

LAPORAN SKRIPSI

**PENENTUAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN
HIJAU DALAM RANGKA MENINGKATKAN
JUMLAH PENGUNJUNG DI AHASS WINARTO
MOTOR**



IVAN KAREL

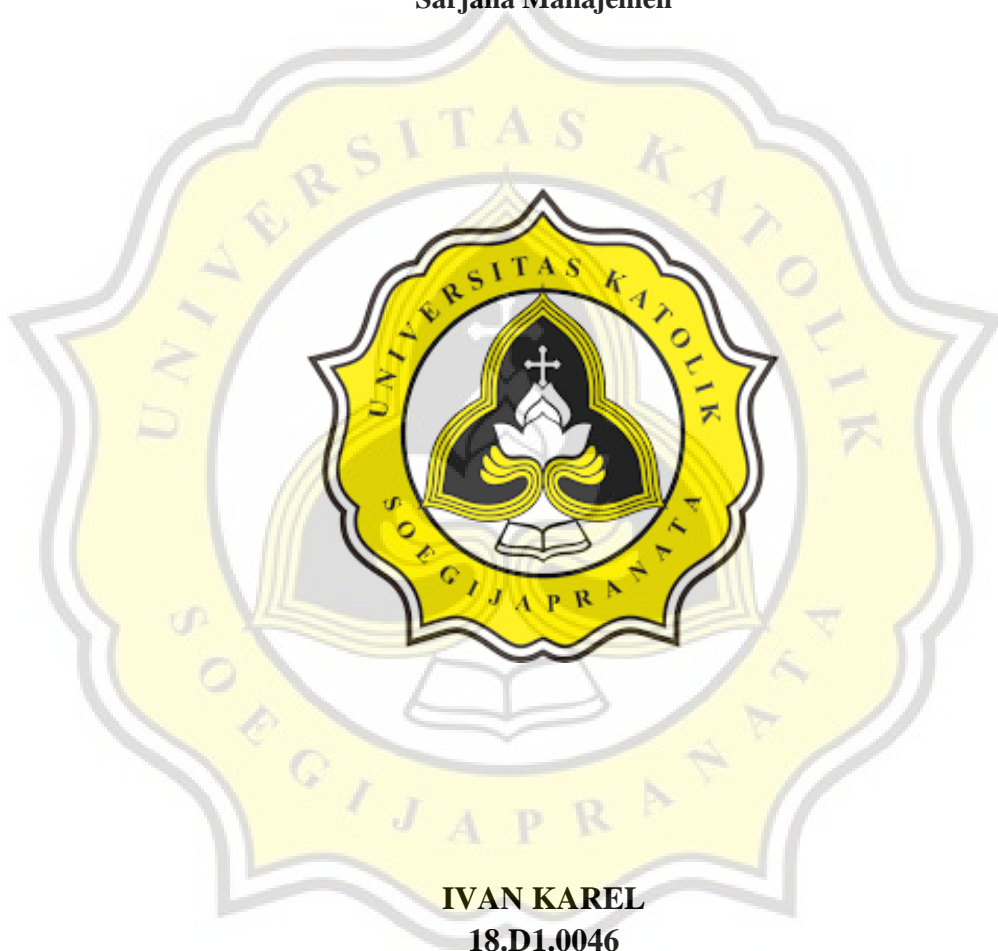
18.D1.0046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2023**

LAPORAN SKRIPSI

**PENENTUAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN HIJAU DALAM RANGKA
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI AHASS WINARTO MOTOR**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



**IVAN KAREL
18.D1.0046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ivan Karel

NIM : 18.D1.0046

Progdi / Konsentrasi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul **“Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Hijau dalam rangka Meningkatkan Jumlah Pengunjung di AHASS Winarto Motor** merupakan hasil dari penelitian saya dengan bantuan dari dosen pembimbing, dan bukan merupakan hasil plagiasi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab. Apabila dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pekalongan, 8 Maret 2023

Yang menyatakan,



Ivan Karel

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Hijau dalam rangka Meningkatkan Jumlah Pengunjung di AHASS Winarto Motor

Diajukan oleh : IVAN KAREL

NIM : 18.D1.0046

Tanggal disetujui : 29 Maret 2023Telah setuju oleh

Pembimbing : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., P.hD

Penguji 1 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Penguji 2 : Dyah Titisari Anugraheni S.E., M.M.

Penguji 3 : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., P.hD

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0046

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ivan Karel

NIM : 18.D1.0046

Progdi / Konsentrasi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Hijau dalam rangka Meningkatkan Jumlah Pengunjung di AHASS Winarto Motor” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Pekalongan, 8 Maret 2023

Yang menyatakan,



Ivan Karel

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta penyertaanNya sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Hijau dalam rangka Meningkatkan Jumlah Pengunjung di AHASS Winarto Motor” untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini tidak akan mampu berjalan dengan lancar apabila tanpa adanya bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak – pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini khususnya kepada :

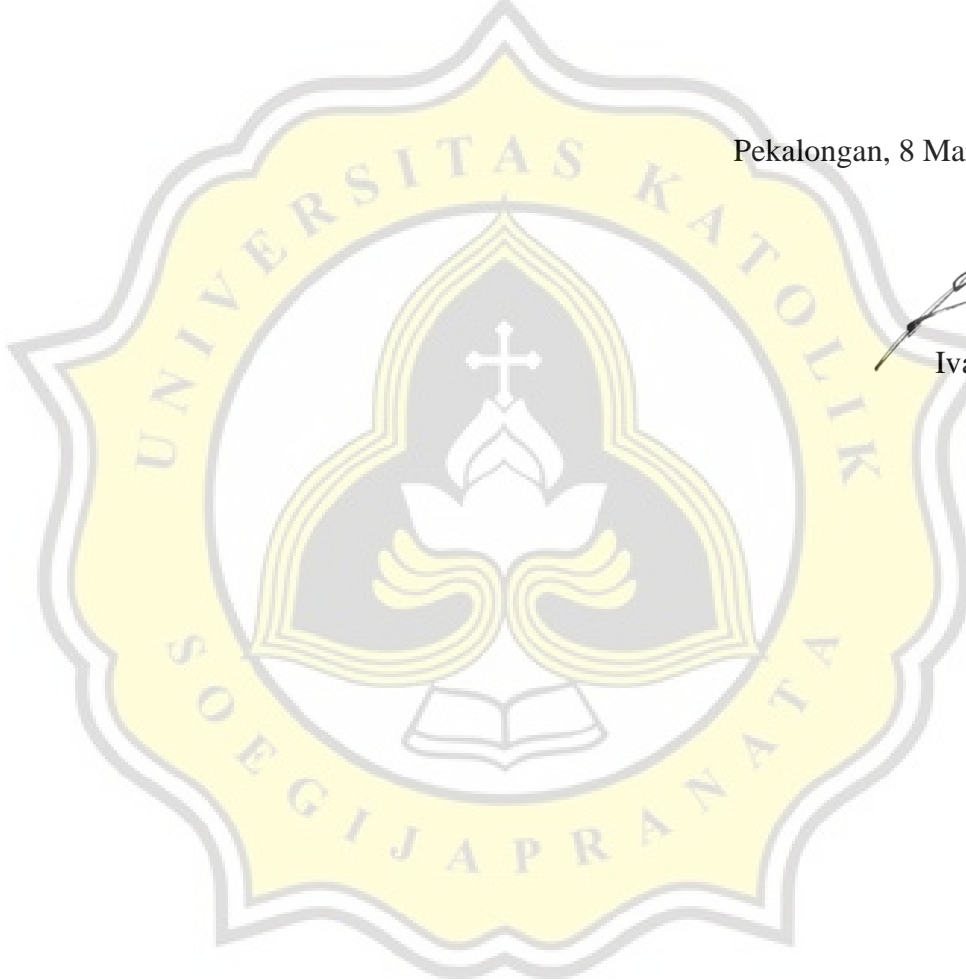
1. Bapak Drs. Theodorus Sudimin M.S. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Ibu Dr. Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, dan membantu penulis sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA dan ibu Dyah Titisari Anugraheni, SE., MM, selaku dosen penguji sidang proposal yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Orang tua penulis, Bpk. Hermanto dan mendiang Ibu Tuty Dharmamitra yang selalu memberikan dukungan dan dorongan sehingga penulis mampu mempertahankan motivasinya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Saudari Angela Yovita yang tetap memotivasi penulis untuk tetap semangat dalam proses menyelesaikan skripsi.
7. Bibi Susy dan Rury yang selalu memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis untuk tetap menyelesaikan skripsi.
8. Teman – teman yang telah memberikan motivasi dan bantuan selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Subjek dan narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk berpartisipasi serta memberikan informasi yang membantu dan bermanfaat bagi skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah disebutkan sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penelitian ini tidak menutup kemungkinan masih terdapat kekurangan sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga karya ilmiah berupa skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi pembaca maupun dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang selanjutnya.

Pekalongan, 8 Maret 2023


Ivan Karel



ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat luas terhadap lingkungan hidup meningkatkan potensi strategi pemasaran hijau untuk mencapai keunggulan bersaing. Dalam menciptakan keunggulan bersaing, penting bagi untuk merumuskan strategi yang tepat dengan mengetahui situasi dan kondisi dalam perusahaan. Menjadikan bauran pemasaran hijau menjadi salah satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap situasi dan kondisi perusahaan guna merumuskan strategi pemasaran hijau. Penelitian ini merupakan studi deskriptif kualitatif yang dilakukan di AHASS Winarto Motor pekalongan. Winarto Motor merupakan bengkel yang pertama kali berdiri di Kota Pekalongan dalam menyediakan layanan reparasi sepeda motor untuk motor Honda. Perusahaan ini dipilih mengetahui kondisinya yang sedang mengalami penurunan jumlah pengunjung. Dimana melalui penelitian ini diharapkan mampu mengevaluasi situasi dan kondisi dalam bauran pemasaran di Winarto Motor sehingga mampu merumuskan strategi pemasaran hijau yang tepat. Data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi 7P bauran pemasaran. Terdapat dua kategori narasumber dalam penelitian ini, yakni narasumber karyawan dan konsumen. Menjadikan pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan kuesioner. Hal ini dilakukan sehingga perusahaan mampu mengetahui secara menyeluruh bagaimana situasi dan kondisi terhadap masing-masing aspek dalam 7P. Hasil dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa bukti fisik di Winarto Motor dinilai masih kurang mumpuni, terutama dalam fasilitas yang disediakan, tata letak ruangan, hingga desain ruangan di Winarto Motor. Belum mampu menyokong Winarto Motor untuk menghadirkan layanan servis yang berkualitas.

Kata kunci : Bauran pemasaran hijau, Strategi pemasaran hijau,

DAFTAR ISI

LAPORAN SKRIPSI.....	i
LAPORAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN ANTIPLAGIASI.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manajerial AHASS Winarto Motor	12
1.4.2. Peneliti Lain.....	13
1.4.3. Pengusaha Bengkel	13
BAB 2	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Pemasaran dan Pemasaran Hijau	14
2.2. Tantangan Pemasaran Hijau	15
2.3. Keunggulan Pemasaran Hijau	16
2.4. Strategi Pemasaran Hijau	17
2.5. Bauran Pemasaran Hijau.....	19
2.5.1. Produk dan Green Product.....	20
2.5.2. Price dan <i>Green Price</i>	21
2.5.3. Place dan Green Distribution.....	21

2.5.4.	Promosi dan Green Promotion	22
2.5.5.	Proses dan Green Process.....	22
2.5.6.	Physical Evidence dan Green Physical Evidence	23
2.5.7.	People dan Green People.....	23
2.6.	Kerangka Pikir.....	24
2.7.	Penelitian Terdahulu	24
2.8.	Definisi Operasional dan Indikator.....	27
BAB 3	30
METODE PENELITIAN	30
3.1.	Metode Penelitian.....	30
3.2.	Objek dan Lokasi Penelitian.....	30
3.2.1.	Objek Penelitian.....	30
3.2.2.	Lokasi Penelitian.....	30
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4.	Populasi dan Sampel.....	31
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1.	Wawancara.....	32
3.5.2.	Kuesioner	33
3.6.	Teknik Analisis Data.....	33
BAB 4	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1.	Karakteristik Responden	35
4.1.1.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin dan Usia	35
4.1.2.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin, Usia, dan Pendidikan.....	36
4.1.3.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan dan Pekerjaan.....	37
4.1.4.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan, Pekerjaan dan Pengeluaran Bulanan.....	38
4.1.5.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin, Lama Responden Servis dan Kilometer Responden Servis di Winarto Motor.....	39
4.1.6.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin, Kapan Terakhir Responden Servis dan Kilometer Responden Servis di Winarto Motor.....	40
4.1.7.	Karakteristik Jenis Kelamin dan Kepedulian Responden Terhadap Kendaraan Bermotor Mereka	42

4.1.8.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin dan Pengetahuan Responden Terhadap Program Hijau Winarto Motor	42
4.2.	Hasil Tanggapan Konsumen	43
4.2.1.	Produk dan Produk Hijau	43
4.2.2.	Harga dan Harga Hijau	46
4.2.3.	Distribusi dan Distribusi Hijau	47
4.2.4.	Promosi dan Promosi Hijau	48
4.2.5.	Orang dan Orang Hijau	50
4.2.6.	Proses dan Proses Hijau	51
4.2.7.	Bukti Fisik dan Bukti Fisik Hijau	54
4.3.	Analisis Data Karyawan	57
4.3.1.	Tanggapan Karyawan Terhadap Produk dan Produk Hijau	57
4.3.2.	Tanggapan Karyawan Terhadap Harga dan Harga Hijau	62
4.3.3.	Tanggapan Karyawan Terhadap Distribusi dan Distribusi Hijau	66
4.3.4.	Tanggapan Karyawan Terhadap Promosi dan Promosi Hijau	70
4.3.5.	Tanggapan Karyawan Terhadap Orang dan Orang Hijau	74
4.3.6.	Tanggapan Karyawan Terhadap Proses dan Proses Hijau	78
4.3.7.	Tanggapan Perusahaan Terhadap Bukti Fisik dan Bukti Fisik Hijau 82	
4.4.	Analisis Komparatif Karyawan dan Konsumen di Winarto Motor	86
4.5.	Penentuan Strategi	88
BAB 5	103
KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1.	Kesimpulan	103
5.2.	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	108
LAMPIRAN 1	109
DAFTAR PERTANYAAN TERHADAP KONSUMEN	109
LAMPIRAN 2	118
LAMPIRAN 3	122
VERBATIM JAWABAN PERUSAHAAN	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 - Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4. 1 - Responden Menurut Jenis Kelamin dan Usia	44
Tabel 4. 2 - Responden Menurut Jenis Kelamin,Usia, dan Pendidikan	45
Tabel 4. 3 - Responden Menurut Pendidikan dan Pekerjaan	46
Tabel 4. 4 - Responden Menurut Pendidikan, Pekerjaan dan Pengeluaran Bulanan	47
Tabel 4. 5 - Responden Menurut Jenis Kelamin, Lama Responden Servis dan Kilometer Responden Servis di Winarto Motor	48
Tabel 4. 6 - Responden Menurut Jenis Kelamin, Kapan Terakhir Responden Servis dan Kilometer Responden Servis di Winarto Motor	50
Tabel 4. 7 - Responden Menurut Jenis Kelamin dan Kepedulian Responden Terhadap Kendaraan Bermotor Mereka	51
Tabel 4. 8 - Responden Menurut Jenis Kelamin dan Pengetahuan Responden Terhadap Program Hijau Winarto Motor	52
Tabel 4. 9 - Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk dan Produk Hijau	53
Tabel 4. 10 - Tanggapan Responden Tentang Dampak Produk dan Produk Hijau.	54
Tabel 4. 11 - Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Harga dan Harga Hijau.	55
Tabel 4. 12 - Tanggapan Responden Tentang Kondisi Distribusi dan Distribusi Hijau.	56
Tabel 4. 13 - Tanggapan Responden Tentang Aktivitas Promosi Winarto Motor	57
Tabel 4. 14 - Tanggapan Responden Tentang Aktivitas Promosi Hijau Winarto Motor	58
Tabel 4. 15 - Tanggapan Responden Tentang Orang dan Orang Hijau di Winarto Motor	59
Tabel 4. 16 - Tanggapan Responden Tentang Proses Servis di Winarto Motor	61
Tabel 4. 17 - Tanggapan Responden Tentang Proses Pembuangan Limbah Servis di Winarto Motor	62
Tabel 4. 18 - Tanggapan Responden Tentang Ruang Tunggu di Winarto Motor	63
Tabel 4. 19 - Tanggapan Responden Tentang Keramah Lingkungan Fasilitas di Winarto Motor	64
Tabel 4. 20 - Jawaban Teratas dari Distribusi dan Distribusi Hijau	65
Tabel 4. 21 - Tanggapan Karyawan terhadap produk dan produk hijau.	70
Tabel 4. 22 - Tanggapan Karyawan terhadap Harga dan Harga Hijau	74
Tabel 4. 23 - Tanggapan Karyawan terhadap Distribusi dan Distribusi Hijau	78
Tabel 4. 24 - Tanggapan Karyawan terhadap promosi dan promosi hijau	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 - Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup di Indonesia	11
Gambar 1. 2 - Proporsi Sumber Emisi di Jakarta	13
Gambar 1. 3 - ' <i>MarketsShare</i> ' Sepeda Motor Indonesia 2019	14
Gambar 2. 1 - Kerangka Pikir Penelitian	32

