

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia dengan kekayaan potensi alam yang begitu memukau, menyajikan pemandangan yang sangat indah. Selain itu, keberagaman budayanya menjadikan Indonesia memiliki ciri khas yang unik. Tentu dengan hal itu membuat Indonesia mempunyai banyak daya tarik pariwisata. Industri pariwisata di Indonesia tumbuh pesat dan memiliki potensi pertumbuhan yang luas. Selain itu, karena kerusakan lingkungan, isu-isu lingkungan ini meningkat secara internasional, sehingga sebagian besar fasilitas menjadi ramah lingkungan (Deraman, 2017). Meskipun kelestarian lingkungan menjadi mandat utama bagi organisasi di seluruh dunia, namun demikian, industri perhotelan tetap menjadi sektor yang lebih lambat merespons perubahan yang berkaitan dengan isu ramah lingkungan (Carroll, & Buchholtz, 2014). Dalam rangka pembangunan industri pariwisata Indonesia, berdasarkan dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2015 tentang RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional) 2015-2019, oleh karena itu banyak hotel diajak untuk menerapkan praktik ramah lingkungan guna mendukung kegiatan *Green Hotel*. Menyadari isu lingkungan yang semakin penting tersebut, industri hotel kini mulai menganggap isu lingkungan sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan, termasuk untuk bidang operasional. Tren ini mengubah kebanyakan organisasi untuk berorientasi menjadi industri hotel yang berwawasan ekonomi sekaligus lingkungan yang berkelanjutan. Artinya, fokus industri hotel tidak hanya pada proses produksi barang dan jasa saja, tetapi juga aktif untuk dapat melestarikan eksistensi lingkungan (Setiawati dan Sitorus, 2014).

Dengan banyaknya pembangunan hotel, maka akan berpotensi terhadap kerusakan lingkungan akibat pemanfaatan banyak sumber daya (Anggita, Wardhani, & Danusastro, 2016). Langkah ini menjadi salah satu upaya yang dapat diambil untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan yang berasal dari pertumbuhan sektor hotel yang terus meningkat seiring berjalannya waktu. Selain itu, sektor pariwisata dianggap sebagai industri yang tidak akan pernah mati,

sehingga banyak orang yang berkompetisi untuk menciptakan produk pariwisata yang unik dan menarik, dengan tujuan agar dapat bersaing dan menarik minat wisatawan, meskipun banyak jasa atau barang yang digunakan dalam industri perhotelan dan pariwisata dapat menyebabkan kerusakan lingkungan selama pengoperasian, produksi, atau pembuangannya, jasa atau barang tersebut bergantung pada vitalitas alam di wilayah sekitar mereka (Yousaf et al. 2021).

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli. Menurut Depdikbud dalam Fitriani, Arifin dan Rachmat (2017) minat merupakan kecenderungan, gairah, keinginan yang tinggi dan berasal dari hati terhadap sesuatu. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk mengenang dan melihat beberapa aktivitas yang dilakukan seseorang. Munculnya hal ini karena ada respons dan rangsangan untuk melakukan suatu aktivitas. Menurut Kotler dan Keller (2012) minat merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Albarq (2014) juga menyatakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen. Dapat diartikan minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata, oleh karena itu, penting bagi pengelola wisata untuk terus berupaya menjaga minat berkunjung para setiap wisatawan

Menurut Lanny Silvia et al. (2017) karena muncul banyaknya aturan atau regulasi dari pemerintah dan kesadaran masyarakat akan lingkungan meningkat, wisatawan gencar mencari hotel yang ramah lingkungan dibandingkan dengan hotel konvensional, sehingga bisa dapat mempengaruhi minat berkunjung ke hotel ramah lingkungan. Menurut Aulia (2020) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan sesuai dengan keinginan mereka. Sedangkan menurut Hernita dalam Kusuma, Khairul Dewi (2022) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Kotler and Keller dalam Kusuma, Khairul Dewi (2022), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat berdasarkan pada pengalaman dalam berkunjung. Oleh karena itu, hotel yang menerapkan praktik ramah lingkungan tidak hanya memenuhi regulasi

dan ekspektasi masyarakat tetapi juga mampu meningkatkan minat wisatawan berdasarkan pengalaman dan preferensi mereka terhadap destinasi yang berkelanjutan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta jumlah hotel di Jakarta sebanyak 549 dan jumlah *Green Hotel* yang ada di Jakarta menurut Tripadvisor sebanyak 9 hotel dan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang di Jakarta, Januari 2023 – Oktober 2023 dikatakan bahwa presentase tingkat hunian masih terbilang stabil karena tidak turun dibawah 50%. Ketika calon tamu melihat bahwa hotel memiliki tingkat hunian yang tinggi, mereka cenderung merasa lebih percaya diri untuk memesan kamar dan merencanakan kunjungan mereka. Perasaan ini didorong oleh keyakinan bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan terbaik dari hotel yang telah terbukti memenuhi harapan tamu-tamu sebelumnya. Dengan demikian, tingkat hunian yang tinggi dapat menjadi pendorong penting dalam meningkatkan minat berkunjung ke sebuah hotel, karena memberikan indikasi positif tentang kualitas dan kepuasan yang dapat diharapkan oleh para tamu potensial.

Pembangunan hotel yang terus menerus tanpa memikirkan dampak lingkungan mendatang dapat menimbulkan ancaman yang serius terhadap lingkungan. Industri perhotelan mengonsumsi energi, air, dan produk tidak tahan lama dalam jumlah yang besar dan juga merupakan salah satu penyumbang dampak negatif terbesar terhadap lingkungan. Menurut Lukiarti (2019) sikap kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh positif terhadap minat beli produk hijau. Penelitian Aryasa (2023) menjelaskan bahwa praktik ramah lingkungan seperti pengelolaan limbah yang efisien, pengurangan konsumsi air, dan penggunaan bahan ramah lingkungan telah mendorong minat tamu untuk memilih *Green Hotel* sebagai tempat menginap mereka. Menurut Ruiz (dalam Setiawati, 2014) *Green Hotel* merupakan hotel yang mensinergikan operasional sehari-harinya dengan upaya mengurangi dampak lingkungan melalui penyusunan toilet, sistem efisiensi energi, program daur ulang, pemanfaatan sistem energi terbarukan, sistem pengairan, pemanfaatan produk daur ulang, penggunaan produk organik pada makanan dan program yang mereduksi penggunaan air. Dibandingkan dengan hotel konvensional, hotel ramah lingkungan secara aktif dan cepat mengikuti panduan

dan praktik manajemen ramah lingkungan; Mendedikasikan hotel mereka untuk membuat perubahan ekologis, menampilkan dedikasi hotel mereka melalui *eco-label* atau logo *the green globe* serta mencari teknik praktik yang terbaik untuk manajemen lingkungan dengan bantuan para ahli (Han, et al, dalam Reagan Brian. 2019). Oleh karena itu, hotel ramah lingkungan diharapkan dapat memastikan pengurangan degradasi lingkungan melalui penerapan langkah-langkah seperti konservasi energi, pengurangan limbah, dan konservasi air.

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Pengertian persepsi berasal dari bahasa Inggris "*perception*" yang artinya; persepsi, penglihatan, tanggapan yang memiliki arti proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya; atau pengetahuan lingkungan yang diperoleh melalui interpretasi data indera (Marco E. N. Sumarandak et al. 2021) Teori *ecological perception* yang dikemukakan oleh Gibson (dalam Bell, 2001) menekankan perlunya pendekatan persepsi secara menyeluruh dan terarah sehingga pola stimulasi lewat visual memberikan *the perceiver* (orang yang merasakannya dan melihat) informasi sesegera mungkin mengenai suatu lingkungan termasuk karakter dari obyek atau tempat melalui sedikit usaha atau aktifitas yang kognitif. Persepsi terhadap lingkungan mempengaruhi hubungan individu dengan lingkungannya. Sikap individu terhadap lingkungannya dapat berupa: Pertama, individu menolak lingkungannya, yaitu bila individu tidak sesuai dengan keadaan lingkungannya. Kedua, individu menerima lingkungan, yaitu bila keadaan lingkungan cocok dengan keadaan individu. Ketiga, individu bersikap netral, apabila individu tidak mendapat kecocokan dengan keadaan lingkungan, tetapi dalam hal ini individu tidak mengambil langkah-langkah yang lebih lanjut yaitu bagaimana sebaiknya bersikap (Walgito, 2002).

Persepsi konsumen tentang hotel ramah lingkungan atau *Green Hotel* berperan penting dalam mempengaruhi minat berkunjung mereka. Persepsi ini terbentuk dari berbagai faktor, termasuk informasi yang tersedia tentang praktik keberlanjutan hotel, pengalaman pribadi atau testimoni dari orang lain, serta citra yang dibangun oleh hotel itu sendiri. Konsumen yang memiliki persepsi positif terhadap upaya hotel dalam menjaga kelestarian lingkungan cenderung memiliki

minat yang lebih tinggi untuk menginap di tempat tersebut. Persepsi bahwa hotel-hotel ini berkontribusi terhadap pelestarian alam dan memberikan pengalaman yang lebih otentik dan bertanggung jawab juga dapat meningkatkan daya tarik mereka. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran lingkungan, semakin banyak konsumen yang memilih akomodasi berdasarkan bagaimana mereka memandang dampak lingkungan dari pilihan mereka, menjadikan persepsi sebagai faktor kunci dalam keputusan berkunjung ke *Green Hotel*. Komitmen hotel adalah hal wajib untuk dapat memulai praktik ramah lingkungan (Teng, Wu, dan Liu, dalam Reagan Brian, 2019).

Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparenkraf) dalam acara National *Green Hotel Award* 2011 dalam Darmaputra et al (2020), *Green Hotel* adalah hotel yang menerapkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Terdapat tiga alasan mendasar untuk menerapkan *Green Hotel* pada industri pariwisata di Indonesia yaitu, Pariwisata seperti hotel harus bisa turut serta dalam bahaya perubahan iklim akibat pemanasan global dengan mengurangi emisi karbon, menghemat energi, konservasi air, dan menggunakan bahan ramah lingkungan; Hotel yang menghemat energi seperti listrik, air, dan bahan bakar rupanya bertujuan untuk penghematan pada biaya pengeluaran operasional hotel; Tuntutan dari masyarakat agar para pelaku usaha berperan serta dalam penghematan energi dan kepedulian lingkungan. Terdapat 10 kriteria penilai dalam *Green Hotel Award* 2013 yang meliputi, tata guna lahan, penggunaan energi, konservasi air, material ramah lingkungan, kualitas udara, pengelolaan limbah, *green purchasing*, *hotel management*, food management dan *corporate sosial responsibility* (CSR). 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.

Hotel konvensional umumnya merujuk pada jenis akomodasi yang tidak secara eksplisit mengadopsi praktik ramah lingkungan atau berkelanjutan. Hotel konvensional adalah akomodasi yang berfokus pada memberikan layanan dan fasilitas standar tanpa prioritas khusus pada inisiatif keberlanjutan atau ramah

lingkungan (Smith & Williams, 2018). Hotel konvensional digambarkan sebagai properti yang tidak secara khusus mengejar sertifikasi lingkungan atau tidak terlibat dalam inisiatif keberlanjutan yang sistematis (Baker & Walker, 2020). Fokus utama mereka adalah memberikan layanan yang konsisten dan memuaskan tamu tanpa pertimbangan besar terhadap dampak ekologis. Hotel-hotel ini biasanya menggunakan praktik operasional yang umum di industri perhotelan, seperti penggunaan energi dan air dalam jumlah besar, tanpa upaya signifikan untuk mengurangi dampak lingkungan. Dalam hal rasionalitas, pelanggan umum cenderung tidak membayar lebih untuk praktik ramah lingkungan dibandingkan tamu ramah lingkungan. Hasilnya, kepuasan terhadap hotel akan bervariasi seiring dengan persepsi tamu terhadap praktik ramah lingkungan yang dilakukan hotel.

Peneliti melakukan wawancara kepada pengujung salah satu *Green Hotel* sebanyak 5 responden. Berdasarkan wawancara 3 dari 5 responden mengatakan lebih memilih hotel konvensional daripada *Green Hotel*. Pemilihan hotel konvensional yang lebih banyak dikarenakan karena responden belum mengetahui atau mencoba *Green Hotel* sehingga lebih tertarik untuk hotel konvensional karena pengalaman. Selain itu, meskipun ada peningkatan minat dalam pengalaman menginap yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, beberapa tamu masih memilih hotel konvensional karena kenyamanan dan kebiasaan. Mereka mungkin merasa lebih akrab dengan format dan layanan yang ditawarkan oleh hotel konvensional, serta merasa lebih mudah untuk membandingkan dan memesan akomodasi melalui merek-merek yang sudah dikenal. Oleh karena itu, meskipun terdapat berbagai pilihan akomodasi baru yang muncul, hotel konvensional tetap menjadi pilihan utama bagi banyak tamu karena kenyamanan, kebiasaan, dan reputasi merek yang telah teruji.

Green Hotel dapat menjadi pilihan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab, menciptakan dampak positif pada lingkungan sekitarnya sambil memenuhi harapan dan kebutuhan tamu. Peneliti melakukan wawancara kepada pengujung salah satu *Green Hotel* sebanyak 5 responden. Berdasarkan wawancara 4 dari 5 responden mengatakan kurang persepsi atau informasi terkait *Green Hotel*. Kesadaran tentang pentingnya *Green Hotel* masih minim karena kurangnya informasi dan pemahaman tentang konsep ini. Penting untuk terus

edukasi dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya praktik ramah lingkungan dalam industri perhotelan untuk mendukung keberlanjutan lingkungan. Hal ini sejalan berdasarkan penelitian Demir et al. (2021) hotel ramah lingkungan menekankan kesadaran lingkungan dan menekankan bahwa hotel konvensional tidak memberikan kesadaran lingkungan dan nilai konsumsi kepada konsumen, padahal ada kemungkinan manfaat ini tidak diterima oleh calon konsumen hotel.

Berdasarkan uraian tersebut, pentingnya dilakukan penelitian ini karena beberapa alasan yang mendasar. Pertama-tama, kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan semakin meningkat di kalangan masyarakat global. *Green Hotel* menjadi salah satu inisiatif industri perhotelan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan menerapkan praktik ramah lingkungan. Namun, masih terdapat masalah dalam hal pemahaman dan minat masyarakat terhadap *Green Hotel*. Banyak orang mungkin tidak sepenuhnya memahami konsep *Green Hotel* atau bahkan kurang tertarik untuk mengunjungi *Green Hotel* karena mungkin merasa kurang nyaman atau khawatir tentang kualitas layanan atau fasilitas yang disediakan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah adalah:

- 1) Kurangnya minat berkunjung pada *Green Hotel* dari pada hotel konvensional.
- 2) Kurangnya informasi atau pemahaman tentang *Green Hotel* sehingga kesadaran tentang hotel ramah lingkungan masih minim.
- 3) Kurangnya persepsi mengenai *Green Hotel*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang sudah diuraikan maka perlu adanya pembatasan masalah penelitian dengan hanya fokus kepada Pengaruh Persepsi terhadap Minat untuk Berkunjung ke *Green Hotel*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini

dapat dirumuskan yakni “Apakah terdapat Pengaruh Persepsi terhadap Minat untuk Berkunjung ke *Green Hotel*?”

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih untuk pengembangan Ilmu Perhotelan terutama Sanitasi, Higiene dan K3, Teori Perilaku Konsumen.

1.5.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi industri perhotelan
Bagi hotel, diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas program pemasaran untuk menciptakan strategi bersaing.
- 2) Bagi Kemenparekraf
Bagi sektor pariwisata dapat memberikan informasi mengenai pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis ramah lingkungan.
- 3) Bagi Universitas Negeri Jakarta
Bagi mahasiswa prodi PKK, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.