

## **ABSTRACT**

Environmental issue has become a headline these days. It also becomes concern to many people making every purchasing now considered to be green product and services. These things gives an impact to hotel industries that makes themselves change their development becoming an eco-friendly hotel. This kind of development called the hotel as green hotel. It means that the hotel implemented green activities and sustainable development to alleviate the damage. Therefore, Greenhost Boutique Hotel appears as the first leading 3 star hotel that commits on sustainability and environmentally friendly.

However, being green hotel means needs to use green promotion in order to promote and introduce the hotel as the target audience achieved by people who concern about environment. Consequently, it needs to analyze the consumer segmentation, target and position, and promotional mix consisting of advertising, sales promotion, personal selling and public relation in order to know the suitable promotional strategy based on the green promotion. This paper constitutes qualitative descriptive research by using method that includes literature study, observation, and interviews to discover the details of green hotel requirements and green promotion conducted by Greenhost Boutique Hotel.

As the result of this research, it shows that Greenhost Boutique Hotel meets with the basic requirements of being a green hotel. The target market that they are about to achieve concerns about environment and has nothing to do with ecological impact. The promotion by Greenhost Boutique Hotel itself succeeds in approaching each target audience and advertising is considered as the most influential promotion to all target audiences. As the advertising uses the digitalize marketing, then each green promotion's information regarding the hotel's value, it informs the product and services to market and the hotel's doing to raise awareness easily delivered to all target audiences. However, the advertising held by the Greenhost Boutique Hotel needs to be strengthened that makes the market keeps purchasing in the future even attracts new customers.

**Key words:** Green Hotel, Green Promotion, Promotion Strategy

## INTISARI

Isu lingkungan telah menjadi bahan pembicaraan dewasa ini yang menjadi perhatian banyak orang. Dimana setiap pembelian saat ini mempertimbangkan produk dan jasa yang ramah lingkungan. Hal ini memberi dampak kepada industri hotel yang membuat hotel untuk mengembangkan diri menjadi hotel yang ramah lingkungan. Perkembangan hotel ini disebut sebagai perkembangan hotel hijau yang berarti hotel melaksanakan kegiatan hijau dan sistem berkelanjutan untuk mengurangi kerusakan. Oleh karena itu, Greenhost Boutique Hotel muncul sebagai hotel bintang 3 terkemuka pertama yang berkomitmen pada konsep berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Namun, menjadi hotel hijau diperlukan juga promosi hijau dalam rangka untuk mempromosikan dan memperkenalkan hotel untuk mendapatkan target pasar yang dicapai adalah orang yang memperhatikan tentang lingkungan. Oleh karena itu, menganalisis konsumen segmentasi diperlukan, begitu juga dengan target dan posisi dan bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan hubungan masyarakat untuk mengetahui strategi promosi yang cocok berdasarkan pada promosi hijau. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode yang digunakan meliputi studi literatur, observasi dan wawancara untuk menemukan rincian dari persyaratan hotel hijau dan promosi hijau yang telah dilakukan oleh Greenhost Boutique Hotel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Greenhost Boutique Hotel memenuhi persyaratan dasar sebagai Hotel hijau. Target pasar yang mereka capai adalah memperhatikan tentang lingkungan dan tidak ada hubungannya dengan dampak ekologis. Promosi oleh Greenhost Hotel Boutique sendiri berhasil mendekati setiap target pasar dan periklanan dianggap sebagai yang paling berpengaruh ke semua target pasar. Karena iklan menggunakan pemasaran digital, maka setiap informasi promosi hijau mengenai nilai hotel, menginformasikan produk dan layanan untuk pasar dan hal yang dilakukan hotel untuk meningkatkan kesadaran dapat tersampaikan kepada semua target pasar dengan mudah. Namun, iklan yang dijalankan oleh Greenhost Boutique Hotel perlu diperkuat yang dimana akan membuat target pasar tetap membelinya di masa akan datang bahkan menarik pelanggan baru.

Kata kunci: Hotel Hijau, Promosi Hijau, Strategi Promosi