

## ANALISA PERBEDAAN *ECO-FRIENDLY ATTITUDE* DAN *ECO-FRIENDLY INTENTION* ANTARA TURIS LOKAL DAN TURIS ASING TERHADAP *GREEN HOTEL*

**Regina Jokom**

Universitas Kristen Petra  
regina@petra.ac.id

**Monika Kristanti**

Universitas Kristen Petra

### **Abstract**

*The increasing concern for environmental degradation caused many people to pay more attention to the green practice in the industry including hotel. Majority of hotel chains have adopted environmental programs and labeled as green hotel.*

*This study examines the significant differences between local tourist and foreign tourist regarding eco-friendly attitude and eco-friendly intention toward green hotel. Questionnaires were distributed to 120 local tourists and 120 foreign tourists In Juanda International Airport Surabaya. The study reveals that there are significant differences in severity of environmental problems, intention to stay, intention to spread positive word of mouth, and intention to pay extra for green hotel between local and foreign tourist.*

**Keywords:** *eco-friendly attitude, eco-friendly intention, green hotel, hospitality*

### **1. PENDAHULUAN**

Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan semakin tinggi pada saat ini, sehingga hal ini menjadi isu penting bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Bahkan kebanyakan perusahaan sudah menjadikan isu peduli lingkungan ini sebagai bagian dari tanggung jawab sosial (Lee, 2009). Selain itu, perusahaan berusaha menciptakan *green value* dan *green marketing* pada strateginya guna meningkatkan minat beli masyarakat (Chen dan Chang, 2012).

*Lodging industry* termasuk salah satu industri utama yang menciptakan polusi lingkungan dan mengkonsumsi sejumlah besar air, energi, barang-barang yang tidak dapat didaur ulang serta sumber daya alam, yang pada akhirnya secara langsung atau tidak langsung membahayakan lingkungan. Sebagai akibatnya, beberapa hotel mulai menerapkan berbagai macam metode inovatif untuk meningkatkan operasional yang *green*, yang pada akhirnya disebut dengan *green hotel* (Han, et al, 2011). Konsep *green hotel* ini terbukti dapat menarik konsumen yang potensial (Pizam, 2009), karena kesan peduli lingkungan ini mengambil peranan penting dalam proses

pengambilan keputusan dan perilaku konsumen (Prendergast dan Man, 2002). Semakin banyak orang yang peduli terhadap lingkungan, wisatawan semakin memilih hotel yang ramah lingkungan (Han, et al, 2011).

Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Samarasinghe (2012) menunjukkan bahwa nilai budaya yang dimiliki seseorang berkorelasi dengan sikapnya terhadap lingkungan. Ini berarti, dibandingkan dengan negara maju, konsumen di negara berkembang seperti Srilanka memiliki perhatian yang lebih kecil terhadap lingkungan. Seperti juga halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Pirani dan Secondi (2011) yang dilakukan di negara-negara uni eropa, menemukan bahwa beberapa negara eropa yang paling kaya dan paling berkembang memiliki nilai yang tinggi dalam hal kepedulian dan perlindungan kepada lingkungan dibandingkan dengan negara eropa yang kurang maju. Di Indonesia sendiri, kementerian lingkungan hidup melakukan survei kepada masyarakat Indonesia tentang perilaku kepedulian lingkungan. Index perilaku masyarakat terhadap lingkungan pada tahun 2012 belum sepenuhnya baik, walaupun kenyataannya separuh dari masyarakat Indonesia telah memiliki pengetahuan yang baik tentang lingkungan hidup (Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia, 2013).

Dengan dasar pemikiran inilah, maka penelitian ini dilakukan di Surabaya yang bertujuan untuk melihat perbedaan antara turis lokal dan turis asing dalam hal *eco-friendly attitude* dan *eco-friendly intention* terhadap *green hotel*.

## **2. KAJIAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **2.1. Green hotel**

Lingkungan merupakan penerima utama dampak negatif yang diciptakan oleh konstruksi dan operasional hotel. Suksesnya industri hotel, sangat bergantung pada tersedianya lingkungan yang bersih. Hotel yang terletak di lokasi tertentu mengkonsumsi berbagai macam sumber daya alam, yang dapat didaur ulang ataupun tidak dapat didaur ulang, yang berhubungan dengan lingkungan tersebut. Hotel akan melepaskan berbagai macam benda padat, cair, emisi gas dan kotoran ke dalam lingkungan ketika melakukan konsumsi sumber daya. Konsumsi sumber daya alam yang tidak seimbang akan menciptakan beban bagi lingkungan sekitar (Manaktola dan Jauhari, 2007). Hotel-hotel yang pada umumnya masih konvensional, baik besar atau kecil, dikatakan bahwa hotel tersebut menyebabkan lingkungan semakin buruk karena penggunaan yang berlebihan atas barang-barang yang tidak dapat didaur ulang, air dan energi (listrik dan gas) untuk pemanas, ventilasi dan *air-conditioning* dan mengeluarkan sejumlah emisi ke dalam udara, air dan tanah (Han et al, 2011).

Semakin banyaknya peraturan terkait lingkungan dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan membuat semakin banyak konsumen yang mencari *eco-friendly* hotel daripada hotel konvensional. Hal ini menyebabkan banyak hotel yang mulai menerapkan berbagai macam metode inovatif untuk meningkatkan operasional yang '*green*'. Menurut Wolfe dan Shanklin (2001), *green* yaitu tindakan untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan seperti misalnya membeli atau menggunakan barang-barang yang dapat didaur ulang. Sedangkan *Green Hotel* yaitu operasional hotel yang menerapkan berbagai macam program ramah lingkungan seperti hemat air dan energi, mempunyai kebijakan pembelian yang ramah lingkungan, mengurangi pembuangan emisi atau limbah untuk melindungi lingkungan dan mengurangi biaya operasional (Green Hotel Association, 2008). *Green Hotel* secara aktif akan mengikuti panduan ramah lingkungan dan menerapkan manajemen lingkungan; berkomitmen untuk memperbaiki lingkungan dengan memasang logo '*eco-labels*' atau '*green globe*' dan mencari berbagai macam teknik untuk menerapkan manajemen lingkungan dengan bantuan ahli. Menerapkan *green hotel* bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan *green hotel* ataupun sekedar menjalankan tanggung

jawab terhadap lingkungan, tetapi hal tersebut dapat membawa dampak yang sangat besar pada biaya yang dikeluarkan oleh hotel dengan pengurangan sumber daya yang digunakan atau pengurangan limbah, perpanjangan jangka waktu penggunaan barang, perlindungan air dan energi, ataupun melakukan daur ulang (Han et al, 2011).

Hotel yang menjadi *green hotel* dapat meningkatkan kepuasan konsumen, permintaan pasar dan *image* hotel. Perusahaan yang mempunyai *green products* dapat memperkuat *image* ramah lingkungan untuk menarik lebih banyak konsumen. Sekitar 67% masyarakat Amerika tidak keberatan membayar 5 -10% lebih mahal untuk *green products* karena kesadaran untuk melindungi lingkungan. Hal ini juga berlaku bagi industri hotel (Han et al, 2011). Mensah (2004) mengatakan bahwa 90% tamu hotel lebih suka tinggal di hotel yang menerapkan *green management*. Bulter (2008) juga menyebutkan bahwa 16% tamu Kimpton Hotels and Restaurants memilih untuk tinggal di hotel tersebut karena penerapan program ramah lingkungan seperti penggunaan *nontoxic cleaning agents* dan tempat sampah di dalam kamar. *Green management* dalam industri hotel pada saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran dan perencanaan operasional.

## **2.2. Eco-friendly attitude**

Terjadinya masalah lingkungan yang serius disebabkan beberapa hal antara lain penggunaan energi dan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui secara berlebihan, penyediaan makanan dan produk yang berlebihan, dan proses produksi yang tidak ramah lingkungan. Hal ini membuat semakin banyak masyarakat yang sadar akan masalah lingkungan dan merasa bahwa sumber daya alam yang dimiliki semakin terbatas serta lingkungan menjadi semakin mudah rusak. Kesadaran lingkungan membangkitkan sikap yang positif terhadap kegiatan ramah lingkungan dan mendorong masyarakat untuk lebih banyak terlibat dalam perilaku ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. *Eco-friendly attitudes* pada umumnya dikaitkan dengan level kepentingan seseorang terhadap lingkungan. *Eco-friendly attitudes* terdiri dari beberapa dimensi (Han et al, 2011), yaitu

1. Persepsi individu akan keseriusan permasalahan lingkungan, bahwa seseorang merasa masalah lingkungan adalah sesuatu yang serius
2. Ketidaknyamanan melakukan ramah lingkungan
3. Pentingnya ramah lingkungan
4. Tingkat persepsi individu akan tanggung jawab perusahaan dalam hal ramah lingkungan, bahwa individu percaya perusahaan harus memperhatikan masalah lingkungan

## **2.3. Eco-friendly intention**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Laroche et al (2001) terkait profil *green customer* dari sisi demografi, psikologi dan perilaku, ditemukan bahwa sikap ramah lingkungan seseorang terkait sangat erat dengan kemauan untuk membayar lebih untuk produk ramah lingkungan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Manaktola dan Jauhari (2007) tentang sikap konsumen terhadap *green practices* yang dilakukan hotel di India, ditemukan bahwa konsumen yang sadar terhadap penerapan ramah lingkungan yang dilakukan hotel membuat konsumen lebih suka mengunjungi *green hotel*. Berdasarkan penelitian ini, juga ditemukan bahwa 22% responden ketika akan menginap akan mencari informasi tentang *green hotel* dan informasi ini digunakan untuk memilih hotel; tetapi sikap atau perilaku yang positif terhadap *green practices* tidak selalu membuat orang mau membayar lebih. Pada kenyataannya hanya 15% responden yang bersedia untuk membayar lebih sedangkan sisanya merasa bahwa biaya harus ditanggung oleh pihak hotel atau ditanggung bersama. Lebih jauh lagi, didapatkan hasil bahwa 40%

responden bersedia membayar lebih tinggi sekitar 4 – 6% untuk tinggal di green hotel. Hal ini juga didukung oleh penelitian tentang peranan sikap terhadap *green behaviors* yang dilakukan oleh Han et al (2009), dimana konsumen yang mempunyai sikap positif terhadap perilaku ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari serta mempunyai image yang positif terhadap *green hotel*, akan mau untuk tinggal, merekomendasikan dan membayar lebih untuk *green hotel*. Semakin banyak konsumen yang menyukai *green hotel* menyebabkan industri hotel mulai melihat bahwa *green practices* tidak hanya sebagai strategi sementara serta proyek perencanaan operasional, tetapi justru sebagai dasar bagi usaha manajemen. Secara keseluruhan, *green management* dapat menciptakan keunggulan bagi sebuah hotel yaitu *brand differentiation*, serta peningkatan loyalitas konsumen dan reputasi hotel (Han et al, 2011).

Akan tetapi, studi lain menunjukkan bahwa sikap dan perilaku kepedulian juga dipengaruhi oleh nilai budaya (Samarasinghe, 2012), dimana negara berkembang seperti Srilanka memiliki kesadaran dan kepedulian yang lebih rendah dibandingkan dengan negara yang lebih maju. Hal ini juga didukung oleh Pirani dan Secondi (2011), yang menyatakan bahwa negara-negara Eropa yang kurang maju memiliki sikap ramah lingkungan yang lebih rendah dibandingkan negara-negara Eropa yang maju. Oleh karena itu, hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Ada perbedaan *eco-friendly attitude* yang signifikan antara turis lokal dan turis asing terhadap *green hotel*

H2: Ada perbedaan *eco-friendly intention* yang signifikan antara turis lokal dan turis asing terhadap *green hotel*

### **3. METODE PENELITIAN**

Survei telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada turis yang pernah menginap di hotel, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *attitudes* dan *intention* turis secara umum terhadap *green hotel*. Kuesioner yang diberikan kepada turis asing maupun lokal terbagi menjadi 4 bagian. Bagian pertama dan kedua berisi tentang definisi *green hotel* dan profil responden. Bagian ketiga yaitu pernyataan terkait *eco-friendly attitudes*, dan bagian keempat yaitu pernyataan terkait *eco-friendly intention*. Adapun skala yang digunakan yaitu *7-point Likert-type scale*, dengan *range* satu (sangat tidak setuju) sampai tujuh (sangat setuju). Kuesioner ini juga dibuat dalam dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Teknik *Blind Parralel Translation* digunakan guna meningkatkan validitas kuesioner yang diterjemahkan Kuesioner, yakni dengan mengambil beberapa penerjemah yang menerjemahkan pada waktu yang bersamaan dan terpisah yang kemudian dibandingkan hasilnya satu dengan yang lainnya (Usunier dan Lie, 2015). Total kuesioner yang dibagikan sejumlah 240 tetapi hanya 207 kuesioner yang dapat digunakan untuk analisa lebih lanjut, sehingga *response rate* kuesioner sebesar 86.25%. Pembagian kuesioner dilakukan di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya, dimana 120 lembar untuk turis lokal dan 120 lembar untuk turis asing. Adapun pembagian kuesioner dilakukan pada tanggal 5 – 10 April 2015.

Setelah kuesioner dibagikan, kuesioner yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan *Independent Sample t-test* dengan tujuan untuk melihat apakah ada perbedaan signifikan *eco-friendly attitude* dan *intention* turis asing dan turis lokal terhadap *green hotel*. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Eco-friendly attitudes* yaitu sikap yang positif terhadap kegiatan ramah lingkungan dan keterlibatan dalam perilaku ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, terdiri dari beberapa dimensi:

- 1.1. Persepsi individu akan keseriusan permasalahan lingkungan, bahwa seseorang merasa masalah lingkungan adalah sesuatu yang serius.
    - 1.1.1. Negara Indonesia mempunyai cukup listrik, air dan pohon yang tidak perlu dkuatirkan akan punah
    - 1.1.2. Bumi adalah sistem yang tertutup dimana segala sesuatu pada akhirnya kembali seperti semula sehingga tidak perlu kuatir akan keadaannya pada masa sekarang
  - 1.2. Ketidaknyamanan melakukan ramah lingkungan
    - 1.2.1. Melakukan daur ulang menimbulkan banyak masalah
    - 1.2.2. Memisahkan sampah untuk daur ulang menimbulkan banyak masalah
  - 1.3. Pentingnya ramah lingkungan
    - 1.3.1. Melakukan daur ulang akan mengurangi polusi
    - 1.3.2. Daur ulang sangat penting untuk menjaga sumber daya alam
  - 1.4. Tingkat persepsi individu akan tanggung jawab perusahaan dalam hal ramah lingkungan, bahwa individu percaya perusahaan harus memperhatikan masalah lingkungan
    - 1.4.1. Hotel peduli terhadap lingkungan
    - 1.4.2. Hotel dalam melakukan pengemasan makanan, penggunaan kertas, penggunaan tissue harus memperhatikan masalah lingkungan
2. *Eco-friendly intention* yaitu kemungkinan untuk konsumen hotel mau menginap di *green hotel*, memberikan *word-of-mouth* yang positif serta kesediaan membayar lebih untuk sebuah *green hotel*.
- 2.1. Keinginan untuk menginap
    - 2.1.1. Akan tinggal di *green hotel* ketika berpergian
    - 2.1.2. Berusaha untuk tinggal di *green hotel* ketika berpergian
    - 2.1.3. Bersedia untuk tinggal di *green hotel* ketika berpergian
  - 2.2. Keinginan untuk melakukan *word-of-mouth*
    - 2.2.1. Mendorong teman dan keluarga untuk tinggal di *green hotel* ketika berpergian
    - 2.2.2. Menyarankan untuk tinggal di *green hotel* ketika ada seseorang yang mencari hotel
    - 2.2.3. Mengungkapkan hal-hal positif tentang hotel yang ramah lingkungan
  - 2.3. Kesediaan untuk membayar lebih
    - 2.3.1. Akan mengeluarkan uang lebih untuk dapat tinggal di hotel yang ramah lingkungan
    - 2.3.2. Dapat diterima untuk membayar lebih untuk sebuah hotel yang melakukan *green practices*
    - 2.3.3. Kesediaan untuk membayar lebih untuk sebuah *green hotel*

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut dijabarkan profil responden turis lokal dan asing berdasarkan jenis kelamin, usia, negara tempat tinggal, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan per bulan, pengetahuan tentang *green hotel* serta apakah responden pernah menginap di *green hotel*.

*Analisa Perbedaan Eco-friendly Attitude dan Eco-friendly Intention Antara Turis Lokal dan Turis Asing  
(Regina Jokom dan Monika Kristanti)*

**Tabel 1.**  
Profil Responden

	Jumlah	Prosentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	113	55.10
Perempuan	92	44.90
<b>Usia</b>		
17-25 thn	63	30.4
>25-35 thn	59	28.5
>35-45 thn	37	17.9
>45-60 thn	48	23.2
<b>Tempat Tinggal</b>		
Asia	85	41.1
Western	16	7.7
Indonesia	105	50.7
Lainnya	1	0.5
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
School	48	23.3
Under-graduate	88	42.7
Post-graduate	70	34
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar/mahasiswa	56	27.1
Pegawai swasta	41	19.8
pegawai negeri	18	8.7
Wiraswasta	55	26.6
Profesional	35	16.9
Lain-lain	2	1
<b>Pendapatan per bulan turis lokal</b>		
<= Rp. 2.500.000	26	12,6%
Rp. 2.500.001 – 7.500.000	45	21,8%
Rp. 7.500.001 – 12.500.000	17	8,2%
>Rp. 12.500.000	11	5,3%
<b>Pendapatan per bulan turis asing</b>		
<= \$ 3000	41	19,8%
\$ 3001 – 6000	45	21,7%
\$ 6001 – 10.000	21	10,1%
<b>Pengetahuan tentang green hotel</b>		
Ya	55	26.6
Tidak	74	35.7
Ragu-ragu	78	37.7
<b>Pernah menginap di green hotel</b>		
Ya	28	13.5
Belum pernah	86	41.5
Tidak tahu	93	44.9

Total responden sebesar 207 orang terdiri dari 105 turis lokal dan 102 turis asing. Adapun responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 113 orang dan perempuan sebesar 92 orang. Responden sebagian besar berusia 17-25 tahun sebesar 63 orang, kemudian berusia >25-35 tahun sebesar 59 orang, berusia >45-60 tahun sebesar 48 orang dan berusia >35-45 tahun sebesar 37 orang. Responden turis asing didominasi oleh turis dari Asia sebanyak 85 orang, antara lain dari China, Egypt, Hongkong, Thailand, India, Malaysia, Korea, Philipina, Vietnam

dan Singapore. Sedangkan turis di luar Asia berasal dari Mozambique, Belanda, Jerman, Australia, England dan Spain. Responden mempunyai tingkat pendidikan under-graduate atau setingkat dengan diploma atau sarjana sebesar 88 orang. 70 orang mempunyai pendidikan *post-graduate* atau setingkat S2 atau S3, dan sisanya sebesar 48 orang berada di tingkat sekolah yaitu SMA ataupun kuliah. 73% responden bekerja baik sebagai pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta ataupun profesional. Sedangkan pelajar atau mahasiswa sebesar 27%. Rata-rata responden turis lokal mempunyai pendapatan per bulan sebesar Rp. 2.500.001 – 7.500.000 dengan prosentase 21,8%. Sedangkan turis asing mempunyai pendapatan per bulan rata-rata \$3001 – 6000 dengan prosentase sebesar 21,7%. Mayoritas responden, ragu-ragu apakah responden mempunyai pengetahuan tentang *green hotel*, sedangkan responden yang mempunyai pengetahuan tentang *green hotel* hanya sebesar 55 orang. Selain itu, 93 responden mengatakan tidak tahu apakah responden pernah menginap di *green hotel*. Ini sesuai dengan pernyataan sebelumnya bahwa responden ragu-ragu ataupun tidak mempunyai pengetahuan tentang *green hotel*. Sedangkan responden yang pernah menginap di *green hotel* hanya sebesar 28 orang, antara lain responden tersebut menginap di Ayana Hotel Bali, Best Western Premier Victoria, JW Marriott, Novotel Hotel Bali, Santika Hotel, Shangrila Hotel, Sheraton Hotel, Westin Bali, Surabaya Plaza Hotel dan lain-lain.

#### 4.1. Hasil

##### 4.1.1. Rata-rata *eco-friendly attitude* dan *eco-friendly intention* turis

Pada tabel dibawah ini menunjukkan sikap ramah lingkungan yang dimiliki turis. Selain itu juga menunjukkan minat turis terhadap hotel yang ramah lingkungan.

**Tabel 2.**  
Sikap Ramah Lingkungan Turis

No	Pernyataan	Nilai rata-rata	Kategori
<b>Persepsi individu akan keseriusan permasalahan lingkungan</b>			
1	Di bumi, kita mempunyai cukup listrik, air dan pohon yang tidak perlu dikuatirkan akan habis	2,12	Sangat tidak setuju
2	Bumi adalah sistem yang tertutup dimana segala sesuatu pada akhirnya kembali normal sehingga kita tidak perlu kuatir akan kondisi saat ini	2,24	Tidak setuju
	Total nilai rata-rata	2,18	Sangat tidak setuju
<b>Ketidaknyamanan melakukan ramah lingkungan</b>			
3	Melakukan daur ulang menimbulkan banyak kerepotan	2,83	Tidak setuju
4	Memisahkan sampah untuk daur ulang menimbulkan banyak kerepotan	3,17	Tidak setuju
	Total nilai rata-rata	3	Tidak setuju
<b>Pentingnya ramah lingkungan</b>			
5	Melakukan daur ulang akan mengurangi polusi	4,78	Setuju
6	Daur ulang sangat penting untuk menjaga sumber daya alam	5,48	Setuju
	Total nilai rata-rata	5,13	Setuju
<b>Tingkat persepsi individu akan tanggung jawab perusahaan</b>			
7	Hotel dan restoran harus peduli terhadap lingkungan	5,48	Setuju
8	Hotel dalam melakukan pengemasan makanan, penggunaan kertas, penggunaan tissue harus memperhatikan masalah lingkungan	5,55	Setuju
	Total nilai rata-rata	5,52	Setuju

**Analisa Perbedaan Eco-friendly Attitude dan Eco-friendly Intention Antara Turis Lokal dan Turis Asing  
(Regina Jokom dan Monika Kristanti)**

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa turis mempunyai sikap ramah lingkungan yang tinggi, dimana turis tidak setuju terhadap tindakan tidak ramah lingkungan dan setuju terhadap tindakan-tindakan yang ramah lingkungan. Turis sangat tidak setuju bahwa bumi mempunyai cukup listrik, air dan pohon yang tidak perlu dikuatirkan akan habis. Para turis sadar bahwa permasalahan lingkungan adalah sesuatu yang perlu dipikirkan dengan sangat serius. Para turis mendukung adanya tindakan melakukan daur ulang, karena hal tersebut menjaga sumber daya alam yang dimiliki oleh bumi. Para turis sadar bahwa tanggung jawab menjaga lingkungan tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi merupakan tanggung jawab bersama dengan hotel dan restoran. Hotel dan restoran harus peduli terhadap lingkungan dalam melakukan pengemasan makanan, penggunaan kertas, dan penggunaan tissue.

**Tabel 3.**  
Minat Turis terhadap Hotel Ramah Lingkungan

No	Pernyataan	Nilai rata-rata	Kategori
<b>Keinginan untuk menginap</b>			
1	Saya akan menginap di <i>green hotel</i> ketika bepergian	4,90	Setuju
2	Saya berusaha untuk menginap di <i>green hotel</i> ketika bepergian	4,94	Setuju
3	Saya bersedia untuk menginap di <i>green hotel</i> ketika bepergian	5,24	Setuju
	Total nilai rata-rata	5,03	Setuju
<b>Keinginan untuk melakukan <i>word-of-mouth</i></b>			
4	Saya akan mendorong teman dan keluarga untuk menginap di <i>green hotel</i> ketika bepergian	5,01	Setuju
5	Saya akan menyarankan untuk menginap di <i>green hotel</i> ketika ada seseorang yang mencari hotel	4,98	Setuju
6	Saya mengungkapkan hal-hal positif tentang hotel yang ramah lingkungan	5,26	Setuju
	Total nilai rata-rata	5,08	Setuju
<b>Kesediaan untuk membayar lebih</b>			
7	Saya akan mengeluarkan uang lebih untuk dapat menginap di hotel yang ramah lingkungan	4,87	Setuju
8	Saya dapat menerima apabila harus membayar lebih untuk sebuah hotel yang melakukan tindakan ramah lingkungan	4,87	Setuju
9	Saya bersedia membayar lebih untuk sebuah <i>green hotel</i>	4,85	Setuju
	Total nilai rata-rata	4,86	Setuju

Berdasarkan tabel diatas, dapat terlihat bahwa turis mempunyai minat terhadap hotel yang ramah lingkungan. Turis selalu berusaha menginap ataupun menginap di *green hotel* ketika bepergian. Selain itu, turis akan selalu mendorong, menyarankan ataupun mengungkapkan hal-hal positif tentang hotel ramah lingkungan; dan turis bersedia ataupun menerima ketika harus membayar lebih untuk sebuah hotel yang ramah lingkungan.

**4.1.2 Perbedaan *eco-friendly attitude* dan *eco-friendly intention* turis**

Untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan antara *eco-friendly attitudes* dan *eco-friendly intention* antara turis lokal dan asing, maka dilakukan independent sample t-test. Adapun hasil tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.**  
Independent sample t-test *eco-friendly attitudes*

	Sig	Mean differences
Keseriusan masalah lingkungan	0.004	-0.47940
Ketidaknyamanan melakukan ramah lingkungan	0.348	-0.15978
Pentingnya ramah lingkungan	0.874	0.02433
Tanggung jawab perusahaan	0.631	-0.06742

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa perbedaan yang signifikan dalam *eco-friendly attitudes* antara turis asing dan lokal yakni dalam hal persepsi individu terkait keseriusan permasalahan lingkungan (sig. 0.004). Sedangkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada ketiga komponen lain dari *eco-friendly attitudes*. Terkait keseriusan permasalahan lingkungan, turis lokal mempunyai persepsi yang lebih rendah daripada turis asing, dimana turis asing berada pada kategori sangat tidak setuju terhadap tindakan tidak ramah lingkungan, dan turis lokal hanya dalam kategori tidak setuju terhadap tindakan tidak ramah lingkungan.

**Tabel 5.**  
Independent sample t-test *eco-friendly intention*

	Sig	Mean differences
Keinginan untuk menginap	0.000	0.52192
Keinginan untuk melakukan <i>word-of-mouth</i>	0.000	0.54704
Kesediaan untuk membayar lebih	0.000	0.63549

Dengan melihat tabel 5, diketahui bahwa terdapat perbedaan *eco-friendly intention* yang signifikan antara turis lokal dan turis asing. Turis asing mempunyai minat yang lebih tinggi dalam keinginan untuk menginap di *green hotel*, keinginan untuk melakukan *word-of-mouth* yang positif tentang *green hotel* dan kesediaan untuk membayar lebih untuk sebuah *green hotel*.

#### 4.2. Pembahasan

Berdasarkan uji beda, terlihat bahwa ada perbedaan signifikan untuk komponen keseriusan terhadap permasalahan lingkungan, serta perbedaan signifikan untuk ketiga komponen *eco-friendly intention* antara turis asing dan turis lokal. Perbedaan signifikan keseriusan permasalahan lingkungan, dimana nilai rata-rata turis asing lebih tinggi dibandingkan dengan turis lokal. Hal ini disebabkan karena perbedaan persepsi. Bagi orang asing, khususnya negara maju, bahwa tindakan ramah lingkungan merupakan tanggung jawab pribadi individu, sedangkan bagi penduduk negara berkembang seperti Indonesia, individu merasa bahwa tanggung jawab ramah lingkungan bukan sepenuhnya tanggung jawab pribadi tetapi merupakan tanggung jawab perusahaan untuk melakukan tindakan ramah lingkungan (Dutta *et al.*, 2008). Hal ini juga terlihat dari nilai rata-rata untuk tanggung jawab perusahaan dimana skor rata-rata turis lokal lebih tinggi daripada turis asing.

Perbedaan signifikan ketiga komponen *eco-friendly intention* disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap lingkungan. Hal ini sesuai dengan pendapat Han *et al.* (2011), bahwa kesadaran terhadap lingkungan mendorong adanya sikap yang positif terhadap kegiatan ramah lingkungan, mendorong orang untuk mau lebih melakukan tindakan ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, yang pada akhirnya mendorong adanya *eco-friendly intention*. Hal ini juga didukung oleh Manaktola dan Jauhari (2007) yang

mengatakan bahwa tamu yang sadar terhadap *green program* yang dilakukan hotel yang akan menunjukkan minat untuk menginap di *green hotel*. Selain itu, perbedaan signifikan pada *eco-friendly intention* juga disebabkan fakta bahwa negara Indonesia merupakan negara berkembang dibanding negara-negara asing yang merupakan negara maju. Dutta et al (2008) mengatakan bahwa turis dari negara maju mau membayar 10% lebih besar untuk *green hospitality industry*; turis dari negara maju mau membayar lebih mahal untuk produk yang mempunyai dampak minimum terhadap lingkungan. Selain itu, turis yang mempunyai sikap ramah lingkungan yang lebih positif akan mau membayar lebih untuk produk dan jasa dari sebuah perusahaan yang peduli pada lingkungan. Hal ini juga sesuai dengan nilai rata-rata sikap ramah lingkungan dan rata-rata intensi turis asing yang lebih besar dari rata-rata sikap dan intensi turis lokal.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kebanyakan turis tidak paham akan konsep *green hotel* sehingga tidak tahu apakah hotel tempat menginap menerapkan konsep *green* atau tidak. Hasil ini berarti pihak hotel masih kurang dalam mensosialisasikan konsep *green* yang dimiliki serta praktek-prakteknya, sehingga harapan pihak hotel yakni dengan menggunakan label *green hotel* dapat menarik tamu, tidak bisa diwujudkan secara maksimal.

## **5. PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Terdapat perbedaan *eco-friendly attitude* yang signifikan antara turis lokal dan asing terhadap *green hotel*. Perbedaan ini terletak pada komponen keseriusan terhadap permasalahan lingkungan, sedangkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan untuk ketiga komponen *eco-friendly attitudes* yang lain. Selain itu, terdapat perbedaan *eco-friendly intention* yang signifikan antara turis lokal dan turis asing terhadap *green hotel*. Perbedaan ini terdapat pada seluruh dimensi *eco-friendly intention*, yakni keinginan untuk menginap, keinginan untuk melakukan *word of mouth* dan kesediaan untuk membayar lebih.

### **5.2. Saran**

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang harus dipertimbangkan untuk penelitian lebih lanjut. Pertama, terkait dengan komposisi sampel dimana responden terbesar berasal dari Indonesia dan Asia, sehingga perlu diperbanyak responden asing yang berasal dari *western country* untuk memberikan gambaran yang lebih luas tentang *eco-friendly attitudes* dan *eco-friendly intention*.

Selanjutnya, penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kuantitatif yang kurang menggambarkan jawaban responden, sehingga untuk penelitian lebih lanjut disarankan untuk menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan mendapatkan hasil dan pemahaman yang lebih baik tentang *eco-friendly attitudes* dan *eco-friendly intention*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bulter, J. 2008. *The Compelling Hard Case for Green Hotel Development*. Cornell Hotel and Restaurant Administrative Quarterly, Vol. 49, pp. 234-244.
- Chen, Y-S and Chang, C-H., 2012. *Enhance Green Purchase Intention*. Management Decision, 50(3), pp.502-520.
- Dutta, K., Umashankar, V., Choi, G. dan Parsa, H.G. 2008. *A Comparative Study of Consumers' Green Practice Orientation in India and The United States: A Study from The Restaurant Industry*. Journal of Foodservice Business Research, 11(3), pp. 269-285.

- Green Hotel Association, 2008. *What are green hotels?*. [online] Available at: <[www.greenhotels.com/whatare.htm](http://www.greenhotels.com/whatare.htm)> [Accessed 10 May 2013].
- Han, H., Hsu, L., Lee, J. 2009. *Empirical Investigation of The Roles of Attitudes Toward Green Behaviors, Overall Image, Gender, and Age in Hotel Customer's Eco-friendly Decision Making Process*. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), pp. 519-528.
- Han, H., Hsu, L., Lee, J., Sheu, C. 2011. *Are Lodging Customers Ready To Go Green? An Examination of Attitudes, Demographics, and Eco-friendly Intentions*. *International Journal of Hospitality Management*, 30, pp. 345-355.
- Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia. 2013. *Executive Summary Perilaku Masyarakat Peduli Lingkungan Survei KLH 2012*. [online] Available at: <<http://www.menlh.go.id/buku-survei-2012-perilaku-masyarakat-peduli-lingkungan/>> [Accessed 12 October 2013].
- Laroche, M., Bergeron, J., Barbaro-Forleo, G. 2001. *Targeting Consumers Who Are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18(6), p. 503-520.
- Lee, K.-H. 2009. "Why and How to Adopt Green Management into Business Organizations?: The Case Study of Korean SMEs in Manufacturing Industry". *Management Decision*, 47(7), pp.110-121.
- Manaktola, K., Jauhari, V. 2007. *Exploring Consumer Attitude and Behavior Towards Green Practices in The Lodging Industry in India*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), pp. 364-377.
- Mensah, I. 2004. *Environmental management practices in US hotels*. [online] Available at: <[www.hotel-online.com/news/PR2004.2nd/May04EnvironmentalPractices.html](http://www.hotel-online.com/news/PR2004.2nd/May04EnvironmentalPractices.html)> [Accessed 15 October 2013].
- Pirani, E. and Secondi, L. 2011. *Eco-Friendly Attitudes: What European Citizens Say and What They Do*. *International Journal of Environmental Research*, 5 (1), pp.67-84.
- Pizam, A. 2009. "Green hotels: A Fad, Ploy or Fact of Life?". *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 28(1), p. 1.
- Prendergast, G. and Man, H.W. 2002. "The influence of Store Image on Store Loyalty in Hong Kong's quick service restaurant industry". *Journal of Food Service Business Research*, 5(1), pp. 45-59.
- Usunier, J.C., Lee, J. A., dan Lee, J. 2005. *Marketing across cultures*. Pearson Education.
- Samarasinghe, R. 2012. The Influence of Cultural Values and Environmental Attitudes on Green Consumer Behaviour. *International Journal of Behavioral Science*, 7(1), pp. 83-98
- Wolfe, K.L., Shanklin, C.W. 2001. Environmental Practices and Management Concerns of Conference Center Administrations. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25(2), p. 209-216.