

**FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK *POSITIONING SUSTAINABILITY*
HOTEL DI SAGA VILLAGE HOTEL****Firman Wahyu Illahi¹**¹Politeknik Bintan Cakrawala**ABSTRACT**

The hospitality industry has significant potential to harm the environment through energy consumption, water use, and the utilization of non-durable goods. These negative impacts need to be addressed from the construction phase to operational activities. Implementing a sustainable concept that is environmentally friendly, economically viable, and socially and culturally acceptable is an important step to minimize these impacts. Saga Village Hotel on Bintan Island, as a pioneer in applying the sustainability concept, requires strong positioning in its marketing. This study aims to identify the factors that shape the positioning of sustainability at Saga Village Hotel using a marketing management approach, specifically positioning, and the concept of sustainability. The research method used is qualitative, utilizing the positioning theory by Philip Kotler, with data collected through interviews and observations involving department heads, management, employees, and hotel guests. The study results indicate that the product attribute factors, including eco-friendly facilities and activities, renewable energy use, efficient waste management, sustainable practices in daily operations, eco-friendly buildings, use of recycled materials, carbon footprint reduction programs, proper waste processing, furniture made from recycled materials, organic food in the restaurant, and strong CSR programs, are the key elements shaping the sustainability positioning at Saga Village Hotel.

Keywords : *Positioning, Sustainability Hotel*

ABSTRAK

Industri perhotelan memiliki potensi besar untuk merusak lingkungan melalui konsumsi energi, air, dan penggunaan barang tidak tahan lama. Dampak negatif ini perlu diperhatikan dari tahap konstruksi hingga operasional. Penerapan konsep berkelanjutan yang ramah lingkungan, layak secara ekonomi, dan dapat diterima secara sosial budaya merupakan langkah penting untuk meminimalisir dampak tersebut. Saga Village Hotel di Pulau Bintan, sebagai pelopor dalam penerapan konsep keberlanjutan, membutuhkan *positioning* yang kuat dalam pemasaran. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk *positioning sustainability* hotel di Saga Village Hotel dengan pendekatan manajemen pemasaran, khususnya *positioning*, serta konsep keberlanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, menggunakan teori *positioning* oleh Philip Kotler, dengan data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi melibatkan kepala departemen, manajemen, karyawan, dan tamu hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor atribut produk yang terdiri dari fasilitas dan aktifitas yang ramah lingkungan, penggunaan energi terbarukan,

pengolahan sampah yang efisien, praktek keberlanjutan dalam operasi sehari-hari, bangunan ramah lingkungan, penggunaan bahan daur ulang, program pengurangan jejak karbon, pengolahan sampah yang tepat, penggunaan *furniture* dari bahan daur ulang, restoran dengan bahan makanan organik, serta program CSR yang kuat sebagai pembentuk *positioning sustainability* di Saga Village Hotel.

Kata Kunci : *Positioning*, Hotel Keberlanjutan

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan industri pariwisata, hotel merupakan salah satu sarana pokok dalam menyediakan akomodasi atau penginapan, dan hotel memiliki pengertian yang berbeda bagi setiap orang. Pengertian hotel menurut Widanaputra dalam Amaliasari (2019), adalah suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya dimana fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang ingin menginap.

Industri perhotelan merupakan sebuah industri yang dalam kegiatan operasionalnya dapat membahayakan kelestarian lingkungan. Menurut (Noor, Shaari, & Kumar, 2014), hal ini disebabkan oleh tingkat konsumsi energi, air, dan barang tidak dapat tahan lama yang sangat tinggi. Semakin berkembangnya sektor pariwisata di Pulau Bintan, mendorong pertumbuhan sektor perhotelan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi bagi wisatawan. Namun, dampak negatif yang ditimbulkan oleh pembangunan, terutama pembangunan hotel, harus menjadi perhatian penting mulai dari fisik bangunan nya sampai dengan tahap di mana hotel tersebut beroperasi.

Industri Hotel di Pulau Bintan cukup banyak dan bervariasi serta memiliki ciri khasnya masing-masing. Terdapat sekitar ±20 Industri Hotel yang berada di Kawasan Pariwisata Lagoi, Kecamatan Teluk Sebong, terdapat 6 Industri Hotel di Kecamatan Bintan Utara dan terdapat 14 Industri Hotel yang berada di Kecamatan Gunung Kijang. Hal ini tercatat dalam Data Badan Pusat Statistik pada tahun 2021.

Menurut Dhiajeng (2013), salah satu langkah untuk meminimalisir dampak negatif pariwisata pada lingkungan adalah konsep *sustainability* atau berkelanjutan yang sangat penting untuk diterapkan mengacu pada ramah lingkungan, layak secara ekonomi, serta dapat diterima secara sosial budaya. Beberapa dari industri hotel yang ada di Pulau Bintan terdapat 3 Industri Hotel yang menerapkan konsep *Sustainability Hotel*.

Industri hotel yang pertama adalah Banyan Tree Bintan berlokasi di Kawasan Pariwisata Lagoi. Banyan Tree Bintan memenangkan *Green Hotel Award 2010* dan juga menjadi pemenang pertama dalam *Green Gold Certification for Governance Category in 2017 Indonesia Sustainable Tourism Award (ISTA)*. Banyan Tree Bintan mengusung *Sustainability Hotel* dalam penerapannya antara lain, program bebas plastik yaitu penggunaan botol kaca untuk air mineral, lalu program penanaman bibit mangrove atau *greening*, dan juga konservasi telur serta pelepasan bayi penyu hijau dengan nama ilmiah *Chelonia Mydas*. Hal ini tercatat di dalam website resmi Banyan Tree Bintan, *Sustainability*.

Industri hotel selanjutnya yang mengusung program *Sustainability Hotel* adalah The Residence Bintan yang berlokasi di Kecamatan Gunung Kijang, Bintan Timur dimana tercatat di website resmi The Residence Bintan, dalam *Eco Farm, Earth Basket*, bahwa hotel ini menawarkan pengalaman dalam melakukan penanaman bibit sayuran dengan pertanian siklus

ramah lingkungan, tamu juga dapat merasakan langsung proses mulai dari menanam bibit, membuat kompos, memberi makan hewan, menanam pohon, serta menawarkan Teh Kombucha *homemade* yang baik untuk sistem kekebalan tubuh.

Berikutnya adalah Saga Village Hotel, yang merupakan salah satu industri hotel baru di Pulau Bintan, tepatnya berlokasi di Kampung Bugis, Sakera Kecamatan Bintan Utara. Berbeda dengan dua hotel sebelumnya yang merupakan hotel *chain international*, hotel ini merupakan industri hotel baru yang *independent* atau berdiri sendiri. Saga Village Hotel merupakan salah satu dari tiga hotel yang ada di Pulau Bintan yang menerapkan *sustainability concept*.

Saga Village Hotel menerapkan program ramah lingkungan diantaranya, dengan pengadaan agrowisata yang meliputi penanaman sayur hidroponik, kultivasi jamur tiram dan juga perkebunan tradisional serta penerapan pengolahan sampah organik dengan maggot atau biasa disebut juga dengan *composting*. Saga Village Hotel juga membangun unit villa dengan menggunakan kembali kontainer bekas atau melakukan proses *recycling*. Dapat disimpulkan bahwa menggunakan kontainer bekas adalah pilihan yang ramah lingkungan karena menghemat biaya pembangunan, mengurangi limbah yang dihasilkan oleh pembangunan konvensional, dan mengurangi penggunaan waktu serta polusi yang dihasilkan dari pembangunan konvensional.

Berdasarkan hasil observasi yang saya lakukan pada hari Kamis, tanggal 21 Maret lalu saya menemukan fenomena dimana Saga Village Hotel melakukan *Soft Opening* pada April 2024 tepatnya setelah Hari Raya Idul Fitri, tetapi berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak David Immanuel selaku Manager Operasional di hotel tersebut menyatakan bahwa “Hotel kami ini memiliki fasilitas akomodasi, rekreasi dan edukasi, yang memadai, tetapi kami sendiri juga masih bingung bagaimana cara memperkenalkan industri hotel ini dengan beberapa penerapan konsep *sustainability hotel* yang kami aplikasikan di Saga Village Hotel ini kepada calon *customer*”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, terdapat sebuah permasalahan signifikan dimana identitas Saga Village Hotel masih belum kokoh di dalam pemasarannya, sehingga berdasarkan gambaran tersebut, penulis menilai bahwa aspek pemasaran dasar khususnya *Positioning* dianggap perlu penekanan lebih untuk mengakaji landasan permasalahan dan solusi atas permasalahan yang ada.

Positioning mencakup perancangan dan penawaran citra perusahaan agar target pasar mengetahui dan menganggap penting posisi perusahaan dimata pesaing. Tujuan dilakukannya *Positioning* adalah untuk membedakan persepsi perusahaan berikut produk dan jasanya dari pesaing yang pada teorinya mengedepankan unsur komunikasi. Dimana pada konsep psikologisnya, *Positioning* terkait dengan bagaimana konsumen ataupun calon konsumen yang ada dapat menerima perusahaan tersebut beserta produknya dibandingkan dengan perusahaan lain yang intinya menciptakan *image* yang diharapkan pihak perusahaan dibenak konsumen. Hal ini didukung oleh pendapat ahli yaitu Kotler pada Mekari Jurnal (2020) “*Positioning is the act of designing the company's offer so that it occupies a distinct and value placed in the target customer mind*”. Dapat dikatakan pencapaian kegiatan *positioning* adalah kesan di benak konsumen. Semakin produk perusahaan berkesan, semakin tinggi pula minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sebagai perusahaan membutuhkan penawaran yang menjanjikan kepada konsumen. Sebagai contoh, hotel The Sanchaya di Bintan menetapkan citra sebagai hotel resort yang eksklusif melalui penawaran harganya kepada calon konsumen,

dengan demikian konsumen yang menginap di hotel tersebut dapat menikmati liburan yang terkesan mewah.

Berdasarkan hal-hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, dengan *positioning* yang tepat, maka perusahaan tidak akan berada dalam posisi reaktif terhadap program pemasaran pesaing, tetapi justru akan dapat mengendalikan target pasar yang ada. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Faktor-faktor Pembentuk *Positioning Sustainability Hotel* di Saga Village Hotel” periode April-Juni 2024, dengan harapan dapat memecahkan permasalahan yang ada, serta memberikan solusi bagi Saga Village Hotel dalam penerapan *positioning sustainability hotel* yang baik.

METODE

Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dan lain-lain.

Menurut Oky Sugianto (2023), Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Pada penelitian kualitatif, semakin mendalam, teliti, dan tergalil suatu data yang didapatkan, maka bisa diartikan pula bahwa semakin baik kualitas penelitian tersebut. Maka dari segi besarnya responden atau objek penelitian, metode penelitian kualitatif memiliki objek yang lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian kuantitatif, sebab lebih mengedepankan kedalaman data, bukan kuantitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Saga Village Hotel



Gambar 4. 1. Tampak Unit Saga Village Hotel

Saga Village Hotel merupakan industri hotel yang berfokus pada sistem keberlanjutan atau *sustainability*. Hotel ini beroperasi sejak tahun 2022 hingga sekarang. Saga Village Hotel awalnya bertujuan untuk membantu operasional terkait akomodasi pada PT. ESCO yang

berfokus pada konsep fasilitas akomodasi, rekreasi dan edukasi serta berdampak positif bagi masyarakat lokal, namun seiring berjalannya waktu Manajemen Saga Village Hotel berpikir untuk mulai memasarkannya untuk khalayak umum.

Saga Village Hotel berlokasi di Kampung Bugis kecamatan Bintan Utara, hotel ini memiliki Pantai yang umum dikenal dengan nama Pantai Sakera. Hotel ini juga memiliki *Cafe* yang bernama *Shell Café* Dimana sesuai dengan namanya konsep dan *design* nya terdapat aksesoris kerang, yang di bentuk menjadi sebuah karya kreatifitas seperti susunan kerang yang menjadi sebuah objek lalu di masukkan kedalam figura dan di pajang. Hal ini menjadi daya tarik sendiri bagi pengunjung khususnya yang berminat juga kepada sesuatu hal tentang kerang. Di *cafeteria* ini terdapat berbagai macam menu dari beberapa negara seperti Filipina, Thailand dan Indonesia.

Saga Village Hotel unik dan berbeda dari hotel pada umumnya karena konsep *sustainable* yang salah satunya adalah membangun kembali unit container bekas menjadi sebuah unit villa yang lengkap dengan ruang tamu, kamar, dapur serta kamar mandi. Selain itu, Saga Village Hotel juga memiliki fasilitas agrowisata yang diantaranya adalah penanaman sayur hidroponik, kultivasi jamur tiram dan kebun tradisional. Untuk aktivitas rekreasi nya diantaranya merupakan canoe/kayaking serta adanya gym, dan sport centre yang outdoor dekat dengan pantai.



Gambar 4. 2. Gambar Logo Saga Village Hotel

Gambar diatas merupakan logo dari Saga Village Hotel. Yang didalamnya terkandung tiga unsur berikut penjelasannya. Yang pertama adalah Pohon Saga yang merupakan pohon favorit dari *Mr. Lim (owner)*, dikarenakan hasil dari kayunya dapat digunakan untuk menjadi bahan *furniture*, kayunya keras dan juga dedaunannya umumnya difungsikan untuk meneduh jalan atau tempat. Ditambah dengan biji-bijiannya yang merah umum digunakan sebagai manik-manik atau kreasi hiasan. Sebagai tambahan dari Bapak David (*manager*) arti dari "Saga" sendiri adalah cerita panjang yang berkelanjutan, didukung oleh lokasi yang terletak di Kampung Bugis (*village*) ditambah dengan *hopes and dreams* beliau yang menginginkan *sustainability* dan juga meningkatkan *community*, Saga Village bisa diartikan cerita keberhasilan mengenai kampung ini, jadi "*Legacy*" yang ditinggalkan beliau di Pulau Bintan. Tidak lupa dengan simbol huruf S yang berwarna merah diambil karena warna merah biji saga tersebut, dan dikelilingi oleh gambar villa/hotel yang ada.

Adapun yang menjadi Visi dan Misi dari Saga Village Hotel itu sendiri adalah:

Visi: "Menjadi entitas independen untuk melayani PT. ESCO Indonesia (Lobam) dan masyarakat Kampung Bugis"

- PT. ESCO Bintang sebagai Badan (ESG) *Environmental, Social and Governance* dan (CSR)
- Membangun Kampung Bugis sebagai Pusat Pendidikan, Ilmiah, dan Budaya
- Berfokus pada Komunitas secara luas

Misi: "Memproyeksikan praktik bisnis yang dapat diakses, berkelanjutan, dan fungsional melalui nilai-nilai inti dari PT. ESCO Bintang (ACCCG-I) yang berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat lokal"

- Menyediakan akomodasi dan sumber daya (produk) kepada PT. ESCO Bintang sebagai bagian dari ESG dan CSR untuk lebih meningkatkan Citra Perusahaan secara lokal maupun global
- Membangun praktik berkelanjutan terhadap produk-produk dan panen kami (berdasarkan 3R)
- Menyediakan tempat rekreasi berkualitas tinggi dengan biaya rendah bagi wisatawan lokal dan internasional untuk dinikmati.

Faktor-faktor Pembentuk *Positioning Sustainability Hotel* di Saga Village Hotel

Didalam penelitian ini peneliti mendapati faktor-faktor yang terkait dengan pembentuk *Positioning Sustainability Hotel* di Saga Village Hotel yang berpotensi untuk menjadi dasar serta pijakan dalam manajemen pemasaran kedepannya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi faktor-faktor pembentuk *positioning sustainability hotel* di Saga Village Hotel diantaranya;

1. Atribut Produk

Dalam penelitian ini terdiri dari lokasi yang dekat dengan pantai, tema yang *simple* dan minimalis, fasilitas hotel, program CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan lingkungan yang berada di tengah-tengah masyarakat lokal. Tema yang *simple* dan minimalis cenderung menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang ingin beristirahat dari hiruk pikuk kesibukannya, didukung dengan lingkungan yang berada di tengah-tengah masyarakat lokal, serta program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang beragendakan kegiatan bermasyarakat seperti *workshop* edukasi seperti program *workshop* tentang penanaman hidroponik, melibatkan masyarakat lokal dalam operasional atau dengan kata lain memberikan lapangan pekerjaan dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi perusahaan untuk membedakan dengan perusahaan yang lain.

Berikut merupakan penjabaran dari Atribut Produk yang berada di Saga Village Hotel:

- *Room/kamar* yang berkonsep berkelanjutan yaitu merupakan hasil dari konstruksi ulang kontainer bekas, yang di setiap unit kamar lengkap dengan ruang tamu, kamar tidur, kamar mandi dan dapur. Fasilitas yang disediakan di dalam kamar diantaranya adalah *Air Conditioner, In Room Amenities* yang isi ulang, *microwave, water heater,* dan *refrigerator* atau lemari pendingin.
- *Food and Beverage*, hotel melakukan *in-house producing* yang merupakan bentuk keberlanjutan, dimana hotel akan memproduksi bahan makanan sendiri dan dapat di konsumsi sendiri juga atau sebagai suplai restoran untuk tamu dan kantin untuk

karyawan, serta dapat dikomersilkan kepada kantin yang berada di PT. ESCO Bintan.

- Fasilitas kebugaran/GYM yang ruangnya di desain untuk semi-terbuka, dimana tidak menggunakan jendela kaca tetapi alternatif tralis metal yang memudahkan perputaran udara di dalamnya.
- Fasilitas *water sport* yaitu berupa kayaking/canoe di Pantai.
- Edukasi wisata berupa Agrowisata yang dimana produk ini dikomersilkan kepada tamu yang ingin merasakan pengalaman bercocok tanam dan juga memanen tanaman bersama-sama dengan karyawan.
- *Library* dan museum yang didalamnya merupakan koleksi barang-barang antik dari *owner* perusahaan yaitu Mr. Lim dan koleksi buku-buku ternama yang dimiliki istri dari *owner*, yaitu Mrs. Lim.
- *Private room* yang dapat digunakan menjadi dua fungsi yaitu sebagai *meeting room* atau dapat juga di alokasikan sebagai *karaoke room* bagi tamu yang ingin menggunakannya.

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat disimpulkan yang merupakan faktor paling dominan terkait dengan konsep *sustainability* atau keberlanjutan adalah dari atribut produk yang berupa *room/kamar* yang ramah lingkungan, *food and beverages* yang menerapkan program *in-house producing* serta wisata edukasi yaitu agrowisata.

Terkait dengan pola yang didapatkan selama penelitian, peneliti kerap sekali mendapati bahwa Saga Village Hotel mengedepankan program CSR nya yaitu *Corporate Social Responsibility* yang dianggap sebagai faktor pendukung sistem keberlanjutan. Sesungguhnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dihitung sebagai dimensi *positioning* tradisional seperti atribut produk, harga produk, pemakai produk, pesaing, kelas produk, dan pemakaian produk dikarenakan fungsi utamanya merupakan tanggung jawab sosial perusahaan bagi lingkungan disekitar perusahaan. Namun, CSR dapat melakukan peran penting dalam membangun citra merek dan diferensiasi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi *positioning* secara keseluruhan. Berikut merupakan pemaparan tentang bagaimana CSR berhubungan dengan beberapa dimensi *positioning* tersebut:

- Atribut Produk: Meskipun CSR bukan atribut produk secara langsung, namun komitmen terhadap tanggung jawab sosial dapat menjadi nilai tambah atau fitur yang membuat produk lebih menarik bagi konsumen yang peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.
- Harga Produk: CSR bisa mempengaruhi persepsi konsumen tentang harga. Produk dengan praktek CSR yang baik berpotensi dibanderol dengan harga premium karena konsumen bersedia membayar lebih untuk produk yang mendukung tujuan sosial atau lingkungan.
- Pemakai Produk: CSR dapat menarik segmen konsumen tertentu yang lebih peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, sehingga mempengaruhi siapa yang menjadi pengguna produk tersebut.
- Pesaing: Dalam hal *positioning*, CSR dapat digunakan untuk membedakan merek dari pesaing. Perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik dapat membedakan diri mereka sebagai pemimpin etis di industri mereka.
- Kelas Produk: CSR bisa meningkatkan kelas atau citra produk. Misalnya, produk yang dihasilkan secara berkelanjutan atau etis bisa dipandang sebagai produk premium atau high-end.

- Pemakaian Produk: Dalam beberapa kasus, CSR dapat mengubah cara produk digunakan atau dipandang. Misalnya, produk yang didukung oleh praktek CSR mungkin dipandang lebih bertanggung jawab dan dapat diterima dalam konteks yang lebih luas atau berbeda.

Secara keseluruhan, CSR atau *Corporate Social Responsibility* bukanlah dimensi *positioning* utama seperti atribut produk atau harga, namun peranannya dalam membangun citra dan diferensiasi merek dapat sangat signifikan dalam strategi *positioning* perusahaan.

2. Harga Produk

Parameter harga yang ada dalam strategi *positioning* adalah harga promosi atau *package*, dan harga yang standar terlebih untuk masyarakat lokal. Strategi harga yang menyesuaikan dengan *seasons* serta membuat *rate contract* sebagai daya tarik untuk wisatawan grup, maupun *government* serta membuat promosi dan harga *package* dengan *inclusive yang worth* seperti paket menginap dengan aktivitas rekreasi dan edukasi, dapat menjadikan perusahaan lebih mudah dalam menarik konsumen karena harga yang ditawarkan cukup menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Untuk harga produk Saga Village Hotel itu sendiri merupakan harga yang cukup terjangkau bagi pengunjung yang merupakan wisatawan lokal maupun non-lokal yaitu berkisar di angka IDR 550.000/net *per room per night for 2 person without breakfast*. Dalam persiapan penentuan harga pihak Saga Village Hotel terlebih dahulu melakukan survei terhadap pesaing akomodasi sejenis yang berada di area Tanjung Uban hingga Sebong, rata-rata harga dari hasil survei berada di angka yang tidak jauh berbeda dengan harga yang ditetapkan oleh Saga Village Hotel yaitu berkisar di angka IDR 350.000 hingga IDR 600.000. Saga Village Hotel memposisikan dirinya sebagai akomodasi yang menawarkan produk kamar komplit dengan harga yang terjangkau, serta posisi lokasi hotel yang cukup dekat dengan Pelabuhan domestik di Tanjung Uban.

3. Pemakaian Produk

Parameter pemakaian produk yang ada dalam strategi *positioning* ini adalah fungsi dan fasilitas hotel. Dalam penelitian ini parameter yang dipergunakan adalah fungsi *sustainability hotel* melalui fasilitasnya yang ramah lingkungan. *Positioning* yang ditentukan oleh pemakaian produk secara spesifik, berkaitan dengan kesempatan pada situasi tertentu dan bertujuan untuk menunjukkan kelayakan produk tersebut. Di Saga Village Hotel itu sendiri menawarkan paket *outbond/event* yang dapat dilakukan di Saga Village Hotel yang sudah termasuk konsumsi selama kegiatan, serta mengutamakan promosi akan wisata edukasi bagi pengunjung yang tertarik dengan agrowisata serta termasuk hotel yang menyediakan penginapan jangka panjang khususnya bagi pekerja *expatriate* yang bekerja di Industri Lobam.

4. Pemakai Produk

Parameter pemakai produk yang ada dalam penelitian ini adalah wisatawan bisnis, keluarga, pasangan, atau *backpacker*.. Hal ini mempermudah untuk mengidentifikasi pasar sasaran/*target market* dan juga menjadi acuan dalam melakukan promosi. Didukung dengan hotel yang menyediakan akomodasi dengan harga yang terjangkau, serta lokasi hotel yang cukup strategis yang dekat dengan Pelabuhan domestik di Tanjung Uban.

5. Pesaing

Parameter pesaing ini mencakup cara perusahaan memposisikan mereknya relatif terhadap pesaingnya. Di Saga Village Hotel sendiri dalam memposisikan dirinya dengan pesaing adalah Saga Village Hotel cenderung lebih inklusif dibanding dengan pesaing akomodasi berkelanjutan sejenisnya yaitu Hotel Banyan Tree Bintang dan The Residence Bintang, yaitu dimana pengunjung atau tamu mendapat akses yang mudah dalam menjangkau hotel ini dan mengikuti aktifitas keberlanjutan di dalamnya. Saga Village Hotel memposisikan dirinya sebagai akomodasi dengan tema berkelanjutan yang dapat bersaing bahkan dengan hotel yang sudah senior di Pulau Bintan ini, dikarenakan program yang berjalan dan operasional hotel sangat fokus pada konsep keberlanjutan dan ramah lingkungan yang dianut.

6. Kelas Produk

Kelas produk mengacu pada kategori atau tingkatan produk dalam suatu industri. Ini bisa berdasarkan fitur, kualitas, harga, dan atribut lainnya. Di industri perhotelan, kelas produk dapat berkisar dari hotel mewah hingga hotel budget, dan untuk di Saga Village Hotel itu sendiri berada di kelas Resort Hotel yaitu dimana menyediakan fasilitas rekreasi dan juga program untuk keluarga yang dimana akan berbeda dengan kelas produk lainnya.

Persepsi Manajemen, Karyawan dan Tamu pada tema *Sustainability Hotel* di Saga Village Hotel

A. Persepsi Manajemen

Semakin *sustainable* semakin bagus terlepas dari tema dan konsep hotelnya manajemen berpikir bahwa merupakan sebuah ide brilian dengan mengedepankan dan menerapkan konsep *sustainability* pada industri hotel saat ini, benar adanya hotel memiliki fungsi utama sebagai akomodasi tetapi akan lebih baik lagi jika terdapat unsur edukasi serta dapat menghimbau untuk lebih memperhatikan dan memelihara bumi.

B. Persepsi Karyawan

Menurut karyawan yang bekerja di Saga Village, tema *sustainability* yang diterapkan di Saga Village Hotel sangat berdampak baik bagi lingkungan dan juga perusahaan, melalui pemeliharaan lingkungan seperti program *in house making*, yang membuat karyawan lebih *aware* akan pemeliharaan lingkungan, serta menjadi lebih kreatif karena mendaur ulang barang bekas menjadi sebuah barang baru seperti penggunaan palet-palet bekas yang dikonstruksi ulang menjadi sebuah gazebo ditepi pantai atau dijadikan sebagai bangku dan meja.

C. Persepsi Tamu

Menurut tamu atau konsumen, tema *sustainable* yang di terapkan oleh Saga Village Hotel itu sendiri dapat menjadi daya tarik yang unik dan unggul, karena konsep juga tema yang minimalis dan ramah lingkungan seperti ini cenderung membangun suasana yang asri dan tentram, tidak seperti di kota-kota yang padat dengan aktifitas, dengan adanya agrowisata juga dapat mengedukasi pengunjung dan konsumen untuk ikut bersama-sama memelihara bumi.

Inisiatif Konkret dan Praktik-Praktik *Sustainability Hotel* di Saga Village Hotel

Saga Village Hotel dalam menerapkan konsep *sustainability* diantaranya berupa

- A. Pengaplikasian proses *reuse-reduce-recycling* seperti penggunaan kembali kontainer bekas sebagai unit kamar, penggunaan kembali ban kendaraan mobil sebagai pagar pengaman untuk area bermain anak, penggunaan kembali palet-palet kayu bekas yang di konstruksi kembali menjadi sebuah bangku taman serta gazebo, melakukan pengurangan atau penghematan sumber listrik dengan membangun alternatif panel surya sebagai sumber listrik untuk penerangan di pada malam hari, melakukan pengurangan emisi karbondioksida yang dihasilkan kendaraan ekspedisi dengan membangun sebuah sumber tanaman atau kebun sendiri yang dapat menjadi *supply* untuk kantin, hotel serta di komersilkan pada PT. ESCO yang menjadi pendapatan juga, memiliki budidaya beraneka ragam ikan yang juga menjadi *supply* kantin dan hotel serta melakukan proses daur ulang yaitu *compossing* atau dapat disebut proses pembuatan pupuk kompos melalui maggot yang mengkonsumsi sampah organik, dan pupuknya juga akan digunakan untuk menyuburkan tanaman di kebun. Melalui penerapan dan praktik-praktik tersebut dapat disimpulkan bahwa yang menjadi fokus dalam konsep *sustainable* itu sendiri adalah bagaimana caranya untuk mengurangi adanya polusi, melakukan efisiensi energi dan materi serta pemeliharaan lingkungan.
- B. Program *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Saga Village Hotel telah melakukan beberapa program diantaranya yaitu Pembuatan BPJS Kesehatan gratis untuk 28 orang masyarakat lokal guna menunjang fasilitas kesehatannya, lalu program Hidroponik Workshop Bersama Pesantren Mambaus Solihin pada September 2023 lalu, Workshop Saga Village kepada panti asuhan pada November 2024, dan program pembagian sembako kepada masyarakat lokal yang sudah lansia pada Februari 2024 serta akhir-akhir ini pada tanggal 21 Juni 2024 ada pengadaan program Beach Cleaning yang diadakan di Pantai Lobam dan Pantai Tanjung Talok bersama-sama dengan beberapa perusahaan di Industri Lobam diantaranya PT. BIIE, PT. ESCO, bersama masyarakat dan instansi lokal dari Kelurahan Teluk sasah, program ini menghasilkan total 4151 kilogram sampah dan mengumpulkan total partisipan 157 orang. Melalui beberapa program ini menunjang hubungan dan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan lingkungan disekitarnya dan membuat masyarakat lokal akan merasa lebih dekat dengan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil yang telah didapatkan adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa yang menjadi faktor utama dalam pembentukan *postioning sustainability hotel* di Saga Village Hotel adalah dimensi *positioning* Atribut Produk(ramah lingkungan, penggunaan energi terbarukan, pengolahan sampah yang efisien, praktek keberlanjutan dalam operasi sehari-hari, bangunan ramah lingkungan, penggunaan bahan daur ulang, program pengurangan jejak karbon, pengolahan sampah yang tepat, penggunaan furniture dari bahan daur ulang, restoran dengan bahan makanan organik, program CSR yang kuat).

- b. Berdasarkan penelitian, peneliti mendapati bahwa persepsi manajemen, karyawan hingga tamu mengenai tema keberlanjutan atau *sustainable* yang di terapkan di Saga Village Hotel mendapat respon positif dan terdapat minat untuk lebih *aware* lagi dalam pemeliharaan lingkungan khususnya di industri perhotelan.
- c. Bentuk-bentuk praktik keberlanjutan yang sudah ada di Saga Village Hotel diantaranya penggunaan metode penggunaan kembali atau *reuse*, pengurangan atau *reduce*, dan pengelolaan ulang atau *recycle*, seperti menggunakan kontainer bekas untuk membuat unit kamar, ban mobil untuk menjaga area bermain anak, bangku taman dan gazebo dari palet kayu bekas, mengurangi atau menghemat tenaga listrik dengan membangun panel surya alternatif untuk pencahayaan di malam hari, menggunakan pelapis kayu bekas untuk membuat bangku, dan gazebo hingga program *in-house producing* yang sangat berdampak baik bagi perusahaan dalam efektifitas penggunaan energi dan materi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti. (2019). KAJIAN LITERATUR PENGARUH NILAI KESADARAN LINGKUNGAN BAGI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP GREEN HOTEL PRACTICE. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3.
- Cresswell. (2010). Kualitative Method. *dspace.uui.ac.id*.
- Dahlan, F. A. (2022). STRATEGI POSITIONING DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 1*, 49-50.
- Editor, M. J. (2020). Pentingnya Strategi Positioning Produk dalam Persaingan Bisnis. *Mekari Jurnal*.
- Evelyn Sugianto, C. J. (2023). PENGARUH PROGRAM GREEN HOTEL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI INDONESIA. *Media Neliti.com*.
- Febriyanti. (2018). Faktor-faktor Positioning yang di Pertimbangkan dalam memilih produk Mayangsari Collection. *etheses.uin-malang.ac.id*.
- Firdausi, S. K. (2024). Metode Triangulasi: Pengertian, Fungsi, & Cara Penerapannya. *dibimbing.id*.
- Ghozali, I. (2009). *Metode Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Henryadi. (2015). Objek dan sumber data penelitian. *e-journal.ac.id*.
- Heriyadi. (2018). STRATEGI POSITIONING DALAM PERSAINGAN BISNIS. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 261.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Ciracas, Jakarta: ESENSI, Erlangga Group.
- Klemi-Stojanov, S. (2020). The Importance of Sustainability in the Hotel Industry. *core.ac.uk*.
- Kotler. (2012). Kajian Pustaka, Hipotesa, Kerangka Berpikir. *repository.unpas.ac.id*.
- Kotler, P. (2010). *Brand Operation, Academy Course Book*. Ciracas, Jakarta: ESENSI, Erlangga Group.
- Mayasari. (2019). Segmentation, Targetting and Positioning. *eprints.mercubuana-yogya.ac.id*.
- Miles, H. (2020). Penelitian Kualitatif. *binus.ac.id*.
- Mulyono. (2019). IMPLEMENTASI GREEN HOTEL DALAM DEPARTEMEN FRONT OFFICE DI HOTEL HILTON BALI. *repository.pnb.ac.id*, 18.
- Pintardi, H. (1999). FAKTOR-FAKTOR STRATEGI POSITIONING DALAM PEMASARAN REAL ESTATE. *Dimensi Teknik Sipi Vol. 1*, 114-116.

- Pradesty, K. (2018). Faktor-faktor Positioning yang Dipertimbangkan Dalam Memilih Produk Mayang Collection. *ethesses.uin*, 22-24.
- Pratama, R. B. (2011). Metodologi Penelitian. *elibrary.unikom*, 28-30.
- Putri, D. A. (2023). Sustainability? Ini Pengertian dan Cara Mencapainya. *katadata.co.id*.
- Rijali. (2018). Marketing Mix. *dspace.uui.ac.id*.
- Rizky, Z. (2022). Sustainable Interior Design Hotel Resort. *elibrary.unikom.ac.id*, 11.
- Rofifah, D. (2014). Kerangka Pemikiran dan Hipotesa. *elibrary.unikom.ac.id*.
- Sapto, B. F. (2020). Analisi Data Penelitian Kualitatif. *eprints.unm.ac.id*.
- Sirine, H. W. (2016). STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Subagyo. (2019). Metodologi Penelitian. *elibrary.unikom.ac.id*.
- Sugianto, O. (2019). Penelitian Kualitatif, Manfaat dan Alasan Penggunaan. *binus.ac.id*.
- Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian. *e-journal*.
- Sugiyono. (2017). Populasi dan sampel penelitian. *repository.uui.ac.id*.
- Swandi. (2012). Kajian Pustaka dalam Penelitian Kualitatif. *repository.stei*, 6-7.
- Toghas. (2019). Karakteristik Kinerja Hotel Uniq di Yogyakarta ditinjau dari Aspek Desain dan Efisiensi. *e-journal.uajy.ac.id*.
- Wijaya. (2018). Triangulasi Data. *e-journal*.
- Yadi, H. (2018). STRATEGI POSITIONING DALAM PERSAINGAN BISNIS (POINTS OF DIFFERENCE DAN POINTS OF PARITY). *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 262.
- Zuldafrial. (2012). Data Analytic. *e-journal*.