *green place* (Lokasi hotel ada ditempat keramaian, akan tetapi saat tamu menginap mereka merasakan sunyi dan nyaman posisi kamar jauh masuk ke dalam hotel) dan *green promotion* (Promosi yang mengangkat tema lingkungan seperti penerapan program pemerintah, CHSE) sehingga berhasil menaikkan *occupancy rate* mengungguli hotel kompetitor lainnya.



Gambar 1.3 Data revenue kamar Grand Ixora Kuta Resort

Sumber : Laporan Tahunan *Sales & Marketing Department* Grand Ixora Kuta Resort. 2023

Gambar 1.3 memperlihatkan penurunan dan kenaikan *revenue* di Hotel Grand Ixora Kuta Resort, dan jika dihubungkan dengan data gambar 1.1 kenaikan *occupancy* juga sangat berpengaruh dengan kenaikan *revenue* di Hotel Grand Ixora Kuta Resort.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Penerapan *Green marketing* dalam Meningkatkan *Occupancy* di Grand Ixora Kuta Resort”

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah penerapan *green marketing* di Grand Ixora Kuta Resort?
2. Bagaimanakah hubungan *green marketing* dengan permintaan pasar dalam meningkatkan *occupancy* di Grand Ixora Kuta Resort?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan *green marketing* di Grand Ixora Kuta Resort
2. Untuk mengetahui hubungan *green marketing* dengan permintaan pasar dalam meningkatkan hunian kamar di Grand Ixora Kuta Resort

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.

b. Bagi Mahasiswa

Bagi penulis, penelitian ini memberikan wawasan mengenai penerapan *green marketing* dan implementasinya.

c. Bagi Hotel

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu sumbangan ide bagi hotel khususnya bagi *sales & marketing departement* di Grand Ixora

Kuta Resort dalam memasarkan dan menjual produk hotel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

1. Penerapan *green marketing* di Grand Ixora Kuta Resort sudah sangat sesuai dengan standar *green marketing mix* (bauran pemasaran hijau) yang terdiri dari *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*. Hal ini disebabkan karena kriteria *green marketing mix* sudah diterapkan dengan baik, seperti kriteria *green product* yakni Produk tahan lama dan menyediakan produk re-cycle, lalu kriteria *green price* yakni Harga terjangkau dengan menawarkan fasilitas yang ramah lingkungan, kriteria *green place* yakni Lokasi strategis, hijau, dan ramah lingkungan, serta kriteria *green promotion* yakni Promosi dengan memperhatikan lingkungan dan Promosi mengangkat isu lingkungan.
2. Ada keterkaitan yang sangat tinggi yakni sebesar 89,35 % antara pelaksanaan *green marketing* dalam meningkatkan hunian kamar di Grand Ixora Kuta Resort. Tingginya nilai tersebut diperoleh dari total skor penilaian responden pada pelaksanaan *green marketing* yang terdiri dari *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion* yang kemudian dibagi dengan total skor maksimal yang sudah ditentukan. Penerapan ini terjadi dan menghasilkan skor yang tinggi karena Grand Ixora Kuta Resort konsisten dalam menyediakan fasilitas dan pelayanan dengan unsur perlindungan terhadap lingkungan. Grand Ixora Kuta Resort konsisten menerapkan

program recyclables, seperti menggunakan kertas daur ulang, serta mengurangi penggunaan plastik dan bahan-bahan yang susah diuraikan

5.2 SARAN

Saran yang diberikan atas hasil analisis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Grand Ixora Kuta Resort harus selalu menerapkan *green marketing* dan mengembangkan konsep *green marketing mix* (bauran pemasaran hijau) yang tak terlepas dari konsep tradisional 4P (*product, price, place, promotion*), sehingga dapat memotivasi hotel atau villa lainnya untuk tergerak pentingnya dalam menerapkan *green marketing*.
2. Grand Ixora Kuta Resort sebaiknya menambahkan kegiatan yang mengedukasi dan membantu masyarakat sekitar hotel dengan mengadakan kegiatan pentingnya memanfaatkan limbah serta menggunakan barang yang ramah lingkungan dan penghijauan.
3. Grand Ixora Kuta Resort disarankan menggunakan media digital dalam proses *check-in* sehingga mengurangi penggunaan kertas dan untuk promosi *green marketing* juga disarankan menggunakan media offline (*newspaper, magazine*).
4. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan jumlah responden dalam penelitian dan juga menambahkan lokasi/objek penelitian sehingga peneliti memiliki sumber data yang banyak dengan hasil yang dapat lebih objektif dan bisa digeneralisir dalam lingkup yang lebih luas.

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, W. (2005). *House Keeping Departement, Floor and Publik Area*. 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>
- Arini, E. (2020). *Strategi green marketing sebagai upaya peningkatan kualitas bersaing: Studi kasus CV. Habiti Organic di Brebes*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Asyhari, & Yuwalliatin, S. (2021). The Influence Of *Green marketing* Strategy On Purchasing Decision With Mediation Role Of Brand Image. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(3), 535–546. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.03.07>.
- Baker, M. J., & Hart, S. (2012). *The Marketing Book*.
<https://doi.org/10.4324/9780080496405>
- Damardjati, R. S. (2006). *Istilah - Istilah Dunia Pariwisata*. PT. Pradnya Paramita.
- Grant, J. (2007). *The Green marketing Manifesto*. John Wiley & Sons Ltd.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Faizal H. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*. Nasya Expanding Management.
- Hutama, C., & Leona, S. (2014). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 121–131.
- Karnelis, K. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan Konsumen menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 719–728.
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi *Green marketing* dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1), 33–50.

- Manongko, A. A. C. (2018). *Green marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory Of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Khazanah Informatika*, 3(1), 6–15. <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>
- Nasyatul K, A., & Subagyo. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador Dan *Green marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 42–58. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i1.149>
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- 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*, 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). <https://doi.org/10.1108/13522750510619733>
- Polonsky, M. (2001). *polonsky-greenmarketing*.
- Rahmatullah, R., & Adisty, F. (2020). Analisis Penentuan Harga Kamar dan Tingkat Hunian yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel. *Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi (JPIA)*.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Devi, C., & Nainggolan, Y. T. (2022). Implementation Of *Green marketing* Strategies. *Ekonomika*.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan.
- Sugiarto, E. (2002). *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka utama.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2006). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta.
- Tomuka, S. (2013). Penerapan Prinsip-Prinsip Kecamatan Girian Kota Bitung (Studi Tentang Pelayanan Akte Jual Beli). *Politico: Jurnal Ilmu Politik*.

Wolok, T. (2019). *Green marketing: Pemasaran dan Pembelian*. Athra Samudra.

Zulkarnain. (2022). PENGARUH HARGA KAMAR TERHADAP TINGKAT HUNIAN PADA HOTEL KARYA TAPIN 1. *Jurnal Ekonomi & Amp; Manajemen Indonesia*. <https://doi.org/10.53640/jemi.v1i6.148>