

Pengaruh *Green Experiential Value* Terhadap *Green Behavior* Tamu Menginap di Pangeran Beach Hotel Padang

Fajar Sidik⁽¹⁾

Prodi DIV Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang;
fajarsidik@student.unp.ac.id

Feri Ferdian⁽²⁾

Prodi DIV Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang
feri_ferdian@fpp.unp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of green experiential value on the green behavior of guests staying at Pangeran Beach Hotel Padang. A quantitative approach was employed, using a questionnaire distributed to 125 hotel guests who have stayed. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method. The results show that green experiential value has a significant effect on green behavior. These findings indicate that environmentally friendly experiences provided by hotels can encourage sustainable behavior among guests during their stay.

Keywords: *green experiential value; green behavior; sustainability hotel.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green experiential value* terhadap *green behavior* tamu yang menginap di Pangeran Beach Hotel Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada 125 responden tamu hotel yang menginap. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green experiential value* berpengaruh signifikan terhadap *green behavior*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman ramah lingkungan yang diberikan hotel dapat mendorong perilaku berkelanjutan dari tamu selama menginap.

Kata kunci: *green experiential value; green behavior; sustainability.*

PENDAHULUAN Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan berkelanjutan. Di tingkat global, kontribusinya terhadap produk domestik bruto mencapai lebih dari 10% dan turut mendorong pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs).⁽¹⁾ Sektor ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memiliki potensi untuk mendukung pelestarian lingkungan melalui pengembangan praktik ramah lingkungan.

Di Indonesia, khususnya di Sumatera Barat, pariwisata menjadi salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap devisa negara.⁽⁴⁾ Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi Sumatera Barat mengalami peningkatan sebesar 53,70% per Mei 2024 dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Tingginya tingkat hunian hotel berbintang, termasuk Pangeran Beach Hotel Padang, menunjukkan bahwa hotel memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan pariwisata daerah.

Namun, pertumbuhan industri perhotelan juga berkontribusi terhadap permasalahan lingkungan. Rata-rata hotel menghasilkan 160–220 kg CO₂ per kamar per tahun dan konsumsi air mencapai 170–440 liter per tamu per malam.⁽³⁾ Selain itu, perilaku tamu yang boros energi dan air, serta kurangnya kesadaran terhadap praktik ramah lingkungan, memperburuk dampak ekologis.⁽²⁾

Green behavior atau perilaku ramah lingkungan menjadi penting dalam konteks ini. *Green behavior* mencakup tindakan yang bertujuan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti menghemat energi, mengurangi limbah, dan menggunakan produk ramah lingkungan.⁽⁵⁾ Dalam dunia perhotelan, perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah pengalaman yang diberikan oleh hotel melalui praktik berkelanjutan atau disebut *green experiential value*.⁽⁶⁾

Green experiential value merujuk pada pengalaman positif tamu yang berkaitan dengan praktik ramah lingkungan selama menginap di hotel, seperti penggunaan produk ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan program edukatif tentang keberlanjutan.⁽⁷⁾ Pengalaman ini dinilai mampu membentuk persepsi dan mendorong perilaku tamu agar lebih peduli terhadap lingkungan.⁽⁸⁾

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *green experiential value* terhadap *green behavior* tamu yang menginap di Pangeran Beach Hotel Padang. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak hotel dalam merancang strategi pelayanan yang mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green experiential value* terhadap *green behavior* tamu yang menginap di Pangeran Beach Hotel Padang. Secara khusus, penelitian ini ingin mengidentifikasi sejauh mana pengalaman ramah lingkungan yang diberikan oleh hotel dapat membentuk perilaku tamu yang mendukung keberlanjutan lingkungan selama menginap.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh *green experiential value* terhadap *green behavior* tamu. Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2024 di Pangeran Beach Hotel Padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di hotel tersebut selama satu bulan terakhir, berjumlah 2.861 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria tamu yang memprioritaskan tamu yang menginap lebih dari satu malam. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Hair et al., yaitu jumlah indikator dikalikan 10, sehingga diperoleh minimal 110 responden. Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 125 responden yang memenuhi kriteria.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *green experiential value* sebagai variabel independen dan *green behavior* sebagai variabel dependen. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5 yang dikembangkan berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji terlebih dahulu pada 30 responden. Seluruh item dinyatakan valid dengan r hitung $>$ r tabel, serta reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,936 untuk variabel *green experiential value* dan 0,932 untuk *green behavior*.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Analisis dilakukan untuk menguji validitas konstruk, reliabilitas, serta hubungan kausal antara variabel.

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prinsip etika penelitian. Responden diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian, dijamin kerahasiaannya, dan diminta kesediaannya untuk berpartisipasi secara sukarela.

HASIL

Penelitian ini mengkaji pengaruh *green experiential value* terhadap *green behavior* tamu yang menginap di Pangeran Beach Hotel Padang. Responden berjumlah 125 orang yang dipilih dengan memprioritaskan sampel berdasarkan kriteria menginap lebih dari satu malam.

Tabel 1. Tingkat Capaian Responden Terhadap Variabel *Green Experiential Value*

Indikator	Mean	Kategori
<i>Green utilitarian value</i>	4,13	Baik
<i>Green emotional value</i>	4,07	Baik
<i>Green social value</i>	4,07	Baik
<i>Green altruistic value</i>	4,17	Baik
Rata-rata total	4,19	Baik

Dari hasil capaian responden terhadap variable *green experiential value* menunjukkan bahwa seluruh indikator *green experiential value* berada dalam kategori yang baik, yang mencerminkan adanya kesadaran dan penerimaan yang cukup positif dari responden terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan. Nilai utilitarian hijau menunjukkan bahwa responden memahami manfaat praktis dari perilaku ramah lingkungan, seperti efisiensi dan kenyamanan, meskipun belum sepenuhnya menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan.

Nilai emosional hijau mengindikasikan bahwa keterlibatan emosional terhadap isu lingkungan sudah mulai terbentuk, namun belum mencapai tingkat yang sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden merasa senang dan puas saat melakukan tindakan berkelanjutan, dorongan emosional tersebut masih perlu diperkuat agar dapat menjadi motivasi utama dalam perilaku hijau (*green behavior*).

Nilai sosial hijau mencerminkan bahwa pengaruh sosial dan citra diri sebagai individu yang peduli lingkungan telah mulai berperan, namun belum menjadi faktor yang sangat menentukan. Sementara itu, nilai altruistik hijau menunjukkan bahwa responden memiliki kepedulian terhadap dampak lingkungan terhadap orang lain dan generasi mendatang, meskipun dorongan moral tersebut masih berada pada tingkat yang moderat.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai hijau telah diterima dengan baik oleh responden, namun masih terdapat ruang untuk penguatan, khususnya dalam aspek emosional dan sosial. Upaya peningkatan kesadaran, edukasi, dan pembentukan norma sosial yang mendukung perilaku berkelanjutan dapat menjadi strategi penting untuk mendorong transformasi nilai menjadi tindakan nyata yang lebih konsisten.

Tabel 2. Tingkat Capaian Responden Terhadap Variabel *Green Behavior*

Dimensi	Rata-rata Skor	Kategori
Partisipasi dalam green practice	4,29	Sangat Baik
Konsumsi makanan berkelanjutan	4,21	Sangat Baik
Preferensi akomodasi <i>eco-friendly</i>	4,38	Sangat Baik
Lingkungan sosial	4,28	Sangat Baik
Rata-rata total	4,29	Sangat Baik

Berdasarkan table di atas, perilaku ramah lingkungan (*green behavior*) terbukti telah menjadi bagian yang cukup melekat dalam keseharian responden. Partisipasi aktif dalam praktik berkelanjutan menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya menjaga lingkungan, yang tercermin dalam tindakan nyata seperti pengurangan limbah, penggunaan produk ramah lingkungan, dan keterlibatan dalam kegiatan pelestarian alam. Selain itu, preferensi terhadap akomodasi berbasis *eco-friendly* mengindikasikan bahwa aspek keberlanjutan telah menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan konsumsi, khususnya dalam konteks perjalanan dan tempat tinggal.

Sedangkan, konsumsi makanan berkelanjutan juga menunjukkan kecenderungan positif, meskipun aspek ini tampak sedikit tertinggal dibandingkan dimensi lainnya. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa meskipun responden telah memiliki kesadaran terhadap pentingnya pola makan yang mendukung keberlanjutan, faktor-faktor seperti ketersediaan, harga, atau pengetahuan tentang makanan berkelanjutan masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan lebih lanjut.

Selanjutnya, lingkungan sosial berperan sebagai faktor pendukung yang signifikan dalam membentuk dan memperkuat perilaku hijau. Dukungan dari orang-orang di sekitar, norma sosial, serta pengaruh komunitas terbukti efektif dalam mendorong individu untuk lebih konsisten menerapkan gaya hidup berkelanjutan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa determinan utama dari perilaku ramah lingkungan mencakup kesadaran pribadi, preferensi konsumsi yang berorientasi pada keberlanjutan, serta pengaruh sosial yang positif.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa perilaku hijau telah terinternalisasi dengan baik di kalangan responden, dan memiliki potensi besar untuk terus berkembang apabila didukung oleh edukasi, akses yang lebih luas terhadap produk dan layanan berkelanjutan, serta penguatan norma sosial yang mendukung gaya hidup ramah lingkungan.

Selanjutnya disajikan hasil uji hubungan variable sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDE)	T statistics (O/STDEV)	P values
Green Experiential Value -> Green Behavior	0.314	0.350	0.092	3.430	0.001

Table di atas merupakan hasil pengujian hubungan antara *green experiential value* dan *green behavior* yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara statistik. Koefisien jalur sebesar 0,314 mengindikasikan bahwa pengalaman ramah lingkungan yang diperoleh tamu selama menginap memiliki kontribusi positif terhadap kecenderungan mereka dalam menerapkan perilaku berkelanjutan.

Nilai *t-statistic* sebesar 3,430 yang melebihi ambang batas kritis (1,96) serta nilai *p-value* sebesar 0,001 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, memperkuat validitas hubungan tersebut. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa *green experiential value* berperan sebagai determinan penting dalam membentuk *green behavior*, dan secara implikatif menegaskan bahwa strategi penyediaan pengalaman berkelanjutan oleh pihak hotel dapat menjadi pendekatan efektif dalam mendorong partisipasi tamu terhadap praktik ramah lingkungan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green experiential value* berpengaruh signifikan terhadap *green behavior* tamu. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pengalaman positif terkait keberlanjutan yang dirasakan tamu selama menginap mendorong munculnya perilaku yang lebih peduli terhadap lingkungan. Tamu yang merasakan nilai emosional, sosial, dan altruistik dari *green practice* hotel cenderung melakukan tindakan nyata seperti menghemat energi, memilah sampah, dan memilih produk ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan pendapat Han dan Kim yang menyatakan bahwa *experiential value* dapat membentuk perilaku ekologis melalui keterikatan emosional tamu terhadap lingkungan sekitar hotel. ⁽¹⁾ Selain itu, temuan ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa tamu cenderung merespons secara positif terhadap pengalaman yang menyenangkan dan bermakna secara lingkungan. ⁽²⁾

Di sisi lain, perilaku tamu yang tergolong dalam *green behavior* juga menunjukkan hasil yang sangat baik. Tamu tidak hanya menunjukkan kepatuhan terhadap kebijakan hotel yang mendukung penghematan energi dan pengelolaan limbah, tetapi juga memperlihatkan preferensi terhadap akomodasi yang berkonsep ramah lingkungan. Dimensi preferensi akomodasi *eco-friendly* menjadi indikator paling kuat, menandakan bahwa keberlanjutan telah menjadi pertimbangan utama dalam keputusan menginap.

Hubungan antara kedua variabel tersebut *green experiential value* dan *green behavior* terbukti signifikan. Pengalaman positif yang dirasakan tamu selama menginap, seperti penggunaan produk ramah lingkungan, edukasi tentang keberlanjutan, dan desain hotel yang mendukung efisiensi energi, berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran dan tindakan nyata dalam mendukung praktik hijau. Meskipun kontribusi langsungnya terhadap perilaku hijau hanya sekitar 9,9%, arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa pengalaman berkelanjutan tetap menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku tamu.

Temuan ini memperkuat gagasan bahwa industri perhotelan tidak hanya berperan sebagai penyedia jasa akomodasi, tetapi juga sebagai agen perubahan dalam mendorong gaya hidup berkelanjutan. Dengan memperkuat dimensi emosional dan sosial dari pengalaman hijau, serta meningkatkan komunikasi dan edukasi kepada tamu, hotel dapat menciptakan lingkungan yang tidak hanya nyaman, tetapi juga mendidik dan menginspirasi tamu untuk berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *green experiential value* memiliki peran penting dalam membentuk *green behavior* tamu yang menginap di Pangeran Beach Hotel Padang. Ketika tamu mendapatkan pengalaman positif yang berkaitan dengan praktik ramah lingkungan selama masa inap, mereka cenderung menunjukkan perilaku yang mendukung keberlanjutan, seperti partisipasi aktif dalam praktik ramah lingkungan, konsumsi makanan berkelanjutan, pemilihan akomodasi yang *eco-friendly*, dan pengaruh positif terhadap lingkungan sosial di sekitarnya.

Temuan ini menegaskan bahwa hotel dapat memainkan peran strategis dalam mendorong perilaku ramah lingkungan melalui penyediaan pengalaman menginap yang berorientasi pada keberlanjutan. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada citra positif hotel, tetapi juga mendukung agenda pembangunan pariwisata berkelanjutan secara lebih luas.

Disarankan agar pihak hotel terus meningkatkan elemen-elemen *experiential* yang ramah lingkungan, termasuk edukasi tamu, inovasi layanan, serta konsistensi dalam menerapkan *green practice*. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal dan peningkatan komunikasi tentang keberlanjutan kepada tamu akan memperkuat dampak dari program-program yang telah dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Abdou AH, Hassan TH, El Dief MM. A description of green hotel practices and their role in achieving sustainable development. *Sustainability*. 2020;12(22):9624. <https://doi.org/10.3390/su12229624>
2. World Tourism Organization. *Sustainable tourism for development: Guidebook*. UNWTO; 2013. <https://doi.org/10.18111/9789284415496>
3. Marta RF, Havifi F. Pengaruh pengeluaran wisatawan terhadap PDB Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*. 2020;11(2):107–22.
4. Badan Pusat Statistik. Jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat. *BPS Sumbar*; 2024.
5. Tripadvisor. Review Pangeran Beach Hotel Padang. Diakses Mei 2024, dari: <https://www.tripadvisor.com>
6. Budiantoro R, Suwandi T, Suryani N. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi green behavior. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 2015;16(1):1–11.
7. Radwan H, Jones E, Minoli D. Managing solid waste in small hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2012;24(4):612–28.
8. Tzschentke NA, Kirk D, Lynch PA. Going green: Decisional factors in small hospitality operations. *Int J Hosp Manag*. 2008;27(1):126–33.
9. Huang MH, Chen HY, Chen PH. Exploring the intention to visit green hotels. *Tourism Management*. 2014;42:207–16.
10. Chen MF, Tung PJ. Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *Int J Hosp Manag*. 2014;36:221–30.
11. Choi H, Jang J, Kandampully J. Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *Int J Hosp Manag*. 2015;51:87–95.
12. Lee WC, Peng CY. Green experiential marketing, experiential value, relationship quality, and customer loyalty in environmental leisure farm. *J Hosp Tour Manag*. 2021;47:545–53.
13. Han H, Kim Y. An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *Int J Hosp Manag*. 2010;29(4):659–68.
14. Abdillah W, Hartono J. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi; 2015.

15. Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE. *Multivariate data analysis*. 7th ed. Pearson Education; 2010.
16. Ghozali I, Latan H. *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2015.
17. Schroeder JE. The cultural codes of branding. *Marketing Theory*. 2012;12(1):123–6.
18. Putri R, Rizal A, Nasution M. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ramah lingkungan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2022;7(1):90–100.