

## RINGKASAN

Industri pariwisata dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan perekonomian negara, namun sekaligus bisa berpotensi merusak sumber daya alam dan lingkungan karena pengelolaannya yang kurang memperhatikan aspek lingkungan. Salah satu objek wisata yang tergolong masih baru dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Kabupaten Banyumas adalah Wisata Alam Hutan Pinus Limpakuwus (HPL). Kawasan wisata alam harus dipertahankan kelestarian lingkungan dan kebersihannya dengan menerapkan konsep pembangunan berwawasan lingkungan. Pembangunan berwawasan lingkungan dalam konteks pariwisata bisa diwujudkan dengan *green tourism*. Salah satu cara untuk menerapkan *green tourism* yaitu dengan menciptakan strategi pemasaran hijau (*Green Marketing*). Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengidentifikasi potensi dan daya tarik objek wisata yang dapat dikembangkan di Wisata Alam HPL, (2) Mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap kondisi Wisata Alam HPL, (3) Menganalisis bauran pemasaran 7P di Wisata Alam HPL, (4) Merumuskan taktik pemasaran hijau dengan metode STP di Wisata Alam HPL, dan (5) Menganalisis prioritas strategi pemasaran hijau menurut para pemangku kepentingan untuk Wisata Alam HPL. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix-method*). Pengambilan data dilakukan dengan observasi dan wawancara kepada pengelola wisata, pemangku kepentingan terkait, dan wisatawan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, bauran pemasaran 7P, taktik pemasaran STP, dan Metode Perbandingan Eksponensial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Wisata Alam HPL memiliki potensi dan daya tarik yang baik untuk dikembangkan (2) Persepsi wisatawan terhadap kondisi Wisata Alam HPL tergolong cukup baik, dengan catatan perlu adanya perbaikan di beberapa indikator penilaian (3) Bauran pemasaran yang dimiliki Wisata Alam HPL belum menerapkan konsep ramah lingkungan sehingga muncul rekomendasi strategi pemasaran hijau untuk dinilai prioritasnya oleh para pemangku kepentingan (4) Pengelola ingin memosisikan Wisata Alam HPL sebagai “Wisata Keluarga yang Menyatu dengan Alam” (5) Prioritas strategi dari para pemangku kepentingan adalah “Strategi 1 (Indikator Produk)”. Wisata alam mempunyai potensi yang besar untuk mewujudkan *green tourism*, namun perlu partisipasi yang lebih terhadap pengelolaan lingkungan dari para pelaku wisata. Seluruh strategi pemasaran hijau yang telah disusun juga dapat dijalankan jika adanya sinergi yang baik antar pemangku kepentingan.

Kata Kunci: Pariwisata Hijau, Pemasaran Hijau, Bauran Pemasaran 7P, Metode STP, MPE

## SUMMARY

*Tourism industry can increase the standard of living of the society and the nation's economy, however it also potential to impact the natural resources and environment, because of the management which still unaware of environmental aspects. One of tourism object which classified as new and have big potential to be developed in Banyumas City is Limpakuwus Pine Forest Natural Tourism (HPL). Environmental and cleanliness must be maintained in natural tourism areas by applying the concept of sustainable development. Sustainable development with environmental concept in tourism context can be realized with green tourism. One of the method to apply green tourism by creating green marketing strategy. The purpose of this research: (1) Identify the potential and tourism object attraction which can be developed in HPL, (2) Identify tourist perception to the HPL condition, (3) Analyze the marketing combination of 7P in HPL, (4) Formularize green marketing strategy with STP method in HPL, and (5) Analyze green marketing strategy priority according to the stakeholder for HPL. The research methodology uses qualitative and quantitative method (mix method). Data retrieval done by observation and interview with the tour manager, related stakeholder and also tourist. The method which uses are qualitative descriptive and quantitative, 7P marketing combination, STP marketing strategy and Exponential Comparison Method. Result of this research appoint that (1) HPL have a good potential and attraction to be developed (2) Tourist perception to HPL be regarded quite good, with a few records of improvements in multiple assessments (3) HPL natural tourism marketing combination have not implemented yet the concept of environmental friendly thus appears green marketing strategy recommendation to be rated the priority by the stakeholder (4) The caretaker want to make natural tourism HPL as family tourism spot with nature scenery (5) The stakeholder's priority strategy is "1st Strategy (Indicator of Product)". Natural tourism have a big potential to actualize the green tourism, however still need further participation against managing the environmental from tourism subject. The entire green marketing strategy that have been arranged can be proceed with a good synergy between the stakeholders.*

*Keywords: Green Tourism, Green Marketing, 7P marketing combination, STP, Exponential Comparison Method.*