

## BAB 2

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Definisi *Green Business*

Sekarang ini, para pelaku bisnis dengan sangat antusias melancarkan berbagai produk yang bertema “*green*”, seperti mobil, bangunan, produk kecantikan, makanan, sampai dengan kertas dan alat tulis. Tidak seperti di jaman dulu dimana pelaku bisnis berasumsi bahwa dengan menjadi *green business* dipercaya akan membebankan biaya/pengeluaran sehingga menurunkan daya saing perusahaan (Dennis D. Hirsch, 2010:3).

Presiden Barack Obama dalam interviewnya mengatakan (seperti yang dikutip oleh Dennis H.Hirsch, 2010:4) “*green business could lead to a cleaner, leaner, more competitive future for America industry*”,

Singkat kata, sekarang ini, para pelaku bisnis mulai berubah pikiran dan dapat melihat bahwa dengan memberikan investasi dan perhatian pada lingkungan, malah berpotensi dalam meningkatkan daya saing bisnis dan mengerti bahwa *green business* adalah bisnis masa depan.

Jadi, apa sebenarnya *Green Business* itu?

Eric Koester (2010:7) mengemukakan bahwa “*words like sustainable, triple bottom line, green, clean, environmental, eco-friendly, compostable, recyclable, renewable, natural, organic, and dozens more can all be applied to the concept of green*”.

Eric Koester (2010:7) juga menyebutkan bahwa kurangnya keseragaman dalam definisi ‘*green*’, ‘*green business*’ dan ‘*sustainability*’ dan berbagai istilah lain memberikan tantangan bagi para pengusaha yang bergerak dibidang ‘*green*’.

Melalui jurnal “*Comparative Advantage & Green Business*”, Ernst & Young (2008:11) mengemukakan bahwa “*green business* adalah suatu hal yang relatif baru, dan sebuah istilah yang tidak terdefinisi dengan baik sehingga dapat diinterpretasi dengan berbagai cara yang berbeda oleh orang atau organisasi yang berbeda. Apa yang dianggap sebagai ‘*green*’ oleh sebuah organisasi bias jadi tidak sama oleh organisasi lainnya”.

Walaupun begitu, inti dasar dari sebuah green business adalah fokusnya pada keberlanjutan, dalam segi lingkungan dan sumber daya (*Ernst & Young’s Comparative Advantage & Green Business Report, 2012:12*)

Menurut Eric Koester (2010:8), dalam bukunya yang berjudul *Green Entrepreneur Handbook*, dituliskan bahwa “*In general, green business are just like any other business in that they must create sufficient profits to continue to operate. The difference lies in what else green business concern themselves with – weighing the value of sustainability and human capital, for instance.*

Dia juga menambahkan bahwa sebuah green business membutuhkan komitmen yang seimbang antara profitabilitas (*finance*), keberlanjutan (*sustainability*) dan kemanusiaan (*humanity*) (Eric Koester, 2010:8).

Berdasarkan jurnal Dennis D.Hrisch (2010:11) *green business* didefinisikan sebagai “*voluntary actions by a private firm that seeks to achieve better environmental performance and, simultaneously, to make the company more competitive*”.

Sedangkan *The Green Times* menggunakan definisi sebagai berikut: “*Green is being concerned with and supporting environmentalism and tending to preserve environmental quality.*” (seperti yang dikutip oleh Eric Koester 2010:8)

Dan Gil Friend (2009:2) mendefinisikan *green business* sebagai bisnis yang:

- *Reduces negative environmental impacts*
- *Complies with environmental regulations*
- *Has a slick green marketing campaign*
- *Publishes a Corporate Social Responsibility*
- *Has a good environmental management systems*
- *Is ISO 14001 or otherwise “green” certified*
- *Can sustain its operations into the future indefinitely*
- *Enriches the world in which it operates*

Walaupun memiliki definisi yang tidak pasti dan terdapat banyak istilah lain yang mirip, penulis menarik kesimpulan bahwa premis dasar dari *green business* tidaklah hanya terletak pada lingkungan, tetapi mencakup keberlanjutan/*sustainability* secara menyeluruh.

Untuk dapat memberikan definisi pada *green business*, maka penulis merasa perlu untuk memahami apa yang dimaksud dengan keberlanjutan.

### **2.1.1 Keberlanjutan/Sustainability**

Konsep green business tidak akan pernah terlepas dengan sustainability. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, penerapan konsep green business memiliki fokus pada keberlanjutan/sustainability.

Gil Friend (2009:3) mengartikan sustainability sebagai “living and doing business in ways that don’t erode the potential for future generations – commonly refers to the triple bottom line (TBL) or economic, environmental, and social benefit”.

Dalam *sustainability*, dikenal istilah *triple bottom line* yang mencakup 3 sektor yang akan menentukan apakah organisasi melakukan praktek berkelanjutan atau tidak.

Robert Dahlstrom (2010:7) mengemukakan bahwa “*industry practice has embraced the notion that sustainability derives from focusing on the triple bottom line*”.

Robert (2010:7) menjelaskan secara detail bahwa:

*“The sustainable organization must generate acceptable levels of economic performance, or it will not survive. It must also nurture social performance in its interaction with customers, suppliers, consumers, and other interest groups. Survival is also contingent on the firm’s ability to achieve acceptable levels of environmental performance throughout the supply cycle from raw material procurement to post consumption disposal.”*

Dengan demikian, definisi yang disimpulkan penulis adalah sebagai berikut:

“*green business* adalah sebuah konsep bisnis yang memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan komunitas sosial sembari meningkatkan keuntungan/profitability bagi organisasi”.

Berdasarkan definisi di atas, penulis menentukan dimensi dari variabel *green business*, yaitu lingkungan (*environment*), sosial (*social*) dan ekonomi (*economic*).

Berdasarkan EC3 (2012:17), dimensi ekonomi berkisar seputar *cost saving, profit, economic growth, research & development*. Dimensi sosial mencakup *standard of living, education, community* dan *equal opportunity*. Dan dimensi lingkungan mencakup *natural resource use, environmental management* dan *pollution prevention*.

## 2.2 Karakteristik dari Green Business

Ada karakteristik khusus dari *green business* yang membedakannya dengan bisnis lainnya.

Dalam jurnalnya yang berjudul *Green Business and The Importance of Reflexive Law: What Michael Porter Didn't Say*, Dennis D. Hirsch (2010:11), mengidentifikasi 9 kategori utama dari perilaku *green business*. Disebutkan “*When firms 'go green' they exceed legal requirement by:*

- *Directly reducing their own regulated, or unregulated, environmental impacts*

- *Reducing their customers' environmental impacts and decrease their customer' exposure to unhealthy substances*
- *Increasing their reuse and recycling of materials used in the production process*
- *Improving their energy efficiency, or that of their customer*
- *Improving their resource productivity, or that of their customers*
- *Implementing systems to identify waste reduction, pollution prevention, energy efficiency and/or resource productivity opportunities throughout the company of facility*
- *Collecting and disseminating more information about the firm's environmental impacts and performances that the law requires*
- *Providing more opportunities for stakeholder input into corporate decision making than the law requires*
- *Financing and investing in green products and business models, such as those described above*

Dalam artikel Stuart L. Hart (2000:117) yang berjudul *Beyond Greening: Strategies for Sustainable World* yang memenangkan 'Best Article' di *Harvard Business Review* dan membantu dalam meluncurkan 'the movement for corporate sustainability', menyebutkan ada 3 tahapan yang menggerakkan sebuah perusahaan ke arah keberlanjutan, yaitu:

- *Stages One: Pollution Prevention*

*The first step for most companies is to make the shift from pollution control to pollution prevention. Pollution control means cleaning up waste after it has been created. Pollution prevention focuses on minimizing or eliminating waste before it is created.*

- *Stages Two: Product Stewardship*

*Product stewardship focuses on minimizing not only pollution from manufacturing but also all environmental impacts associated with the full life cycle of product.*

- *Stages Three: Clean Technology*

*Companies with their eye on the future can begin to plan for and invest in tomorrow's technologies. The simple fact is that the existing technology base in many industries is not environmentally sustainable.*

Dari 3 tahapan yang di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagai perusahaan yang memiliki *sustainability* atau keberlanjutan dalam visinya, memiliki pola pikir dari mengontrol polusi yang dihasilkan menjadi mencegah kemunculan polusi, menerapkan konsep berkelanjutan ke dalam setiap proses produksi/operasi sehari-hari, dan mengadaptasikan clean technology ke dalam perusahaan.

Menurut Eric Koester (2010:14), Sektor green business memiliki penekanan yang kuat pada energi. *“This includes businesses focusing on generating electricity from renewable resources and on energy efficiency, as well as those involved in the smart grid, alternative fuels and transportation, green*

*plastics, and countless others. In fact, many must work with the utilities in order to succeed*".

Sedangkan Cooney dalam Eric Koester (2010:8) mengemukakan 4 kriteria dari *green business*, sebagai berikut:

1. *It incorporates principles of sustainability into each of its business decisions*
2. *It supplies environmentally friendly products or services that replaces demand for non-green products and/or services*
3. *It is greener than traditional competition*
4. *It has made an enduring commitment to environmental principles in its business operations.*

Walaupun pendapat-pendapat akan karakteristik *green business* tidak sama, terdapat beberapa kesamaan yang dapat penulis tarik sebagai sebuah kesimpulan. *Green business* pada umumnya memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Penggunaan sumber daya yang efisien, dapat berupa **energi** (listrik, bahan bakar fosil) dan **air**
2. Pengolahan sampah/*waste* dan polusi – ***recycle***
3. Penerapan teknologi yang ramah lingkungan, yang disebut sebagai ***Clean Technology*** ke dalam organisasi.

Penulis ingin menekankan bahwa karakteristik yang disebutkan di atas hanyalah berupa karakteristik umum, akan tetapi, pada praktek *green*



*business* yang diterapkan oleh setiap perusahaan/organisasi akan sangat tergantung kepada standar *ecolabel* yang perusahaan/organisasi pakai/terapkan. Penjelasan mengenai *ecolabel* dapat di lihat di subbab ***Green Certification & Labeling***.

### **2.3 *Green Business* di Industri Perhotelan dan Akomodasi**

*It can be safely said that where jobs are and major concentrations of economic activity occur, hotels will follow* (Denny and Michael, 2007:1).

Sebelum membahas pertumbuhan fenomena pertumbuhan pengimplementasian konsep *green* pada industri perhotelan di Indonesia, mari kita lihat gambaran global antara hubungan industri Perhotelan dan konsep *green business* secara umum.

Robert Dahlstrom (2010:252) mengemukakan bahwa industri hotel dan akomodasi bertanggungjawab atas 8% konsumsi energi di sektor pelayanan. Dia juga menambahkan “*the hotel industry is one of the world’s largest employers and represents more than 195 million jobs and 10.2% of the world’s GDP*”.

Menurut William Thebold mengenai industri perhotelan dan akomodasi “*the industry reports annual capital investments of \$685 billion*” (seperti yang dikutip Robert Dahlstorm, 2010:252)

Robert Dahlstorm (2010:252) menyebutkan, Industri pariwisata memprediksikan pencapaian dengan jumlah lebih dari 1.56 trilliun orang pada tahun 2020, oleh sebab itu, industri perhotelan harus mengakomodasi

permintaan dengan menyediakan atau membangun lebih banyak properti atau hotel baru.

Sebagai salah satu sektor yang menyediakan lapangan kerja terbesar di dunia, industri Perhotelan dan Akomodasi menyadari konstruksi dari hotel-hotel baru harus sejalan dengan pengembangan keberlanjutan. (Robert Dahlstorm, 2010:252).

Robert Dahlstorm (2010:252) menjelaskan:

*“In 2005, The International Business Leaders Forum (IBLF) and Conservation International developed a plan for implementing sustainability into hotel planning and development to help guide planners, investors, hotel owners, and developers. This plan was developed in conjunction with nine of the world’s leading hotel companies: Accor, Carlson, Four Seasons, Hilton, InterContinental, Marriott, Rezidor SAS, Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc., and Taj Hotels Resorts and Palace. This plan focuses on site selection, building design, and construction”.*

Walaupun rencana IBLF baru terbentuk pada tahun 2005, sebenarnya konsep *green* ini sudah muncul dari tahun-tahun yang jauh sebelumnya. Seperti telah disebutkan di sub bab sebelumnya, konsep *green* sebenarnya sudah tertuang di Undang-Undang No. 23 tahun 1997, Undang-Undang No. 32 tahun 2009 tentang dan juga Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2012, yang mengatur mengenai AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) dan izin lingkungan.

Garis besar yang di bahas Undang-Undang di atas adalah mengatur bahwa setiap penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan perlu melakukan kajian Analisis Mengenai Dampak Lingkungan. Jadi, sebelum suatu usaha atau kegiatan dapat dibangun atau dibuat, pembelajaran terhadap dampak lingkungan atas proses pembuatan atau pembangunan dan dampak lingkungan setelah usaha tersebut sudah dibangun perlu dicantumkan dan diserahkan kepada pemerintah.

Dengan kata lain, setiap proyek pariwisata dan perhotelan harus disertai dengan AMDAL. Dan hanya pada saat AMDAL tersebut memenuhi kualifikasi tertentu, maka proyek tersebut dapat berjalan.

Akan tetapi, walaupun sudah tertuang dalam UU maupun PERPU, fenomena tren *green business* di Indonesia barulah marak di tahun-tahun belakangan ini.

Kompas.com (31-12-2011), menyebutkan bahwa Green Hotel merupakan tren untuk tahun 2012. Dikatakan lebih lanjut bahwa “Semakin banyak tamu baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang mulai bertanya sejauh mana hotel yang akan mereka inapi berbasis lingkungan.”

Pada tanggal 19 Desember, 2011, di Jakarta, diadakan penganugerahan *Green Hotel Award* (GHA) oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) untuk pertama kalinya (<http://www.budpar.go.id>, 11-06-2012).

Lebih lanjut, website resmi Menparekraf tersebut menuliskan “Penganugerahan GHA ini adalah insentif yang diberikan kepada hotel bintang 4 dan bintang 5 di Indonesia yang telah menerapkan kepedulian terhadap lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Ada 290 hotel anggota

PHRI yang diikutsertakan dalam kegiatan ini dan setelah melalui proses seleksi dan penilaian dari dewan juri, terdapat 24 hotel yang dinilai layak untuk mendapatkan penghargaan *Green Hotel* ini.” (<http://www.budpar.go.id>).

ASEAN sudah menyelenggarakan acara tahunan “*ASEAN Green Hotel Recognition Award*” sejak tahun 2007, dengan tujuan untuk memberikan penghargaan kepada hotel-hotel di Negara ASEAN yang menerapkan prinsip-prinsip ramah lingkungan dalam system pelayanan dan operasinya.

Di tahun 2012, diberitakan bahwa 10 Hotel di Indonesia telah berhasil memenangkan *Asean Green Hotel Award* tersebut yang diselenggarakan di Grand Kawanua Convention Center, Manado ([www.travel.detik.com](http://www.travel.detik.com), 11-01-2012).

Hotel-hotel Indonesia yang menerima penghargaan adalah:

1. Matahari Beach Resort & Spa, Bali
2. Discovery Kartika Plaza Hotel, Bali
3. Holiday Inn Resort, Batam
4. Hotel Angsana, Bintan
5. Hotel Melia Benoa, Bali
6. Losari Spa Retreat & Coffee Plantation
7. The St Regis Bali Resort
8. Melia Bali Villa & Spa Resort

9. The Dharmawangsa Jakarta

10. Hotel Gran Melia Jakarta

(dikutip dari [www.travel.detik.com](http://www.travel.detik.com), 11-01-2012).

Dapat disimpulkan bahwa konsep *green business* dalam industri Perhotelan di Indonesia masih sangatlah baru. Konsep Green ini dapat disebut sebagai tren bagi dunia pariwisata dan perhotelan tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di dunia.

Industri perhotelan, sebagai salah satu penyedia lapangan kerja terbesar di dunia, akan sangat terlibat dalam program keberlanjutan. Grup hotel-hotel besar seperti Accor, Marriot, Hilton, mulai bersaing dengan tema bisnis yang baru, yaitu 'go green', dan menerapkan konsep tersebut ke dalam bisnis mereka. Untuk dapat bersaing, hotel-hotel lain, grup maupun independen mulai harus mempertimbangkan bagaimana cara mereka untuk dapat bersaing di pasar Perhotelan dan Akomodasi.

#### **2.4 *Green Certification & Labeling (ECOLABEL)***

Tidaklah mudah untuk menggunakan istilah '*green*' di dalam bisnis. Apa lagi dengan tidak pastinya pengertian dari istilah *green business* dapat membuat penggunaan label '*green*', hanya sebagai trik marketing untuk menarik customer (Ernst & Young, 2008:2).

Dorit Kerret dan Alon Tal mengemukakan bahwa ada dari para peneliti yang meragukan kontribusi '*green business*' kepada alam, karena mereka berpendapat bahwa tujuan utama dari inisiatif '*green*' perusahaan adalah

untuk '*greenwash*' reputasi perusahaan, yaitu membuat perusahaan terlihat seperti perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungannya, padahal sebenarnya tidak. (seperti dikutip Dennis D. Hirsch, 2010:26).

Makower (2009) mengatakan "*The lack of a uniform standard, or set of standards, defining environmentally responsible companies means that anyone can make green claims, regardless of whether their actions are substantive, comprehensive, or even true. Want to put solar panels on the roof of your toxics-spewing chemical company? You can be a green business!*" (seperti yang dikutip Eric Koester, 2010:9).

Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli di atas, bahwa istilah '*green*' tidaklah sembarangan bisa digunakan. Ada persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi, yang membuat sebuah perusahaan dapat menggunakan label '*green*' dan ada akreditasi atau penilaian terhadap sejauh mana perusahaan itu menerapkan konsep '*green*' ke dalam bisnisnya.

Untuk itu, sangatlah diperlukan *ecolabel* untuk secara sah menyatakan apakah sebuah perusahaan/bisnis termasuk *green business* dan menyediakan standar-standar dalam penerapan konsep tersebut.

*Ecolabels are an attempt to standardize and clearly communicate the environmental impacts of a product to customer* (Gil Friend, 2009:72).

Lebih lanjut lagi, Gil menjelaskan bahwa *ecolabel* dan standar-standarnya tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga melindungi para bisnis dengan mencegah mereka melakukan pengakuan yang palsu (Gil Friend, 2009:72)

Gil Friend (2009:72) juga menjelaskan bahwa *ecolabel* adalah alat komunikasi yang bagus. Dengan memberikan label kepada perusahaan,

ecolabel memberikan cara mudah untuk perusahaan tersebut mengkomunikasikan kepada konsumen mereka bahwa mereka adalah perusahaan yang “ramah lingkungan”.

*Ecolabel* dapatlah diberikan pada sektor bisnis secara khusus, seperti *green hotels*, atau label yang lebih umum tergantung pada operasi bisnisnya (Gil Friend, 2009:74)

Dikutip oleh Eric Koester (2010:231), *Ecolabeling.org* mencatat lebih dari 325 badan *ecolabel* di seluruh bumi dimulai dari label dan pemberian sertifikat pada industri makanan, barang-barang retail sampai makanan dan elektronik, tekstil, produk hutan, energi, pariwisata, dan karbon.

Berikut adalah contoh program pemberian label dan sertifikat (Eric Koester, 2010:232):

**Tabel 2.1 Beberapa *Ecolabel* yang Didaftarkan *Ecolabeling.org***

<i>Certification or Label</i>	<i>Emphasis</i>	<i>Product Included</i>	<i>Certification Process</i>
<i>Cradle to Cradle Certification</i>	<i>General certification</i>	<i>Various</i>	<i>Independent research and analysis; levels: basic, silver, gold or platinum</i>
<i>Ecologo Certified</i>	<i>General certification</i>	<i>Various</i>	<i>Third party auditors test for compliance with standards</i>
<i>ENERGY TARS</i>	<i>Energy efficiency</i>	<i>Appliances, light commercial HVAC, external power adapters,</i>	<i>Manufacturing submit data detailing how a product meets standards</i>

		<i>roof products, room air cleaner, transformers, water coolers, windows and doors</i>	
<i>EPEAT</i>	<i>Green electronics</i>	<i>Computer and monitors</i>	<i>Manufacturer to provide production reports, lab analysis or other data; may be audited/verified</i>
<i>FLO-CERT</i>	<i>Certified fairtrade product</i>	<i>Various</i>	<i>Independent analysis of compliance with FLO standards</i>
<i>Green-e</i>	<i>Renewable energy &amp; greenhouse gas emissions</i>	<i>Green-e climate (credits); Green-e energy (renewable energy); Green-e Marketplace (company purchases certification)</i>	<i>Independent research and analysis</i>
<i>Greenguard</i>	<i>Indoor air quality</i>	<i>Adhesives, appliances, ceilings, cleaning systems, flooring, insulation, office furniture, paint, textiles, and wallcoverings</i>	<i>Independent lab emissions test</i>



<i>Green Seal</i>	<i>General certification</i>	<i>Various</i>	<i>Product must meet Environment Leadership Standards; application reviewed by Green Seal Staff</i>
<i>Leadership in Energy and Environmental Design (LEED)</i>	<i>Green Building</i>	<i>Environmentally sustainable construction and remodeling</i>	<i>Submission of application documenting compliance with the requirements of LEED rating system</i>
<i>SCS Certification</i>	<i>Independent certification of environmental and sustainability claims</i>	<i>Agricultural production, food processing and handling, forestry, fisheries, flowers and plants, energy, green building</i>	<i>Engineers test products based on internationally recognized standards and certification programs; also test external standards</i>
<i>Sustainable Materials Rating Systems (MaRT)</i>	<i>General certification for sustainability</i>	<i>Building products, fabric, apparel, textile &amp; flooring</i>	<i>Levels; sustainable, silver, gold or platinum</i>
<i>USDA Organic</i>	<i>Organic</i>	<i>Food, some cleaning products and cosmetics</i>	<i>National Organic Program certifies agents who inspect organic production</i>

Dengan berdirinya badan-badan yang mengakreditasi, memberikan konsultasi dan memberikan label kepada perusahaan, maka kredibilitas dari label 'green' dapat lebih dipercaya.

Ecolabel yang digunakan oleh Novotel Jakarta Mangga Dua Square adalah Ecolabel yang secara khusus bergerak di bidang hotel, yaitu Earthcheck (*ecolabel* eksternal) dan PLANET21 (*ecolabel* internal).

Walaupun dari subbab **Karakteristik *Green Business***, penulis telah memutuskan indikator green business yang akan peneliti teliti, perlu diketahui bahwa indikator adalah tepat, karena sesuai dengan standar EarthCheck dan PLANET 21 yang diterapkan Novotel Jakarta Mangga Dua Square.

#### 2.4.1 PLANET 21

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, Grup Accor sangat mendukung pembangunan berkelanjutan, dan meluncurkan program *ecolabel* sendiri untuk mengaudit hotel-hotelnya pada tahun 2012, yang bernama PLANET 21. Semua hotel dibawah naungan Accor wajib menerapkan program tersebut dalam hotel mereka.

PLANET 21 merupakan strategi baru oleh Grup Accor dalam gerakan program pembangunan berkelanjutannya. Pada hakekatnya terhubung pada pembangunan berkelanjutan, nama PLANET 21 mengacu pada Agenda 21, dimana idenya diadopsi dari *Earth Summit* antara 173 Kepala Negara di Rio de Janeiro, 1992. Program ini menyuarakan kebutuhan mendesak untuk memfokuskan usaha di abad 21 ini dalam merubah pola produksi dan konsumsi manusia, dengan tujuan untuk melindungi planet bumi, orang-orang dan lingkungan di dalamnya.



## **Gambar 2.1 Logo PLANET 21**

### **Strategi PLANET 21**

Strategi dari PLANET 21 meliputi program yang menginformasikan dan mendorong tamu hotel untuk ikut berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan yang diterapkan hotel. Dimulai dari proses *booking* sampai dengan penginapan dan pelayanan di restoran, tamu hotel akan menemukan pesan-pesan yang kaya dan mendidik yang mendorong mereka untuk berkontribusi secara aktif dengan beberapa cara atau tindakan yang sederhana.

Pesan-pesan akan disampaikan dengan ramah dan penuh perhatian, ditujukan untuk mendorong tamu untuk berpartisipasi tanpa membuat mereka merasa bersalah.

Untuk menjamin kredibilitas program ini, hotel-hotel hanya dapat menggunakan pesan-pesan PLANET 21 hanya ketika mereka telah menerapkan program tersebut di tingkatan tertentu yang berhubungan dengan pembangunan berkelanjutan yang akan dinilai oleh internal atau eksternal auditor.










**Gambar 2.2 Kartu Pesan PLANET 21 dalam Kamar Hotel**

### **PLANET 21: 7 Pillar, 21 Komitmen**

Program PLANET 21 mempunyai 7 Pillar yang dibagi ke dalam 21 komitmen. Ke-21 komitmen tersebutlah yang menjadi patokan atau direksi bagi para hotel dalam menerapkan pembangunan berkelanjutan dan menjadi standar bagi para auditor untuk menilai kinerja hotel.

**Tabel 2.2 Pillar dan 21 Komitmen PLANET 21**

<b>7 Pillar</b>	<b>21 Komitmen</b>
-----------------	--------------------

 Health	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Ensure healthy interiors</i></li> <li>2. <i>Promote responsible eating</i></li> <li>3. <i>Prevent diseases</i></li> </ol>
 Nature	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. <i>Reduce our water use</i></li> <li>5. <i>Expand waste recycling</i></li> <li>6. <i>Protect biodiversity</i></li> </ol>
 Carbon	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. <i>Reduce our energy use</i></li> <li>8. <i>Reduce our CO2 emissions</i></li> <li>9. <i>Increase the use of renewable energy</i></li> </ol>
 Innovation	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. <i>Encourage eco-design</i></li> <li>11. <i>Promote sustainable building</i></li> <li>12. <i>Introduce sustainable offers and technologies</i></li> </ol>
 Local	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. <i>Protect children from abuse</i></li> <li>14. <i>Support responsible purchasing practices</i></li> <li>15. <i>Protect ecosystems</i></li> </ol>
 Employment	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. <i>Support employee growth and skills</i></li> <li>17. <i>Make diversity an asset</i></li> <li>18. <i>Improve quality of work life</i></li> </ol>
 Dialogue	<ol style="list-style-type: none"> <li>19. <i>Conduct our business openly and transparently</i></li> <li>20. <i>Engage our franchised and managed hotels</i></li> <li>21. <i>Share our commitment with suppliers</i></li> </ol>

*Sumber: PLANET 21 Press Kit 2012*

*A Tree For A Child* (ATFAC) dibangun pada tahun 2001 oleh Yayasan Peduli Tunas Bangsa untuk membantu komunitas lokal. ATFAC adalah program/institusi khusus yang dibentuk oleh Grup *Accor Asia Pacific Malaysia – Indonesia – Singapore*, dan hanya berlaku pada hotel-hotel di tiga Negara tersebut.



**Gambar 2.3 Logo ATFAC**

ATFAC adalah sebuah konsep inovatif yang menggabungkan perlindungan lingkungan dan pengurangan kemiskinan. Program ini diterapkan di seluruh Indonesia dengan tujuan jangka panjang, yaitu menciptakan kehidupan yang sehat dan bahagia bagi anak-anak kurang beruntung dan juga untuk menciptakan lingkungan hidup yang ramah bagi semua orang.

Konsep inovatif ini, menggabungkan perlindungan lingkungan dan pendidikan anak-anak memberikan dimensi sosial dan rohani pada aktifitas bisnis sehari-hari dan menunjukkan komitmen Accor dan peran besarnya untuk komunitas lokal. Beberapa aktifitas/program ATFAC adalah Pendidikan (beasiswa, menyediakan perpustakaan, kursus inggris dan komputer gratis), Sosial (jalan-jalan tahunan. Donasi darah.

Hari solidaritas, sumbahan buku-buku & alat tulis), Kesehatan (klinik gratis, pendidikan kesehatan, distribusi makanan bernutrisi) dan Lingkungan (Komunitas Hijau, aktifitas pada hari Bumi).

Sumber dana ATFAC adalah berasal dari penjualan barang-barang daur ulang, kotak sumbangan yang terletak di lobi hotel, keuntungan dalam menjual produk ATFAC (merchandises), dan dana langsung yang disiapkan oleh Accor Asia Pacific *M-I-T*.

#### **2.4.2 EARTHCHECK**

EarthCheck adalah *ecolabel* eksternal yang diimplementasikan oleh Novotel Jakarta Mangga Dua Square. EarthCheck adalah satu-satunya standar dan program sertifikasi global untuk industri pariwisata berkelanjutan.

Standar dari EarthCheck dibuat berdasarkan 21 prinsip Agenda Pembangunan Berkelanjutan yang dihasilkan dalam pertemuan *Earth Summit* tahun 1992, oleh 182 kepala Negara, PBB, *Rio De Janeiro*. EarthCheck menyediakan standar performa berkelanjutan kepada perusahaan, komunitas dan pengembang pariwisata.

Sebagai *ecolabel*, EarthCheck bekerja sama dengan organisasi-organisasi Travel dan Pariwisata untuk mencapai dan menjaga praktek lingkungan dan sosial yang baik, memeberikan keuntungan maksimum kepada semua pihak yang terkait dan menyediakan pilihan bagi konsumen yang peduli.

Brand EarthCheck menandakan performa lingkungan dan sosial yang lebih baik, meningkatkan interaksi dan penghematan melalui penggunaan sumber daya yang lebih efisien.

### **Keberlanjutan/Sustainability**

Keseluruhan program EarthCheck adalah mencakup keberlanjutan. EarthCheck sendiri mendefinisikan keberlanjutan/*sustainability* secara sederhana, yaitu memastikan kebutuhan sosial, ekonomi dan lingkungan, baik lokal maupun global terpenuhi dan terjaga untuk generasi masa depan.

EarthCheck membagi keberlanjutan ini menjadi 3 sektor, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan, yang pada umumnya dikenal dengan sebutan *triple bottom line* (TBL).



**Gambar 2.4 Triple Bottom Lines**

*Sumber: EarthCheck Coordinator Module, September 2012*



### **Ruang Lingkup Performa Utama / *Key Performance Areas***

Program sertifikasi dan standar EarthCheck menyediakan ruang lingkup kerja supaya organisasi yang bergabung dapat mengukur, mengatur, dan meningkatkan performa lingkungan dan sosial secara berlanjutan.

Ruang lingkup tersebut terbagi ke dalam 10 indikator kunci dan dapat dilihat di table di bawah ini:

**Tabel 2.3 *EarthCheck's 10 Key Performance Areas***

<b>No.</b>	<b><i>Key Performance Areas</i></b>
1.	<i>Greenhouse Gas Emissions</i>
2.	<i>Energy Efficiency, Conservation and Management</i>
3.	<i>Management of Freshwater Resources</i>
4.	<i>Ecosystem Conservation and Management</i>
5.	<i>Social and Cultural Management</i>
6.	<i>Land Use Planning and Management</i>
7.	<i>Air Quality Protection</i>
8.	<i>Waste Water Management</i>
9.	<i>Solid Waste Management</i>
10.	<i>Environmentally Harmful Substances</i>

10 ruang lingkup kerja utama ini dijabarkan lagi menjadi 20 aspek,

yang disebut sebagai *Risk Assessment*. *Risk Assessment* inilah yang akan dijadikan dasar penilaian oleh auditor EarthCheck.

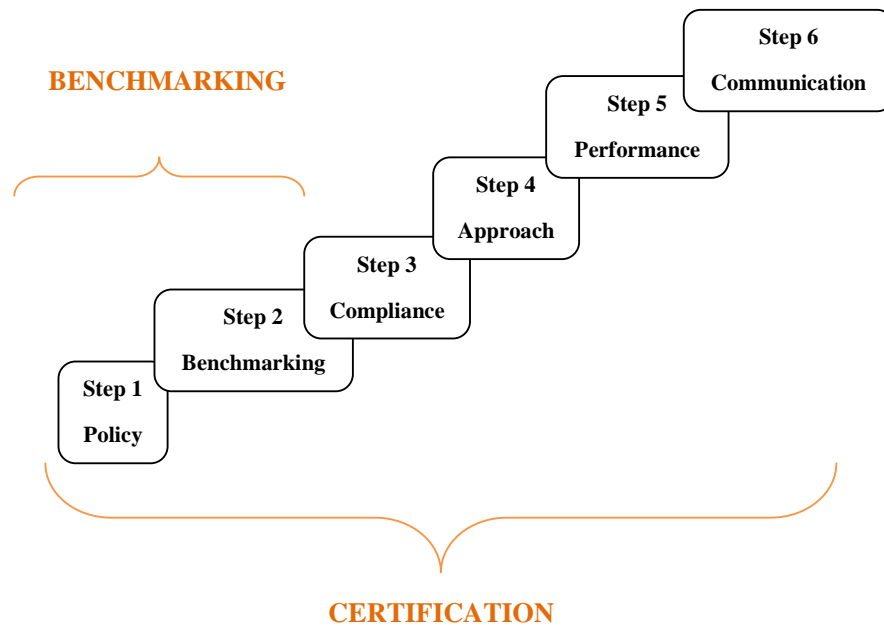
**Tabel 2.4 20 Aspek EarthCheck**

<i>ASPECTS</i>	
<i>Staff Environment Awareness</i>	<i>Source of Artefacts and Products</i>
<i>Greenhouse Gas Emissions</i>	<i>Adverse Effects on Cultural</i>
<i>Energy Conservation</i>	<i>Social Effects</i>
<i>Management of Freshwater</i>	<i>Aspirations of Local People</i>
<i>Storm Water Quality</i>	<i>Guest Behaviour</i>
<i>Erosion and Siltation</i>	<i>Air Quality &amp; Noise</i>
<i>Catchment Integrity</i>	<i>Wastewater</i>
<i>Conservation Requirements</i>	<i>Solid Waste</i>
<i>Rehabilitation of Ecosystem Disturbance</i>	<i>Storage of Harmful Substances</i>
<i>Wildlife Interaction</i>	<i>Disposal of Harmful Substances</i>

Organisasi yang berpartisipasi dengan program EarthCheck wajib dan berkomitmen untuk mengikuti setiap ruang lingkup performa yang telah diberikan oleh EarthCheck, dan hanya dengan mengikuti standar dari EarthCheck, sebuah organisasi dapat memperoleh sertifikasi dan melabel organisasinya sebagai '*green*'/'*sustainable*'.

## Proses Sertifikasi EarthCheck

EarthCheck memiliki 6 tahapan proses dalam melakukan audit dan memberikan label kepada sebuah organisasi. Proses ini memiliki 2 fase utama, yaitu fase penilaian standard dan sertifikasi.



**Gambar 2.5 Proses Sertifikasi EarthCheck**

### *Step 1 - Policy*

Langkah pertama dari proses EarthCheck adalah membuat sebuah Kebijakan Keberlanjutan. Kebijakan ini bertujuan untuk meresmikan kesungguhan organisasi dan membantu dalam mengkomunikasikan tujuan sambil mengarahkan organisasi menuju peningkatan performa di bidang lingkungan dan sosial.

### ***Step 2 - Benchmarking***

Pemberian standar/*benchmarking* melibatkan mengukur performa organisasi dengan ruang lingkup kerja dan membandingkan mereka dengan standar industri. *Benchmarking* adalah sebuah alat pemberian laporan yang berharga yang dapat membantu organisasi dalam mencapai hasil lingkungan dan sosial yang lebih baik dengan mengidentifikasi area untuk pengembangan dan mendirikan target performa yang relevan.

Mengikuti keberhasilan dalam menyelesaikan langkah 1 dan 2, maka organisasi tersebut akan secara resmi berhasil mencapai standar (*benchmarked*) atau dan diberikan Logo *Bronze* EarthCheck. Hal ini adalah untuk mengakui pencapaian pertama organisasi dengan program EarthCheck.

Penilaian *benchmarking* dilakukan setiap tahun sejak keanggotaan organisasi dengan program EarthCheck dan merupakan sebuah prasyarat untuk mendapatkan sertifikasi setiap tahun.



**Gambar 2.6 Logo 'Bronze' EarthCheck**

### ***Step 3 - Compliance***

Langkah ke 3 adalah pemenuhan/*compliance*. Langkah ini memerlukan organisasi untuk mendemonstrasikan sebuah pengetahuan dan komitmen untuk memenuhi semua persyaratan hukum dan legal yang berhubungan dengan organisasi. Hal ini juga melibatkan kode etik praktek industri dan standar internasional.

### ***Step 4 – Approach (including Risk Assessment)***

Langkah ke 4 melibatkan penyelesaian *Risk Assessment* dan pengembangan dan pengimplementasian atas pendekatan terhadap lingkungan yang relevan atau sesuai dengan ukuran dari organisasi, ruang lingkup dan tingkatan resiko. Sebuah pendekatan dapat berupa action plan, program lingkungan atau sistem manajemen lingkungan (untuk organisasi yang *high risk*).

### ***Step 5 – Performance***

Performa berhubungan dengan aksi dan strategi yang sebuah organisasi miliki untuk mengurangi resiko dan meningkatkan performa di setiap ruang lingkup kerja.

### ***Step 6 - Communication***

Langkah terakhir adalah komunikasi. Langkah ini melibatkan pengkomunikasian kebijakan, pendekatan dan pencapaian dan mencari umpan balik dari *stakeholders* terhadap program keberlanjutan dan performa.

Ketika sebuah organisasi dengan sukses menyelesaikan ke 6 langkah yang disebutkan di atas, yang dimana akan dilakukan 2 kali penilaian atau audit dari pihak EarthCheck, maka organisasi akan mendapatkan Logo *Silver* EarthCheck.

Dan untuk mendapatkan Logo *Gold* EarthCheck, maka sebuah organisasi harus dapat mempertahankan pencapaian sertifikasi *Silver* selama 5 tahun berturut.

Sementara untuk dapat memperoleh Logo *Platinum* EarthCheck, maka organisasi tersebut harus mempertahankan sertifikasi *Gold* selama 10 tahun berturut-turut.

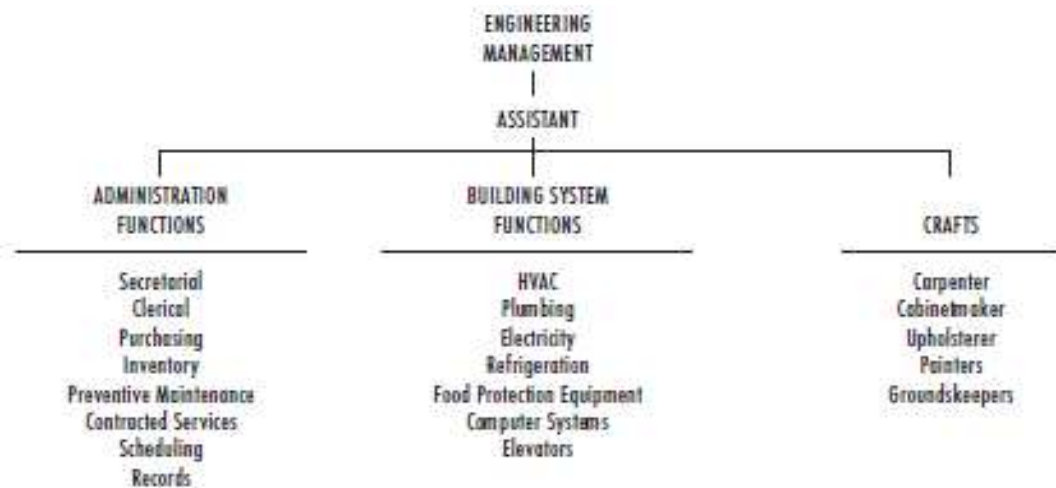


**Gambar 2.7 Logo 'Silver' EarthCheck**

## 2.5 Departemen Engineering & Maintenance pada *Green Hotel*

*“Hotels are changing and will continue to change. As a result, the techniques of management of modern hotels must adapt to changing circumstances.”*

(Denney & Michael 2007:1). Seperti yang dikatakan Denney & Michael, industri perhotelan teruslah berubah, dan dengan perubahan yang terjadi, setiap hotel harus beradaptasi terhadap perubahan situasi. Dalam penelitian ini, yang akan diteliti adalah penerapan konsep *green business* pada Hotel dan bagaimana penerapan tersebut mempengaruhi kegiatan operasional Departemen Engineering Hotel.



Sumber: Denney & Michael, *“Hotel Management and Operations”*, 2007:147

### Grafik 2.8 Struktur Organisasi Departemen Engineering Hotel

*The hotel’s engineering and maintenance department head is called the chief engineer. This individual, along with the department’s staff, ensures that the hotel’s grounds and physical*

*plant are well maintained. A well-run department assists the hotel's sales effort because the appearance and maintenance of the building's exterior and interior affects the ability of sales staff to sell rooms and events (David & Jack, 2007:383).*

Denney & Michael (2007:195) mengemukakan bahwa tugas dari seorang assistant engineer adalah untuk melakukan pekerjaan administratif, seperti mendata *spare parts* dan peralatan di inventory, menyusun daftar pekerjaan untuk para engineer, scheduling staff untuk menyelesaikan pekerjaan *maintenance*, membuat laporan yang akurat dan up to date mengenai berbagai sistem di bangunan dan instalasi peralatan atau teknologi yang dilakukan oleh para engineer.

Selain membahas apa tugas dari staff administratif, Denney & Michael (2007:196) juga menjelaskan apa tugas dan tanggung jawab para engineer yang berperan sebagai *building system functions* di sebuah hotel yaitu menyediakan pemanas, ventilasi dan pendingin di seluruh area hotel, penyeimbangan sistem pipa, penyediaan air berkualitas baik untuk tamu dan juga para pekerja (sebagai contoh area *kitchen* dan *laundry*), penyediaan listrik, dan sistem elevator.

*Refrigeration, food production equipment, and computer systems are examples of other building system functions for which the engineering department may be responsible for repairing, maintaining, replacing, or managing (Denney & Michael, 2007:197)*



Pada departemen engineering, engineer yang berperan sebagai *the craft*/pengrajin memiliki tugas dan tanggung jawab yang mirip dengan seorang *carpenters*, yaitu menjaga, memperbaiki perlengkapan dan furnitur untuk tamu hotel dan staff hotel. Mengecat, menjaga penampilan bangunan dan peralatan hotel adalah menjadi tanggung jawab seorang pengrajin di departemen engineering. (Denney & Michael, 2007:197)

Secara umum, peran dari departemen engineering di jelaskan oleh David & Jack (2007:383) sebagai berikut:

*“the way a hotel’s physical plant is maintained has a tremendous impact on the hotel’s profitability. When utilities such as water, gas, and electricity are not well managed, and the equipment that utilizes these resources is not well maintained, the hotel’s operating costs will be higher than necessary. Just as importantly, valuable natural resources will be wasted, and the environment will be negatively affected. “*

David dan Jack (2007:384) juga mengemukakan *“when a hotel’s building, equipment, and grounds are properly maintained, guests will be more likely to enjoy a positive experience during their stay and the hotel’s ability to increase revenues is enhanced. This is the primary job of the engineering and maintenance department”*.

Singkat kata, David dan Jack mengemukakan bahwa tugas utama dari departemen Engineering dan Maintenance adalah menjaga dengan baik kondisi dari bangunan dan peralatan hotel supaya tamu hotel dapat menikmati pengalaman menginap mereka.

Tugas dan tujuan lain Departemen Engineering & Maintenance pada umumnya menurut David dan Jack adalah:

- *Protecting and enhancing the financial value of the building and grounds for the hotel's owners*
- *Supporting the efforts of all other hotel departments through the timely attention to their Engineering & Maintenance needs*
- *Controlling maintenance and repair costs*
- *Controlling energy usage*
- *Increasing the pride and morale of the hotel's staff*
- *Ensuring the safety of those working in and visiting the hotel*

David dan Jack (2007:384) juga mengemukakan tanggung jawab dari Departemen Engineering dan Maintenance, yaitu *designing and constructing the building (engineering), maintaining the building (maintenance), and periodically renovating and modernizing it (design and renovation)*.

Rutherford (1987) melakukan sebuah survei terhadap para engineer hotel, dimana mereka diminta untuk memilih dari 58 pernyataan yang berhubungan dengan operasional departemen engineering di dunia perhotelan modern. Dan survey tersebut menghasilkan 10 aspek terpenting yang terdapat pada pekerjaan seorang engineer. (seperti dikutip Denney & Michael, 2007:197).

Ditambahkan Denney & Michael, walaupun data (lihat tabel 2.5) tersebut sudah 20 tahun lamanya, data tersebut masih mewakili hal yang diperhatikan dalam departemen engineering di dunia modern.

**Table 2.5 Daftar 10 Item Terpenting Bagi Seorang Engineer**

Rank	Item	Mean	SD	N
1	Knowledge of maintenance of equipment	4.760	.633	75
2	Energy conservation	4.655	.804	74
3	Energy management	4.589	.761	73
4	Responsibility for communication with employees	4.587	.680	75
5	Relations with top management	4.520	.811	73
6	Responsibility for leadership	4.514	.726	74
7	Responsibility for safety	4.486	.904	72
8	Responsibilities of an effective organizational ability	4.453	.810	75
9	Energy costs	4.444	.854	72
10	Knowledge of the types of equipment	4.370	.791	73

Scale: 1 = not at all important  
5 = of vital importance

*Sumber: Denney & Michael "Hotel Management & Operations", 2007:198*

Seperti yang bisa dilihat pada table 2.2, terdapat 3 item yang berhubungan dengan energi dalam 10 pernyataan terpenting yang menurut para engineer, menunjukkan bahwa permasalahan yang berhubungan dengan energi belumlah masih belum terselesaikan dengan memuaskan. Dan hal ini juga menandakan bahwa energy akan terus menjadi permasalahan di masa depan (Denney & Michael, 2007:198).

Data tersebut diperoleh oleh Rutherford dengan melakukan survey kepada para professional engineering di hotel biasa/tradisional. Pertanyaannya adalah, bagaimana dengan pada hotel yang *green*? Apakah energi masih menjadi hal yang penting dan menjadi salah satu perhatian utama departemen engineering?

David & Jack (2007:409) mengemukakan bahwa dalam hotel yang *green*, permasalahan yang muncul bagi departemen Engineering dan Maintenance

adalah menangani penggunaan peralatan tanpa mengurangi kualitas pelayanan pada tamu hotel.

Lebih lanjut lagi, David & Jack (2007:409), mengemukakan peran Chief Engineer dan Gms dalam Hotel yang *green* adalah

*“to objectively evaluate the benefits, costs, societal pressures and marketing impacts on environmental management issues such as:*

- *Recycling wastewater for landscaping purposes*
- *Implementing basic recycling programs*
- *Purchasing energy-efficient appliances*
- *Utilizing thermopane windows and energy-sufficient building insulation materials at times of renovation and new construction.*

Dapat disimpulkan bahwa baik pada hotel tradisional atau pada hotel yang *green*, energi tetap menjadi salah satu perhatian utama, walaupun ada kemiripan, tugas dan tanggung jawab departemen engineering pada hotel tradisional tidaklah sama persis dengan *green* hotel. Perbedaan tersebut timbul karena usaha hotel untuk lebih terlibat dalam pembangunan yang berkelanjutan.

Jika tanggung jawab dan prioritas dari department Engineering dan Maintenance pada hotel biasa adalah menjaga ketahanan peralatan dan kondisi bangunan hotel demi kenyamanan tamu hotel, maka pada *green* hotel, departemen tersebut wajib mengimplementasikan teknologi dan

peralatan baru, dan melakukan program kerja baru dalam usaha memenuhi standar *green* yang ditetapkan.

Dari penjelasan di atas mengenai peran departemen engineering dan maintenance dalam sebuah hotel yang *green* dan juga berdasarkan subbab karakteristik *green business* di atas, penulis menyimpulkan bahwa semua kegiatan yang dilakukan oleh departemen engineering dalam mendukung pengimplementasian konsep *green* pada sebuah hotel dapat dibagi ke dalam 4 kategori, yaitu kegiatan yang berhubungan dengan *energy*, kegiatan yang berhubungan dengan *water*, kegiatan yang berhubungan dengan *recycle*, dan kegiatan yang berhubungan dengan *clean technology*.

Oleh karena itu, penulis menetapkan ke-4 kategori tersebut menjadi indikator utama untuk mengukur besar peranan departemen engineering dalam pengimplementasian konsep *green business* pada Novotel Jakarta Mangga Dua Square.

Perlu diketahui bahwa, indikator di atas sangatlah mirip dengan kesimpulan yang penulis tarik di subbab **Karakteristik Green Business**. Kemiripan ini menandakan bahwa dalam penerapan konsep *green business* pada sebuah hotel/membentuk sebuah *green hotel*, departemen engineering dan maintenance memiliki peran yang sangat besar dan penting.