

Investigasi *Green Hotel* Sebagai Alternatif Produk Ramah Lingkungan

Bambang Supriadi

Program Kepariwisata Unmer Malang
E-mail : Bambang@unmer.ac.ic

Abstrak: Isue global pengelolaan lingkungan merupakan perhatian serius, demikian pula industri perhotelan di Jawa Timur yang berkomitmen terhadap ramah lingkungan yang tidak terlalu banyak sehingga dibutuhkan investigasi ilmiah bertujuan untuk menganalisis praktek pengelolaan produk hotel dengan ramah lingkungan yang di sebut *Green Hotel* dalam rangka peningkatan efisiensi energi, efisiensi air, kualitas udara, dan sistem pengelolaan limbah padat dan limbah cair. Metode penelitian ini berjenis deskriptive kualitatif, bersifat kausalitas, dengan pendekatan menggunakan metode *survey*. Data yang dikumpulkan menggunakan pendekatan persepsional-institusi. Data diolah dengan skala penilaian kinerja lingkungan bagi hotel dari nilai 1 sampai dengan 5 poin terhadap praktek *Green Hotel*. Hasil investigasi dapat di simpulkan sebagai berikut ; Sebesar 45% hotel memahami terhadap konsep dan implementasi *green product* Sebesar 50% hotel menggunakan kembali air untuk penyiraman taman. Sebesar 40% himbauan manajemen hotel seperti dalam penggunaan kembali handuk dan spreng tempat tidur. Sebagian besar 90% hotel sudah menggunakan pendingin ruangan berjenis VRV air-condition yang dapat mengatur suhu sesuai jumlah orang dalam ruangan dan otomatis mati jika tidak ada orang. Sebesar 45% hotel menyediakannya dispenser untuk menggabungkan *shampo* dan *conditioner* (pelembab rambut) dalam satu produk sehingga tidak akan menambah sampah plastik.

Kata Kunci: Investigasi, *Green Hotel*, Lingkungan

1. Pendahuluan

Perhatian terhadap kesadaran pengelolahan lingkungan telah mengalami perkembangan. Dari hasil survey tahun 2008 menurut National Leisure Survei Travel, 85% wisatawan berharap terhadap kepedulian lingkungan (Crocker, 2008) dan 34% dari wisatawan yang disurvei menginginkan hotel yang ramah lingkungan, dan 38% manajemen hotel telah menyediakan fasilitas hijau (Clausing, 2008). Jika banyak wisatawan bertujuan bisnis maupun rekreasi benar-benar peduli lingkungan, maka ada kemungkinan bahwa sikap mereka dan preferensi berpusat pada produk wisata hijau dan jasa yang ramah lingkungan.

Jika wisatawan lebih memilih hotel yang membuat upaya mengurangi dampak terhadap lingkungan, mereka mungkin memiliki pengalaman keseluruhan yang sesuai dengan sikap pribadi mereka sebagai gaya hidup. Jika para pelaku bisnis perhotelan menyadari hal ini, mereka bisa membuat produk mereka menyediakan fasilitas ramah lingkungan untuk menarik wisatawan.

Hotel di Indonesia yang komitmen terhadap ramah lingkungan tidak banyak. Karena sedikitnya pemahaman terhadap *Green Hotel* yaitu hotel yang memiliki konsep untuk mempraktikkan kesadaran terhadap kualitas lingkungan, hal ini jika dibiarkan akan akan berakibat buruk terhadap lingkungan atau jalannya *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Masalah tersebut disampaikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenpar, 2013) Kementrian Pariwisata dalam acara *National Green Hotel Award 2011* dan menyatakan bahwa di Indonesia masih banyak hotel yang tidak paham terhadap konsep *Green Hotel*. Banyak hotel berbintang 4 dan 5 yang berdiri di Indonesia dan belum memahami konsep *Green Hotel*. Hal ini penting mengingat *Green Hotel* yang merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Ni Luh, 2013).

Bukti lain menunjukkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu Mari Elka Pangestu mencoba memberikan penghargaan Green Hotel Award di Indonesia yang berwawasan lingkungan dan kepariwisataan yang berkelanjutan. Akan tetapi, penghargaan yang pertama kalinya diberikan itu ternyata kurang mendapat respon yang positif oleh 290 hotel. Dari jumlah tersebut, hanya 76 hotel yang menyatakan kesediaan atau keikutsertaan. Dari 76 hotel itu pun hanya 32 yang lolos verifikasi awal. Artinya, hotel yang betul-betul menjalankan Green Hotel hanya 31 hotel yang bersedia didatangi oleh tim penilai sebagai tahap penilaian hotel sebagai perusahaan ramah lingkungan dan berkelanjutan (Ni Luh, 2013).

Hotel-hotel di Indonesia meskipun tidak sepenuhnya mendapatkan sertifikasi sebagai green hotel setidaknya mulai berpikir tentang konsep-konsep ramah lingkungan. Jika hotel peduli pada lingkungan, otomatis juga peduli pada tamunya. Beberapa hotel memang telah memiliki reputasi sebagai *green hotel*. Biasanya hotel-hotel ini telah mendapatkan penghargaan atau sertifikasi.

Berdasarkan jumlah kamar yang tersedia untuk seluruh hotel bintang yang ada di Provinsi Jawa Timur, jumlahnya mencapai 12.330 kamar yang bertaraf standar dengan ketersediaan tempat tidurnya sebanyak 19.980 buah, sementara suite ada sebanyak 103 dengan jumlah tempat tidur 103 buah. Pada hotel non bintang tersedia kamar sebanyak 28.568 dengan jumlah tempat tidur 42.028 buah yang bertaraf standar, untuk kamar suite ada 205 dengan tempat tidur yang tersedia sebanyak 205 buah. (Lihat Tabel)



Pada tahun 2014 Tingkat Penghunian Kamar (TPK) untuk hotel bintang sebesar 39,33 persen dengan Rata-rata Lama Menginap Tamu (RLMT) selama 2,99 hari untuk tamu asing dan 1,86 hari untuk tamu nusantara. Ini menunjukkan bahwa pada tahun 2014 rata-rata dari 100 kamar yang tersedia pada hotel bintang ada sebanyak 39 hingga 40 kamar di antaranya telah terjual setiap malamnya, yang diikuti dengan lamanya menginap tamu asing antara 2 hingga 3 hari dan selama 1 hingga 2 hari untuk tamu domestik. Maka tujuan penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis aspek *Green Hotels* terhadap pengelolaan lingkungan dan sumberdaya hotel untuk peningkatan efisiensi energi, efisiensi air, kualitas udara, dan sistem pengelolaan limbah padat dan limbah cair.

2. Tinjauan Pustaka

1. *Green Product*

Beberapa penulis telah mencoba untuk mendefinisikan *Green Product*, Peattie (1995, p. 181) mendefinisikan produk hijau yaitu "ketika kinerja lingkungan dan sosial, proses produksi, penggunaan dan pembuangan, secara signifikan meningkat dan dibandingkan dengan produk konvensional". Definisi ini menyoroti fase siklus hidup yang berbeda di mana suatu produk dapat menunjukkan fitur ramah lingkungan. dapat dimaknahi sebagai *green hotel*,

Reinhardt (1998, p 46) mendefinisikan bahwa produk hijau terjadi ketika: "bisnis menciptakan produk yang memberikan manfaat lingkungan yang lebih besar, atau menekan biaya lingkungan lebih kecil dibandingkan produk sejenis". Definisi ini menunjukkan bahwa produk hijau tidak hanya produk-produk dengan dampak lingkungan yang lebih rendah, tetapi juga mereka yang menyediakan manfaat *environ-mental* yang lebih besar jika dibandingkan dengan produk konvensional.

Hasil penelitian Ljungberg(2007) lebih detail menjelaskan tentang kriteria-kriteria Green product yaitu :

1. Mengurangi bahan dan penggunaan energi dalam proses produk
2. Mengurangi emisi/sisa buangan gas dan penciptaan racun
3. Meningkatkan jumlah bahan daur ulang
4. Memperpanjang masa manfaat produk
5. Meminimalkan dan menilai dampak lingkungan
6. Memiliki "fungsional ekonomi"
7. Menggunakan *reverse logistics* (logistik terbalik)
8. Meningkatkan efisiensi dalam penggunaan
9. Memaksimalkan pemanfaatan sumber daya terbarukan
10. Meminimalkan intensitas (tingkatan) layanan untuk produk dan layanan

2. Lingkungan Hidup

Konsep operasional lingkungan hidup menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dalam Bab I Pasal I adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Perlindungan serta pengelolaan lingkungan hidup merupakan upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum. Lingkungan hidup meliputi:

- a. Pembangunan berkelanjutan yaitu upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan.
- b. Pelestarian fungsi lingkungan hidup yaitu rangkaian upaya untuk memelihara kelangsungan daya dukung dan daya tampung lingkungan hidup.
- c. Baku mutu lingkungan hidup adalah ukuran batas atau kadar makhluk hidup, zat, energi, atau komponen yang ada atau harus ada dan/atau unsur pencemar yang ditenggang keberadaannya dalam suatu sumber daya tertentu sebagai unsur lingkungan hidup.
- d. Pencemaran lingkungan hidup adalah masuk atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energi, dan/atau komponen lain ke dalam lingkungan hidup oleh kegiatan manusia sehingga melampaui baku mutu lingkungan hidup yang telah ditetapkan.

Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Peneliti	Karakteristik Green Products
Peattie(1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recyclability /material yang mudah di daur ulang 2. Resource efficiency /Efisiensi Sumber daya 3. Dampak positif terhadap sosial-ekosistem 4. Penggunaan sumber daya Keberlanjutan 5. Sistem limbah dan pembuangan 6. Eco-efisiensi produksi dan organisasi
Robert(1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan bahan terbarukan (seperti tenaga surya, tenaga angin, arus air proses biologi, dan panas bumi) 2. Hindari penggunaan bahan beracun 3. Menggunakan sumber daya terbarukan sesuai dengan tingkat pengisian
ShrivastavaandHart (1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki dampak lingkungan yang rendah selama pemakaian 2. Mudah dikomposkan, digunakan kembali, atau didaur ulang pada akhir masa pakainya
Roy et al.(1996)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengurangi masalah lingkungan global 2. Efisiensi Energi 3. Dirancang untuk bertahan, atau digunakan kembali, direkondisi atau didaur ulang 4. Menghasilkan minimum polusi dan limbah 5. Dibuang dengan aman

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Minimalisasi penggunaan bahan termasuk kemasan 7. Diproduksi dari sumber daya terbarukan atau bahan daur ulang 8. Diproduksi secara lokal dan dari bahan lokal untuk mengurangi dampak transportasi 9. Informasi lingkungan pada produk yang tersedia bagi pembeli 10. Tidak berbahaya bagi kesehatan manusia
Luttropp and Lagerstedt(2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak menggunakan zat beracun dan memanfaatkan lilitan tertutup jika ada zat beracun 2. Minimalisasi konsumsi energi dan sumber daya dalam tahap produksi dan transportasi 3. Minimalisasi konsumsi energi dan sumber daya pada tahap penggunaan 4. Mempromosikan perbaikan dan peningkatan lingkungan 5. Promosikan produk dengan umur panjang 6. Investasi bahan yang lebih baik dan perawatan 7. Mempromosikan peningkatan perbaikan dan daur ulang

3. Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis deskriptive kualitatif, bersifat kausalitas, dengan pendekatan menggunakan metode *survey* dan lokasi penelitian di Jawa Timur. Data yang dikumpulkan menggunakan pendekatan persepsional untuk memudahkan pengukuran. Data diolah dengan skala penilaian kinerja lingkungan bagi hotel dari nilai 1 sampai dengan 5 poin digunakan terhadap *Green Hotel*.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Propinsi Jawa Timur memiliki potensi industri pariwisata yang besar dengan rata-rata persentase perkembangan jumlah hotel keseluruhan baik melati maupun bintang adalah 9,54%. Perkembangan hotel berbintang di Jawa Timur adalah 16.7% dan merupakan pekembangan hotel yang paling tinggi. Perkembangan wisatawan nusantara (Wisnus) pada tahun 2013 sejumlah 39.663.005 dan wisman mancanegara 300.090 wisman, naik sebesar 11.78% dibanding pada tahun 2012 yang jumlahnya 269.943. Lama tinggal wisnus adalah 1.7 hari tinggal sedangkan wisman lebih lama yaitu selama 2.5 hari. Jawa Timur memiliki pintu masuk wisatawan mancanegara yaitu Bandara Juanda dengan urutan ke 5 dalam kontribusi masuknya wisatawan mancanegara ke Indonesia 2.56% setelah Bandara Tanjung Uban (Bintan – Riau) 3.61%, dengan demikian pihak pemerintah perlu memperhatikan hotel yang memiliki kepedulian lingkungan untuk diberi reward.

Sebesar 40% Beberapa hotel dengan baik menggunakan kembali air bekas mandi untuk menyiram tanaman. 75% Hotel ramah lingkungan memiliki kebijakan bebas dari asap rokok. 40% Hotel-hotel menempatkan kartu-kartu imbauan seperti penggunaan kembali handuk dan sprej tempat tidur sehingga handuk dan sprej tempat tidur tidak perlu diganti setiap hari. Dengan demikian tamu cukup minta dirapikan kembali. 30% hotel yang memiliki lantai-lantai khusus bebas rokok. Sebagian tamu dapat memilih menginap di kamar yang berada di lantai tanpa asap rokok. Dan 30% Hotel menerapkan hemat energi dan masih dsebagian hotel konservatif masih suka menggunakan lampu pijar. Begitu pula penggunaan pendingin ruangan (AC). Dan 80% Hotel menggunakan pendingin ruangan berjenis VRV air-condition yang dapat mengatur suhu sesuai jumlah orang dalam ruangan dan otomatis mati jika tidak ada orang.

Sebesar 80% hotel memiliki keasrian taman atau banyak tanaman. Taman-taman hijau berfungsi untuk membersihkan udara sekitar hotel. Penggunaan air untuk menyiram tanaman yang dilakukan pihak hotel menggunakan air bekas mandi yang diolah untuk menyiram tanaman. Dan masih sedikit Hotel menyediakan dispenser untuk sabun dan shampo. Seharusnya Green hotel menyediakannya dalam dispenser atau wadah isi ulang dan mengabungkan *shampo* dan *conditioner* (pelembab rambut) dalam satu produk sehingga tidak akan menambah sampah plastik. 20% Lantai hotel tanpa karpet hal ini karena karpet membutuhkan energi listrik yang lebih banyak untuk dibersihkan dan bahan kimia yang digunakan dapat mencemari lingkungan.

Sebanyak 30% hotel menyediakan Koran berdasarkan permintaan. Hotel memberikan pilihan untuk tamu apakah ingin koran tersedia atau tidak jadi koran tersedia sesuai permintaan tidak setiap kamar di beri. Masih sedikit hotel menyediakan Bahan makanan organik ataupun produk lokal yaitu

menggunakan bahan-bahan lokal atau membelinya di petani sekitar hotel. Seharusnya Dengan membeli secara lokal, pihak hotel telah menghemat bensin dan waktu untuk transportasi.

5. Kesimpulan

Rata-rata persentase perkembangan hotel berbintang Jawa Timur adalah 16.7% dan merupakan perkembangan hotel yang paling tinggi. Perkembangan wisatawan nusantara (Wisnus) pada tahun 2013 sejumlah 39.663.005 dan wisman mancanegara 300.090 wisman, naik sebesar 11.78% dibanding pada tahun 2012 yang jumlahnya 269.943. Lama tinggal wisnus adalah 1.7 hari tinggal sedangkan wisman lebih lama yaitu selama 2.5 hari.

Jawa Timur memiliki pintu masuk wisatawan mancanegara yaitu Bandara Juanda dengan urutan ke 5 dalam kontribusi masuknya wisatawan mancanegara ke Indonesia 2.56% setelah Bandara Tanjung Uban (Bintan – Riau) 3.61% (Dinas Kebudayaan & Pariwisata, 2013).

Sebagian kecil hotel dengan baik menggunakan kembali air bekas mandi untuk menyiram tanaman. Dan 75% Hotel ramah lingkungan memiliki kebijakan bebas dari asap rokok. Dan masih sedikit Hotel-hotel menempatkan kartu-kartu imbauan seperti penggunaan kembali handuk dan sprei tempat tidur sehingga handuk dan sprei tempat tidur tidak perlu diganti setiap hari. Dengan demikian tamu cukup minta dirapikan kembali.

Belum maksimalnya praktek hotel hijau menerapkan hemat energi dan masih sebagian hotel konservatif masih suka menggunakan lampu pijar. Begitu pula penggunaan pendingin ruangan (AC). Akan tetapi sebagian besar hotel menggunakan pendingin ruangan berjenis VRV air-condition yang dapat mengatur suhu sesuai jumlah orang dalam ruangan dan otomatis mati jika tidak ada orang.

Kesadaran manajemen hotel memiliki keasrian taman atau banyak tanaman cukup tinggi mengingat taman hijau berfungsi untuk membersihkan udara sekitar hotel. Dan masih sedikit Hotel menyediakan dispenser untuk sabun dan shampo. Seharusnya Green hotel menyediakannya dalam dispenser atau wadah isi ulang dan mengabungkan shampo dan conditioner (pelembab rambut) dalam satu produk sehingga tidak akan menambah sampah plastik.

Masih sebagian hotel menyediakan Koran berdasarkan permintaan. Hotel memberikan pilihan untuk tamu apakah ingin koran tersedia atau tidak jadi koran tersedia sesuai permintaan tidak setiap kamar di beri. Dan masih terbatas hotel menyediakan bahan makanan organik atau produk lokal yaitu menggunakan bahan-bahan lokal atau membelinya di petani sekitar hotel untuk menghemat bensin dan waktu untuk transportasi.

6. Daftar Pustaka

- [1] Banerjee, B., & McKeage, K. (1994). How green is my value, exploring the relationship between environmentalism and materialism. *Advances in Consumer Research*, 21, 147–152.
- [2] Brooker, G. (1976). The self-actualizing socially conscious consumer. *Journal of Consumer Research*, 3(9), 107–112.
- [3] Clausing, J. (2008). Survey: Boomers more likely to go green in business travel. *Travel Weekly*, 67(2), 22.
- [4] Crocker, M. (2008, July 28). Among leisure travelers surveyed, nearly everyone professes to be green. Retrieved from <http://apps.travelweekly.com/Multimedia/consumertrends072808/index.html>.
- [5] Crocker, M. (2008, July 28). Among leisure travelers surveyed, nearly everyone professes to be green. Retrieved from <http://apps.travelweekly.com/Multimedia/consumertrends072808/index.html>.
- [6] Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Jawa Timur, 2013, Kebudayaan dan Pariwisata dalam Angka Tahun 2013, Surabaya.
- [7] Eric.S.W., Chan, S.C.K. Wong (2006), Motivations for ISO 14001 in the hotel industry, *Journal of Tourism Management*, 27, 481–492.
- [8] Gubernur, 2012, Banunan Gedung Hijau, Peraturan No. 38 Tahun 2012 Gubernur Provinsi DKI, Jakarta.

- [9] Kemenpar; <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2985> diakses tanggal 15 desember 2013.
- [10] Ljungberg, L.Y., 2007. Materials selection and design for development of sustainable products. *Materials and Design* 28, 466e479.
- [11] Luttrupp, C., Lagerstedt, J., 2006. EcoDesign and the ten golden rules: generic advice for merging environmental aspects into product development. *Journal of Cleaner Production* 14 (15/16), 1396e1408.
- [12] Millar M, Karl JM, Seyhmus B, 2012, Importance of Green Hotel Attributes to Business and Leisure Travelers , *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 21:395–413, 2012
- [13] Ni Luh Made, 2013, Gaya hidup yang serba ramah lingkungan bukan sekedar tren, <http://travel.kompas.com/> Diakses 14 April 2015.
- [14] Peattie, K., 1995. *Environmental Marketing Management: Meeting the Green Challenge*. Pitman Publishing, London, UK.
- [15] Pedersen, E., & Neergaard, P. (2006). Caveat emptor —let the buyer beware! Environmental labeling and the limitations of ‘green’ consumerism. *Business Strategy and the Environment*, 15, 15–29.
- [16] Ray Wang, 2012, The investigation of Green Best Practices for Hotels in Taiwan, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 57 (2012) 140 – 145.
- [17] Reinhardt, F.L., 1998. Environmental product differentiation: implications for corporate strategy. *California Management Review* 40 (4), 43e73.
- [18] Robert, K.-H., March/April 1995. The natural step. *Timeline*, 1e24.
- [19] Roy, R., Wiold, D., Gardiner, J.P., Potter, S., 1996. *Innovative Product Development*. The University, Milton Keynes, UK.
- [20] Rully Dwiantoro :<http://mrd93.blogspot.com/2013/10/manajemen-lingkungan-evolusi-perubahan.html> Diakses tgl 14 April 2015.
- [21] Schmidheiny, S., 1992. Changing course: a global business perspective on development and the environment. In: *Business Council for Sustainable Development*. MIT Press, Cambridge, MA.
- [22] Shrivastava, P., Hart, S., 1995. Creating sustainable corporations. *Business Strategy and the Environment* 4 (3), 154e165.
- [23] Simon, F.L., 1992. Marketing green products in the triad. *Columbia Journal of World Business* 27 (3-4), 268e285.
- [24] Singgih santoso, 2002, *Aplikasi SPSS Pada Statistika Multivariat*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- [25] Sugiyono, 1997, *Statistik untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- [26] Wilco W. Chan, 2009, Environmental Measures For Hotels’ environmental Management Systems ISO 14001, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 21 No. 5, pp. 542-560.
- [27] William B. Dodds, Kent B., Monroe dan Dhruv Grewal (1991) Effects of Price, Brand, and Store Information, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXVIII (August, 1991), 307-19.