

# **BAB I PEDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang**

Pariwisata di Indonesia memiliki peran strategis dalam peningkatan devisa negara dan pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2023, sektor pariwisata menunjukkan pencapaian yang signifikan setelah periode pemulihan pascapandemi COVID-19. Nilai devisa yang dihasilkan sektor pariwisata mencapai USD 14 miliar (Kemenparekraf, 2023). Menurut Mayer (2019) menyatakan bahwa pariwisata adalah sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau liburan dan tujuan lainnya.

Peningkatan kontribusi sektor pariwisata ini tentunya tidak lepas dari berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, baik dalam hal kebijakan pemulihan ekonomi pasca-pandemi, serta promosi destinasi pariwisata yang mengutamakan protokol kesehatan. Pelonggaran pembatasan perjalanan internasional, peningkatan aksesibilitas, serta kebijakan visa yang lebih mudah diakses oleh wisatawan internasional turut menjadi faktor pendorong pemulihan sektor pariwisata Indonesia. Selain itu, penyesuaian dan adaptasi terhadap tren pariwisata yang lebih mengutamakan kesehatan dan keamanan juga membantu meningkatkan minat wisatawan.

Dalam industri pariwisata, akomodasi merupakan salah satu aspek penting yang menentukan kenyamanan wisatawan. Faktor akomodasi menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan saat merencanakan perjalanan, karena akomodasi menyediakan tempat tinggal sementara selama mereka berwisata. Menurut Walker (2019) Sektor akomodasi mencakup berbagai jenis penginapan yang menyediakan layanan tempat tinggal, mulai dari hotel mewah hingga motel ekonomi, masing-masing melayani segmen pasar dan kebutuhan tamu yang berbeda.

Salah satu bentuk akomodasi di Indonesia adalah hotel mengutip dalam Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif nomor 4 tahun 2021 tentang standar kegiatan usaha pada penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis resiko sektor pariwisata, Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar-kamar di dalam 1 (satu) atau lebih bangunan, termasuk losmen, penginapan, pesanggrahan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya. ruang lingkup hotel di Indonesia dibagi menjadi 2 (dua) bagian yang pertama hotel berbintang kedua non berbintang, hotel bintang yaitu usaha penyediaan jasa pelayanan penginapan yang memenuhi ketentuan sebagai hotel bintang, serta jasa lainnya bagi umum dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan.

Sedangkan hotel non bintang atau melati yaitu usaha penyediaan jasa layanan penginapan bagi umum yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bagian bangunan yang telah memenuhi ketentuan sebagai hotel melati yang ditetapkan dalam surat keputusan instansi

yang membinanya. Lebih lanjut mengutip dalam *American hotel and lodging association* (2019) mendefinisikan hotel sebagai suatu bentuk bangunan atau gedung yang dikelola secara komersil salah satunya menyediakan sarana penginapan untuk umum dengansarana pelayanan seperti jasa layanan makan dan minum, *room service* (jasa layanan kamar), *concierge* (jasa layanan barang tamu), *laundry* atau *bisa* (pencucian pakaian) dan tamu bisa menggunakan sarana atau *amenities* dan merasakan nuansa hotel di dalamnya. Pada dasarnya salah satu dalam segi pengelolaan hotel baik sebagai produk pariwisata dari segi bangunan maupun kegiatan operasionalnya sudah sebaiknya harus diarahkan pada pengembangan dan pengelolaan hotel yang berkelanjutan serta berwawasan ramah lingkungan.

Di Indonesia, hotel-hotel di destinasi populer seperti Bali, Jakarta, dan Yogyakarta menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan sampah dan konsumsi energi, yang juga berkontribusi pada masalah lingkungan. Mengingat hubungan erat antara pariwisata dan perubahan iklim, keinginan menjadi isu penting bagi para pemangku kepentingan industri pariwisata Indonesia, termasuk sektor perhotelan, yang sangat bergantung pada warisan alam dan budaya yang rentan terhadap degradasi lingkungan. Sektor akomodasi khususnya hotel, merupakan salah satu penyumbang utama dampak lingkungan, mengingat energi dan udara yang tinggi. Banyak hotel di Indonesia mulai mengadopsi praktik hijau, seperti desain hemat energi, strategi konservasi udara, dan program pengelolaan limbah untuk mengurangi jejak lingkungan mereka.

Konsep *green hotel* menjadi tren global dalam industri perhotelan sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan. *Green hotel* dapat didefinisikan sebagai properti penginapan pro-lingkungan yang menerapkan praktik hijau yang berbeda seperti menghemat air dan energi, mengurangi limbah padat, dan mendaur ulang dan menggunakan kembali barang-barang layanan yang tahan lama (misalnya, tempat sampah, handuk, dll.) untuk melindungi bumi tempat kita hidup. (Ali, 2019). Sedangkan menurut Sadguna (2020) Hotel ramah lingkungan atau *Green Hotel* adalah hotel yang menerapkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Terdapat 3 (tiga) alasan mendasar untuk menerapkan *Green Hotel* dalam industri pariwisata di Indonesia yaitu:

1. 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.
2. Hotel yang menghemat energi seperti listrik, air, dan bahan bakar rupanya bertujuan untuk penghematan pada biaya pengeluaran operasional hotel.
3. Tuntutan dari masyarakat agar para pelaku usaha berperan serta dalam penghematan energi dan kepedulian lingkungan.

Indonesia bersama sepuluh negara anggota ASEAN Brunei Darussalam, Kamboja, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam, masuk ke dalam pengembangan standar hotel ramah lingkungan. Standar hotel ramah lingkungan sudah ditetapkan oleh ASEAN harus memenuhi 27 (dua puluh tujuh) Namun sampai 2024 hanya terdapat 5 (lima) hotel yang

bersertifikasi Green Hotel yaitu : Safari Resort Bogor, Nihi Sumba NTT, 101 Bali Fontana Seminyak, Capella Ubud Bali, Plataran Menjangan Bali (Kemenparekraf, 2024).

Hal ini menjadi masalah karena banyaknya hotel-hotel belum menjaga lingkungan dengan memenuhi kriteria efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan konservasi air (Susanto, 2020) artinya adalah bahwa masih rendahnya penerapan standar ramah lingkungan di hotel-hotel Indonesia menimbulkan tantangan besar dalam upaya konservasi lingkungan. Sedangkan wisatawan sudah mulai meningkatkan perhatian terhadap isu lingkungan sebagai salah satu tujuan berwisata dan mulai mendorong pelaku bisnis perhotelan untuk menerapkan Green Practice dalam manajemen perhotelan.

Green Practice tidak hanya menawarkan kenyamanan dan kualitas pelayanan, tetapi juga menerapkan praktek ramah lingkungan yang dapat meningkatkan persepsi tamu terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. dengan mengintegrasikan elemen-elemen keberlanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang efisien, dan penggunaan produk ramah lingkungan, oleh karena itu, faktor-faktor lingkungan yang diusung oleh penerapan green practice dapat berperan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan tamu dan pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas tamu yang lebih tinggi. standar ramah lingkungan di hotel-hotel Indonesia menimbulkan tantangan besar dalam upaya konservasi lingkungan.

Sedangkan wisatawan sudah mulai meningkatkan perhatian terhadap isu lingkungan sebagai salah satu tujuan berwisata dan mulai mendorong pelaku bisnis perhotelan untuk menerapkan *Green Practice* dalam manajemen perhotelan. *Green Practice* tidak hanya menawarkan kenyamanan dan kualitas pelayanan, tetapi juga menerapkan praktek ramah lingkungan yang dapat meningkatkan persepsi tamu terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. dengan mengintegrasikan elemen-elemen keberlanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang efisien, dan penggunaan produk ramah lingkungan, oleh karena itu, faktor-faktor lingkungan yang diusung oleh penerapan *green practice* dapat berperan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan tamu dan pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas tamu yang lebih tinggi.

Salah satu aspek yang penting dalam pengembangan *green practice* adalah pengelolaan energi dan air yang lebih efisien. Hotel yang menerapkan teknologi hemat energi, seperti sistem pemanas air tenaga surya atau lampu LED, tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga membantu mengurangi emisi karbon, yang merupakan kontribusi signifikan terhadap perubahan iklim (Zhang et al., 2022).

*Green practice* mencakup efisiensi energi, pengelolaan limbah yang efektif, penggunaan sumber daya air yang bijak, serta penerapan produk dan layanan ramah lingkungan. Menurut Liu et al. (2021), penerapan *green practice* di industri perhotelan tidak hanya berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan tetapi juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu karena tamu semakin

sadar akan pentingnya keberlanjutan. Selain itu, studi oleh Kim dan Lee (2023) menunjukkan bahwa hotel yang mengadopsi *green practice* memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar pariwisata modern. Keunggulan ini tidak hanya berasal dari efisiensi operasional dan citra positif terhadap lingkungan, tetapi juga dari kemampuan hotel dalam menciptakan pengalaman menginap yang lebih bernilai bagi para tamu.

Penerapan *green practices* tidak hanya berdampak pada lingkungan tetapi juga terhadap tingkat kepuasan tamu. Menurut Chen et al. (2021), kepuasan tamu merupakan hasil dari evaluasi subjektif terhadap pengalaman menginap, yang mencakup aspek layanan, fasilitas, dan suasana hotel. Hotel yang berhasil memberikan pengalaman menginap yang nyaman dan berkelanjutan lebih mungkin mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari tamu mereka. Kepuasan ini, pada akhirnya, berperan penting dalam membangun loyalitas tamu.

Studi oleh Park dan Kim (2023) menegaskan bahwa kepuasan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, yang tercermin dalam keputusan tamu untuk kembali menginap dan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Hal ini mencerminkan pentingnya prinsip integrasi keberlanjutan dalam industri perhotelan sebagai respon terhadap harapan dan tuntutan dari para tamu untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas tamu. Dalam konteks ini, kepuasan tamu menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan hotel. Menurut Chen et al. (2021), kepuasan tamu merupakan hasil dari evaluasi subjektif terhadap pengalaman menginap yang mencakup aspek layanan,

fasilitas, dan suasana hotel. Kepuasan ini tidak hanya berdampak pada kemungkinan tamu untuk kembali menginap, tetapi juga mempengaruhi citra hotel secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, citra hotel yang positif dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan, terutama di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kepuasan harus mencakup elemen-elemen yang mampu menciptakan hubungan emosional yang kuat antara tamu dan hotel (Shen & Fong, 2020). Pengalaman emosional ini dapat terbentuk melalui berbagai aspek, seperti pelayanan yang personal, perhatian terhadap detail, dan kemampuan staf untuk menunjukkan empati serta memahami kebutuhan tamu secara mendalam.

Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kenyamanan kamar, dan kebersihan memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi positif tamu. Kualitas pelayanan mencakup sikap ramah staf, kecepatan respon terhadap permintaan tamu, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tamu secara efektif. Kenyamanan kamar meliputi ketersediaan fasilitas yang memadai, desain interior yang menarik, serta suasana yang mendukung kenyamanan istirahat. Sementara itu, kebersihan hotel mencakup kebersihan kamar, area umum, serta fasilitas penunjang lainnya yang menjadi perhatian utama bagi tamu, terutama dalam situasi pascapandemi di mana standar kebersihan menjadi prioritas utama (Kandampully & Zhang, 2020).



Kepuasan tamu memiliki peran krusial sebagai jembatan untuk membangun loyalitas tamu. Loyalitas tamu tercermin dari keinginan untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan hotel kepada orang lain, yang menjadi aset berharga bagi kelangsungan bisnis hotel. Studi oleh Park dan Kim (2023) menunjukkan bahwa kepuasan tamu berperan sebagai mediator penting dalam membangun loyalitas, di mana tamu yang puas cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi.

Hal ini berarti bahwa kepuasan tamu tidak hanya berdampak langsung pada keputusan tamu untuk kembali, tetapi juga mempengaruhi perilaku tamu dalam menyebarkan rekomendasi positif kepada jaringan sosial, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Implikasi dari tingginya tingkat kepuasan tamu tidak hanya terbatas pada pengalaman individu mereka, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis hotel melalui peningkatan loyalitas tamu.

Tamu yang loyal cenderung memiliki frekuensi kunjungan yang lebih tinggi dan lebih sedikit terpengaruh oleh faktor harga dibandingkan tamu baru. Tamu yang loyal juga lebih toleran terhadap perubahan kecil dalam kualitas layanan, asalkan ekspektasi dasar tetap terpenuhi (Liu et al., 2022). Oleh karena itu, strategi peningkatan kepuasan tamu menjadi kunci dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas tamu. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan, mulai dari peningkatan kualitas layanan, personalisasi pengalaman tamu, hingga implementasi teknologi untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan.

Studi lain oleh Huang dan Hsu (2021) mengungkapkan bahwa loyalitas tamu bukan hanya tentang kedatangan berulang, tetapi juga mengenai keterikatan emosional yang dibangun selama pengalaman menginap. Tamu yang merasa terikat secara emosional dengan suatu hotel lebih cenderung untuk menunjukkan loyalitas jangka panjang, yang tidak hanya terbatas pada keputusan untuk kembali, tetapi juga pada keputusan untuk merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas tidak semata-mata didasarkan pada manfaat fungsional, seperti harga atau kualitas layanan, tetapi juga pada pengalaman emosional yang positif yang diciptakan selama interaksi dengan hotel.

Penelitian oleh Wang et al. (2022) menegaskan kembali bahwa interaksi yang penuh empati antara staf hotel dan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan keterikatan emosional, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas tamu. Lebih lanjut, studi oleh Lee dan Choi (2023) menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang berfokus pada penciptaan pengalaman yang bermakna bagi tamu, seperti program loyalitas yang dipersonalisasi dan acara eksklusif untuk pelanggan tetap, dapat memperkuat ikatan emosional tersebut. Program loyalitas yang tidak hanya menawarkan insentif finansial tetapi juga pengalaman eksklusif mampu meningkatkan perasaan dihargai dan diakui, yang merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas jangka panjang.

Selain itu, Kim dan Park (2021) mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi dalam meningkatkan pengalaman tamu, seperti aplikasi mobile untuk layanan pribadi dan sistem umpan balik yang responsif, juga berkontribusi pada peningkatan keterikatan emosional. dalam konteks ini, manajemen hotel harus mengadopsi pendekatan holistik yang tidak hanya berfokus pada kepuasan fungsional tetapi juga pada kepuasan emosional. hal ini melibatkan pelatihan staf untuk mengembangkan kecerdasan emosional, merancang pengalaman tamu yang unik, serta membangun budaya layanan yang menempatkan kebutuhan emosional tamu sebagai prioritas utama (Zhang et al., 2024).

Selain aspek emosional, penting juga untuk mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi loyalitas tamu, seperti tren industri, perubahan preferensi konsumen, dan kondisi serta ekonomi global dan lingkungan. dalam penelitian oleh Chen et al. (2021) yang mengemukakan bahwa loyalitas tamu tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh pengalaman keseluruhan yang mencakup faktor lingkungan dan keberlanjutan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini fokus pada pentingnya penerapan *green practice* dalam industri perhotelan Indonesia dan dampaknya terhadap kepuasan serta loyalitas tamu. *Green practice* yang diterapkan oleh hotel diharapkan tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan pengalaman menginap tamu, yang pada pasangan berkontribusi pada loyalitas tamu dan kesuksesan jangka panjang industri perhotelan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana tamu yang

telah menginap di hotel bintang lima di Jakarta memandang praktik hotel hijau (*green practice*), serta bagaimana praktik tersebut berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi persepsi tamu terhadap *praktik hotel hijau* serta meneliti apakah praktik tersebut merupakan faktor penentu dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas tamu terhadap hotel hijau. Model penelitian ini mengusulkan dua dimensi loyalitas tamu. Loyalitas pertama mengacu pada kesetiaan terhadap hotel tertentu yang pernah dikunjungi tamu, sedangkan loyalitas kedua berfokus pada niat tamu untuk kembali dan merekomendasikan kategori umum “*green hotel*” kepada orang lain. Dengan demikian, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi apakah pengalaman positif di hotel hijau dapat meningkatkan loyalitas tamu terhadap kategori hotel ramah lingkungan ini (Martínez García de Leaniz, 2015; Martínez García de Leaniz et al., 2017; Wang et al., 2018). Selain itu, penelitian ini akan menyelidiki peran kepuasan tamu sebagai mediator yang signifikan dalam membentuk loyalitas tamu.

## B. Perumusan masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian, sebagai Berikut:

1. Apakah *green practice* berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu?
2. Apakah *green practice* berpengaruh positif terhadap loyalitas tamu?
3. Apakah *green practice* berpengaruh positif terhadap loyalitas tamu *green hotel*?
4. Apakah kepuasan tamu berpengaruh terhadap loyalitas tamu di hotel?
5. Apakah kepuasan tamu berpengaruh terhadap loyalitas tamu di *green hotel*?
6. Apakah kepuasan tamu menjadi mediasi dalam pengaruh antara *green practice* terhadap loyalitas tamu?
7. Apakah kepuasan tamu menjadi mediasi dalam pengaruh antara *green practice* terhadap loyalitas tamu di *green hotel*?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh positif *green practice* terhadap kepuasan tamu
2. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh positif *green practice* terhadap loyalitas tamu.
3. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh positif *green practice* di *green hotel* terhadap loyalitas tamu.
4. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu di hotel.

5. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu di *green hotel*.
6. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh mediasi kepuasan tamu dalam pengaruh *green practice* terhadap loyalitas tamu.
7. Mengidentifikasi dan menguji pengaruh mediasi kepuasan tamu dalam pengaruh *green practice* terhadap loyalitas tamu di *green hotel*.

#### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta tujuan penelitian diatas, maka dapat diambil manfaat penelitian sebagai berikut :

##### 1. Kontribusi pengembangan teori

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang pengaruh antara lingkungan hotel, kepuasan tamu, dan loyalitas tamu. Serta menambah wawasan tentang pengaruh *green practice* terhadap kepuasan dan loyalitas tamu, khususnya dalam konteks *green hotel*. Dan dapat menguji peran mediasi kepuasan tamu dalam memperkuat hubungan antara *green practice* dan loyalitas tamu, memberikan dasar teoritis baru untuk studi selanjutnya.

##### 2. Kontribusi praktik dan manajerial

Diharapkan dari temuan ini yang berupa saran atau rekomendasi panduan praktis bagi manajer hotel tentang pentingnya penerapan *green practice* untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu. Menyediakan informasi yang bermanfaat bagi hotel dalam merancang strategi untuk meningkatkan loyalitas tamu melalui peningkatan kualitas lingkungan hotel. Dan mengarahkan hotel-hotel untuk

fokus pada *green practice* yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu secara signifikan.

### 3. Kontribusi kebijakan pariwisata

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi kepada pembuat kebijakan tentang pentingnya mendorong hotel-hotel untuk menerapkan *Green Practice* sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan. Serta Membantu dalam merumuskan kebijakan yang mendukung dan memfasilitasi hotel-hotel dalam mengadopsi *Green Practice* untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing dalam industri pariwisata. Menyediakan data empiris yang dapat digunakan oleh pemerintah dan lembaga terkait dalam menyusun kebijakan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di sektor perhotelan.

