

ABSTRACT

PT PEMBANGUNAN JAYA ANCOL'S OCEAN ECOPARK MARKETING STRATEGY TO INCREASE VISITOR NUMBER, FOR 2014-2016 PERIOD

Green marketing has been a new developing marketing trend in the recent years. Products offered to customers were not only give the main usage of the products, but also give new additional benefits to allow them express their concerns for world environmental issues. Customers view on green lifestyle products is when a product considered as a positive contributor to a sustainable environment. Implementation of marketing strategy of PT Pembangunan Jaya Ancol's green lifestyle product - ***Ocean Ecopark*** – adopt 7P concept of Marketing Mix aimed to meet the customers need on recreation, especially to those who have concerns for the environment quality.

Key words: Green lifestyle, outdoor recreation, marketing strategy, environment

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN *OCEAN ECOPARK* PT PEMBANGUNAN JAYA ANCOL, TBK UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN PERIODE TAHUN 2014-2016

Trend pemasaran baru yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir adalah *green marketing*, dimana produk-produk yang ditawarkan kepada *customer* bukan hanya menjanjikan manfaat utama produk tersebut, tetapi memberikan manfaat lebih yaitu berupa kesempatan untuk mengekspresikan kepedulian *customer* dalam menyikapi isu-isu lingkungan di dunia. Pandangan pelanggan tentang *green lifestyle product* pada dasarnya adalah jika suatu produk dianggap dapat menghasilkan efek positif dan *sustainable* terhadap lingkungan. Implementasi strategi pemasaran *green lifestyle product* di PT Pembangunan Jaya Ancol, Tbk yaitu ***Ocean Ecopark***. Strategi pemasaran yang digunakan adalah konsep 7P dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan rekreasi *customer* yang peduli kepada lingkungan hidup.

Kata kunci : Green lifestyle, rekreasi luar ruang, strategi pemasaran, lingkungan