ISSN: 1411-1527
E-ISSN: 2599-0209
Homepage: http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/index DOI: https://doi.org/10.30647/jip.v30i2.1901

Sertifikasi Hijau dan Perilaku Konsumen: Tinjauan Sistematis Praktik Keberlanjutan Hotel, Tantangan, dan Wawasan

Tri Djoko Sulistiyo[1,2], Desy Oktaviani[1,3], Sarfilianty Anggiani[1]

[1]Universitas Trisakti
[2]Institut Pariwisata Trisakti
[3]Universitas Widyatama

*tri_djoko@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel
Received: 17 Mei 2025
Accepted: 28 Juni 2025
Published: 5 Juli 2025

Keywords:
sponge cake, marketing strategy, social media, aron flour and Bogor beans flour

Abstract
This systematic literature review aims to explore sustainability practices in the hotel industry, focusing on organizational factors, consumer behavior, and the role of environmental certifications. By analyzing nine peer-reviewed studies published between 2020 and 2025, the review identifies key sustainability practices, including energy efficiency, waste management, and water conservation. The findings emphasize the importance of strong management support, an organizational culture focused on sustainability, and effective employee training in driving the adoption of sustainable practices. Furthermore, environmental certifications such as LEED, Green Key, and EarthCheck were found to enhance consumer trust and influence hotel choice, though the effectiveness of these certifications depends on their clarity and credibility. The review also highlights the evolving role of consumer preferences, especially in the post-pandemic context, where health, safety, and comfort are prioritized alongside environmental sustainability. A proposed conceptual framework integrates these factors, offering a comprehensive model to understand the dynamics of sustainability in the hotel industry. The review concludes with practical and theoretical implications for hotel managers and suggestions for future research, including the need for longitudinal studies, cross-cultural research, and exploration of the role of digital technologies in sustainability efforts.

Kata Kunci:
sponge cake, strategi pemasaran, media sosial, tepung aron dan tepung kacang Bogor

Abstrak
Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, sehingga tercukupinya pangan yang cukup, bergizi, dan aman merupakan hak asasi setiap orang Indonesia untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas guna mewujudkan pembangunan negara. Permintaan pangan adalah jumlah konsumsi langsung, kebutuhan industri, dan kebutuhan lainnya. Konsumsi langsung adalah makanan yang dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Tujuan dalam peneliti ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran sponge cake dengan subtitusi aron dan kacang Bogor dengan pemanfaatan media sosial terhadap minat pasar, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode kualitatif mengkaji ke dalaman fakta atau kejadian, sehingga bersifat lokal dan tidak dalam rangka generalisasi temuan empiris sebagai kejadian umum. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan dan mengetahui hasil akhir pada strategi pemasaran sponge cake subtitusi aron dan kacang Bogor dengan pemanfaatan media sosial terhadap minat pasar, yang dimana peneliti akan juga mengambil data dan mencari responden untuk analisis strategi pemasaran pada produk sponge cake. Peneliti melakukan penelitian ini berada di kota Surabaya berlokasi di Universitas Ciputra Surabaya dengan di bantu oleh google form dan IBM SPSS Statistics sebagai media analisis pada penelitian ini.

PENDAHULUAN

Keberlanjutan telah menjadi isu utama di berbagai industri, dan sektor perhotelan tidak terkecuali. Hotel, sebagai bagian penting dari industri pariwisata global, bertanggung jawab atas konsumsi sumber daya yang signifikan seperti energi dan air, serta menghasilkan banyak limbah. Hal ini menjadikan industri perhotelan sebagai aktor kunci dalam upaya mengurangi dampak lingkungan yang terkait dengan pariwisata (Bianco et al., 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran publik terhadap isu-isu lingkungan semakin meningkat, yang disertai dengan tekanan yang semakin besar dari berbagai pemangku kepentingan, mulai dari konsumen hingga badan pengatur, yang mendorong hotel untuk mengadopsi strategi keberlanjutan yang lebih terstruktur (Amado dos Santos et al., 2020).

Adopsi praktik keberlanjutan di industri perhotelan umumnya melibatkan penerapan inisiatif operasional ramah lingkungan, seperti efisiensi energi, manajemen limbah, dan konservasi air. Selain itu, sertifikasi lingkungan dan label ramah lingkungan telah menjadi alat yang populer digunakan oleh hotel untuk melegitimasi inisiatif hijau mereka dan membangun kepercayaan konsumen (Amado dos Santos et al., 2020; Xue et al., 2023). Meskipun semakin ditekankan pada keberlanjutan, keberhasilan inisiatif-inisiatif ini tetap bervariasi di berbagai hotel, tergantung pada faktor-faktor seperti budaya organisasi, dukungan manajemen, persepsi konsumen, dan pengaruh eksternal (Oriade et al., 2021; Guerra-Lombardi et al., 2024).

Perilaku konsumen memainkan peran penting dalam mendorong agenda keberlanjutan di industri perhotelan. Seiring dengan meningkatnya kekhawatiran terhadap keberlanjutan, semakin banyak konsumen yang memilih hotel ramah lingkungan, asalkan informasi yang disediakan kredibel, jelas, dan mudah dipahami (Ni et al., 2025; Xue et al., 2023). Namun, faktor-faktor seperti persepsi risiko, ekspektasi kenyamanan, dan kejelasan label ramah lingkungan secara signifikan mempengaruhi pilihan mereka. Terutama di era pasca-pandemi, konsumen lebih peduli dengan kebersihan dan keselamatan kesehatan, yang mengarah pada perubahan preferensi mereka terhadap hotel berkelanjutan (Abidin et al., 2022).

Namun, penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa pencapaian tujuan keberlanjutan dalam perhotelan tidak hanya bergantung pada perilaku konsumen atau skema sertifikasi. Ada dinamika organisasi yang krusial, terutama terkait dengan bagaimana manajer umum hotel (GM) diberi insentif untuk menerapkan inisiatif ramah lingkungan di tingkat properti (Magnini et al., 2025). Meskipun sebagian besar perusahaan manajemen hotel di AS sudah memberi insentif kepada GM menggunakan indikator kinerja keuangan, kepuasan tamu, dan operasional, hanya sebagian kecil (17%) yang menerapkan insentif berbasis kinerja serupa untuk hasil keberlanjutan. Kesenjangan ini menunjukkan adanya hambatan besar untuk mewujudkan tujuan keberlanjutan di tingkat properti, meskipun ada komitmen di tingkat korporat.

Tinjauan pustaka sistematis ini bertujuan untuk mengatasi beberapa isu kunci dalam diskursus keberlanjutan hotel saat ini. Dengan menyintesis temuan dari artikel-artikel yang telah ditinjau sejawat yang diterbitkan antara tahun 2020 dan 2025, studi ini berusaha menjawab pertanyaan penelitian berikut: (1) Apa saja praktik keberlanjutan kunci yang diterapkan di industri perhotelan?; (2) Faktor-faktor apa yang mendorong atau menghambat adopsi praktik keberlanjutan di hotel?; (3) Bagaimana sertifikasi lingkungan dan persepsi konsumen mempengaruhi preferensi hotel dan kinerja secara keseluruhan?.

Memahami dinamika ini sangat penting tidak hanya untuk mengidentifikasi tren dan kesenjangan dalam literatur saat ini, tetapi juga untuk mengembangkan strategi praktis yang dapat membantu industri perhotelan memenuhi permintaan konsumen yang semakin besar terhadap keberlanjutan, sambil menyeimbangkan tujuan organisasi internal.

Tinjauan ini membangun penelitian yang ada dan memberikan analisis komprehensif tentang praktik keberlanjutan di sektor perhotelan, dengan menyoroti peran sertifikasi lingkungan, perilaku konsumen, dan tantangan yang dihadapi hotel dalam mengadopsi praktik ramah lingkungan. Studi ini juga memberikan wawasan tentang arah penelitian masa depan, terutama dalam mengeksplorasi bagaimana teknologi digital dan kebijakan pemerintah dapat lebih meningkatkan keberlanjutan di industri perhotelan.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam beberapa tahun terakhir, sertifikasi hijau telah muncul sebagai faktor utama yang memengaruhi pengambilan keputusan konsumen di industri perhotelan. Menurut Qubbaj et al. (2023), hotel yang telah memperoleh sertifikasi hijau, seperti Green Globe atau EarthCheck, menunjukkan komitmen mereka terhadap praktik ramah lingkungan, yang berdampak positif pada persepsi konsumen. Penelitian Chi et al. (2022) juga menemukan bahwa konsumen semakin memprioritaskan keberlanjutan lingkungan saat memilih hotel, dengan sertifikasi menjadi indikator yang jelas dari komitmen hotel terhadap praktik hijau. Namun, penelitian oleh Tokro & Dzitse (2024) menyoroti bahwa meskipun sertifikasi hijau dapat menarik konsumen yang peduli lingkungan, dampaknya terhadap perilaku konsumen seringkali dimediasi oleh faktor seperti kepekaan harga dan persepsi nilai untuk uang.

Peran kesadaran konsumen dalam adopsi sertifikasi hijau juga telah banyak diteliti. Qubbaj et al. (2023) menemukan bahwa kesadaran konsumen terhadap sertifikasi keberlanjutan secara signifikan memengaruhi kemungkinan mereka untuk memilih hotel yang bersertifikasi hijau. Hal ini sejalan dengan temuan Velaoras et al. (2025), yang berpendapat bahwa peningkatan edukasi dan kampanye kesadaran lingkungan dapat meningkatkan permintaan untuk hotel yang berkelanjutan. Sebaliknya, Kaur (2021) mengungkapkan bahwa efektivitas sertifikasi dalam memengaruhi pilihan konsumen dapat terbatas jika pasar sasaran kurang memiliki pemahaman tentang praktik keberlanjutan, yang menunjukkan adanya kesenjangan dalam pendidikan konsumen.

Studi tentang perilaku konsumen juga mengkaji trade-off ekonomi antara sertifikasi hijau dan strategi harga. Menurut Kaithlin (2024), meskipun sertifikasi hijau dapat meningkatkan reputasi merek, hal ini tidak selalu berujung pada loyalitas pelanggan yang lebih tinggi atau kesiapan untuk membayar harga lebih. Penelitian oleh Bravo et al. (2024) berargumen bahwa meskipun minat terhadap pariwisata berkelanjutan meningkat, harga tetap menjadi faktor determinan penting dalam keputusan konsumen, dengan banyak konsumen yang memilih opsi dengan harga lebih rendah meskipun tanpa sertifikasi keberlanjutan. Namun, Damigos et al. (2023) menemukan bahwa konsumen bersedia membayar harga lebih tinggi untuk hotel yang menawarkan sertifikasi hijau dan kualitas layanan yang lebih baik, menunjukkan bahwa penggabungan kedua faktor ini dapat mendorong loyalitas pelanggan.

Dampak sertifikasi hijau terhadap loyalitas pelanggan dan reputasi merek juga menjadi area yang menarik untuk diteliti. Penelitian oleh Bianco et al.

(2023) menunjukkan bahwa hotel yang memiliki sertifikasi keberlanjutan yang diakui cenderung mengalami kepuasan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, terutama di kalangan wisatawan yang peduli lingkungan. Hal ini didukung oleh temuan Mironova et al. (2025), yang menunjukkan bahwa hotel dengan praktik keberlanjutan yang kuat, didukung oleh sertifikasi, lebih cenderung direkomendasikan oleh pelanggan, sehingga meningkatkan posisi pasar mereka. Sebaliknya, penelitian Velaoras et al. (2025) menyoroti bahwa reputasi merek dalam domain keberlanjutan tidak selalu positif; faktor seperti transparansi dalam praktik keberlanjutan dan konsistensi dalam penerapannya memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen.

Meskipun sertifikasi hijau semakin populer, masih ada kekurangan penelitian yang komprehensif tentang dampaknya terhadap kinerja jangka panjang hotel. Penelitian oleh Bianco et al. (2023) menunjukkan bahwa adopsi sertifikasi keberlanjutan dalam jangka panjang dapat menghasilkan efisiensi operasional dan pengurangan biaya, yang pada akhirnya dapat mengimbangi biaya investasi awal. Namun, penelitian oleh Bravo et al. (2024) dan Bianco et al. (2023) mengungkapkan bahwa manfaat finansial dari sertifikasi keberlanjutan tidak selalu segera terlihat, dan banyak hotel yang kesulitan untuk menyeimbangkan biaya terkait sertifikasi hijau dengan keuntungan finansial jangka panjang. Oleh karena itu, dibutuhkan lebih banyak studi longitudinal untuk menilai dampak sesungguhnya dari sertifikasi hijau terhadap kinerja hotel.

METODE PENELITIAN

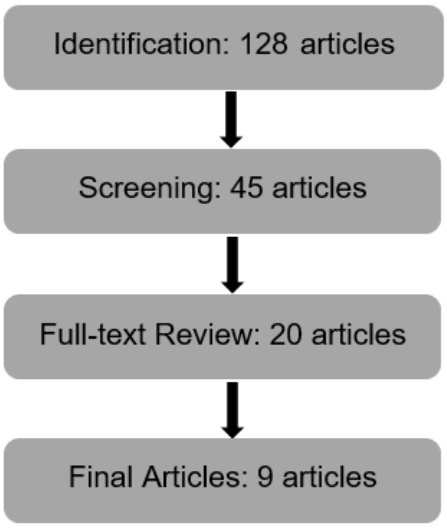
Untuk secara sistematis memeriksa praktik keberlanjutan, perilaku konsumen, dan dampak sertifikasi di industri perhotelan, penelitian ini mengadopsi pendekatan Systematic Literature Review (SLR). SLR adalah metode yang ketat dan transparan untuk mengumpulkan, mensintesis, dan menganalisis penelitian yang ada, memastikan bahwa hasilnya dapat direproduksi dan tidak bias (Tranfield et al., 2003). Pendekatan ini memungkinkan untuk mengidentifikasi tema dominan, kesenjangan pengetahuan, dan tren penelitian, yang berkontribusi pada pengetahuan akademis dan aplikasi praktis di bidang ini. Metodologi SLR dipilih untuk memberikan gambaran komprehensif tentang lanskap penelitian, khususnya yang berfokus pada keberlanjutan di industri perhotelan.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari tiga database akademik yang terkemuka: Scopus, ScienceDirect, dan Google Scholar. Database ini dipilih karena koleksi artikel yang telah ditinjau sejawat dan konten ilmiah yang luas. Strategi pencarian yang ditargetkan diterapkan menggunakan kata kunci seperti "keberlanjutan" DAN "industri perhotelan", "hotel hijau" ATAU "hotel ramah lingkungan", "sertifikasi lingkungan" DAN "sektor perhotelan", dan "perilaku konsumen" DAN "label ramah lingkungan" DAN "hotel". Pencarian dibatasi pada artikel yang diterbitkan antara tahun 2020 dan 2025 untuk memastikan inklusi penelitian yang paling mutakhir mengenai keberlanjutan di sektor perhotelan, khususnya mempertimbangkan lanskap pasca-COVID-19.

Untuk menjaga kualitas dan relevansi artikel yang termasuk dalam tinjauan ini, diterapkan seperangkat kriteria inklusi dan eksklusi. Studi ini hanya menyertakan artikel yang telah ditinjau sejawat dan diterbitkan antara 2020 dan 2025 serta berfokus pada keberlanjutan di industri perhotelan. Hanya artikel yang menyediakan data empiris atau tinjauan sistematis yang komprehensif yang dipertimbangkan. Publikasi yang tidak ditinjau sejawat, artikel yang diterbitkan sebelum 2020, dan studi yang tidak memberikan bukti

empiris atau analisis tematik terkait industri perhotelan dan praktik keberlanjutannya dikecualikan dari tinjauan ini.

Proses seleksi mengikuti model PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), panduan yang sudah mapan untuk melakukan tinjauan sistematis. Awalnya, 128 artikel diidentifikasi melalui proses pencarian. Setelah melakukan penyaringan judul dan abstrak untuk relevansi, 45 artikel tersisa untuk penilaian teks lengkap. Setelah menyelesaikan tinjauan teks lengkap, hanya 9 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dan dianggap relevan untuk analisis. Proses seleksi ini dirangkum secara visual dalam diagram PRISMA (Gambar 1).



Gambar 1. PRISMA Dalam Penelitian

Studi yang dipilih dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik, yang memungkinkan identifikasi pola, tren, dan tema utama di seluruh artikel. Pendekatan ini memberikan pandangan holistik tentang praktik keberlanjutan di industri perhotelan, faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mereka, serta peran perilaku konsumen dan sertifikasi lingkungan. Tema utama yang diidentifikasi meliputi praktik keberlanjutan hotel, faktor organisasi dan manajerial, pengaruh sertifikasi lingkungan dan label ramah lingkungan, serta dampak pandemi COVID-19 terhadap praktik keberlanjutan. Temuan ini disintesis menjadi sebuah kerangka konseptual yang membantu menjelaskan interaksi antara faktor manajemen internal, sertifikasi eksternal, dan preferensi konsumen dalam mempromosikan keberlanjutan di industri perhotelan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Penelitian dan Karakteristik Studi

Studi-studi yang termasuk dalam tinjauan ini dipublikasikan antara tahun 2020 hingga 2025, yang mencerminkan meningkatnya perhatian terhadap keberlanjutan di industri perhotelan, terutama sebagai respons terhadap peningkatan kesadaran konsumen dan tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Jumlah publikasi mengenai praktik keberlanjutan dalam industri perhotelan terus meningkat selama lima tahun terakhir. Secara khusus, satu studi dipublikasikan pada tahun 2020, satu lagi pada tahun 2021, dua pada tahun 2022, dua pada tahun 2023, satu pada tahun 2024, dan dua studi diperkirakan akan dipublikasikan pada tahun 2025. Tren ini menunjukkan bahwa sektor perhotelan semakin fokus pada praktik berkelanjutan, yang didorong oleh tekanan regulasi dan harapan konsumen yang terus berkembang.

Konteks geografis dari penelitian ini sangat bervariasi, yang menyoroti cakupan global dari tantangan keberlanjutan di industri perhotelan. Sementara beberapa studi berfokus pada negara-negara Barat, khususnya Amerika Serikat dan Eropa, di mana kerangka kerja keberlanjutan dan sertifikasi lingkungan seperti LEED dan Green Key sudah mapan (Bianco et al., 2023; Bernard & Nicolau, 2022), studi lain memeriksa tantangan yang dihadapi hotel di negara-negara berkembang. Penelitian

di wilayah seperti Asia dan Afrika menunjukkan hambatan-hambatan terhadap keberlanjutan, termasuk keterbatasan sumber daya dan rendahnya kesadaran konsumen (Oriade et al., 2021). Keberagaman dalam konteks geografis ini menekankan tingkat adopsi keberlanjutan yang bervariasi dan menyoroti pendekatan-pendekatan berbeda yang diambil di berbagai setting global.

Terkait metodologi yang digunakan dalam studi-studi yang ditinjau, berbagai pendekatan diterapkan, termasuk metode kualitatif dan kuantitatif. Dari sembilan studi, enam menggunakan metode kuantitatif, seperti survei dan Structural Equation Modeling (SEM), untuk menilai dampak inisiatif keberlanjutan terhadap kinerja hotel dan perilaku konsumen. Selain itu, dua studi menggunakan metode kualitatif, termasuk wawancara dan studi kasus, untuk menggali lebih dalam faktor-faktor organisasi dan manajerial yang memengaruhi adopsi praktik berkelanjutan.

Terakhir, satu studi merupakan tinjauan sistematik yang menggunakan pendekatan sintesis tematik untuk mengonsolidasi dan menganalisis temuan-temuan yang ada di bidang ini. Keberagaman dalam metodologi ini memberikan pandangan yang komprehensif tentang keberlanjutan di sektor perhotelan, memberikan wawasan kuantitatif yang luas dan pemahaman kualitatif yang mendalam. Dalam hal dasar teori, studi-studi ini mengandalkan beberapa teori kunci untuk menjelaskan berbagai dimensi praktik keberlanjutan dalam industri perhotelan.

Misalnya, Theory of Planned Behavior (TPB) sering diterapkan untuk memahami bagaimana sikap konsumen, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan memengaruhi niat mereka untuk memilih hotel ramah lingkungan (Ni et al., 2025). Selain itu, Stakeholder Theory digunakan untuk memeriksa bagaimana hotel merespons tekanan dari berbagai pemangku kepentingan, seperti konsumen, karyawan, dan badan regulasi, untuk mengadopsi praktik berkelanjutan (Guerra-Lombardi et al., 2024).

Sementara itu, Signaling Theory digunakan untuk menjelaskan bagaimana sertifikasi lingkungan dan label ramah lingkungan berfungsi sebagai sinyal kepada konsumen mengenai komitmen hotel terhadap keberlanjutan, yang pada gilirannya memengaruhi pengambilan keputusan mereka (Xue et al., 2023; Bernard & Nicolau, 2022). Kerangka teori ini membantu dalam memahami hubungan kompleks antara praktik internal hotel, tekanan eksternal, dan perilaku konsumen dalam konteks keberlanjutan.

Temuan Tematik dan Analisis Sintesis

Melalui analisis mendalam terhadap sembilan studi yang termasuk dalam tinjauan ini, beberapa tema kunci terkait keberlanjutan dalam industri perhotelan muncul. Tema-tema ini diidentifikasi melalui pendekatan analisis tematik, yang memungkinkan pengkategorian temuan ke dalam empat area yang berbeda: praktik keberlanjutan dalam operasional hotel, faktor organisasi dan manajerial, peran sertifikasi lingkungan dan eco-labels, serta preferensi konsumen dan persepsi risiko, khususnya dalam konteks pandemi COVID-19. Setiap tema memberikan kontribusi untuk pemahaman yang lebih dalam mengenai kompleksitas yang terlibat dalam penerapan keberlanjutan di sektor perhotelan.

Praktik Keberlanjutan dalam Operasional Hotel

Salah satu tema dominan dalam literatur yang ditinjau adalah berbagai praktik keberlanjutan yang diterapkan oleh hotel. Praktik-praktik ini mencakup manajemen energi, konservasi air, pengurangan limbah, dan penggunaan produk serta teknologi ramah lingkungan.

Hotel semakin fokus pada peningkatan efisiensi operasional sebagai cara untuk mengurangi dampak lingkungan sambil mencapai penghematan biaya. Misalnya, banyak hotel yang telah mengadopsi teknologi hemat energi, seperti pencahayaan LED dan sistem sensor gerak, serta menerapkan sistem manajemen limbah untuk mengurangi jejak karbon mereka (Amado dos Santos et al., 2020). Beberapa studi juga menyoroti kesesuaian praktik ini dengan sertifikasi lingkungan global, seperti LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), Green Key, dan EarthCheck, yang secara luas diakui di industri dan berfungsi sebagai indikator komitmen hotel terhadap keberlanjutan (Bianco et al., 2023). Sertifikasi ini tidak hanya membantu hotel meningkatkan daya saing pasar mereka, tetapi juga menyediakan kerangka untuk perbaikan berkelanjutan dalam praktik keberlanjutan.

Faktor Organisasi dan Manajerial

Tema kedua yang diidentifikasi berkaitan dengan faktor organisasi dan manajerial yang memainkan peran penting dalam keberhasilan penerapan praktik keberlanjutan. Studi-studi menemukan bahwa dukungan dari manajemen puncak, budaya organisasi, dan pelatihan karyawan adalah faktor utama yang memengaruhi adopsi praktik berkelanjutan. Hotel dengan kepemimpinan yang kuat dan strategi keberlanjutan yang jelas lebih mungkin untuk mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam operasi bisnis inti mereka (Guerra-Lombardi et al., 2024).

Selain itu, ketersediaan sumber daya, seperti dukungan finansial dan sumber daya manusia, juga dipandang sebagai pendorong signifikan bagi upaya keberlanjutan. Namun, beberapa studi juga mengidentifikasi hambatan untuk mengadopsi keberlanjutan, seperti ketidakpastian pasar, resistensi terhadap perubahan budaya, dan biaya investasi awal yang terkait dengan penerapan teknologi ramah lingkungan (Oriade et al., 2021). Tantangan-tantangan ini, bersama dengan inersia organisasi, seringkali memperlambat adopsi luas praktik keberlanjutan, terutama di hotel yang lebih kecil atau di wilayah dengan sumber daya terbatas.

Peran Sertifikasi Lingkungan dan Eco-Labels

Tema penting lainnya yang muncul dari tinjauan ini adalah peran signifikan yang dimainkan oleh sertifikasi lingkungan dan eco-labels dalam membentuk persepsi konsumen dan memengaruhi pilihan hotel. Sertifikasi seperti Green Key, LEED, dan EarthCheck berfungsi sebagai validasi pihak ketiga terhadap praktik lingkungan hotel dan sering digunakan oleh konsumen untuk menilai upaya keberlanjutan hotel.

Beberapa studi menemukan bahwa sertifikasi ramah lingkungan bertindak sebagai sinyal kepercayaan bagi konsumen, memberikan mereka keyakinan bahwa hotel tersebut berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan mereka (Bernard & Nicolau, 2022). Namun, efektivitas sertifikasi ini bergantung pada kejelasan dan kredibilitas informasi yang diberikan. Studi seperti yang dilakukan oleh Xue et al. (2023) dan Ni et al. (2025) menekankan bahwa agar sertifikasi memiliki dampak yang berarti, mereka harus mudah dipahami dan dikomunikasikan secara transparan kepada konsumen. Selain itu, meskipun sertifikasi bermanfaat untuk meningkatkan citra dan pemasaran hotel, biaya yang terkait dengan sertifikasi dan kompleksitas proses sertifikasi bisa menjadi penghalang bagi hotel yang lebih kecil, khususnya di negara berkembang.

Preferensi Konsumen dan Persepsi Risiko

Tema terakhir yang dieksplorasi dalam tinjauan ini berkaitan dengan preferensi konsumen dan persepsi risiko, khususnya dalam konteks pandemi COVID-19. Pandemi telah mengubah secara fundamental perilaku konsumen, terutama dalam hal harapan terhadap kesehatan, keselamatan, dan kebersihan. Beberapa studi mengungkapkan bahwa konsumen kini lebih menekankan protokol Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Lingkungan (CHSE) saat memilih hotel (Abidin et al., 2022). Kekhawatiran ini telah mengalihkan fokus dari metrik keberlanjutan tradisional, seperti efisiensi energi, ke faktor-faktor yang berkaitan dengan kenyamanan pribadi dan persepsi terhadap keselamatan. Persepsi risiko seperti kekhawatiran tentang dampak lingkungan dari operasional hotel dan potensi paparan risiko kesehatan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen.

Menariknya, beberapa studi menemukan bahwa meskipun konsumen umumnya mendukung praktik berkelanjutan, ada bias persepsi yang menganggap bahwa hotel ramah lingkungan mungkin kurang nyaman atau lebih mahal (Xue et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada preferensi konsumen yang berkembang untuk hotel berkelanjutan, hotel harus dapat mengkomunikasikan upaya lingkungan mereka dengan efektif sambil memastikan bahwa mereka memenuhi kebutuhan dasar kenyamanan dan kemudahan.

Kerangka Konseptual dan Implikasi

Berdasarkan sintesis temuan dari sembilan studi yang dipilih, sebuah kerangka konseptual diajukan untuk menggambarkan interaksi antara faktor-faktor kunci yang mendorong keberlanjutan di industri perhotelan. Kerangka ini mengintegrasikan faktor organisasi dan manajerial, praktik keberlanjutan, sertifikasi lingkungan, dan preferensi konsumen, menyoroti hubungan dinamis antara komponen-komponen ini. Faktor organisasi dan manajerial sangat penting dalam menentukan keberhasilan upaya keberlanjutan di hotel. Dukungan dari manajemen puncak, budaya organisasi yang kuat, dan pelatihan karyawan adalah elemen kunci yang memungkinkan adopsi dan implementasi praktik keberlanjutan. Faktor-faktor ini sangat penting untuk memasukkan keberlanjutan ke dalam operasi inti hotel (Guerra-Lombardi et al., 2024). Praktik keberlanjutan operasional, seperti efisiensi energi, manajemen limbah, dan konservasi air, merupakan hal mendasar untuk mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan efisiensi biaya di hotel (Bianco et al., 2023).

Selain itu, sertifikasi lingkungan dan eco-labels berfungsi sebagai sinyal kepada konsumen, memberikan validasi pihak ketiga terhadap komitmen hotel terhadap keberlanjutan. Sertifikasi ini meningkatkan kepercayaan konsumen dan memengaruhi pengambilan keputusan mereka saat memilih akomodasi (Xue et al., 2023; Bernard & Nicolau, 2022). Interaksi antara elemen-elemen ini semakin dipengaruhi oleh preferensi konsumen dan persepsi risiko. Sikap konsumen terhadap keberlanjutan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kenyamanan, keselamatan, dan kepercayaan terhadap eco-labels. Pasca-pandemi, konsumen lebih peduli dengan kesehatan dan keselamatan selain keberlanjutan lingkungan, dan persepsi risiko mereka secara signifikan memengaruhi pilihan mereka.

Studi-studi menunjukkan bahwa meskipun konsumen mendukung hotel ramah lingkungan, mereka mungkin menganggap hotel tersebut kurang nyaman atau lebih mahal, meskipun preferensi ini sering kali dipengaruhi oleh persepsi daripada pengalaman yang sesungguhnya (Xue et al., 2023). Hal ini menyoroti pentingnya bagi hotel untuk

menyeimbangkan inisiatif keberlanjutan dengan harapan tamu terhadap kenyamanan dan nilai, terutama dalam konteks pasca-COVID-19 di mana protokol kesehatan dan kebersihan menjadi prioritas utama (Zainal et al., 2022).

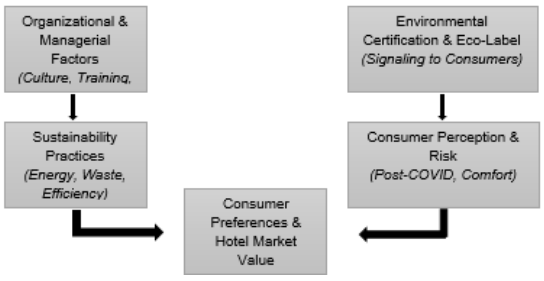
Kerangka konseptual yang diusulkan ini menekankan kompleksitas penerapan keberlanjutan di industri perhotelan. Kerangka ini menunjukkan bagaimana elemen-elemen organisasi internal, seperti dukungan manajemen dan keterlibatan karyawan, memengaruhi adopsi praktik ramah lingkungan, yang pada gilirannya divalidasi melalui sertifikasi lingkungan. Sertifikasi ini membantu membentuk persepsi konsumen dan daya saing pasar, yang akhirnya mendorong keberhasilan inisiatif keberlanjutan. Dengan mengintegrasikan faktor-faktor ini, kerangka ini memberikan pandangan komprehensif tentang jalur yang dapat ditempuh untuk mencapai keberlanjutan di sektor perhotelan.

Implikasi temuan-temuan ini signifikan baik untuk teori maupun praktik. Implikasi teoritis mencakup penguatan Stakeholder Theory, yang menunjukkan bahwa hotel harus memenuhi tuntutan berbagai pemangku kepentingan, termasuk konsumen, regulator, dan karyawan, dalam upaya keberlanjutan mereka (Guerra-Lombardi et al., 2024). Signaling Theory juga relevan, karena sertifikasi lingkungan berfungsi sebagai sinyal penting dari komitmen lingkungan kepada konsumen, yang meningkatkan kredibilitas dan nilai pasar hotel (Xue et al., 2023).

Selain itu, Theory of Planned Behavior (TPB) didukung oleh temuan ini, karena niat konsumen untuk memilih hotel berkelanjutan dipengaruhi secara signifikan oleh sikap mereka, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap pilihan mereka (Ni et al., 2025). Dari perspektif manajerial, temuan ini menyarankan bahwa hotel perlu menginternalisasi keberlanjutan bukan hanya sebagai tambahan opsional, tetapi sebagai strategi inti bisnis.

Dukungan manajemen dan budaya organisasi yang kuat sangat penting untuk berhasil mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam operasi hotel. Selain itu, hotel harus mengkomunikasikan manfaat sertifikasi lingkungan mereka secara jelas dan transparan kepada konsumen, memastikan bahwa informasi yang diberikan mudah dipahami dan dapat dipercaya. Dalam dunia pasca-pandemi, di mana kesehatan dan keselamatan telah menjadi perhatian utama, hotel harus menyeimbangkan keberlanjutan dengan kenyamanan, keselamatan, dan kepercayaan, memastikan bahwa upaya keberlanjutan mereka tidak mengorbankan kualitas pengalaman tamu.

Terakhir, hotel dapat memanfaatkan keberlanjutan sebagai keunggulan kompetitif, menggunakan sertifikasi ramah lingkungan dan inisiatif hijau sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka untuk menarik konsumen yang peduli lingkungan (Bianco et al., 2023).



Gambar 2. Hubungan antara faktor manajerial, praktik keberlanjutan, dan pengaruhnya terhadap preferensi konsumen dan nilai pasar hotel

KESIMPULAN DAN SARAN

Tinjauan pustaka sistematis ini telah meneliti praktik keberlanjutan utama, faktor organisasi, dan pengaruh perilaku konsumen dalam industri

perhotelan, dengan fokus pada periode 2020 hingga 2025. Analisis sembilan studi mengungkapkan bahwa keberlanjutan di sektor perhotelan merupakan proses yang beragam dan terus berkembang, yang dibentuk oleh dinamika organisasi internal, sertifikasi eksternal, dan persepsi konsumen.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa komitmen organisasi terhadap keberlanjutan sangat penting untuk keberhasilan penerapan praktik ramah lingkungan di hotel. Hotel dengan dukungan manajemen yang kuat, budaya keberlanjutan, dan pelatihan karyawan yang efektif berada pada posisi yang lebih baik untuk mengadopsi dan mempertahankan inisiatif ramah lingkungan. Selain itu, integrasi teknologi hemat energi, pengelolaan limbah, dan praktik konservasi air telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mengurangi jejak lingkungan dari operasi hotel.

Peran sertifikasi lingkungan dan label ramah lingkungan ditemukan sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen dan mendorong pilihan hotel. Sertifikasi seperti LEED, Green Key, dan EarthCheck berfungsi sebagai alat yang berharga untuk membangun kepercayaan konsumen dan menandakan komitmen hotel terhadap keberlanjutan. Namun, efektivitasnya bergantung pada komunikasi dan kredibilitas yang jelas. Sementara konsumen semakin memprioritaskan keberlanjutan dalam keputusan perjalanan mereka, kenyamanan, kepercayaan, dan persepsi risiko juga memainkan peran penting, terutama dalam konteks pascapandemi di mana masalah kesehatan dan keselamatan menjadi pusat perhatian.

Keberlanjutan dalam industri perhotelan tidak hanya berkaitan dengan penerapan praktik ramah lingkungan, tetapi juga memastikan bahwa praktik-praktik tersebut selaras dengan harapan konsumen dan tren pasar. Keberhasilan inisiatif keberlanjutan bergantung pada pendekatan yang seimbang yang mengintegrasikan efisiensi operasional, legitimasi lingkungan, dan kepercayaan konsumen.

Meskipun tinjauan ini memberikan sintesis komprehensif tentang literatur terkini mengenai keberlanjutan dalam industri perhotelan, beberapa area memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Pertama, penelitian kontekstual di negara berkembang diperlukan untuk lebih memahami tantangan dan peluang unik dalam penerapan keberlanjutan di wilayah dengan sumber daya terbatas dan tingkat kesadaran konsumen yang lebih rendah (Oriade et al., 2021). Secara khusus, studi masa depan dapat mengeksplorasi bagaimana faktor ekonomi, seperti keterjangkauan dan insentif pemerintah, memengaruhi adopsi praktik keberlanjutan di wilayah ini.

Kedua, studi longitudinal yang mengikuti perkembangan hotel dari waktu ke waktu akan memberikan wawasan berharga tentang dampak jangka panjang dari praktik keberlanjutan terhadap kinerja keuangan, loyalitas pelanggan, dan reputasi merek. Studi semacam itu dapat memberikan bukti apakah upaya keberlanjutan menghasilkan keuntungan pasar yang berkelanjutan atau jika biaya yang terkait dengan penerapan praktik ramah lingkungan melebihi manfaatnya dalam jangka panjang (Bianco et al., 2023).

Ketiga, penelitian lintas budaya akan membantu memperdalam pemahaman kita tentang bagaimana preferensi konsumen terhadap hotel berkelanjutan dapat bervariasi di berbagai konteks budaya. Seiring dengan meningkatnya kesadaran global terhadap isu-isu lingkungan, penting untuk memeriksa bagaimana strategi pemasaran dan inisiatif keberlanjutan perlu disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan beragam konsumen di berbagai wilayah (Xue et al., 2023). Hal ini akan sangat penting bagi hotel yang beroperasi di pasar multikultural atau internasional.

Area penelitian masa depan yang menjanjikan lainnya adalah peran teknologi digital dalam meningkatkan upaya keberlanjutan dalam industri perhotelan. Dengan munculnya teknologi pintar seperti Internet of Things (IoT) dan kecerdasan buatan (AI), hotel dapat meningkatkan efisiensi operasional dan praktik pengelolaan lingkungan mereka. Studi-studi masa depan dapat mengeksplorasi bagaimana teknologi ini dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan konsumsi energi, meminimalkan limbah, dan meningkatkan pengalaman tamu sambil mempertahankan standar keberlanjutan.

Finally, government policies and regulations play an important role in driving sustainability initiatives in the hotel industry. Research could investigate the impact of public-private partnerships and government incentives in promoting the transition to more sustainable practices in hotels, particularly in regions where there is limited regulatory support for environmental initiatives. Understanding how government policies influence hotel sustainability could offer valuable insights into how policy frameworks can be designed to support sustainable development in the hospitality sector (Guerra-Lombardi et al., 2024).

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z., Handayani, W., Zaky, E. A., & Faturrahman, A. D. (2022). Perceived risk and attitude's mediating role between tourism knowledge and visit intention during the COVID-19 pandemic: implementation for coastal-ecotourism management. Heliyon, 8(10), e10724. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10724

Amado dos Santos, R., Méxas, M. P., Meiriño, M. J., Sampaio, M. C., & Costa, H. G. (2020). Criteria for assessing a sustainable hotel business. Journal of Cleaner Production, 262. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121347

Bernard, S., & Nicolau, J. L. (2022). Environmental certification and hotel market value. International Journal of Hospitality Management, 101(June 2021), 103129. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103129

Bianco, S., Bernard, S., & Singal, M. (2023). The impact of sustainability certifications on performance and competitive action in hotels. International Journal of Hospitality Management, 108(May 2022), 103379. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103379

Bravo, I., Colamatteo, I., Balzano, S., Cappelli, L., & Iannucci, E. (2024). Consumer Behaviour Regarding Certified Food. *Sustainability*, *16*(9), 3757. https://doi.org/10.3390/su16093757

Chi, C. G., Chi, O. H., Xu, X., & Kennedy, I. (2022). Narrowing the intention-behavior gap: The impact of hotel green certification. International Journal of Hospitality Management, 107, 103305. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103305

Damigos, D. (2023). How Much Are Consumers Willing to Pay for a Greener Hotel Industry? A Systematic Literature Review. *Sustainability*, *15*(11), 8775. https://doi.org/10.3390/su15118775

Guerra-Lombardi, V., Hernández-Martín, R., & Padrón-Fumero, N. (2024). Drivers, barriers and key practices of corporate sustainability strategy implementation in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 120(May). https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103791

Kaithlin, J. (2024). Green Certification and Its Impact on Hotel

Marketability and Profitability. *Journal of Modern Hospitality*, 3(2), 39-51. DOI:10.47941/jmh.1959

Kaur, B. (2021). A Study of Barriers to Environmentally Sustainable Practices in Hotel Businesses in Punjab, India: Preliminary Findings. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal.* 14(1), 71-86. DOI: 10.26493/2335-4194.14.71-86

Magnini, V. P., Rumbaugh, E. G., Quendler, E., & Boley, B. B. (2025). State of Incentivizing property-level environmental sustainability in the U.S. hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, *126*(January), 104109. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104109

Mironova, J., Zusevica, I., & Oborenko, Z. (2025). The Influence of Sustainable Practices in The Hospitality Industry on Consumer Decision-Making. *Baltic Journal of Economic Studies*, *11*(1), 1-8. https://doi.org/10.30525/2256-0742/2025-11-1-1-8

Ni, X., Li, H., & Wang, D. (2025). How hotel eco-labels can be powerful nudges: An evaluability perspective. *Tourism Management*, *110*(February), 105191. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105191

Oriade, A., Osinaike, A., Aduhene, K., & Wang, Y. (2021). Sustainability awareness, management practices and organisational culture in hotels: Evidence from developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, *92*(March 2020), 102699. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102699

Qubbaj, A. I., Peiró-Signes, A., & Najjar, M. (2023). The Effect of Green Certificates on the Purchasing Decisions of Online Customers in Green Hotels: A Case Study from Saudi Arabia. *Sustainability*, *15*(7), 5892. https://doi.org/10.3390/su15075892

Tokro, L. S., & Dzitse, C. D. (2024). Barriers to The Adoption of Sustainability Practices in Small Hotel Businesses: A Qualitative Study In Ghana. Research Journalof Business and Management, 11(1), 36-50. DOI: 10.17261/Pressacademia.2024.188

Velaoras, K., Menegaki, A. N., Polyzos, S., & Gotzamani, K. (2025). The Role of Environmental Certification in the Hospitality Industry: Assessing Sustainability, Consumer Preferences, and the Economic Impact. *Sustainability*, *17*(2), 650. https://doi.org/10.3390/su17020650

Xue, N. (Iris), Chan, E. K., & Wan, L. C. (2023). How eco-certificate/effort influences hotel preference. *Annals of Tourism Research*, *101*. https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103616