

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis kelebihan dan kekurangan penerapan green marketing pada Hotel Karunia Tanah Abang, dapat disimpulkan bahwa penerapan green marketing pada hotel tersebut memiliki kelebihan di antaranya meningkatkan citra positif hotel, meningkatkan kepuasan tamu, meningkatkan kinerja operasional hotel, serta dapat meningkatkan nilai tambah dari produk dan layanan hotel. Namun, terdapat beberapa kekurangan, di antaranya biaya awal yang tinggi, kurangnya kesadaran dan partisipasi dari staf hotel, serta masih terbatasnya pemahaman dan pengetahuan tamu mengenai keberlanjutan.

Untuk itu, diperlukan upaya terus menerus dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi staf hotel dalam penerapan green marketing, serta meningkatkan pemahaman dan edukasi tamu mengenai praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh hotel. Dengan cara ini, penerapan green marketing pada Hotel Karunia Tanah Abang dapat terus dioptimalkan dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi hotel dan lingkungan sekitar. Demikian, penting bagi hotel untuk terus mempertimbangkan dan mengkaji kelebihan dan kekurangan penerapan green marketing, serta mengambil langkah strategis dalam mengoptimalkan praktik keberlanjutan dalam operasional hotel.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis kelebihan dan kekurangan penerapan green marketing pada Hotel Karunia Tanah Abang, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan penerapan green marketing pada hotel tersebut.

Pertama, perlu adanya program pelatihan dan edukasi yang diberikan kepada seluruh staf hotel mengenai praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh hotel dan manfaatnya bagi lingkungan. Dengan demikian, staf hotel akan lebih terlibat dan memahami pentingnya penerapan green marketing di hotel tersebut. Kedua, hotel dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan terstruktur mengenai praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh hotel kepada tamu. Informasi tersebut dapat diberikan melalui brosur atau media promosi lainnya. Dengan demikian, tamu akan lebih memahami praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh hotel dan juga dapat menjadi edukasi bagi tamu mengenai pentingnya penerapan green marketing dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, hotel dapat melakukan evaluasi secara berkala terhadap praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh hotel. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan melibatkan staf hotel, tamu, dan pihak-pihak terkait lainnya. Dengan demikian, hotel dapat terus memperbaiki dan meningkatkan praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh hotel. Keempat, hotel dapat mencari solusi alternatif untuk mengatasi biaya awal yang tinggi dalam penerapan green marketing, seperti mencari bahan-bahan yang lebih terjangkau dan ramah lingkungan, atau mencari partner yang dapat membantu dalam membiayai implementasi praktik keberlanjutan di hotel.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan penerapan green marketing pada Hotel Karunia Tanah Abang dapat terus dioptimalkan dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi hotel dan lingkungan sekitar.

