

# STRATEGI *GREEN MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR DI ANANTARA ULUWATU

Oleh

**Cening Sri Budianingsih, NIM 2257015033**

**Jurusan Manajemen**

**Program Diploma IV Pengelolaan Perhotelan**

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dalam penerapan strategi *green marketing* pada Anantara Uluwatu serta menganalisis strategi *green marketing* di yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan kamar di Anantara Uluwatu. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif yang didapat dari hasil wawancara mengenai strategi *green marketing* di Anantara Uluwatu. Sumber data dalam penelitian yang digunakan penulis ada dua, yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara narasumber bersama tim devisi kamar. Data sekunder diperoleh dari data analisis strategi *green marketing* (kekuatan, kelemahan, kesempatan dan tantangan) yang dilakukan oleh Anantara Uluwatu dalam meningkatkan penjualan. Hasil dari penelitian adalah kegiatan pemasaran *green marketing* di Anantara Uluwatu yang memiliki konsep memikirkan kepentingan lingkungan alam dan sosial di sekitarnya. Menggunakan konsep *green marketing* untuk meningkatkan penjualan dan daya saing hotel dengan memanfaatkan isu-isu lingkungan. Metode memasarkan produk ramah lingkungan akan membuat produk terlihat lebih menarik di mata para pelanggan, khususnya bagi mereka yang memiliki tingkat kesadaran tinggi pada lingkungan yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : Strategi, *Green marketing*, *Green hotel*, Penjualan Kamar, Devisi kamar

**GREEN MARKETING STRATEGY IN INCREASING ROOM SALES IN  
ANANTARA ULUWATU**

**By**

**Cening Sri Budianingsih, NIM 2257015033**

**Management major**

**Diploma IV Study Program in Hospitality Management**

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze and determine the strengths, weaknesses, threats and opportunities in implementing green marketing strategies at Anantara Uluwatu as well as analyzing the green marketing strategies implemented in increasing room sales at Anantara Uluwatu. The type of research used by the author is qualitative research obtained from interviews regarding green marketing strategies at Anantara Uluwatu. There are two sources of data in the research used by the author, namely primary data and secondary data. Primary data was obtained through resource interviews with the room division team. Secondary data was obtained from green marketing strategy analysis data (strengths, weaknesses, opportunities and challenges) carried out by Anantara Uluwatu in increasing sales. The results of the research are green marketing activities at Anantara Uluwatu which have the concept of considering the interests of the surrounding natural and social environment. Using the green marketing concept to increase hotel sales and competitiveness by exploiting environmental issues. This method of marketing environmentally friendly products will make the product look more attractive in the eyes of customers, especially those who have a high level of awareness of the environment, which will influence purchasing decisions.*

*Keywords: Strategy, Green marketing, Green hotel, Room Sales, Room division*