SYNERGY
Jurnal Bisnis dan Manajemen

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

RESEARCH ARTICLE OPEN ACCESS

Analisis Praktik *Greenwashing* dalam Industri Pariwisata: Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Kepercayaan Konsumen, Transparansi Informasi, dan Persepsi Keberlanjutan Hotel Bintang 5 di Bali

Ni Kadek Nia Paramita[1*], Ni Made Anintia Trisna Sari[2], Komang Diva Suadnyana Putra[3], Nur Indah Cahyanti[4], Komang Purnami[5], Happy Desti Silalahi[6]
[1,2,3,4,5,6]Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha
Gedung Rektorat Undiksha, Jalan Udayana No. 11, Singaraja, Bali 81116, Indonesia

**Correspondent email: nia.paramita@student.undiksha.ac.id*

Diterima: 28 Juni 2026| Disetujui: 29 Oktober 2026 | Diterbitkan: 30 Oktober 2026

Abstract. *The phenomenon of greenwashing in Bali's hospitality industry has become increasingly important alongside the growing trend of sustainable tourism. This study aims to analyze greenwashing practices in five-star hotels in Bali, their impact on consumer trust, and their relevance to business ethics. The study uses a qualitative approach through a literature review method. The results show that greenwashing is reflected in environmental claims that are not fully supported by actual sustainable practices. This condition reduces consumer trust and indicates violations of business ethics principles, particularly honesty, transparency, and responsibility. Therefore, stronger transparency and authentic sustainability practices are needed to support a sustainable tourism industry in Bali.*

Keywords: *greenwashing; business ethics; sustainability; consumer trust; hospitality industry*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya di Bali yang dikenal sebagai destinasi wisata internasional. Sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah dan penyerapan tenaga kerja, namun di sisi lain juga menimbulkan berbagai dampak negatif terhadap lingkungan seperti pencemaran, eksploitasi sumber daya alam, serta peningkatan volume limbah (Priantoko et al., 2021). Seiring dengan meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan, pelaku industri pariwisata mulai mengintegrasikan konsep keberlanjutan (sustainability) ke dalam strategi bisnis mereka, termasuk melalui penerapan green marketing dan konsep pariwisata hijau.

Namun demikian, implementasi konsep keberlanjutan dalam praktik tidak selalu berjalan secara konsisten. Banyak perusahaan yang mengklaim diri sebagai ramah lingkungan, tetapi tidak didukung oleh tindakan nyata yang memadai. Fenomena ini dikenal sebagai greenwashing, yaitu praktik komunikasi pemasaran yang menyesatkan dengan menciptakan kesan seolah-olah perusahaan telah menerapkan prinsip keberlanjutan, padahal kenyataannya tidak demikian (Muda, 2025). Greenwashing sering kali dilakukan melalui penggunaan istilah seperti *"eco-friendly", "green",* atau *"sustainable"* tanpa disertai indikator yang jelas dan terukur mengenai implementasinya.

Praktik *greenwashing* menjadi isu yang semakin penting karena dapat merusak kepercayaan konsumen serta menghambat upaya keberlanjutan yang sebenarnya. Ketika konsumen tidak mampu membedakan antara klaim yang autentik dan yang bersifat manipulatif, maka hal ini akan menimbulkan kebingungan serta menurunkan tingkat kepercayaan terhadap seluruh klaim lingkungan yang disampaikan oleh perusahaan (Salem et al., 2026). Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi merusak kredibilitas industri pariwisata secara keseluruhan.

Dalam konteks Bali, permasalahan ini menjadi semakin kompleks karena pertumbuhan pariwisata yang pesat tidak selalu diimbangi dengan pengelolaan lingkungan yang optimal. Paradoks antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan menjadi tantangan utama, di mana peningkatan jumlah wisatawan justru memperbesar tekanan terhadap ekosistem lokal, termasuk masalah limbah, kerusakan lingkungan pesisir, serta penurunan kualitas sumber daya alam (Dewi, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dalam industri pariwisata masih bersifat parsial dan belum terintegrasi secara menyeluruh.

Dari perspektif etika bisnis, fenomena *greenwashing* menimbulkan persoalan yang serius karena berkaitan dengan prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab perusahaan. Ketika perusahaan

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

menyampaikan klaim yang tidak sesuai dengan kondisi nyata, maka terjadi pelanggaran terhadap prinsip kejujuran yang dapat merusak kepercayaan konsumen. Selain itu, kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi membuat konsumen sulit untuk mengevaluasi kebenaran klaim keberlanjutan secara objektif (Al-Ghufroni & Sisdianto, 2024). Lebih lanjut, praktik *greenwashing* juga mencerminkan lemahnya tanggung jawab sosial perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan dari aktivitas bisnisnya. Tanggung jawab yang seharusnya diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata justru direduksi menjadi sekadar simbol atau strategi komunikasi, sehingga tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan lingkungan (Apriansyah & Sisdianto, 2024).

Dengan demikian, fenomena *greenwashing* dalam industri perhotelan di Bali menjadi isu yang penting untuk dikaji secara mendalam, khususnya dalam kaitannya dengan kepercayaan konsumen, transparansi informasi, dan persepsi keberlanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik greenwashing serta implikasinya terhadap etika bisnis, sehingga dapat menjadi dasar dalam mendorong praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan di masa depan (Alyahia et al., 2024).

Greenwashing merupakan strategi komunikasi atau pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan persepsi bahwa aktivitas bisnisnya telah ramah lingkungan, meskipun implementasi keberlanjutan yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan klaim tersebut. Praktik ini bertujuan membangun citra positif perusahaan di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan (Bernini & La Rosa, 2025). Dalam industri perhotelan, greenwashing sering diwujudkan melalui penggunaan label seperti *eco-friendly* atau *green hotel* tanpa diikuti implementasi operasional yang nyata, seperti pengelolaan energi, air, dan limbah secara berkelanjutan (Alyahia et al., 2024). Kondisi tersebut berpotensi menyesatkan konsumen dan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih layanan hotel (Wailmi et al., 2023).

Dari perspektif etika bisnis, praktik *greenwashing* bertentangan dengan prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab perusahaan (Alyahia et al., 2024). Kejujuran mengharuskan perusahaan menyampaikan informasi sesuai kondisi yang sebenarnya, sedangkan transparansi menuntut keterbukaan mengenai praktik keberlanjutan yang dijalankan. Selain itu, tanggung jawab perusahaan tercermin melalui komitmen nyata dalam mengurangi dampak lingkungan akibat aktivitas operasionalnya (Alyahia et al., 2024).

Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan bahwa perusahaan mampu memenuhi janji yang diberikan secara konsisten. Dalam industri perhotelan, kepercayaan konsumen sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara klaim keberlanjutan dengan praktik yang diterapkan. Apabila terdapat indikasi greenwashing, tingkat kepercayaan konsumen cenderung menurun. Sebaliknya, implementasi keberlanjutan yang nyata dapat meningkatkan *green trust* dan mendorong minat konsumen untuk menggunakan layanan hotel (Hashish et al., 2022).

Konsep keberlanjutan (*sustainability*) dalam industri perhotelan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan melalui pendekatan *Triple Bottom Line*, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (Budiasih & Latrini, 2023). Di Bali, konsep tersebut juga selaras dengan nilai lokal *Tri Hita Karana* yang menekankan keharmonisan hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan lingkungan. Oleh karena itu, keberhasilan penerapan konsep keberlanjutan tidak hanya diukur dari klaim perusahaan, tetapi juga dari implementasi nyata dalam operasional hotel (Wiryanata et al., 2025).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas *greenwashing*, etika bisnis, dan keberlanjutan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada sektor bisnis secara umum atau mengkaji hubungan antarvariabel secara terpisah. Kajian yang secara khusus menganalisis praktik *greenwashing* pada industri perhotelan di Bali dari perspektif etika bisnis serta implikasinya terhadap kepercayaan konsumen dan persepsi keberlanjutan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut (Garcia & Vargas, 2024). Sejalan dengan fenomena, landasan teori, dan kesenjangan penelitian tersebut, diperlukan penelitian yang mampu memberikan gambaran mengenai praktik *greenwashing* pada industri perhotelan di Bali ditinjau dari perspektif etika bisnis serta implikasinya terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *greenwashing* pada industri perhotelan di Bali berdasarkan perspektif etika bisnis yang meliputi prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis implikasi praktik *greenwashing* terhadap kepercayaan konsumen dan persepsi keberlanjutan (*sustainability*) pada industri perhotelan di Bali. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian etika bisnis sekaligus menjadi rekomendasi bagi pelaku industri perhotelan dalam menerapkan praktik keberlanjutan yang lebih autentik, transparan, dan bertanggung jawab (Alyahia et al., 2024).

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research) yang berfokus pada kajian teori, konsep, dan penelitian terdahulu terkait praktik greenwashing pada hotel bintang lima di Bali (Wailmi et al., 2024). Objek penelitian berupa sumber literatur ilmiah seperti jurnal, buku, artikel, dan penelitian yang relevan dengan greenwashing, keberlanjutan, kepercayaan konsumen, dan etika bisnis. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dengan menelaah sumber primer dan sekunder dari penelitian terdahulu yang relevan, seperti kajian mengenai greenwashing dan kepercayaan konsumen dalam industri perhotelan (Salem et al., 2026; Hashish et al., 2022). Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahap reduksi, pengelompokan, dan interpretasi untuk menemukan hubungan antara klaim keberlanjutan hotel dengan praktik nyata yang dilakukan berdasarkan temuan penelitian sebelumnya (Yonandi & Lie, 2024; Muda & Febrianto, 2024). Validitas data dijaga melalui pengecekan kesesuaian dan keterkaitan antar sumber literatur, dengan membandingkan berbagai hasil penelitian terdahulu untuk memastikan konsistensi temuan, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Konsep *Green Hotel* pada Industri Perhotelan di Bali

Hasil kajian literatur terhadap berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi konsep *green hotel* pada industri perhotelan di Bali terus berkembang sebagai bagian dari upaya mendukung pariwisata berkelanjutan. Berbagai penelitian menyoroti penerapan praktik ramah lingkungan, integrasi nilai Tri Hita Karana, serta strategi bisnis berkelanjutan yang dilakukan oleh hotel. Sintesis hasil kajian literatur tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Sintesis Hasil Kajian Literatur mengenai Implementasi *Green Hotel* pada Industri Perhotelan di Bali

Penulis	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Sintesis
Putri et al. (2024)	*Green hotel* berbasis Tri Hita Karana	Penerapan konsep 4R, konservasi lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat	Implementasi keberlanjutan mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan budaya.
Wiryanata et al. (2025	Praktik bisnis berkelanjutan hotel	Efisiensi energi, pengelolaan limbah, pengurangan plastik, dan kegiatan sosial.	Keberlanjutan menjadi bagian dari strategi operasional hotel.
Armadea et al. (2022)	Implementasi Tri Hita Karana	Penerapan nilai Tri Hita Karana meningkatkan kualitas pengelolaan hotel.	Nilai lokal mendukung praktik keberlanjutan industri perhotelan.
Alkotdriyah (2024)	Implementasi *green hotel* di Indonesia	Implementasi *green hotel* berkembang, namun memerlukan evaluasi berkelanjutan.	Konsistensi implementasi menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan.

Sumber: Diolah penulis berdasarkan Putri et al. (2024); Armadea et al. (2022); Alkotdriyah (2024); dan Wiryanata et al. (2025).

Berdasarkan Tabel 1, implementasi konsep *green hotel* pada industri perhotelan di Bali menunjukkan perkembangan yang positif melalui penerapan berbagai praktik keberlanjutan. Hotel tidak hanya berupaya mengurangi dampak lingkungan melalui efisiensi penggunaan energi, konservasi air, pengelolaan limbah, dan pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, tetapi juga mulai mengintegrasikan konsep keberlanjutan ke dalam strategi pengelolaan perusahaan. Praktik tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan telah menjadi

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

bagian dari upaya meningkatkan kualitas layanan sekaligus mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Putri et al., 2024; Wiryanata et al., 2025).

Karakteristik implementasi *green hotel* di Bali dipengaruhi oleh penerapan filosofi Tri Hita Karana, yang menekankan keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan (*Parhyangan*), sesama manusia (*Pawongan*), dan lingkungan (*Palemahan*). Penerapan nilai tersebut tidak hanya diwujudkan melalui pengelolaan lingkungan yang lebih baik, tetapi juga melalui pelestarian budaya lokal, peningkatan hubungan dengan masyarakat sekitar, serta penguatan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, implementasi *green hotel* di Bali memiliki karakteristik yang memadukan prinsip keberlanjutan dengan kearifan lokal sebagai identitas industri pariwisata Bali (Armadea et al., 2022; Putri et al., 2024).

Selain memberikan manfaat bagi lingkungan, implementasi praktik keberlanjutan juga berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional dan daya saing hotel. Wiryanata et al. (2025) menunjukkan bahwa penerapan praktik bisnis berkelanjutan mampu mendukung efisiensi penggunaan sumber daya sekaligus memperkuat citra hotel di mata wisatawan. Sejalan dengan itu, Alkotdriyah (2024) menyatakan bahwa implementasi *green hotel* di Indonesia terus mengalami perkembangan, meskipun masih memerlukan evaluasi dan penerapan yang konsisten agar manfaat keberlanjutan dapat dirasakan secara optimal.Secara keseluruhan, hasil kajian literatur menunjukkan bahwa implementasi konsep *green hotel* pada industri perhotelan di Bali telah mengarah pada pengelolaan hotel yang lebih berkelanjutan. Meskipun penelitian yang dianalisis lebih banyak menyoroti praktik implementasi dibandingkan evaluasi terhadap klaim keberlanjutan, transparansi dan konsistensi dalam pelaksanaan program lingkungan tetap menjadi aspek penting untuk menjaga kredibilitas hotel serta mendukung kepercayaan wisatawan terhadap komitmen keberlanjutan yang dijalankan.

Dampak Implementasi Keberlanjutan terhadap Kepercayaan Konsumen

Green trust merupakan variabel penting dalam menentukan perilaku wisatawan terhadap hotel berbasis keberlanjutan. Kepercayaan ini muncul ketika wisatawan meyakini bahwa klaim ramah lingkungan yang disampaikan oleh hotel benar-benar didukung oleh praktik operasional yang konsisten dan dapat dibuktikan. Dalam industri perhotelan yang semakin kompetitif, implementasi green hotel tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai bentuk komitmen keberlanjutan yang berperan dalam meningkatkan kredibilitas serta kepercayaan konsumen terhadap layanan hotel (Li & Yang, 2022).

Peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan wisatawan telah mengubah pola preferensi dalam memilih akomodasi. Wisatawan kini tidak hanya mempertimbangkan aspek harga dan kualitas layanan, tetapi juga menilai sejauh mana hotel menerapkan prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya. Praktik seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, konservasi air, dan pengurangan plastik sekali pakai menjadi indikator penting yang membentuk persepsi positif terhadap tanggung jawab lingkungan hotel, sekaligus memperkuat tingkat kepercayaan wisatawan (Yuniati, 2021).

Selain konsistensi implementasi, transparansi informasi juga menjadi faktor utama dalam membangun green trust. Wisatawan semakin kritis terhadap klaim keberlanjutan yang disampaikan oleh hotel sehingga diperlukan keterbukaan dalam pelaporan program lingkungan, capaian keberlanjutan, serta indikator kinerja yang dapat diverifikasi. Ketika terdapat kesesuaian antara klaim dan kondisi aktual, maka kepercayaan wisatawan akan meningkat, namun sebaliknya ketidaksesuaian dapat memunculkan persepsi negatif dan indikasi greenwashing yang merugikan reputasi hotel (Muda & Febrianto, 2024).

Green trust tidak hanya berpengaruh pada tingkat kepercayaan, tetapi juga berdampak pada perilaku lanjutan wisatawan seperti loyalitas, niat kunjungan ulang, serta willingness to pay yang lebih tinggi. Wisatawan yang memiliki kepercayaan kuat terhadap komitmen lingkungan hotel cenderung lebih loyal dan memilih kembali layanan yang dianggap bertanggung jawab secara ekologis. Hal ini menunjukkan bahwa green trust memiliki peran strategis dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara hotel dan konsumen (Hashish et al., 2022).

Dengan demikian, implementasi keberlanjutan tidak hanya berdampak pada aspek lingkungan, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam memperkuat kepercayaan dan loyalitas konsumen. Green trust yang terbentuk secara konsisten mampu meningkatkan daya saing hotel serta mendukung keberlanjutan industri pariwisata yang semakin berorientasi pada tanggung jawab lingkungan dan sosial.

Analisis Implementasi eberlanjutan dalam Perspektif Etika Bisnis

Implementasi konsep green hotel mencerminkan penerapan etika bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berbagai program seperti penghematan energi, pengelolaan limbah, konservasi air, dan penggunaan produk ramah lingkungan menunjukkan komitmen hotel dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian, keberlanjutan menjadi bagian dari tanggung jawab moral perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (Migdadi, 2024).

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

Prinsip kejujuran (*honesty*) mengharuskan perusahaan menyampaikan informasi mengenai praktik keberlanjutan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Setiap klaim ramah lingkungan harus didukung oleh bukti yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian informasi yang berlebihan atau tidak sesuai fakta dapat mengarah pada praktik *greenwashing* yang bertentangan dengan etika bisnis dan berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen (Wailmi et al., 2023).

Selain kejujuran, prinsip transparansi (*transparency*) juga menjadi faktor penting dalam implementasi keberlanjutan. Hotel perlu menyampaikan informasi mengenai kebijakan, pelaksanaan, dan hasil program lingkungan secara terbuka kepada para pemangku kepentingan. Transparansi mencerminkan akuntabilitas perusahaan sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap komitmen keberlanjutan yang dijalankan (Gerged et al., 2023).

Prinsip tanggung jawab (*responsibility*) menegaskan bahwa perusahaan berkewajiban meminimalkan dampak negatif aktivitas operasional terhadap lingkungan. Tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan limbah, dan penerapan program lingkungan secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberlanjutan tidak hanya menjadi strategi bisnis, tetapi juga bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Andersson et al., 2022).

Dalam industri perhotelan di Bali, penerapan prinsip-prinsip tersebut selaras dengan filosofi Tri Hita Karana, yaitu keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan (*parhyangan*), manusia dengan sesama (*pawongan*), dan manusia dengan lingkungan (*palemahan*). Filosofi ini mendorong hotel untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan sehingga praktik keberlanjutan memiliki nilai etis yang lebih kuat (Sitohang & Purnomo, 2023).

Berdasarkan analisis tersebut, implementasi konsep *green hotel* menunjukkan bahwa keberlanjutan tidak cukup diwujudkan melalui program lingkungan semata, tetapi juga harus didasarkan pada prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Penerapan prinsip-prinsip tersebut akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan serta mencegah terjadinya praktik *greenwashing*. Oleh karena itu, etika bisnis menjadi landasan penting dalam mewujudkan industri perhotelan yang berkelanjutan (Wailmi et al., 2024).

Implikasi terhadap Keberlanjutan Industri Pariwisata Bali

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa implementasi konsep *green hotel* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan industri pariwisata berkelanjutan di Bali. Penerapan berbagai program keberlanjutan, seperti efisiensi penggunaan energi dan air, pengelolaan limbah, pengurangan emisi karbon, serta pemanfaatan produk ramah lingkungan, mampu mengurangi dampak negatif operasional hotel terhadap lingkungan. Selain itu, penerapan praktik keberlanjutan juga memperkuat citra Bali sebagai destinasi wisata yang mengedepankan konsep pariwisata berkelanjutan sehingga mampu menarik wisatawan yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan tidak hanya memberikan manfaat bagi lingkungan, tetapi juga menjadi strategi untuk meningkatkan daya saing industri perhotelan di tengah meningkatnya permintaan terhadap akomodasi yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Garcia & Vargas, 2024).

Implementasi konsep *green hotel* juga memberikan dampak positif terhadap aspek sosial dan ekonomi melalui peningkatan keterlibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata. Berbagai hotel mulai menerapkan kebijakan penggunaan produk lokal, bekerja sama dengan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta melibatkan masyarakat dalam berbagai program pelestarian lingkungan dan budaya. Pendekatan tersebut tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, tetapi juga memperkuat hubungan antara industri perhotelan dengan komunitas lokal sehingga tercipta pembangunan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, praktik keberlanjutan perlu dipandang sebagai investasi jangka panjang yang mampu menciptakan keseimbangan antara keuntungan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan pelestarian lingkungan, sekaligus memperkuat daya saing destinasi wisata di masa depan (Onur et al., 2026).

Meskipun demikian, keberhasilan implementasi konsep *green hotel* memerlukan evaluasi, pengawasan, dan pelaporan yang dilakukan secara berkelanjutan. Transparansi dalam penyampaian informasi mengenai kebijakan lingkungan, penggunaan sertifikasi lingkungan yang kredibel, serta pengukuran kinerja lingkungan secara berkala merupakan langkah penting untuk meningkatkan akuntabilitas perusahaan. Upaya tersebut juga berperan dalam meminimalkan praktik *greenwashing*, yaitu kondisi ketika perusahaan menyampaikan klaim mengenai keberlanjutan yang tidak didukung oleh implementasi nyata. Dengan adanya pelaporan yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan, kepercayaan wisatawan terhadap komitmen lingkungan perusahaan akan semakin meningkat sehingga mampu mendukung terwujudnya industri pariwisata Bali yang berdaya saing dan berkelanjutan (Garcia & Vargas, 2024; Onur et al., 2026).

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik *greenwashing* dalam industri perhotelan, khususnya hotel bintang lima di Bali, merupakan fenomena yang terjadi ketika klaim keberlanjutan yang disampaikan perusahaan tidak sepenuhnya sesuai dengan praktik nyata yang dilakukan. *Greenwashing* sering kali diwujudkan melalui penggunaan citra ramah lingkungan sebagai strategi pemasaran tanpa didukung oleh tindakan keberlanjutan yang terukur dan transparan. Kondisi ini dipengaruhi oleh adanya ketidakseimbangan informasi antara perusahaan dan konsumen sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam menilai kebenaran klaim lingkungan yang diberikan.

Dari perspektif etika bisnis, praktik *greenwashing* menunjukkan adanya permasalahan pada aspek kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab perusahaan. Ketidaksesuaian antara informasi yang disampaikan dengan kondisi sebenarnya dapat menurunkan kepercayaan konsumen serta berdampak negatif terhadap persepsi keberlanjutan industri perhotelan. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang lebih kuat dari pelaku industri pariwisata untuk menerapkan praktik keberlanjutan yang autentik, terbuka, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan adanya transparansi informasi dan implementasi keberlanjutan yang nyata, industri perhotelan di Bali dapat menjaga kepercayaan konsumen sekaligus mendukung perkembangan pariwisata yang lebih berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, serta berbagai bentuk bantuan selama proses penyusunan penelitian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada institusi yang telah menyediakan akses terhadap berbagai sumber referensi ilmiah sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini tidak menerima pendanaan khusus, hibah penelitian, beasiswa, maupun bentuk dukungan finansial lainnya dari lembaga pemerintah, swasta, organisasi nirlaba, atau institusi pendanaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Alkotdriyah, P. P. (2024). *Green hotel implementation in Indonesia: A focus on Java and Bali*. *NHI Hospitality International Journal, 2*(1), 1–7. https://doi.org/10.34013/nhij.v2i1.1384.

Alyahia, M., Azazz, A. M., Fayyad, S., Elshaer, I. A., & Mohammad, A. A. (2024). *Greenwashing behavior in the hotel industry: The role of green transparency and green authenticity*. *Sustainability, 16*(3), 1050.

Apriansyah, M. I., & Sisdianto, E. (2024). Dampak etika bisnis terhadap kebijakan lingkungan perusahaan antara keuntungan dan tanggung jawab sosial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1*(4), 253–266.

Armadea, D. A. I. D., Suarja, I. K., Sutarma, I. G. P., & Widana, I. P. K. A. (2022). Implementation of Tri Hita Karana to increase room occupancy at Hilton Bali Resort. *International Journal of Green Tourism Research and Applications, 4*(2), 99–107. https://doi.org/10.31940/ijogtra.v4i2.99-107.

Bernini, F., & La Rosa, F. (2025). Strategi pencegahan berbasis tata kelola perusahaan melawan greenwashing: Kerangka konseptual. Dalam *Corporate Governance, Organizational Ethics, and Prevention Strategies Against Financial Crime* (hlm. 109–132). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74523-2_6.

Dewi, K. A. S. (2023). Paradoks pariwisata Bali: Antara pertumbuhan ekonomi dan krisis lingkungan. *Jurnal Pacta Sunt Servanda, 4*(1), 47–54. https://doi.org/10.23887/jpss.v4i1.5349.

Garcia, F. C. S., & Vargas, W. F. C. (2024). Greenwashing in the tourism and hospitality sector: A systematic analysis of the literature. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 20*(2), 174–191.

Gerged, A. M., Salem, R., & Beddewela, E. (2023). How does transparency into global sustainability initiatives influence firm value? Insights from Anglo-American countries. *Business Strategy and the Environment, 32*(7), 4519–4547. https://doi.org/10.1002/bse.3379.

Vol 6, No 2, Oktober 2026, p.161-167
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v6i2.115

Hashish, M. E. S., Abdou, A. H., Mohamed, S. A. S., & Elenain, A. S. A. (2022). The nexus between green perceived quality, green satisfaction, green trust, and customers' green behavioral intentions in eco-friendly hotels. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(23), 16195. https://doi.org/10.3390/ijerph192316195.

Li, X., & Yang, F. (2022). Green trust and its impact on green hotel behavioral intentions. *Sustainability, 14*(9), 5201. https://doi.org/10.3390/su14095201.

Migdadi, Y. K. A. A. (2024). Typologies of hotel green supply chain management strategy. *Current Issues in Tourism, 27*(9), 1399–1420. https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2205113.

Muda, F. P., & Febrianto, I. G. A. (2024). Mitigasi greenwashing dalam industri perhotelan: Perspektif keberlanjutan dan transparansi. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia, 2*(4), 55–68. https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i4.4656.

Onur, M., Soylu, A. G., Yorgancı, B., & Kılıçhan, R. (2026). A systematic and thematic review of greenwashing in the tourism and hospitality industry. *Sustainability, 18*(3), 1255. https://doi.org/10.3390/su18031255.

Putri, I. A. K., Arini, N. N., & Putra, I. N. S. A. (2024). Implementasi konsep Tri Hita Karana dalam upaya mewujudkan green hotel di Mimpi Resort Menjangan Kabupaten Buleleng, Bali. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies, 4*(1), 139–151. https://doi.org/10.51713/jotis.2024.4119.

Salem, I. E., Elbaz, A. M., Hassan, H., Elsaqqa, M. A., & Magdy, A. (2026). The green paradox: When greenwashing erodes trust in sustainable hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1–25. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2025-0625.

Wailmi, K., Mahrinasari, M. S., & Ahadiyat, A. (2024). Greenwashing: Influence on the development and sustainability of tourism in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika, 8*(2). https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.12790.

Wiryanata, I. G. N. A., Susanti, C., Sumariati, D. A. R., & Septiviari, A. A. I. M. (2025). Implementation of sustainability business practices based on Tri Hita Karana values in international chain hotels in Bali. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital, 4*(1), 82–95. https://doi.org/10.55047/jekombital.v4i1.982.

Witara, K., Maulana, R., Annas, M., Setiadi, S., Nadroh, U., Prasetiyo, B., … Elizabeth, R. (2025). *Green management*. CV GET Press Indonesia.

Yonandi, C. P., & Lie, G. (2025). Greenwashing in Indonesia: Deceptive claims and corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 11*(2A), 107–116.

Yuniati, N. (2021). Green hotel concept and practices in Indonesia. *E-Journal of Tourism, 8*(2), 184–196. https://doi.org/10.24922/eot.v8i2.76346.