

MENGETAHUI PENENTU PERILAKU PRO-LINGKUNGAN TAMU HOTEL

Yosef Abdul Ghani

¹STP ARS Internasional, yosef.ghani@gmail.com

Article Info	ABSTRAK (10 PT)
<p>Article history: Received Jan, 2019 Revised April, 2020 Accepted April, 2023</p>	<p>Perkembangan industri perhotelan di Kota Bandung semakin berimbas negatif pada lingkungan. Meningkatnya penggunaan listrik hotel dan penggunaan air tanah oleh industri perhotelan di Kota Bandung apabila tidak diantisipasi sejak dini akan berimbas pada generasi yang akan datang. sebagian besar hotel sudah mengadopsi konsep green hotels untuk meminimalkan hal tersebut. Konsep green hotel ini memerlukan dukungan atau peran perilaku pro lingkungan dari tamu hotel tersebut, tamu dapat berperan langsung mengurangi penggunaan sumber daya alam, energy, dan limbah melalui gerakan pro-lingkungan tamu. Namun penentu keputusan tamu untuk berperilaku pro lingkungan di hotel seperti itu belum cukup dieksplorasi. Atas dasar tersebut peneliti ingin lebih lanjut mengetahui faktor penentu tamu dalam melakukan perilaku pro lingkungan tamu di hotel menggunakan <i>theory planned behavior</i>. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan alat pengujiannya menggunakan alat bantu Smart-PLS. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 68 orang. Dari hasil analisis data ditemukan hasil bahwa konstruk TPB mampu menjelaskan pembentukan keputusan tamu untuk berperilaku pro lingkungan (hasil dapat dilihat pada kesimpulan). Kuatnya keyakinan akan manfaat dari perilaku pro lingkungan di hotel, keyakinan normative dan faktor-faktor kontrol menjadi penentu tamu hotel untuk melakukan perilaku tersebut.</p>
<p>Kata Kunci: Perilaku Pengunjung Destinasi wisata Hotel Pro-Environmental</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>The development of the hospitality industry in the city of Bandung is having a negative impact on the environment. The increasing use of electricity and groundwater by the hospitality industry in Bandung, if not anticipated early, will have an impact on future generations. Most hotels have adopted the concept of green hotels to minimize this impact. This concept requires support or pro-environmental behavior from hotel guests. Guests can directly reduce the use of natural resources, energy, and waste through pro-environmental movements. However, the factors that determine guests' decisions to behave pro-environmentally in such hotels have not been sufficiently explored. Therefore, the researcher wants to further explore the determinants of guest behavior in performing pro-environmental behavior in hotels using the Theory of</i></p>



Planned Behavior (TPB). The research method used in this study was a quantitative method with Smart-PLS as the testing tool. The sample used in this study was 68 people. The results of the data analysis found that the TPB construct was able to explain guests' decision-making to behave pro-environmentally (the results can be seen in the conclusion). The strength of beliefs in the benefits of pro-environmental behavior in hotels, normative beliefs, and control factors determine hotel guests' behavior.

Penulis Korespondensi:**Yosef Abdul Ghani**

STP ARS Internasional

Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, Indonesia

Email: yosef.ghani@ars.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perhotelan kian berimbas negatif pada lingkungan. Dilaporkan bahwa sekitar 75% dari semua efek lingkungan di hotel konvensional terkait dengan konsumsi air yang dan energi yang berlebihan serta penggunaan produk sekali pakai (Han & Yoon, 2015a; Untaru, Ispas, Candrea, Luca, & Epuran, 2016). Rata-rata hotel menghasilkan 160-200 Kilogram Co2 per meter per kamar di setiap lantainya setiap tahun, selain itu penggunaan air per tamu per malam rata-rata 170-440 liter (pada hotel berbintang 5) dan limbah padat yang dihasilkan pun cukup banyak yaitu rata-rata 1 kilogram per tamu per malam (Setiawati & Sitorus, 2014). Lalu dari sektor energi Mengingat bahwa listrik menyumbang 60 sampai 70 persen dari biaya utilitas sebuah hotel, industri perhotelan menghabiskan sekitar \$ 3,7 miliar pada energi per tahun (Bruns-Smith & Choy, 2015). Dari data yang telah disajikan terlihat bahwa efek kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh industri hotel konvensional didominasi oleh penggunaan air dan energi yang berlebihan, dan produk yang hanya digunakan sekali pakai.

Salah satu kota yang mulai terdampak karena kerusakan lingkungan yang diakibatkan Hotel Konvensional adalah Kota Bandung. Pembangunan apartemen dan hotel di Kota Bandung telah berimbas terhadap volume air Kota Bandung yang semakin menyusut, menurut pakar air tanah ITB Prof. Lambok Hutasoit dalam wawancara dengan harian republika mengatakan bahwa kondisi air tanah sudah digunakan lebih dari 50% dari jumlah keseluruhan air tanah di Kota Bandung, kondisi ini sebagian besar berasal dari semakin banyaknya pembangunan proyek komersial seperti Hotel dan Apartemen (Putra, 2015). Maka dari itu memahami konservasi air, dan prilaku penggunaan kembali handuk tamu sangat penting (Han & Hyun, 2018a). Penggunaan kembali handuk, konservasi air, dan penghematan energi secara langsung berkaitan langsung dengan prilaku ramah lingkungan para tamu hotel tersebut (Han & Hyun, 2018a; Han & Yoon, 2015). Dari prilaku menggunakan handuk kembali tersebut, hotel dapat menghemat energi dan mengurangi penggunaan deterjen dan air (Bohner & Schlüter, 2014; Han & Hyun, 2018a). Namun penentu keputusan tamu untuk prilaku pro lingkungan di hotel seperti itu belum cukup dieksplorasi (Han & Hyun, 2018a).

Pihak hotel perlu memikirkan bagaimana para tamu dapat ikut terlibat langsung dalam mendukung konsep green hotel dengan melakukan tindakan pro lingkungan. Sejalan dengan tugas pemasaran hijau yakni dikembangkan untuk merangsang dan mempertahankan sikap dan perilaku konsumen yang ramah lingkungan (Y. Chen & Chang, 2013). Untuk merangsang prilaku pro-lingkungan tamu hotel, dibutuhkan strategi dari pihak hotel agar dapat menentukan jenis penawaran/ hal-hal yang mampu merangsang tamu agar dapat terlibat dalam pelestarian yang dilakukan oleh hotel. Analisis mengenai prilaku konsumen ini pada akhirnya akan menginformasikan beberapa konsep/teori yang memberi acuan pada proses berpikirnya manusia dalam berkeputusan dan dapat menjadi bahan

pertimbangan bagi manajemen untuk merancang program pemasaran yang tepat (Setiadi, 2010) untuk menstimulus tamu agar mau berperilaku pro-lingkungan di hotel.

Untuk mendeteksi dasar-dasar dilakukannya perilaku pro-lingkungan tamu ini peneliti menggunakan Theory Planned Behavior dari Ajzen (Ajzen, 1991) yang dalam penelitian ini ditujukan untuk mempelajari perilaku pro-lingkungan tamu hotel di kota Bandung secara lebih spesifik. Lebih lanjut ajzen menjelaskan bahwa niat dan perilaku tertentu dipengaruhi oleh 3 penentu yaitu sikap (attitude towards behavior) yang terbentuk dari keyakinan-keyakinan serta evaluasi terhadap perilaku, norma subjektif (Subjective Norm) yang terbentuk dari keyakinan yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain terhadap objek sikap yang berhubungan dengan individu (normative belief), dan kontrol perilaku (Perceived behavior Control) yang terbentuk berdasarkan keyakinan individu mengenai ada atau tidak adanya sumber daya yang dapat berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi, dan kesempatan, pada kondisi kontrol perilaku kuat dan meyakinkan serta memiliki informasi yang jelas mengenai perilaku pro-lingkungan, maka kontrol perilaku ini akan memperkuat motivasi sehingga secara langsung menentukan perilaku.

TPB ini dirancang untuk menentukan dan mengetahui perilaku konsumen secara spesifik, atas dasar tersebut peneliti menggunakan Theory planned of behavior untuk penelitian ini. Dari latar belakang masalah global dan spesifik di kota Bandung yang sudah disajikan, maka peneliti merasa perlu untuk meneliti faktor psikologis apa sajakah yang paling mempengaruhi atau mendasari dilakukannya perilaku pro lingkungan tamu di hotel khususnya hotel kota Bandung guna mendukung program pemasaran green hotel. Maka peneliti mengambil tema penelitian

Dalam penelitian ini dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu adalah alasan kurangnya pembentukan keputusan tamu untuk perilaku pro lingkungan di hotel belum cukup dieksplorasi sehingga pihak pemasaran hotel perlu untuk mengeksplor hal tersebut untuk mensukseskan program pro lingkungan yang bertujuan untuk keberlanjutan alam. Maka untuk mengeksplorasi hal tersebut peneliti menggunakan TPB. Dan mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana pengaruh keyakinan berperilaku terhadap Sikap berperilaku pro lingkungan tamu hotel Kota Bandung; Bagaimana pengaruh norma normatif terhadap norma subjektif tamu hotel Kota Bandung; Bagaimana pengaruh control belief terhadap perceived behavioral control tamu hotel Kota Bandung; Bagaimana pengaruh attitude towards behavior, subjective norm, dan perceived behavioral control terhadap intensi berperilaku pro-lingkungan tamu hotel di Kota Bandung.; Bagaimana pengaruh subjective norm terhadap intensi berperilaku pro-lingkungan tamu hotel di Kota Bandung; Bagaimana pengaruh perceived behavioral control terhadap intensi berperilaku pro-lingkungan tamu hotel di Kota Bandung; Bagaimana pengaruh PBC terhadap perilaku secara langsung.; Bagaimana pengaruh intensi terhadap perilaku pro-lingkungan tamu hotel di Kota Bandung

Theory Planned Behaviour

Teori ini dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen dan merupakan perpanjangan dari *Theory of Reasoned Action*, yang bertujuan untuk memprediksi perilaku dari sikap serta untuk menjelaskan proses mana yang saling terkait. Kedua teori perilaku terencana dan teori tindakan beralasan berfokus pada pentingnya niat melakukan perilaku tertentu. Penambahan variabel berkaitan dengan persepsi kontrol atas perilaku, juga disebut dirasakan kontrol perilaku, disajikan untuk memperpanjang teori tindakan beralasan ke dalam teori perilaku terencana (Al-Swidi, Mohammed Rafiul Huque, Haroon Hafeez, & Noor Mohd Shariff, 2014; de Leeuw, Valois, Ajzen, & Schmidt, 2015; Ramdhani, 2011)

TPB yang dikembangkan oleh Ajzen dari TRA dikembangkan untuk mengatasi kelemahan pengukuran yang menyebabkan rendahnya korelasi antara sikap dan perilaku sebagaimana diungkapkan oleh *Seymour Epstein* melalui dua artikelnya yang menarik perhatian para pakar psikologi pada tahun 1979 dan 1980 (Ramdhani, 2011). Merespons kritik tersebut, Ajzen dan Fishbein mengemukakan bahwa rendahnya korelasi antara sikap dan perilaku ini disebabkan oleh level pengukuran yang berbeda. Sikap diukur pada level

yang sangat umum sedangkan perilaku diukur pada level spesifik. Untuk meningkatkan daya prediksi sikap terhadap perilaku diperlukan pengukuran sikap dan pengukuran perilaku pada level yang sama (Ramdhani, 2011)

1. Faktor Pembentuk *Theory planned Behaviour*

Terdapat tiga dimensi pembentuk niat dan perilaku (Ajzen, 2002)

1. *Attitude towards the behaviour* (Sikap)
2. *Subjective norm* (Norma Subjektif)
3. *Perceived behavioral control* (Persepsi kontrol perilaku)

Penjelasan mengenai anteceden pembentuk niat dan perilaku dijelaskan sebagai berikut:

a. *Attitude towards the behaviour* (Sikap)

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*). Keyakinan berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya, pemahaman individu mengenai diri dan lingkungannya, dilakukan dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila individu melakukan atau tidak melakukannya. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku itu apabila berdasarkan evaluasi yang dilakukan individu, diperoleh data bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan baginya (Ajzen, 2002, p. 200; Ramdhani, 2011)

Sebagaimana layaknya variabel dalam penelitian umumnya maka keyakinan mengenai perilaku ini perlu didefinisikan terlebih dahulu. Berhubung keyakinan ini bersifat unik individual dan akan digunakan untuk menyusun pertanyaan dalam alat pengukur berbasis TPB maka keyakinan individu mengenai perilaku yang akan diprediksi dapat diperoleh melalui studi pendahuluan, dengan cara menanyakan kepada calon responden tentang apa yang mereka yakini tentang sesuatu hal yang menjadi objek sikap (Ramdhani, 2011)

b. *Subjective norm* (Norma subjektif)

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh didalam kehidupannya (*significant others*) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu (Ramdhani, 2011). Persepsi ini sifatnya subjektif sehingga dimensi ini disebut norma subjektif. Sebagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan. Bedanya adalah apabila sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan individu yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain terhadap objek sikap yang berhubungan dengan individu (*normative belief*). (Ramdhani, 2011).

Terdapat 2 sifat dari norma subjektif yaitu yang bersifat vertikal dan horizontal (Ramdhani, 2011).

a) Hubungan Vertikal

Hubungan vertikal adalah hubungan antara atasan-bawahan; guru-murid; profesor-mahasiswa, atau orang tua-anak. Hubungan horizontal terjadi antara individu dengan teman-teman atau orang lain yang bersifat setara. Pola hubungan ini dapat menjadi sumber perbedaan persepsi. Pada hubungan yang bersifat vertikal, harapan dapat dipersepsi sebagai tuntutan (*injunctive*) sehingga pembentukan norma subjektif akan diwarnai oleh adanya motivasi untuk patuh terhadap tuntutan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. (Ramdhani, 2011)

b) Hubungan Horizontal

Sebaliknya dengan hubungan vertikal, pada hubungan yang sifatnya horizontal harapan terbentuk secara deskriptif sehingga konsekuensinya adalah keinginan untuk meniru dan atau mengikuti (identifikasi) perilaku orang lain di sekitarnya.

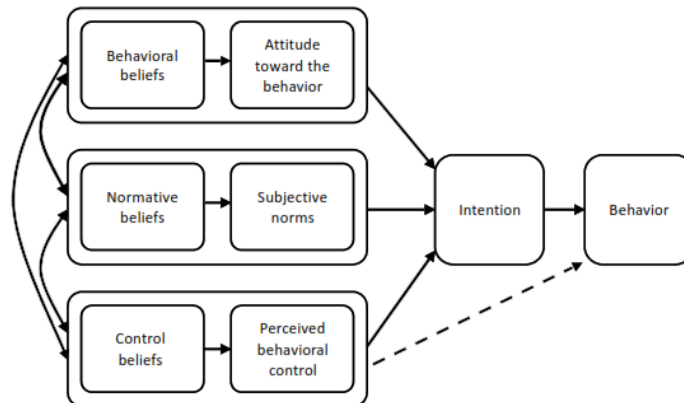
Norma subjektif mengenai suatu perilaku akan tinggi apabila keyakinan normatif maupun motivasi untuk memenuhi harapan orang-orang yang berhubungan secara vertikal ini sama-

sama tinggi dan untuk hubungan yang bersifat horizontal, norma subjektif akan tinggi apabila keyakinan individu bahwa rekannya diuntungkan akibat perilaku rekan tersebut dalam melakukan perilaku yang akan di prediksi tersebut sangat kuat (Ramdhani, 2011)

Perceived behavioral control (Persepsi Kontrol Prilaku)

Persepsi kontrol adalah persepsi individu atau subjek penelitian mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2002; de Leeuw et al., 2015; Ramdhani, 2011). Dalam TPB, Azjen mengemukakan bahwa persepsi kontrol perilaku ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumberdaya berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi, dan kesempatan (*control belief strength*) yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan di prediksi dan besarnya peran sumber daya tersebut (*Power of control factor*) dalam mewujudkan perilaku tersebut. Semakin kuat keyakinan terhadap tersedianya sumberdaya dan kesempatan yang dimiliki individu berkaitan dengan faktor perilaku tertentu dan semakin besar peranan sumberdaya tersebut maka semakin kuat persepsi kontrol perilaku tersebut.(Ramdhani, 2011)

Individu yang mempunyai persepsi kontrol tinggi akan terus terdorong dan berusaha untuk berhasil karena ia yakin dengan sumber daya dan kesempatan yang ada, kesulitan yang dihadapinya dapat diatasi.(Ajzen, 2005). Keyakinan individu bahwa ia memiliki kompetensi yang baik disertai dengan tersedianya fasilitas dapat meningkatkan kontrol perilaku (Ramdhani, 2011). Pada kondisi kontrol perilaku kuat dan meyakinkan, individu mempunyai informasi yang jelas mengenai perilaku yang dimaksud, kemudian ia dapat mencoba dan berlatih sehingga semakin yakin akan kemampuannya dalam bidang tersebut (*self efficacy*), maka kontrol perilaku ini memperkuat motivasi sehingga secara langsung menentukan perilaku (lihat garis putus-putus pada gambar 1). Sebaliknya apabila kontrol perilaku ini lemah sehingga individu tidak mendapat cukup kesempatan mencoba dan tidak tahu kepada siapa ia dapat memperoleh bantuan pada saat mengalami hambatan, maka keyakinan kontrol tidak secara langsung mempengaruhi perilaku tetapi hanya memperkuat intensi saja.(Ramdhani, 2011).



Keyakinan sebagai sumber informasi dari intensi dan prilaku

Sumber: (Ramdhani, 2011)

Keberlanjutan Lingkungan di Industri Perhotelan

Praktek keberlanjutan dianggap hampir *universal* di industri perhotelan, Berdasarkan studi dari 100 resort di Amerika Serikat. Diantara praktik pro lingkungan yang umum dilakukan adalah konservasi air, program menggunakan handuk kembali dan hemat energy (Bruns-Smith & Choy, 2015). Meskipun komitmen lingkungan hotel merupakan prasyarat penting untuk memperkenalkan praktik atau perilaku pro lingkungan (Dimara, Manganari, & Skuras, 2017). Keterlibatan tamu sangat penting dalam mengimplementasikan inisiatif untuk berperilaku pro-lingkungan. (Dimara et al., 2017; Han & Hyun, 2018).

1. Konservasi Air

Air adalah sumber daya alam yang sangat penting dalam industri perhotelan. Di sebuah hotel, melestarikan air adalah salah satu praktik yang paling efektif dan banyak digunakan dalam kegiatan lingkungan yang bertanggung jawab. Di banyak bisnis perhotelan air adalah sumber daya fundamental untuk mengoperasikan hotel (Untaru, Ispas, Candrea, Luca, & Epuran, 2016). Dalam artikelnya Untaru (2015) menjelaskan bahwa air adalah sumber daya yang penting bagi industri penginapan, Penggunaan air turis cenderung tinggi, dengan konsumsi air yang berkisar antara dua dan tiga kali lipat dari kebutuhan air lokal di negara-negara maju selain itu kenaikan konsumsi air erat kaitannya dengan jumlah malam tinggal dan jumlah makanan yang disajikan. Telah dilaporkan bahwa sebagian besar konsumsi air terjadi di kamar tamu untuk kegunaan langsung, termasuk kegiatan yang berada di bawah kendali wisatawan individu, seperti mencuci, mandi, toilet flushing dan frekuensi perubahan handuk (Untaru *et al.*, 2016).

Salah satu alasan utama untuk konsumsi air yang tinggi di kamar berkaitan dengan kecenderungan perilaku wisatawan. Tamu hotel cenderung memiliki "pendekatan perilaku kesenangan" untuk Showering atau Bathing, yang meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan air lebih banyak daripada yang mereka lakukan biasanya di rumah (Untaru *et al.*, 2016)

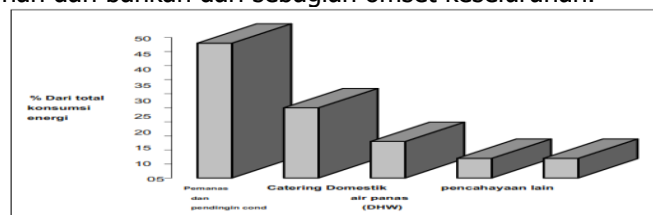
2. Penggunaan kembali Handuk

Menggunakan kembali handuk adalah praktik ramah lingkungan lain yang dapat dilakukan di hotel (Han & Hyun, 2018). Dengan melakukan penggunaan handuk kembali dapat membuat hotel mampu menghemat air dan menghemat energi, dengan melakukan kegiatan penggunaan handuk kembali tamu berperan untuk mengurangi konsumsi detergent, biaya kerja, dan penggunaan air saat kegiatan pencucian handuk dilakukan. (Dimara *et al.*, 2017; Han & Hyun, 2018). Penelitian terbaru menyebutkan bahwa 83% dari hotel memiliki program penggunaan handuk kembali (Energy, 2016).

3. Konservasi Energy di Hotel

Industri hotel merupakan salah satu cabang industri yang paling banyak menggunakan energi dan sumber daya di sektor industri pariwisata. Jumlah besar energi yang dikonsumsi dalam memberikan kenyamanan dan layanan untuk tamu, banyak yang terbiasa, dan bersedia membayar untuk fasilitas eksklusif, pengobatan dan hiburan. Penggunaan energi bervariasi secara substansial antara berbagai jenis hotel, dan dipengaruhi oleh ukuran kamar, kelas/kategori, jumlah kamar, profil pelanggan (tamu mengunjungi hotel untuk bisnis/liburan, lokasi (pedesaan/terpencil dan perkotaan), zona iklim, serta jenis layanan/kegiatan dan fasilitas yang disediakan untuk tamu (Bohdanowicz, Churie-Kallhauge, & Martinac, 2001).

Biaya energi di hotel biasanya berjumlah 3-6 % dari biaya operasional keseluruhan dan bahkan dari sebagian omset keseluruhan.



Rincian Konsumsi Energi di sebuah hotel

Sumber: Bohdanowicz *et al.*, 2001

Data diatas menunjukkan bahwa iklim luar ruangan memiliki efek yang signifikan pada penggunaan listrik secara keseluruhan, biasanya sekitar setengah energi listrik yang digunakan untuk keperluan pendinginan ruang, pencahayaan mungkin berjumlah 12-20% dan dalam beberapa kasus hingga 40% dari total konsumsi energi (Bohdanowicz *et al.*, 2001)

4. Pesan Moral untuk meningkatkan Partisipasi Tamu melakukan Prilaku Pro-lingkungan

a. Pesan Normatif

Para peneliti di *Arizona State University* (ASU) mendokumentasikan kekuatan norma-norma sosial dalam mempengaruhi perilaku dalam serangkaian percobaan yang belum dipublikasikan yang mendesak tamu hotel untuk menggunakan kembali handuk mereka. Cialdini, Profesor Psikologi, dan psikologi mahasiswa pascasarjana Nuh Goldstein dan Vidas Griskevicius meneliti apakah tamu akan lebih sering mematuhi tanda-tanda bahwa dipromosikan norma deskriptif daripada tanda-tanda konvensional yang hanya mendorong para tamu untuk membantu menyelamatkan lingkungan (Energy, 2016). Beberapa contoh pesan moral dan hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

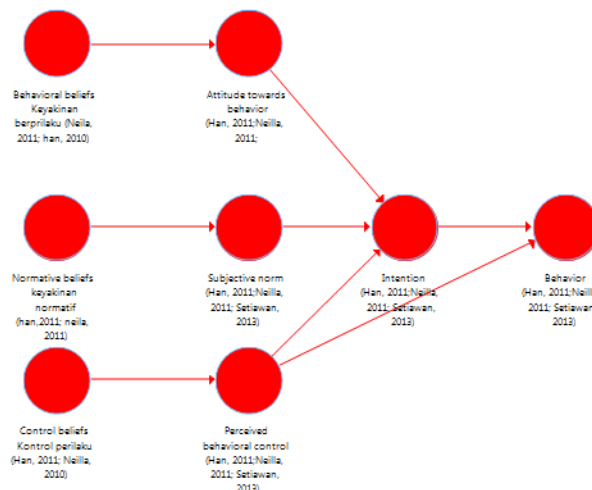
- "*Help the hotel save energy*" berfokus pada manfaat ke hotel.
- "*Help save the environment*" menekankan perlindungan lingkungan.
- "*Partner with us to help save the environment*" berpusat pada kerjasama menjaga lingkungan.
- "*Help save resources for future generations*" menyoroti manfaat untuk generasi mendatang.
- "*Join your fellow citizens in helping to save the environment*" berfokus pada norma deskriptif.

Message to guest	Towel reuse
Help the hotel save energy	16%
Partner with us to help the environment	31
Almost 75% of guests reuse towels	44
75% of the guests who stayed in this room reuse towels	49

Sources: Study by Noah J. Goldstein, Vidas Griskevicius, Robert B. Cialdini of Arizona State University; AOL

Hasil penelitian Prof. Cialdini (Energy, 2016)

Uji coba Cialdini dengan partisipasi mencapai hampir 50%, mendapatkan hasil bahwa pesan deskriptif meningkatkan jumlah keikutsertaan tamu untuk ikut berpartisipasi adalah 49% dibandingkan dengan pesan yang menitik beratkan kepada "manfaat untuk masa depan, berpartisipasi untuk menjaga lingkungan, menekankan perlindungan lingkungan, dan manfaat bagi hotel tersebut (Energy, 2016).



Kerangka berpikir Model perilaku pro lingkungan menggunakan theory planned behavior

2. METODE PENELITIAN (10 PT)

Alur penelitian yang dilakukan peneliti dimulai dari penyusunan latar belakang penelitian, kemudian mempertajam fokus dan menentukan perumusan masalah penelitian, lalu dilanjutkan dengan pengumpulan-pengumpulan teori yang relevan yang berkaitan

dengan masalah dan variabel-variabel yang telah ditentukan sebagai bahan pembuatan/penyiapan alat untuk mengukur variabel-variabel yang akan diteliti. Selain itu dalam penelitian ini dilakukan uji *salient belief* untuk mendapatkan jawaban langsung dari sampel penelitian mengenai keyakinan akan manfaat perilaku yang akan diprediksi, orang-orang yang berpengaruh dalam diri responden berkaitan dengan perilaku tersebut dan faktor yang memungkinkan atau tidak memungkinkan bagi terwujudnya perilaku yang akan di prediksi. Setelah itu membuat alat ukur kuesioner yang terbentuk dari hasil uji *salient belief* dan hasil definisi teoritik mengenai konstruk yang akan diukur. Setelah item kuesioner disusun kemudian dilakukan penyebaran angket kepada tamu-tamu hotel di Kota Bandung, angket yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan alat *smart PLS* versi 3.2. Setelah itu dilakukan analisis secara deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menilai variabel secara mandiri tanpa menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lain. Dan analisis verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan dan pengaruh antar variabel satu dengan yang lainnya (Sugiyono, 2014)

3. HASIL DAN DISKUSI (10 PT)

3.1. Hasil Uji Salient Belief

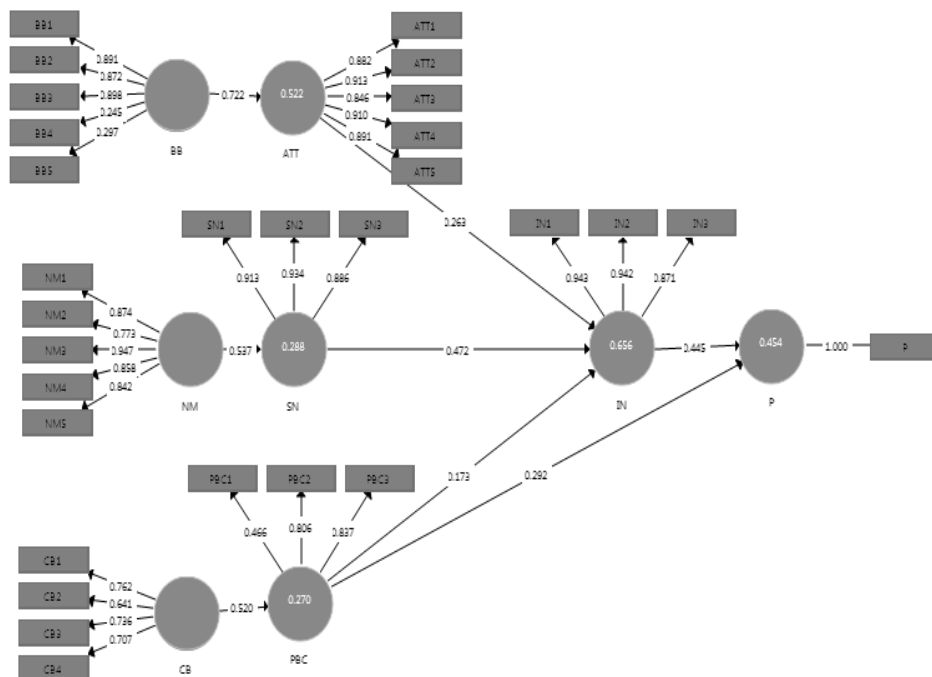
No	Respons	Kategori	Keyakinan
1	Dapat mengurangi limbah towel		
2	Dapat mengurangi penggunaan air tanah		
3	Dapat mengurangi pemakaian listrik		
4	Lebih banyak menyimpan cadangan energy, air jika lebih hemat		
5	Dapat melestarikan lingkungan	Manfaat melakukan gerakan pro lingkungan di hotel	Keyakinan perilaku pro lingkungan di hotel
6	Menghemat <i>cost</i> hotel		
7	Berperan untuk ketersediaan air dan energi di masa depan		
8	Mengurangi limbah yang dihasilkan hotel (ex:limbah pencucian dari aktifitas laundry)		
9	Mengganggu kenyamanan karena Handuk tidak higienis dan basah	Kekurangan/kerugian/kelemahan melakukan gerakan pro lingkungan di hotel	
10	tidak dapat menggunakan fasilitas secara leluasa		
11	Dapat menimbulkan penyakit dari penggunaan handuk		
12	Temam	Orang yang mempengaruhi responden melakukan gerakan pro-lingkungan di hotel	
13	Keluarga/Kerabat		
14	Rekan se-profesi		
15	Orang lain yang sama peduli terhadap lingkungan		Keyakinan Normatif mengenai melakukan gerakan pro lingkungan di hotel
16	Atasan kerja		
17	<i>Public Figure</i>		
18	Warga Negara Asing	Orang-orang yang ditiru	
19	Pegawai hotel itu sendiri		
20	Cuaca	Faktor yang memungkinkan untuk melakukan gerakan pro-lingkungan	Keyakinan Kontrol untuk melakukan aktivitas pro-lingkungan
21	Adanya pihak hotel yang mengingatkan		
22	Adanya potongan harga saat kita melakukannya		
23	Adanya papan norma mengenai pentingnya menjaga lingkungan		
24	Isu-Isu Semakin rusaknya lingkungan		
25	Kebiasaan dirumah		
24	Tidak diharuskan oleh pihak hotel		

25	Takut terkena penyakit saat handuk yang digunakan kondisinya sudah terlalu basah	Faktor yang memungkinkan untuk tidak dapat melakukan gerakan pro-lingkungan di hotel
27	Cuaca	

3.2. Hasil Uji Outer Model

Uji *Outer Model*

Analisa outer model dilakukan dengan tujuan untuk memastikan bahwa alat / kuesioner sebagai alat penilai layak dijadikan pengukuran (*valid* dan *reliable*). Analisa outer dapat dilihat dari beberapa *indicator seperti convergent validity, discriminant validity, composite reliability* dan *Cronbachs alpha* (Ghozali, 2014). Berikut adalah hasil dari algoritma PLS yang diperoleh dari 68 responden:



Gambar 4.1. PLS Algorithm

Convergent Validity

Convergent validity dari model penilaian (Kuesioner) dengan indikator dapat dilihat dari korelasi antara *score* konstruksya, indikator individu dianggap *reliable* jika memiliki nilai korelasi di atas 0.70. namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading 0.50* sampai 0.60 masih dapat diterima (Ghozali, 2014). Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan nilai korelasi >0.70 hasil perhitungan dapat dilihat pada table 4.1 berikut:

Tabel 4.17

Tabel output Outer

	ATT	BB	CB	IN	NM	P	PBC	SN
ATT1	0.882							
ATT2	0.913							
ATT3	0.846							
ATT4	0.910							
ATT5	0.891							
BB1		0.891						
BB2		0.872						

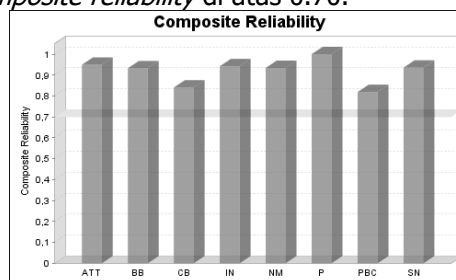
BB3	0.898
BB4	0.245
BB5	0.297
CB1	0.762
CB2	0.641
CB3	0.736
CB4	0.707
IN1	0.943
IN2	0.942
IN3	0.871
NM1	0.874
NM2	0.773
NM3	0.947
NM4	0.858
NM5	0.842
P	1.000
PBC1	0.466
PBC2	0.806
PBC3	0.837
SN1	0.913
SN2	0.934
SN3	0.886

Hasil pengolahan data peneliti 2018.

Melihat hasil *output* korelasi antara indikator dengan konstraknya seperti pada *output* diatas, masih terdapat item-item yang nilai *loading*nya dibawah 0.70 maka indikator BB4, BB5, CB2 dan PBC1 dikeluarkan dari model karena memiliki loading kurang dari 0.70.

Composite Reliability

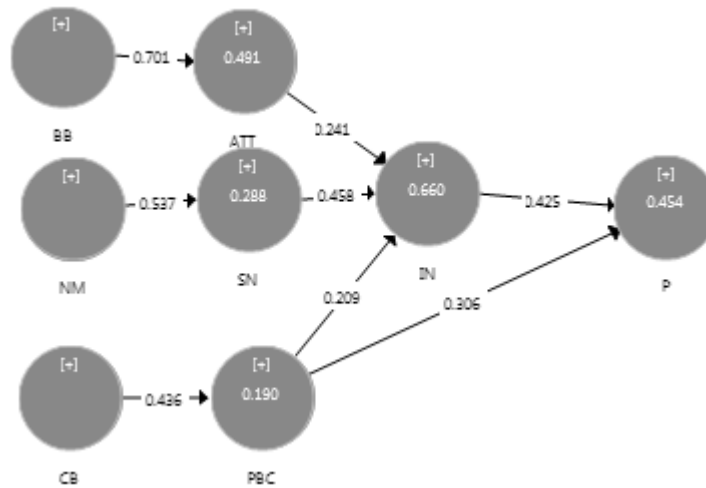
Selain dilakukan uji validitas konstruk, dilakukan juga uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* di atas 0.70.



Gambar 4.3. Hasil uji Composite Reliability

Dalam Gambar 4.3 terlihat bahwa semua *indicator* memiliki nilai >0.70 yang berarti semua *variable* sudah memenuhi *Composite Reliability*.

3.3 Uji Inner Model
3.3.1. Koefisien Jalur



Gambar. Hasil koefisien Jalur

Koefisien jalur pada gambar diatas terlihat bahwa koefisien jalur untuk relasi BB (*behavioral beliefs*)=> ATT (*attitude towards behavior*) adalah 0.701, relasi NM (*normative beliefs*)=> SN (*subjective norm*) adalah 0.537, relasi CB (*control beliefs*) => PBC (*perceived behavioral control*) adalah 0.436, relasi ATT (*attitude towards behavior*) => IN (*intensi*) adalah 0.241, relasi SN (*subjective norm*) => IN (*intensi*) adalah 0.458, relasi PBC (*perceived behavioral control*) => IN (*intensi*) adalah 0.209, relasi IN (*intensi*) => P (*behavioral*) adalah 0.425, dan IN (*intensi*) => P (*behavioral*) adalah 0.306, dan IN (*intensi*) => P (*behavioral*) adalah 0.425.

Nilai yang mendekati 1 menunjukkan adanya relasi positif yang sangat kuat dari variabel-variabel yang direlasikan. Nilai yang mendekati -1 menunjukkan adanya relasi negatif yang sangat kuat, dan jika variabel yang direlasikan mempunyai nilai yang mendekati 0 maka relasinya sangat lemah. Menurut Chin (1998) dalam Santosa (2018) menyebtkan bahwa koefisien jalur minimal adalah 0.2 dan idealnya adalah 0.3 untuk menyatakan relasi yang berarti.

Terlihat bahwa dalam koefisien jalur yang telah disajikan terdapat nilai yang dibawah ideal yakni Sikap (*attitude towards behavior*) => Niat (*intensi*) dengan nilai 0.241 dan relasi persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) => niat (*intensi*) adalah 0.209, namun keduanya masih diatas koefisien jalur minimal yakni diatas 0.2.

3.3.2. R Square

Pengukuran terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji *goodness-fit model*. Hasil uji R-square dapat dilihat pada *table* berikut ini:

Tabel 4.20
Hasil R square

	R Square	R Square Adjusted
ATT	0.491	0.483
IN	0.660	0.644
P	0.454	0.437
PBC	0.190	0.177
SN	0.288	0.278

Sumber: Pengolahan data peneliti, 2018

Keterangan :

ATT: *attitude towards behavior*

IN : intention
 P : behavior
 PBC: perceived behavioral control
 SN : Subjective norm

Tabel Hasil pengujian Hipotesis

	T Statistics (O/STDEV)	T tabel	Keterangan
BB -> ATT	10.598	1.66757	Diterima
NM -> SN	4.119	1.66757	Diterima
CB -> PBC	4.267	1.66757	Diterima
ATT -> IN	1.694	1.66757	Diterima
SN -> IN	4.050	1.66757	Diterima
PBC -> IN	1.684	1.66757	Diterima
PBC -> P	2.121	1.66757	Diterima
IN -> P	2.883	1.66757	Diterima

Sumber: Pengolahan data peneliti

4. KESIMPULAN (10 PT)

Keyakinan berperilaku (*behavioral beliefs*) berpengaruh signifikan terhadap sikap berperilaku (*attitude towards behavior*) pro lingkungan di hotel saat menginap. Hal ini berarti bahwa dengan semakin kuatnya keyakinan-keyakinan akan manfaat berperilaku pada responden seperti :

- Merasa dapat mengurangi limbah serta penggunaan air dan listrik hotel
- Merasa dapat melindungi lingkungan
- Merasa berperan untuk ketersediaan air dan energi di masa depan

Dapat mempengaruhi sikap berperilaku pro lingkungan responden di hotel pada saat menginap, apabila sikap terhadap perilaku pro lingkungan makin tinggi/positif. Hal sebaliknya terjadi ketika keyakinan berperilaku dirasa memberikan manfaat negatif bagi responden maka sikap untuk berperilaku pro lingkungan akan negatif. Hal ini sejalan dengan penelitian de Leeuw, Valois, Ajzen, & Schmidt (2015), Han, Hsu, & Sheu (2010) yang menyebutkan bahwa keyakinan berperilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap berperilaku. Pihak Hotel dapat melakukan suatu strategi dalam membangkitkan sikap dan keyakinan tamu untuk berperilaku lingkungan, Halpenny, (2010) dalam penelitiannya mengenai *place attachment* menyatakan bahwa tempat dapat mempengaruhi baik emosi, perasaan seseorang terhadap suatu lingkungan. Suatu tempat telah dibentuk oleh orang-orang penghuninya, setelah memiliki makna maka akan tercipta suatu aktivitas di dalamnya yang akan memperdalam makna *place* tersebut (Mafar, 2018) dalam hal ini pihak hotel perlu memperkuat makna "*green*" di dalam hotelnya untuk mempengaruhi sikap dan keyakinan tamu secara tidak langsung untuk melakukan perilaku pro-lingkungan.

Keyakinan normatif (*normative beliefs*) berpengaruh signifikan terhadap norma subjektif (*subjective norm*) responden. Hal ini berarti bahwa dengan bertambahnya keyakinan normatif responden maka norma subjektif / persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidaknya perilaku pro-lingkungan di hotel saat menginap akan semakin tinggi, hal sebaliknya terjadi ketika keyakinan normatif yang didapat responden bersifat negatif maka *subjective norm* akan negatif. Hal ini berarti dengan bertambahnya keyakinan individu yang diperoleh atas pandangan orang lain terhadap berperilaku pro lingkungan, maka responden akan merasakan tekanan sosial untuk melakukan perilaku pro

lingkungan. Sebaliknya jika keyakinan normatif lemah maka responden tidak akan memiliki tekanan untuk melakukan perilaku pro lingkungan. (Han & Hyun, 2018b)

Keyakinan kontrol (*control beliefs*) berpengaruh positif terhadap norma persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Hal ini berarti bahwa makin tinggi keyakinan kontrol (*control beliefs*) responden maka akan semakin tinggi pula persepsi kontrol responden terhadap perilaku pro-lingkungan tamu hotel saat menginap. Hal itu berarti bahwa keyakinan responden mengenai faktor-faktor (cuaca, handuk dalam keadaan basah, adanya potongan harga, dan adanya pihak hotel yang mengingatkan akan berpengaruh terhadap persepsi individu untuk dilakukannya perilaku pro lingkungan di hotel saat menginap. Hal itu mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Botetzagias et al., 2015; Han et al., 2010) yang menyatakan hal yang sama.

Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) berpengaruh positif terhadap intensi berperilaku pro-lingkungan tamu di hotel saat menginap. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi/positif sikap terhadap berperilaku maka semakin tinggi intensi responden untuk berperilaku pro-lingkungan tamu hotel saat menginap. Hal ini berarti juga bahwa evaluasi / penilaian responden terhadap perilaku pro lingkungan di hotel saat menginap mampu membuat responden memiliki niat untuk melakukan perilaku pro lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Botetzagias et al., 2015; de Leeuw et al., 2015; Han et al., 2010) yang menyebutkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat berperilaku.

Norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh positif terhadap intensi berperilaku pro-lingkungan tamu di hotel saat menginap. Semakin tinggi norma subjektif maka semakin tinggi intensi responden untuk berperilaku pro-lingkungan tamu hotel saat menginap. Hal ini juga berarti bahwa tekanan sosial yang dirasakan responden akan berdampak kepada niat berperilaku pro lingkungan tamu di hotel. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Prof. Cialdini bahwa norma subjektif yang sifatnya deskriptif atau sejajar dengan responden seperti "*Join your fellow citizens in helping to save the environment*" mampu meningkatkan jumlah keikutsertaan tamu untuk ikut berpartisipasi adalah 49% dibandingkan dengan pesan yang menitik beratkan kepada "manfaat untuk masa depan, berpartisipasi untuk menjaga lingkungan, menekankan perlindungan lingkungan, dan manfaat bagi hotel tersebut (Energy, 2016). Penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu (Botetzagias et al., 2015; de Leeuw et al., 2015; Han et al., 2010; Setiawan et al., 2013) bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap niat berperilaku pro lingkungan hotel di Kota Bandung.

Persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap intensi berperilaku pro-lingkungan tamu di hotel saat menginap. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap intensi responden untuk berperilaku pro-lingkungan tamu hotel saat menginap. Hal ini juga berarti bahwa semakin responden memiliki persepsi kontrol yang tinggi akan terus terdorong dan berusaha untuk berhasil melakukan perilaku pro lingkungan tamu di hotel saat menginap, karena ia yakin dengan sumberdaya, kesulitan yang dihadapinya dapat diatasi (Ramdhani, 2011). Karena persepsi kemudahan tersebutlah maka responden memiliki niat untuk berperilaku pro-lingkungan, karena dalam bayangannya hal tersebut mudah untuk dilakukan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (de Leeuw et al., 2015; Han et al., 2010; Han & Hyun, 2018b)

Persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku pro-lingkungan tamu di hotel saat menginap. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi persepsi kontrol perilaku responden maka berpengaruh terhadap perilaku responden untuk berperilaku pro-lingkungan tamu hotel saat menginap. Hal ini berarti dengan semakin kuatnya responden merasakan kemudahan, atau kesulitan ia akan semakin yakin dengan kemampuannya dalam melakukan perilaku pro lingkungan di hotel saat menginap. (Botetzagias et al., 2015; de Leeuw et al., 2015; Han et al., 2010; Setiawan et al., 2013)

Intensi berpengaruh positif terhadap perilaku pro-lingkungan tamu hotel di Kota Bandung. Hal menunjukkan bahwa semakin tinggi niat berperilaku pro lingkungan maka makin diharapkan orang tersebut untuk mencobanya dan makin besar kemungkinannya bahwa perilaku pro lingkungan tersebut akan dilakukan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Kim et al., 2013; Ramdhani, 2011; Setiawan et al., 2013) bahwa intensi mempengaruhi perilaku responden.

UCAPAN TERIMA KASIH

-

5. REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. *Time*, 1–13. <https://doi.org/10.1002/hep.22759>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. Berkshire: UK: Open University Press-McGraw Hill Education.
- Alamsyah, D. P., & Syarifuddin, D. (2018). Store Image: Mediator of Social Responsibility and Customer Perceived Value to Customer Trust for Organic Products. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 288(1), 012045. Retrieved from <http://stacks.iop.org/1757-899X/288/i=1/a=012045>
- Al-Swidi, A., Mohammed Rafiul Huque, S., Haroon Hafeez, M., & Noor Mohd Shariff, M. (2014). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. *British Food Journal*, 116(10), 1561–1580. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2013-0105>
- Bohdanowicz, P., Churie-Kallhauge, A., & Martinac, I. (2001). Energy-Efficiency and Conservation in Hotels –, 12.
- Bohner, G., & Schlüter, L. E. (2014). A room with a viewpoint revisited: Descriptive norms and hotel guests' towel reuse behavior. *PLoS ONE*, 9(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0104086>
- Botetzagias, I., Dima, A. F., & Malesios, C. (2015). Extending the Theory of Planned Behavior in the context of recycling: The role of moral norms and of demographic predictors. *Resources, Conservation and Recycling*, 95, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2014.12.004>
- Bruns-Smith, A., & Choy, V. (2015). Environmental Sustainability in the Hospitality Industry: Best Practices, Guest Participation, and Customer Satisfaction, 20.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- Chen, Y., & Chang, C. (2013). Towards green trust: The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction. *Management Decision*, 51(1), 63–82. <https://doi.org/10.1108/00251741311291319>
- de Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, 42, 128–138. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.03.005>
- Dimara, E., Manganari, E., & Skuras, D. (2017). Don't change my towels please: Factors influencing participation in towel reuse programs. *Tourism Management*, 59, 425–437. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.003>
- Energy, C. (2016, November). The Research Behind Guest Behavior: Example - Towel Reuse. Clean Energy Resource Teams. Retrieved from http://www.cleanenergyresourceteams.org/files/ResearchBehindGuestBehavior_TowelReuse_1-24-11.pdf

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halpenny, E. A. (2010). Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 409–421.
- Han, H., Hsu, L.-T. (Jane), & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018a). What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests? *Tourism Management*, 64, 87–97. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.005>
- Han, H., & Yoon, H. J. (2015). Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22–33. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.004>
- Kim, Y. J., Njite, D., & Hancer, M. (2013). Anticipated emotion in consumers' intentions to select eco-friendly restaurants: Augmenting the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 255–262. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.04.004>
- Mafar, I. M. (2018). Hubungan place attachment dengan perilaku pro lingkungan pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Park, H. S. (2009). Relationships among attitudes and subjective norms: Testing the theory of reasoned action across cultures. *Communication Studies*, 51(2), 162–175. <https://doi.org/10.1080/10510970009388516>
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>
- Setiadi, N. J. (2010). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Revisi). Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Setiawan, R., Santosa, W., & Sjafruddin, A. (2013). MODEL PERILAKU MAHASISWA PENGGUNA MOBIL KE KAMPUS BERDASARKAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR, 10.
- Untaru, E.-N., Ispas, A., Candrea, A. N., Luca, M., & Epuran, G. (2016). Predictors of individuals' intention to conserve water in a lodging context: the application of an extended Theory of Reasoned Action. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.09.001>