



# **GREEN HOTEL SEBAGAI DAYA SAING SUATU DESTINASI**

## **(STUDI KASUS PADA INDUSTRI HOTEL BERBINTANG DI WILAYAH YOGYAKARTA)**

**Nikasius Jonet Sinangjoyo**  
**Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

### *Abstract*

*The goal of the research is describing the green hotel application program of the hotel industries in Yogyakarta, creation of competitiveness in tourism destination. Subject of the research is whole member of Indonesia Hotel & Restaurant Association, (PHRI) Yogyakarta, which classified as four and five star hotel, and have an environment document or green hotel certificate. This study is a descriptive qualitative research. The research shows that the green hotels standard application in Yogyakarta, in general have done environmentally friendly practice, but there are a few problems such as inconsistency done of hotel staff, consciousness of guest is less, not enough socialization and some have perception that green hotel application need high cost. Such problems necessary to be resolved by training socialization, build commitment, make green team and apply green tourism marketing strategy.*

### *Keywords;*

*Green Hotel, Competitiveness*

### **Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan program *green hotel* oleh industri perhotelan di Yogyakarta dalam menciptakan daya saing suatu destinasi. Subyek penelitian ini yaitu seluruh anggota Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia (PHRI) Yogyakarta, yang diklasifikasikan sebagai hotel bintang 4 dan 5 serta memiliki dokumen lingkungan atau sertifikasi *green hotel*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis data deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan standar *green hotel* di DIY pada umumnya sudah menerapkan praktek ramah lingkungan. Namun dalam penerapannya terdapat beberapa kendala yaitu adanya sikap kurang konsisten yang dilakukan oleh staf hotel, kurangnya kesadaran tamu, minimnya sosialisasi serta adanya anggapan bahwa penerapan *green hotel* justru membutuhkan biaya yang mahal. Kendala tersebut perlu diatasi dengan kegiatan sosialisasi-pelatihan, membangun komitmen, membentuk *green team* dan menerapkan strategi *green tourism marketing*.

### *Kata kunci:*

*Green Hotel, Daya Saing*

## PENDAHULUAN

Perkembangan *responsible tourism* salah satunya diikuti dengan kecenderungan wisatawan dalam memanfaatkan produk pariwisata yang bersifat ramah lingkungan, hal ini mendorong terjadinya perubahan pola konsumsi wisatawan, termasuk diantaranya dalam hal pemanfaatan amenities khususnya hotel. Dewasa ini wisatawan semakin cerdas dan selektif untuk memilih hotel yang benar-benar secara konsisten menerapkan praktek ramah lingkungan (*green hotel*) dengan memanfaatkan sumber daya hemat energi dan berbasis produk lokal atau yang tergabung dalam *green industry* (*Ecogreen Hotel, Eco Suites, Green Hotel Association*).

Industri hotel khususnya untuk wilayah Yogyakarta (DIY) memiliki peranan penting dalam investasi pembangunan kepariwisataan secara nasional. Maka konsep *green hotel* menjadi suatu "keharusan" bagi para pengelola hotel dalam menjalankan bisnisnya karena konsep *green hotel* memiliki nilai investasi jangka panjang yang mampu menciptakan loyalitas wisatawan, menciptakan reputasi manajemen, penghematan biaya operasional, terjalinnya hubungan dengan komunitas lokal serta mampu menciptakan manajemen yang sehat. Namun berdasarkan observasi sementara yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa: 1) Masih terdapat pihak pengelola hotel berbintang di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang belum memahami konsep *Green Hotel* sesungguhnya. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Mari Elka Pangestu bahwa banyak manajemen hotel yang menganggap *green hotel* sebatas penghijauan dengan melakukan aksi penanaman pohon di area hotel. 2) Dari semua hotel berbintang yang berada di DIY belum ada yang terdaftar sebagai 10 hotel terbaik yang berhak mendapatkan penghargaan "*National Green Hotel Award*" untuk diusulkan ke tingkat *ASEAN Green Hotel Award*. 3) Banyaknya pilihan program standarisasi dan sertifikasi *green hotel*, justru menyebabkan timbulnya perdebatan di kalangan wisatawan bahkan dipihak manajemen hotel itu sendiri.

Berdasarkan permasalahan tersebut hendaknya penerapan *green hotel* perlu dimanfaatkan oleh pihak pengelola industri hotel di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mewujudkan aspek pariwisata berkelanjutan sebagai suatu daya tarik, mengingat Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata serta semakin ketatnya persaingan antar industri perhotelan itu sendiri. Dengan demikian penerapan *green hotel* memiliki potensi yang mampu mempengaruhi daya saing DIY sebagai destinasi wisata yang semula dikenal sebagai destinasi *mass tourism* untuk beralih pada bentuk pariwisata yang lebih bertanggung jawab. Sampai saat ini belum ada data lengkap tentang tingkat penerapan *green hotel* dan usaha jasa wisata lainnya untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga dalam penelitian ini akan menjadi penelitian dasar tentang penerapan *green hotel*.

### Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan *green hotel* di wilayah DIY serta persepsi pengelola hotel terhadap peran *green hotel* dalam menciptakan daya saing Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan manfaat dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan implikasi pada kebijakan untuk mengembangkan bisnis hotel sekaligus sektor pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan memperhatikan indikator lingkungan sebagai penentu daya saing.

## KAJIAN PUSTAKA

### Green Hotel

*Green Hotel* merupakan salah satu bagian dari *green tourism product* sedangkan *green tourism* merupakan komponen dari *sustainable tourism* yang didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan untuk mewujudkan keberkelanjutan dengan melestarikan sumber daya alam, melestarikan budaya serta memberikan sumbangan pada sektor ekonomi. (Graci and Dodds 2008). Berdasarkan Undang-Undang Pariwisata No. 10 tahun 2009, bahwa setiap pengusaha pariwisata

berkewajiban untuk memelihara lingkungan yang sehat, bersih, asri serta memelihara kelestarian lingkungan alam dan budaya. Salah satu usaha jasa wisata yang memiliki peranan penting dalam investasi pembangunan kepariwisataan nasional yaitu hotel, sedangkan yang dimaksud dengan *green hotel* yaitu hotel yang memiliki sifat ramah lingkungan dengan program penghematan sumber daya alam, energi dan mengurangi hasil limbah. (<http://www.asean-tourism.com>).

Dalam Agenda 21 Sektor 2000 tentang panduan usaha sarana akomodasi termasuk hotel, meliputi beberapa kriteria antara lain yaitu: 1). Menetapkan kriteria pengembangan pariwisata berkelanjutan dalam penyusunan kebijakan perencanaan dan pengambilan keputusan; 2). Mengupayakan peningkatan kesadaran lingkungan kepada para tamu; 3). Memberi contoh pada penduduk lokal untuk menggunakan produk daur ulang; 4). Mendukung upaya-upaya pengembangan program seni budaya dan lingkungan dari inisiatif masyarakat lokal; 5). Menjaga kualitas lingkungan dalam pengembangan sarana akomodasi; 6). Mengembangkan produk hemat energi, berdaur ulang dan melakukan pengelolaan limbah; 7). Menggunakan sumber daya lokal dalam pengembangan akomodasi; 8). Melakukan audit air dan energi secara berkala.

Menurut Panduan Direktorat Standardisasi Pariwisata Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (2011) tentang Penilaian *Green Hotel Award* bahwa kriteria *green hotel* antara lain yaitu: a. Pengelolaan lahan dengan kriteria manajemen tapak ramah lingkungan, luas area lansekap, lokal *nursery* untuk ekterior; b. Efisiensi energi berkaitan dengan penghematan energi listrik, kampanye penghematan energi, intensitas konsumsi energi, pemantauan energi, implementasi penghematan energi melalui selubung bangunan; c. Efisiensi air dengan melakukan pengendalian air limpasan hujan, penghematan air, pemasangan sub-meter penerapan pemeriksaan fasilitas pemipaan; d. Material termasuk pembelian bahan ramah lingkungan yang meliputi *renewable, reuse, reduce, recycle*; e. Kualitas udara dalam ruang antara lain

yaitu kampanye bebas rokok, sistem ventilasi, sumber polutan, CO2 monitoring; f. Manajemen lingkungan sekitar salah satunya dengan membentuk tim manajemen yang peduli lingkungan, pengelolaan limbah, emisi udara, kerjasama pihak hotel dan tenant.

Pedoman standarisasi dan sertifikasi ASEAN Tourism pada *green hotel* memiliki persyaratan sebagai berikut: 1) Kebijakan terhadap lingkungan dan langkah untuk operasionalisasi hotel. 2) Pemakaian produk ramah lingkungan. 3) Menjalin kemitraan dengan masyarakat lokal. 4) Sumber daya manusia. 5) Pengelolaan sampah 6) Efisiensi energi. 7) Efisiensi Air. 8) Management kualitas udara. 9) Pengendalian kebisingan suara. 10) Pengolahan limbah air. 11) Pengelolaan pembuangan zat kimia beracun (<http://www.asean-tourism.com>)

Penyelenggaraan *green hotel* tersebut sejalan dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang menegaskan bahwa kewajiban memelihara kelestarian lingkungan hidup, mencegah serta menanggulangi pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup. Salah satu kebijaksanaan Pemerintah RI dalam pembangunan yang berwawasan lingkungan yaitu dengan menerapkan studi AMDAL dan UKL-UPL. (<http://www.menlh.go.id/amdal/>)

### Peran Hotel sebagai Atraksi Wisata

Hotel merupakan sarana persinggahan sementara bagi wisatawan termasuk diantaranya memberikan pelayanan kamar serta pelayanan makanan dan minuman, maka hal yang paling penting dari suatu produk hotel yaitu faktor manusia berupa jasa pelayanannya (Ivanovic, 2009). Dengan kata lain hotel dapat dikatakan sebagai atraksi wisata, karena produk utama hotel berupa jasa pelayanannya ikut berperan dalam menentukan seluruh pengalaman wisatawan, sehingga dapat diklasifikasikan sebagai daya tarik wisata manusia (Gunn, 2002). Selain itu wisatawan yang berkunjung ke hotel tidak sekedar menginap, tetapi juga melakukan berbagai kegiatan seperti rekreasi-relaksasi, kuliner, melihat pertunjukan seni

budaya, belanja hingga aktivitas pendidikan. Bahkan kecenderungan bisnis hotel saat ini yaitu menawarkan produknya yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan, kesehatan, pendidikan serta *central park* serta produk hotel yang berbasis pada budaya lokal, sehingga hotel mampu mewakili suatu destinasi wisata (Sujatno, 2008).

### **Peran Hotel sebagai Perantara**

Peran hotel tidak hanya sebagai amenities yang kegiatan utamanya menjual kamar, namun karena intensitasnya yang berhubungan secara langsung dengan wisatawan maka pihak hotel memiliki peran sebagai perantara. Wisatawan yang tinggal di hotel memerlukan segala informasi tentang berbagai atraksi wisata, terlebih bagi wisatawan yang tidak menggunakan jasa biro perjalanan wisata. Segala keterbatasan informasi tentang destinasi yang dimiliki wisatawan terkait waktu, biaya dan jarak dapat teratasi oleh peran hotel (Sujatno, 2008). Sebagai perantara baik bagi penyedia produk wisata maupun pasar wisata, pihak hotel juga berperan sebagai pemasar produk wisata. Fungsi sebagai pemasar akan terbantu dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dan program yang lebih bertanggung jawab sehingga mampu menyediakan kesan positif dimata wisatawan. Hal ini sejalan dengan pendapat Picard (1992) bahwa hotel yang memang konsisten menerapkan konsep *sustainable tourism development* harus menjaga kearifan lokal dengan memperkenalkan kesenian dan budaya lokal sebagai sarana pendidikan bagi wisatawan. Dengan demikian hotel sangat berperan bagi suatu destinasi tertentu untuk mendapatkan wisatawan yang lebih berkualitas serta dapat membantu komunitas lokal dalam mempromosikan budaya dan membantu menampilkan nilai-nilai kearifan lokalnya.

### **Peran Green Hotel dalam Penciptaan Dayasaing**

Proses pengelolaan hotel dapat dikatakan cukup rentan terhadap munculnya dampak negatif baik terhadap lingkungan alam maupun

dampak terhadap sosial budaya, maka untuk mengantisipasi timbulnya dampak negatif tersebut pengelola hotel sangat tergantung pada proses AMDAL/UKL/UPL. Namun beberapa usaha wisata yang ada di Bali termasuk hotel, tidak sekedar mengutamakan proses tersebut tetapi juga harus menerapkan prinsip *Tri Hita Karana*, bahwa dalam menjalankan bisnis tersebut harus dapat menciptakan keselarasan antar sesama, lingkungan dan Sang Pencipta. Dengan demikian pertumbuhan pariwisata di Bali semakin berkualitas yang didukung oleh masyarakat lokal, pemerintah dan wisatawan (Sprastayasa, 2008)

Demikian halnya dengan penerapan green hotel sebagai komponen penting dalam keberlangsungan bisnis hotel, bahwa pengelola tidak sekedar melakukan mitigasi dampak, konservasi alam, pelestarian budaya dan menjaga keseimbangan semata, namun dengan peran *green hotel* pihak manajemen mampu melakukan penghematan biaya operasional serta menciptakan reputasi manajemen yang baik. *Green hotel* memiliki peran sebagai faktor yang mendukung jalannya bisnis hotel karena memiliki peran dalam membantu meningkatkan efisiensi sumber daya dan sebagai penguat daya saing karena hotel mampu berperan sebagai atraksi wisata sekaligus sebagai perantara yang dapat menciptakan citra suatu destinasi serta reputasi manajemen (<http://www.greenhotels.com>). Citra yang dibangun terkait dengan isu lingkungan, sejalan dengan pendapat Inskeep (1991) yang menyebutkan bahwa *quality environment* merupakan indikator yang sangat penting dalam pengukuran suatu daya saing pariwisata.

### **Green Tourism Marketing**

*Green marketing* merupakan proses manajemen holistik dan bertanggung jawab untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, masyarakat, pemangku kepentingan, beserta lingkungan alam (Peattie 1995) selain itu menurut Charter (1992) green marketing merupakan proses promosi yang ramah lingkungan dengan menjual gaya hidup baru yang berkontribusi layak

ekonomi dan layak secara ekologi. Sedangkan istilah *green tourism marketing* atau *environmental marketing* (Coddington, 1993) juga dikenal sebagai *responsible tourism marketing*. Dalam industri pariwisata istilah tersebut merupakan penjabaran dari konsep pengembangan kepariwisataan berkelanjutan (*sustainable tourism development*), khususnya terkait dengan aspek-aspek dalam pemasaran pariwisata. Pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan memperluas sekaligus mewarnai secara spesifik konsep pemasaran pariwisata yang bertanggungjawab.

## METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu hotel berbintang 4 dan 5 yang berada di wilayah DIY sebagai anggota PHRI dan memiliki dokumen lingkungan hidup (AMDAL/UPL/UKL) yang masih berlaku serta sertifikat *green hotel*. Sedangkan yang menjadi sampelnya yaitu populasi itu sendiri sebanyak 20 hotel. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu 1) Wawancara dilakukan dengan responden, yang berkaitan dengan tingkat penerapan *green hotel* serta persepsi responden terhadap manfaat dan kendala yang dihadapi. 2) Observasi dengan memberikan tanda *check list* pada blanko observasi yang berisi item-item mengenai praktek penerapannya berikut kondisi fasilitas yang ada. 3) Kuisisioner terdiri dari 21 pertanyaan yang meliputi praktek penerapan umum *green hotel*. Responden yang mengisi kuisisioner, merupakan staf hotel yang dianggap menguasai secara operasional tentang penerapan *green hotel*. 4) Dokumentasi dengan memasukkan data-data berupa *memorabilia* dan *website* yang diakses melalui internet.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dan diinterpretasikan melalui proses membandingkan data-data yang diperoleh dengan teori-teori yang relevan dan standar *green hotel*. Adapun dalam penelitian ini mengacu pada data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden dengan cara pemberian kuisisioner, wawancara dan observasi. Melalui data tersebut penulis

memperoleh data tentang tingkat penerapan *green hotel* di wilayah DIY serta persepsi pengelola terhadap peran *green hotel* dalam menciptakan daya saing. Sedangkan data sekunder berupa *memorabilia* dan *website* dapat memberikan gambaran tentang kondisi masing-masing hotel dalam menerapkan praktek *green hotel*. Melalui pendekatan tersebut maka diharapkan mampu menghasilkan suatu implikasi managerial dalam bentuk sebuah rekomendasi.

## PEMBAHASAN

### Penerapan *Green Hotel*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar hotel di DIY belum secara konsisten menerapkan standar *green hotel* dan hanya terdapat 3 (tiga) hotel yang mendapatkan penghargaan *National Green Hotel Award 2011-2013* dari Kemenparekraf sebagai hotel yang secara konsisten dan aktif menerapkan manajemen ramah lingkungan. Dua dari ke-3 hotel tersebut telah menerapkan *green hotel* dengan mengacu pada standar *Earth Check* dan 1 diantaranya berhasil mendapatkan *Silver Certification*, penghargaan *Blue Category (waste water minimize award)* dan sertifikasi dari *Green Globe 21 (Environment and Ecological Assesment)* sebagai hotel pertama di luar Bali yang mendapatkan penghargaan. Hotel tersebut juga memperoleh penghargaan dari Badan Lingkungan Hidup (BLH) untuk kategori pengurangan air limbah. Disamping itu terdapat 2 hotel yang menggunakan sistem *contract management* asing telah memiliki standarisasi sendiri dalam penerapan *green hotel*, yaitu mengacu pada standar *Planet 21*. Sementara beberapa hotel lainnya hanya menerapkan studi AMDAL UPL dan UKL.

Meskipun hotel-hotel berbintang di DIY tidak sepenuhnya memiliki sertifikat *green hotel*, namun setidaknya beberapa hotel yang ada telah menerapkan konsep ramah lingkungan, baik dari segi bangunan maupun dari segi pengelolaannya. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang menjawab "sering" menggunakan produk

ramah lingkungan sebesar 98%. Beberapa praktek diantaranya yaitu penggunaan produk berbahan organik dan berbahan dasar lokal atau berasal dari *supplier* di sekitar hotel. Dengan mengutamakan produk berbahan lokal maka pihak pengelola hotel telah berkontribusi untuk menghemat waktu, mengurangi konsumsi bahan bakar sekaligus polusi, mengangkat ekonomi lokal serta menyediakan produk yang sehat. Sedangkan upaya untuk menjalin kemitraan dengan komunitas lokal maka pihak manajemen hotel tidak sekedar melakukan perekrutan karyawan, memfasilitasi pendidikan dan kesehatan saja, namun yang terpenting yaitu upaya untuk meningkatkan kesadaran komunitas lokal terhadap lingkungan dan upaya menyelenggarakan kegiatan dalam rangka mempromosikan budaya lokal. Dengan demikian peran hotel mampu sebagai perantara baik bagi wisatawan maupun bagi komunitas lokal dan destinasi.

Berkaitan dengan tingkat kesadaran pihak manajemen hotel terhadap lingkungan, menunjukkan bahwa terdapat 70% responden menjawab "sering" melakukan kegiatan sosialisasi kepada para staf, mitra bisnis, *supplier* dan para tamu termasuk menyelenggarakan program pengembangan staf mengenai praktek *green hotel*. Selain itu pihak manajemen selalu rutin mengemas informasi tentang kegiatan yang bersifat ramah lingkungan ke dalam berbagai media yang bisa dilihat oleh seluruh staf hotel, mitra bisnis, *supplier* dan tamu.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden sebesar 75 % menjawab "sering" mengelola sampah terkait dengan program *reuse, reduce* dan *recycle*. Adapun praktek yang sering dilakukan yaitu 1) Penggunaan dispenser sebagai standar fasilitas pada *bathroom* untuk menempatkan sabun atau shampo sehingga dapat mengurangi sampah plastik. 2) Penawaran kepada tamu untuk kebutuhan *guest bill* sebagai langkah pengurangan sampah dan sebagai bentuk penyelamatan terhadap pohon. 3) Penyediaan koran gratis hanya berdasarkan permintaan tamu. 4) Pemanfaatan hasil limbah restoran sebagai pupuk kompos untuk

memelihara taman di area hotel. 5) Pemanfaatan kertas bekas untuk keperluan administrasi di area *back office*. 6) Pengurangan penggunaan *styrofoam food container* atau pembungkus plastik yang sebagian besar berasal dari *supplier*. 7) Pemisahan sampah plastik dengan sampah kertas.

Untuk efisiensi energi terdapat 80% responden menjawab "sering" yaitu: dengan menerapkan praktek: 1) Penggunaan lampu *fluorescent* yang lebih hemat energi. 2) Pengurangan jumlah lampu artinya semakin sedikit pemakaian akan semakin baik. 3) Penggunaan lampu menjadi 8 jam per hari untuk *staff office* dan *meeting rooms*. 4) Penggunaan pendingin ruangan (AC) jenis *split* berdaya rendah dan jenis *Variable Refrigerant Volume air-condition* yang dapat mengatur suhu sesuai kapasitas pengunjung dalam ruangan dan secara otomatis tidak akan berfungsi jika tidak ada pengunjungnya. 5) Penyampaian informasi kepada tamu untuk mematikan televisi (TV) atau lampu bila tidak digunakan. 6) Pemanfaatan *room key card* bila tamu hendak menggunakan *lift*. 7) Pengurangan pemakaian jumlah *sheets, towels, flannels, table cloths* dan berbagai jenis *linens* yang mampu menekan proses penggunaan mesin *laundry*. 8) Penyediaan TV dengan model LED hemat energi. 9) Pengaturan suhu AC sebatas 24-25 derajat. 10) Penggunaan *waterpump* di area *swimming pool* hanya malam hari.

Dalam hal efisiensi air menunjukkan bahwa responden sebesar 90% menyatakan "sering" menerapkan praktek tersebut dengan melakukan: 1) Penggunaan *shower heads* sebagai standar pada *bathroom*. 2) Penyediaan *bath tub* hanya khusus untuk *suite rooms*. 3) Penggunaan *urinals* dengan *automatic flushing toilets*. 4) Penyediaan informasi kepada tamu untuk mematikan kran air bila tidak digunakan. 5) Penawaran kepada tamu untuk membatasi pemakaian *towels* dan *sheets*. 6) Pemeliharaan alat untuk memonitor penghematan air. Sedangkan dalam hal pengelolaan air limbah, responden sebesar 100% menyatakan "sering" melakukan pencegahan terjadinya kontaminasi air dan menerapkan pengurangan hasil limbah, termasuk diantaranya melakukan sosialisasi penggunaan air hasil daur ulang. Bentuk praktek

yang telah dilakukan yaitu: 1) Pemanfaatan air limbah hotel sebagai media untuk menyiram area taman. 2) Penggunaan *cleaning supplies* yang ramah lingkungan. 3) Pemisahan hasil limbah produk restoran khusus yang berupa minyak. 4) Penerapan sistem instalasi pengolahan air limbah secara konsisten.

Berkaitan dengan manajemen kualitas udara menunjukkan bahwa responden sebanyak 100% menyatakan “sering” melakukan pengawasan dan pemeliharaan peralatan secara rutin. Beberapa upaya yang dilakukan antara lain yaitu: 1) Pemanfaatan ventilasi untuk mengandalkan sinar alami. 2) Penyediaan kendaraan sepeda sebagai bentuk dukungan terhadap kendaraan ramah lingkungan. 3) Penyediaan taman tidak sebatas sebagai penunjang keindahan namun sebagai media untuk menyaring udara. 4) Penetapan kawasan “*no smoking area*” untuk menjaga kualitas udara. 5) Pembuangan emisi secara tepat khusus hasil pengolahan makanan. 6) Penyampaian informasi kepada pengunjung di area parkir untuk mematikan mesin disaat mobil sedang tidak berjalan.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas responden (100%) secara konsisten melakukan upaya pengelolaan dan pembuangan zat kimia beracun termasuk di antaranya menyediakan rambu-rambu petunjuk untuk kategori zat berbahaya. Adapun aktivitas yang sering dilakukan yaitu: 1) Inspeksi, pembersihan dan pemeliharaan secara rutin untuk menghindari kebocoran gas beracun. 2) Penggunaan pembersih tanpa pemutih, pospat *laundry* deterjen dan *nonifenol*. 3) Pembuangan sampah berbahaya seperti lampu, komputer dan monitor di tempat pembuangan sementara. 4) Penggunaan lantai tanpa karpet untuk mengurangi penggunaan bahan kimia.

### Persepsi terhadap Peran *Green Hotel*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pertimbangan beberapa hotel untuk memilih standar *green hotel* tertentu, yaitu karena standar tersebut dianggap mampu memandu pihak manajemen hotel dalam meningkatkan keuntungan baik secara ekonomi maupun sosial

melalui: 1) Efisiensi dan efektifitas bisnis hotel. 2) Penyediaan kualitas pelayanan tamu melalui pendidikan lingkungan. 3) Peran manajemen terhadap lingkungan dan sosial budaya termasuk diantaranya *corporate social responsibility-CSR*. 4) Kemitraan dengan pemerintah dalam upaya mendukung pemberdayaan komunitas lokal dan proses konservasi alam. 5) Lisensi sosial, demi terjalinnya hubungan baik antara hotel dengan destinasi, komunitas lokal dan tamu hotel. 6) *Branding* dengan praktek *green hotel*, mampu menjadi perhatian publik sehingga dapat meningkatkan kredibilitas serta berpengaruh terhadap lembaga-lembaga terkait. Dalam kasus ini yaitu: lembaga pers dan lembaga keuangan. 7) Peningkatan daya saing antar hotel, khususnya perolehan wisatawan pro-lingkungan (*ecotourist-greentourist*) yang cenderung memperhatikan reputasi manajemen. Dengan reputasi yang baik maka tamu tidak akan mempertimbangkan masalah harga. 8) Peran manajemen hotel dalam mewujudkan daya saing Daerah Istimewa Yogyakarta dengan memberikan kontribusi terhadap pelestarian atraksi budaya dan alam berikut efek multipliernya di semua sektor.

Beberapa kendala yang dihadapi pihak manajemen dalam penerapan *green hotel* antara lain yaitu: 1) Adanya anggapan bahwa praktek hemat energi hanya sebagai *cost center* bukan *revenue center* karena dalam prakteknya, bagi manajemen hotel yang akan menuju *green hotel* harus melakukan proses penggantian dan pengadaan peralatan seperti lampu, AC, TV, alat pemantau penghemat energi yang justru dianggap memiliki nilai awal investasi tinggi yang tidak sebanding dengan periode pengembaliannya. 2) Dari pihak manajemen hotel masih terdapat kurangnya sikap konsisten antara tingkat kesadaran terhadap praktek penerapannya. Pada kenyataannya para staf hotel hanya sebatas menyadari namun praktek penerapannya dirasa masih kurang. 3) Minimnya kegiatan sosialisasi tentang program *green hotel* yang dilakukan oleh pemerintah maupun dari beberapa asosiasi pelaku bisnis hotel, bahkan berdasarkan temuan di lapangan masih terdapat pengelola hotel yang belum memahami konsep dengan benar tentang

parameter *green hotel*. 4) Adanya anggapan bahwa dengan banyaknya pilihan program sertifikasi justru dirasa membingungkan dan disertai penerapan standar yang terlalu ketat sehingga muncul keraguan pengelola untuk bisa melanjutkan bisnisnya. 5) Khusus bagi hotel yang sudah lama berdiri dengan menempati bangunan lama maka akan mengalami tingkat kesulitan untuk membuat hotel sesuai dengan standar *green hotel*. 6) Dari pihak tamu mengindikasikan bahwa tingkat kesadaran untuk mengkonsumsi produk ramah lingkungan masih kurang. Hal ini ditunjukkan dengan sikap tamu yang tidak menghendaki adanya pembatasan fasilitas, pembatasan sumber daya, penentuan area dan sistem larangan. 7) serta anggapan bahwa biaya untuk mengkonsumsi *green product* justru dirasa lebih mahal dan pihak tamu merasa masih dibebani dengan biaya konservasi serta CSR.

Hasil wawancara dengan pihak manajemen yang sudah menerapkan *green hotel*, menunjukkan bahwa peran *green hotel* tidak begitu berpengaruh terhadap peningkatan tingkat hunian kamar (*room occupancy*). Namun secara kualitas menunjukkan adanya pengaruh, yaitu terkait dengan perolehan jenis tamu yang cenderung memiliki karakter yang berkualitas dan bertanggung jawab (*responsible tourist*). Sehingga penerapan *green hotel* dirasa bermanfaat sebagai strategi pemasaran untuk memilih target pasar dan melakukan *branding*. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa penerapan *green hotel* secara tidak langsung telah mempraktekan prinsip pemasaran yang lebih bertanggung-jawab yaitu menyeimbangkan antara kebutuhan wisatawan dengan perlindungan sumber daya.

Berdasarkan persepsi pihak manajemen menunjukkan bahwa hasil penerapan *green hotel* salah satunya yaitu mampu mewujudkan daya saing bagi DIY sebagai destinasi wisata unggulan. Keterkaitan antara peran *green hotel* dengan “daya saing” bagi destinasi yaitu praktek penerapannya mampu memberikan kontribusi untuk menjaga keseimbangan antara manfaat ekonomi, sosial budaya serta lingkungan sehingga dapat membentuk *image* positif bagi

destinasi DIY, maka dengan sendirinya fungsi *green tourism marketing* menjadi paling penting untuk memastikan target pasar yang tepat. *Green tourism marketing* tidak hanya ditujukan pada perbaikan mutu produk yang bersifat ramah lingkungan namun juga mencakup proses produksi dan distribusinya.

Produk dibuat berdasarkan proses produksi yang menggunakan bahan baku ramah lingkungan berikut kebijakan promosi yang memanfaatkan media ramah lingkungan melalui situs-situs *hotel reservation* yang tergabung dalam asosiasi atau aliansi ramah lingkungan. Oleh karena itu, strategi pemasaran ini mampu menjadi alat pengelolaan yang strategis untuk memperoleh target pasar dan untuk mempertimbangkan kapasitas destinasi DIY. Temuan hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pandangan antara manajemen hotel khususnya bagi pihak manajemen yang belum menerapkan praktek *green hotel*, bahwa strategi pemasaran yang dilakukan selama ini cenderung tanpa mempertimbangkan aspek keseimbangan antara tujuan pemangku kepentingan dengan keberlanjutan sumber daya di destinasi.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan standar *green hotel* di DIY dapat dikatakan masih kurang, namun pada umumnya sudah menerapkan praktek ramah lingkungan dan memandang konsep *green hotel* memiliki kontribusi secara ekonomi dan sosial serta perannya untuk menciptakan daya saing. Dalam penerapannya terdapat beberapa kendala yaitu adanya sikap kurang konsisten yang dilakukan staf hotel, kurangnya kesadaran tamu, minimnya sosialisasi serta adanya anggapan bahwa penerapan *green hotel* yang terlalu ketat justru akan menghambat jalannya bisnis serta membutuhkan biaya yang mahal. Kendala tersebut perlu diatasi dengan kegiatan sosialisasi-pelatihan, membangun komitmen, membentuk *green team* dan menerapkan strategi *green tourism marketing*.

Pengelolaan hotel di DIY sudah saatnya untuk bergeser dari pengelolaan yang berdasarkan pada konsep *conventional tourism* menuju pada konsep *sustainable tourism*. Terlebih DIY memiliki tingkat pertumbuhan wisatawan yang semakin meningkat diiringi dengan jumlah pertumbuhan kamar hotel yang terus meningkat pula, tentunya hal ini akan menimbulkan kekhawatiran terhadap daya dukung DIY. Fungsi *green tourism marketing* menjadi semakin penting yaitu untuk menjaga keberlangsungan sumber daya di destinasi sekaligus menyediakan kualitas pengalaman berwisata. *Green tourism marketing* mampu menjaga keseimbangan antara tujuan pemangku kepentingan untuk mengejar pertumbuhan destinasi (*green economy*) dengan keberlanjutan sumber daya di destinasi (*green environment - green culture*). Oleh karena itu strategi pemasaran ini bisa menjadi alat pengelolaan yang strategis untuk memastikan target pasar, mempertimbangkan kapasitas destinasi dan manajemen kunjungan yang tepat. Keterkaitan antara *green hotel* dengan strategi pemasaran yaitu pemanfaatan untuk membangun citra “kepedulian” dengan mengangkat “isu lingkungan dan budaya” sebagai basis *positioning* yang kuat bagi kebutuhan *ecotourist-green tourist*, sehingga *green hotel* memiliki peran terhadap daya saing DIY sebagai destinasi unggulan dengan predikat *Yogyakarta Green Province*.

## IMPLIKASI MANAJERIAL

### Sosialisasi dan Pelatihan *Green Hotel*

Kurangnya kesadaran pihak manajemen dalam menerapkan *green hotel* menuntut adanya langkah sosialisasi yang melibatkan para tamu, mitra bisnis, para *supplier* dan para staf hotel. Proses sosialisasi harus mengaplikasikan *sustainability policy* bahwa sosialisasi tidak sebatas memberikan pemahaman serta pelatihan tentang petunjuk teknis saja, namun juga dalam bentuk pendampingan sebagai upaya peningkatan motivasi kerja bagi para staf hotel. Sosialisasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media *in house TV* sebagai memorabilia dan proses edukasi (*green education*) kepada mitra bisnis,

*supplier*, para staf dan tamu hotel. Bagi hotel-hotel berbintang tentunya memiliki dana dan program yang jelas bagi pengembangan staf sehingga pelatihan dapat diberikan kepada konsultan pelatihan profesional.

Selain hal tersebut, upaya sosialisasi hendaknya perlu melibatkan dukungan dari berbagai komponen antara lain yaitu Dinas Pariwisata, Badan Lingkungan Hidup, kalangan akademisi, asosiasi pelaku wisata, pengusaha industri perhotelan dan aliansi pemerhati lingkungan. Dengan adanya sinergi antar komponen tersebut maka pengelola hotel di DIY dapat memahami parameter *green hotel* secara benar, karena selama ini beberapa pengelola hotel dihadapkan dengan banyaknya pilihan program sertifikasi yang membingungkan serta memiliki standar yang dianggap terlalu ketat sehingga muncul keraguan pengelola untuk dapat menjalankan bisnisnya.

### Membangun Komitmen

Keberhasilan praktek *green hotel* tidak dapat diraih tanpa adanya dukungan dari para staf hotel, tamu, mitra bisnis dan *supplier*, maka pihak manajemen perlu membangun komitmen bersama dalam menerapkan prinsip *green hotel* dengan mempertimbangkan pemberian stimulan atau insentif kepada para staf. Begitu juga perlu adanya bentuk apresiasi kepada tamu, mitra bisnis dan para *supplier*, sehingga metode ini akan menghasilkan motivasi. Seorang tamu, mitra bisnis dan beberapa *supplier* akan mendapatkan apresiasi dalam wujud pemberian *souvenir, voucher* atau *discount rate*, sedangkan staf hotel bisa mendapatkan insentif berupa tunjangan atau promosi. Selain itu pihak manajemen juga perlu menerapkan sanksi kepada para staf, tamu, mitra bisnis maupun *supplier* yang melanggar komitmen tersebut.

Mengingat kemampuan *green hotel* dalam mewujudkan sektor pariwisata yang dapat memberi manfaat bagi lingkungan, sosial budaya serta mampu menciptakan citra DIY, maka dalam penerapannya perlu membangun komitmen antar komponen pariwisata. Komitmen tidak

sekedar pemberian apresiasi berupa program sertifikasi, akreditasi dan labelisasi, namun perlu adanya suatu kebijakan pemerintah, etika industri atau etika profesi untuk memberikan konsekuensi bagi beberapa hotel yang memang tidak menerapkan praktek *green hotel*.

### **Green Team**

Adanya komitmen untuk menerapkan *green hotel* maka pihak manajemen perlu membuat *green team* di tingkat manajemen hotel dan di tingkat departemen atau *section*. Tugas dari *green team* pada tingkat manajemen yaitu melakukan *monitoring*, *controlling* serta *evaluating* terhadap *green team* yang berada pada tingkat departemen atau *section* terkait. Begitu juga di tingkat departemen akan melakukan tugas serupa ditingkat operasional. Seluruh kegiatan praktek penerapan *green hotel* di tingkat departemen harus dilaporkan kepada *green team* di tingkat manajemen hotel yaitu berawal dari tahap perencanaan, pelaksanaan hingga proses evaluasi.

Tugas dari *green team* tingkat manajemen hotel diharuskan melakukan proses *monitoring* yang berlangsung secara terus menerus untuk memastikan dan mengendalikan keserasian antara pelaksanaan program dengan perencanaan yang telah ditetapkan oleh *green team* di tingkat departemen, hingga proses evaluasi dengan menilai kualitas program yang telah dilakukan. Evaluasi berguna untuk meningkatkan kualitas penerapan *green hotel* dan berkontribusi penting dalam memandu pembuat kebijakan di tingkat manajemen hotel. Langkah kebijakan dapat berupa sanksi bagi setiap masing-masing departemen.

### **Menerapkan Green Tourism Marketing**

Industri perhotelan di DIY perlu menerapkan model strategi *green tourism marketing*, karena strategi ini tidak sebatas menciptakan loyalitas wisatawan tetapi menjadi suatu proses pemasaran yang mengutamakan keberlanjutan (*sustainable*). Dengan demikian perlu adanya pergeseran yang mendasar yaitu dari memasarkan pariwisata sebagai produk bagi wisatawan asal yang me-

iliki motivasi *leisure* menjadi suatu pengalaman berwisata yang dapat meningkatkan kualitas hidup (*quality of life*), bukan hanya untuk kepentingan wisatawan saja melainkan untuk sistem keberlanjutan pariwisata di DIY.

*Green tourism marketing* hendaknya diterapkan secara luas sebagai strategi bersaing yang efektif untuk meraih pangsa pasar yang pro-keberlanjutan dan kondisi pasar yang semakin berkembang terhadap kepedulian lingkungan. Dalam kasus ini, *green tourism marketing* yang diterapkan oleh industri hotel di DIY memiliki tanggung jawab untuk menyediakan kualitas pengalaman berwisata dengan menjaga keseimbangan antara tujuan pemangku kepentingan untuk mengejar pertumbuhan destinasi dengan keberlanjutan sumber daya. Keberlanjutan menjadi sangat relevan dalam pengembangan kepariwisataan karena produk pariwisata di DIY berbasis pada alam dan budaya, sehingga sektor perhotelan sangat berkepentingan pada pelestarian sumber daya tersebut. Terlebih lagi tren pengembangan produk wisata menunjukkan *nature and people contact* yang semakin menentukan motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Wisatawan akan memilih dan mengevaluasi suatu destinasi berdasarkan ukuran-ukuran keberlanjutan, seperti *green environment*, *green culture* dan *green economy*. Prinsip tersebut sejalan dengan pilihan strategis pembangunan kepariwisataan di Indonesia yaitu *pro poor*, *pro job*, *pro growth*, dan *pro environment*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agenda 21 Sektorial 2000. *Agenda Pariwisata Untuk Pengembangan Kualitas Hidup Secara Berkelanjutan*.
- Charter, M. 1992. *Greener Marketing: A Responsible Approach to Business*. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing.
- Coddington, Walter 1993. *Environmental Marketing: Postive Strategies for Reaching Green Consumer*, New York:mc Graw-Hill.

- Graci, S. & Dodds, R. 2008. *Innovations and Barriers to Achieving Sustainable Tourism in Island Destinations*. Refereed Conference Proceedings. The Greening of Industry Conference. Leeuwarden, The Netherlands June 26-28, 2008.
- Gunn, Clare A., and Turgut Var. 2002. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Routledge.
- Inskeep, E. 1991. *Tourism Planning: An integrated and sustainable development approach*, New York.
- Ivanovic. M., et al. 2009. *Tourism Development Fresh Perspectives*. Pearson Education and Prentice Hall.
- Ottman, J.A. 1993. *Green Marketing, Challenges & Opportunities for the New Marketing Age*, Chicago: NTC Business Books, (Chapter 3).
- Panduan Penilaian Green Hotel Award*. 2011. Direktorat Standardisasi Pariwisata Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Peattie, K. 1995. *Environmental Marketing Management: Meeting the Green Challenge*. Pitman.
- Picard, Michael. 1992. *Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Sujatno, Bambang A. *Mensikapi Jogja dari Sisi Bisnis Hospitality*. Makalah Seminar. Dipresentasikan pada 16 Juli 2008 Diselenggarakan oleh Perhimpunan Hotel Restoran Indonesia (PHRI BPD DIY).
- Sprastayasa, I Gusti NA. 2008. Mass Tourism atau Quality Tourism: Sebuah Pemikiran untuk Pengembangan Pariwisata Bali Masa Depan. *Jurnal Ilmiah Kepariwisata*. Vol. 13 N0. 1 Maret 2008 (32-44). Jakarta: LP3M STP Tri Sakti. <http://www.tourismindonesiaonline.com>, diakses pada 29 September 2012
- <http://www.menlh.go.id/amdal/>, diakses pada 29 September 2012
- <http://www.greenhotels.com>, diakses pada 28 September 2012