

Penerapan Konsep Green Hotel Oleh Staf Front Office Dalam Upaya Meningkatkan Green Customer Behaviour Di Bali Mandira Beach Resort & Spa

Ni Putu Lia Grahaini Wardana¹, I Gusti Made Wendri², I Gusti Agung Bagus Mataram³

¹D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

²D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: liagrahaini@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan konsep *green* hotel oleh Front Office dalam upaya meningkatkan *green customer behaviour* dan mengetahui apakah penerapan konsep *green* hotel oleh staf Front Office mampu dalam meningkatkan *green customer behaviour*. Penentuan informan sebagai sumber data dalam penelitian dilakukan dengan teknik purposive sampling. Informan dalam penelitian ini yaitu staf *reception*, operation manager, *housekeeping* dan *gardener*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan teknik triangulasi. Hasil dari penelitian ini yaitu Penerapan konsep *green* hotel di Bali Mandira Beach Resort & Spa dilakukan untuk meningkatkan kesadaran pengunjung agar ikut berpartisipasi menerapkan konsep *green* yang bertujuan untuk meminimalisir kerusakan lingkungan. Penerapan *green* yang ingin diciptakan melalui beberapa hal yaitu kebijakan manajemen, teknologi inovatif dan pengetahuan karyawan. Penerapan konsep *green* yang diberikan atau diedukasi oleh staf *reception* diharapkan mampu meningkatkan perilaku *green* dari *customer*. Komunikasi yang intens dengan tamu akan menarik tamu untuk berpartisipasi menerapkan *green*. Ada tiga item yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang dapat memotivasi untuk berperilaku *green* yaitu pengetahuan terhadap lingkungan, sikap dan terhadap lingkungan dan tindakan pro-lingkungan.

Kata kunci: Green Hotel, Green Customer Behaviour, Penerapan Green Hotel, Staf Front Office, Upaya Meningkatkan *Green Customer Behaviour*

Pendahuluan

Bali dikenal sebagai objek wisata yang kaya akan keunikan dan keragaman, baik dari wisata budaya, wisata alam maupun wisata kulinernya. Salah satu Kabupaten di Bali yang menjadi primadona yaitu daerah Kuta. Di lokasi ini terdapat banyak okomodasi sebagai tempat menginap untuk para wisatawan. Salah satunya yaitu hotel, hotel merupakan bangunan yang menjual pelayanan dan fasilitas kepada pengunjung untuk mendapat keuntungan dan tamu merasa kebutuhannya tersedia dalam satu lokasi (Maslow, 2021). Hotel merupakan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan untuk menginap yang didalamnya menyediakan pelayanan berupa makanan, minuman, laundry dan berbagai fasilitas tambahan lainnya (Janitra, 2017). Kesadaran terhadap keberlangsungan lingkungan memacu banyak hotel di Bali menerapkan konsep *green*. Pembangunan sebuah hotel dapat menimbulkan masalah berkurangnya sumber daya alam, masalah sosial budaya, dan lingkungan. Masalah tersebut mempunyai dampak yang negatif yang dapat dirasakan seperti kekeringan, berkurangnya kualitas dan debit air, merusak tanah, serta kemacetan lalu lintas disekitar hotel (Fathani, 2015). Salah satu hotel yang menerapkan konsep *green* yaitu hotel Bali Mandira Beach Resort & Spa yang berlokasi di daerah Kuta tepatnya di daerah Legian. Penerapan konsep *green* yang dilakukan oleh manajemen bertujuan untuk mengedukasi pihak konsumen terhadap usaha yang ditawarkan oleh pihak hotel merespon kebutuhan wisatawan terhadap pelayanan *green*.

Perilaku konsumen adalah tahapan atau langkah yang ditempuh oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Nitisusastro, 2013). Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta. Setiap individu akan bertindak dan bereaksi berdasarkan persepsi masing-masing individual (Septifani, Achmadi, 2014). Persepsi bisa disebut juga dengan anggapan dari kualitas yang dirasakan. Hal lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah harapan, motif, dan pengetahuan yang didasari oleh pengalaman sebelumnya (Jekria, 2016). Reaksi konsumen pada setiap hal (produk / jasa) terlebih pa-

da yang akan melibatkan dirinya dapat berbeda-beda, tergantung pada persepsi dan harapan dari masing-masing individu akan hal itu. Hal tersebut dikarenakan adanya perilaku konsumen yang beragam. Perilaku konsumen yaitu ketika konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi lalu menghabiskan suatu produk yang kemudian diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Janitra, 2017).

Kebijakan manajemen dalam menerapkan konsep *green* di hotel tidak hanya ditujukan kepada tamu, tetapi juga untuk pihak staf yang ada di hotel. *Green* hotel merupakan hotel yang menerapkan konsep ramah lingkungan dalam operasionalnya, sehingga pada jangka panjang bisa mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan melakukan berbagai kegiatan, seperti penghematan energi dan air, penggunaan bahan yang dapat didaur ulang serta melakukan kegiatan yang mendukung keberlangsungan dengan komunitas lokal di sekitarnya (Graci, S., & Kuehnel, n.d.). Penerapan *green* ini dilakukan sebagai upaya pencegahan kerusakan lingkungan yang diterapkan dengan pemakaian barang atau produk-produk yang ramah lingkungan. Gerakan ramah lingkungan secara umum dilakukan dengan melakukan 3R yaitu : *reduce, reuse, recycle*. Proses 3R ini sangat dibutuhkan karena merupakan acuan dasar oleh sustainable hospitality untuk menuai keberhasilan dalam prosesnya (Leonardo, A., Utomo, S., & Siaputra, 2014). Penerapan *green* yang dilakukan oleh staf yaitu, beralih menggunakan botol minum yang *reusable* sehingga dapat digunakan berulang, adanya larangan membawa apapun yang berbahan plastik di lingkungan hotel, menjaga kebersihan hotel, dan selalu memberikan senyum, salam dan sapa kepada tamu maupun antar staf. Salah satu *section* yang berhubungan langsung dengan konsumen adalah *Front Office Department*. Dimana perilaku dari staf *Front Office* tentunya diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi konsumen. Maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu, mengetahui bagaimana penerapan konsep *green* hotel oleh *Front Office* dalam upaya meningkatkan *green customer behaviour* di Bali Mandira Beach Resort & Spa dan mengetahui apakah penerapan konsep *green* hotel oleh staf *Front Office* mampu dalam meningkatkan *green customer behaviour* di Bali Mandira Beach Resort & Spa.

Metode

Lokasi penelitian adalah Bali Mandira Beach Resort & Spa yang berlokasi di Jalan Padma 2, Legian, Badung. Penelitian dilakukan selama 6 bulan dengan rentang waktu dari bulan Juli 2021 sampai dengan Januari 2022. Objek penelitian yaitu penerapan konsep *green* hotel oleh staf *Front Office* dalam upaya meningkatkan *green customer behaviour* di Bali Mandira Beach Resort & Spa. Variabel penelitian merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu penerapan *green* hotel adalah *green customer behaviour*.

Penentuan informan sebagai sumber data dalam penelitian dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu dan orang-orang tersebut menguasai dan memahami permasalahan, dan bersedia memberikan informasi dengan lengkap dan akurat. Dalam penelitian ini informan adalah *Operation Manager Front Office Department, Receptionist, Housekeeping*. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis deskriptif kualitatif dan metode triangulasi.

Hasil dan Pembahasan

Penerapan konsep *green* hotel di Bali Mandira Beach Resort & Spa dilakukan untuk meningkatkan kesadaran pengunjung agar ikut berpartisipasi menerapkan konsep *green* yang bertujuan untuk meminimalisir kerusakan lingkungan. Kurangnya kesadaran seseorang untuk berperilaku *green* akan mengakibatkan dampak yang buruk bagi lingkungan dimana ia berada. Pihak hotel memiliki kebijakan yang menjadi acuan dalam menerapkan aturan-aturan operasional hotel. Penerapan konsep *green* hotel yang dilakukan di Bali Mandira Beach Resort & Spa diharapkan mampu menambah wawasan dan kesadaran dari staf, manajemen dan tamu untuk ikut terlibat dalam menjaga lingkungan. Dimensi *green* hotel yang ingin diciptakan yaitu melalui (Chen, 2015) yaitu kebijakan manajemen kepada lingkungan, teknologi inovatif, pengetahuan karyawan. Manajemen hotel mengimplementasikan konsep *green* sebagai contohnya yaitu penerapan konsep *green* yang dilakukan di *lobby* hotel dengan menggunakan desain interior yang ramah lingkungan, *energy saving*, mengurangi penggunaan bahan untuk *packaging* atau *product* yang sekali pakai.

Kerusakan lingkungan yang masih terjadi sampai saat ini dikarenakan masalah limbah sampah. Sampah plastik merupakan sampah yang berbahaya dan sulit untuk dikelola yang juga dihasilkan pihak industri hotel yang perlu penanganan. Maka dari itu dilakukanlah wawancara terhadap staf *reception* terkait pengelolaan masalah sampah tersebut. Dijelaskan bahwa hotel sudah mengimplementasikan kebijakan 3R yaitu *recycle, reuse, dan reduce* terkait dengan pengelolaan limbah yang dihasilkan dan penjelasannya adalah sebagai berikut: *Recycle* dilakukan dengan mendaur ulang sampah agar produk dapat digunakan kembali, seperti contoh kegiatan yang dilakukan melalui pemilahan sampah organik dan anorganik. Sampah organik yang dapat didaur ulang akan menjadi-

kan pupuk kompos yang nantinya dapat digunakan untuk penyuburan tanaman-tanaman yang ada di hotel. Sedangkan sampah anorganik diberikan kepada pihak lainnya yang menjadi mitra hotel untuk dimanfaatkan kembali. Implementasi *reuse* dilakukan untuk mengajak *customer* untuk menggunakan kembali produk-produk yang sudah terpakai namun masih dapat digunakan kembali. Hal yang sudah diterapkan oleh pihak hotel yaitu pihak *restaurant* tidak menyediakan *tissue* pada meja makan dan digantikan menjadi *napkin* agar bisa digunakan terus menerus. Pihak hotel juga menggunakan e-mail atau mengirim *softcopy* untuk melakukan pengiriman data-data atau dokumen. Peimplementasi *reduce* yang dilakukan oleh pihak hotel merupakan program untuk mengurangi penggunaan produk yang nantinya akan menjadi sampah. Contoh kegiatan yang dilakukan pihak hotel yaitu mengganti *packaging* yang berbahan plastik dan beralih menggunakan bahan *packaging* yang dapat digunakan kembali.

Pihak hotel telah berusaha melakukan *campaign* dengan menggantungkannya di depan lemari setiap kamar mandi hotel. Gantungan tersebut bertuliskan ajakan untuk turut serta menjaga lingkungan dengan latihan *green behaviour*, diantaranya mematikan semua lampu dan AC saat meninggalkan ruangan, menggunakan handuk kembali setelah digunakan dengan menggantungkannya di rak handuk, dan berkenan mengganti sprei setiap 2 hari sekali. Tujuannya untuk merubah perilaku pembelian konsumen dari yang awalnya membeli produk konvensional, jadi beralih membeli produk ramah lingkungan untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan.

Penerapan teknologi inovatif yang dilakukan oleh staf front office dapat dilihat dari proses awal *check in*. Administrasi awal yang dilakukan yaitu berupa pembayaran kamar, registrasi kamar, dan lainnya. Saat melakukan *check in* dalam pencatatan administrasi, tamu diharapkan membawa *id card* yang berupa *passport*, bagi tamu warga Indonesia cukup KITAS, KTP, SIM atau identitas pengenalan lainnya. Pencatatan registrasi dituntut mencantumkan kejelasan identitas tamu. Sebelumnya proses registrasi ini menggunakan kertas dan mesin *fotocopy* namun sekarang hal itu tidak lagi berlaku sejak diterapkan konsep *green*. Semenjak diterapkannya konsep *green* pencatatan registrasi menggunakan alat *scan id card*. Hal ini dilakukan guna menghemat waktu menghindari staf untuk tidak mengerjakan tugas yang mubazir. Invoice yang diperuntukkan bagi tamu saat administrasi dilakukan secara efektif dengan cara dikirim melalui email atau *whatsapp*. Teknologi inovatif lainnya juga diterapkan dalam fasilitas hotel, yaitu penggunaan sensor gerak pada keran air di kamar mandi dan wastafel, pihak hotel menerapkan sistem kontrol otomatis dalam penggunaan timer dan sensor matahari pada lampu-lampu di taman.

Sosialisasi konsep *green* hotel hendaknya diinformasikan dengan jelas oleh staff *reception* agar tamu hotel dapat memahami konsep-konsep *green* yang diimplementasikan pihak hotel. Pengenalan implementasi konsep *green* kepada tamu oleh pihak *receptionist* diawali dengan memberikan penjelasan terkait produk-produk *green* yang dimiliki pihak hotel. Pengenalan implementasi konsep *green* kepada tamu oleh pihak *receptionist* diawali dengan memberikan penjelasan terkait produk-produk *green* yang dimiliki pihak hotel. *Morning briefing* dilakukan oleh Operation Manager kepada staf *receptionist* bertujuan memberikan pemahaman konsep *green* hotel yang ditujukan kepada tamu untuk dilaksanakan secara berulang-ulang.

Penerapan konsep *green* sebelum dan sesudah oleh pihak hotel dapat dicermati pada Tabel

No	Sebelum	Sesudah
A.	Proses Registrasi	
	Menggunakan mesin <i>fotocopy</i> untuk menyalin identitas tamu saat registrasi.	Menggunakan alat <i>scan id card</i> untuk menyalin identitas tamu saat registrasi.
	<i>Invoice</i> dicetak untuk tamu	<i>Invoice</i> dikirim dengan <i>softcopy</i>
B.	<i>Reusable</i>	
	Menggunakan produk sekali pakai pada <i>restaurant</i> , misalnya menggunakan <i>staw</i> dari bahan plastik, dan menggunakan tisu makan.	Menggunakan produk ramah lingkungan pada <i>restaurant</i> , misalnya <i>straw</i> dari bambu, mengganti tisu menjadi <i>napkin</i>
	Menggunakan <i>packaging</i> sekali pakai	Menggunakan <i>packaging</i> yang <i>reusable</i>
C.	Kebijakan Manajemen	
	Melakukan <i>morning briefing</i> tentang SOP bekerja <i>reception</i> .	Melakukan <i>morning briefing</i> tentang SOP bekerja <i>reception</i> dan penerapan <i>green</i> hotel.

Ada tiga item yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang dapat memotivasi mereka untuk berperilaku *green* termasuk dalam perilaku pembelian produk yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan terhadap lingkungan

Pengetahuan konsumen yang mewujudkan kesadaran mereka menjaga lingkungan menjadi faktor penting, sebagai trigger menggalakkan konsep *green* bagi hotel dalam memupuk kesadaran tamu akan lingkungan secara intensif dan efektif. Hal ini dikarenakan pengetahuan untuk menjaga kelestarian lingkungan masih relatif rendah pada sebagian konsumen sehingga perlu mendapatkan perhatian serius secara menyeluruh. Sehingga konsep *green* disosialisasikan kepada pengunjung dalam upaya meningkatkan *green customer behaviour* mereka. Semakin sering konsep *green* disosialisasikan sebagai edukasi atau pengetahuan dari pihak hotel maka pengunjung akan mulai ikut dan sadar untuk menjaga lingkungannya.

Sosialisasi konsep *green* diawali saat tamu *check in* dengan cara menjelaskan konsep *green* melalui himbauan dan informasi *green* lainnya yang ada di website resmi hotel.

2. Sikap terhadap lingkungan

Sikap dan perilaku peduli terhadap lingkungan juga menjadi salah satu faktor kepekaan seseorang menjaga lingkungan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepedulian lingkungan berhubungan secara positif dengan sikap. Berdasarkan pemahaman akan hubungan sikap positif dan kepekaan terhadap lingkungan, maka wawancara dilakukan terhadap staf *reception* membuahakan respon yang cukup positif pihak tamu dicermati pada sikap mereka menerima informasi saat *check in*. Sebagian tamu tertarik mendengarkan penjelasan dari *reception* tentang bagaimana penerapan konsep *green* hotel, namun memang ada beberapa dari tamu yang terlihat tidak memperhatikan dikarenakan mereka ingin segera *check in*, pihak *receptionist* tidak memaksakan semua tamu harus mendengarkan, dikarenakan kenyamanan tamu menjadi hal yang paling utama.

3. Tindakan pro-lingkungan

Semakin bertumbuhnya perkembangan ekonomi dengan cepat tentunya mendorong adanya konsumsi yang berlebih dan eksploitasi sumber daya alam yang berlebih yang mengakibatkan dampak buruk bagi lingkungan. Tindakan pro-lingkungan bertujuan untuk meminimalkan perilaku merusak lingkungan.

Setelah mendapatkan respon yang positif dari tamu mengenai sosialisasi konsep *green* secara intensif yang dilakukan oleh pihak hotel tentunya akan menumbuhkan sikap dan perilaku dari tamu yang peduli terhadap lingkungan. Tindakan pro-lingkungan dari tamu dapat diamati saat tamu menggunakan fasilitas kamar maupun hotel.

Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu: Penerapan konsep *green* hotel di Bali Mandira Beach Resort & Spa diterapkan dengan baik oleh pihak hotel, penerapan *green* diciptakan melalui beberapa hal yaitu kebijakan manajemen, teknologi inovatif dan pengetahuan karyawan. Terkait masalah sampah pihak hotel menerapkan kebijakan 3R yaitu *recycle*, *reuse*, dan *reduce*. *Green* hotel yang diterapkan oleh pihak hotel haruslah mampu dikomunikasikan dengan baik, agar pengunjung dapat memahami konsep-konsep *green* yang telah diterapkan. Pemahaman mengenai konsep *green* diperkenalkan kepada tamu melalui *reception*, karena *reception* lah yang pertama kali bertemu atau berkomunikasi dengan tamu. *Reception* memberikan penjelasan-penjelasan mengenai produk-produk *green* yang dimiliki hotel. Dan sebelum memberikan penjelasan kepada tamu staf tentunya harus dibekali dengan pengetahuan mengenai konsep *green* hotel melalui *morning briefing* yang rutin dilakukan.

Penerapan konsep *green* sudah mampu diterapkan dengan baik oleh pihak hotel dan mendapatkan respon yang positif dari tamu dan tamu juga tertarik akan konsep *green*, dilihat dari tamu yang mulai ikut melakukan penghematan air dan listrik. Penerapan *green* yang berjalan dengan baik tentunya karena dikomunikasikan dengan baik oleh pihak hotel. Komunikasi yang intensif dari pihak hotel dengan pengunjung akan menarik pengunjung untuk berpartisipasi secara aktif. Terdapat tiga item-item yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang dapat memotivasi untuk berperilaku *green* yaitu pengetahuan terhadap lingkungan, sikap dan terhadap lingkungan dan tindakan pro-lingkungan. Penerapan *green* di hotel mendapat respon yang baik dari *customer*, yang dilihat dari hasil wawancara dengan tamu, *housekeeping* dan *gardener*.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh rekan kerja di Bali Mandira Beach Resort and Spa yang sudah berkenan menjadi narasumber sekaligus sebagai lokasi penelitian. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada I Nyoman Winia dan Ni Made Rai Erawati selaku penguji yang telah memberikan bimbingan dan menambahkan pengetahuan sehingga artikel ini dapat terselesaikan.

Referensi

- (Nitisusastro. (2013). Analisis perilaku konsumen. *Jurnal Hospitality*.
- Chen. (2015). From Sustainability to Customer Loyalty : A Case of Full Service Hotels ' Guests. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Fathani. (2015). Pengelokaan Karakter Green Behaviour pada Generasi Milenial Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Green Product. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Pengelolaan Karakter Green*.
- Graci, S., & Kuehnel, J. (n.d.). *How to Increase Your Bottom Line by Doing Green*.
- Janitra. (2017). *Sebuah Pedoman Kompromistis Untuk Standarisasi Hotel Ramah*.
- Jekria, N. (2016). *Environmental Concern and Recycling Behaviour. Pro- Cedia Economics and Finance..*
- Leonardo, A., Utomo, S., & Siaputra, H. (2014). *Green Practice Di Restaurant Yang Ada Di Surabaya* (pp. 495–515).
- Maslow, A. (2021). *Psikologi Tentang Pengalaman Religius*.
- Septifani, Achmadi, & S. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.