

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang perubahan lingkungan akibat pertumbuhan hotel, dan strategi pengelolaan lingkungannya. Penelitian dilakukan di ruas Jalan Margo Utomo dan Jalan Gowongan Kidul yang kemudian disebut Kawasan Mangkubumi. Unit analisis adalah masyarakat setempat dan masyarakat yang melintas di Kawasan Mangkubumi. Analisis data secara deskriptif kualitatif berdasar pada hasil wawancara.

Kawasan Mangkubumi sebagai lokasi strategis di pusat kota memiliki kecenderungan peningkatan pertumbuhan hotel, khususnya hotel bintang. Hasil penelitian menunjukkan persepsi masyarakat yang dikaji pada komponen abiotik, biotik, dan sosial serta komponen transportasi. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan abiotik variabel air bersih adalah 58% menyatakan tidak terjadi perubahan pada kuantitas sumber air, 21% menyatakan penurunan muka air sumur, dan 21% menyatakan penurunan debit air PDAM. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan abiotik variabel kebisingan adalah 64% menyatakan ada peningkatan kebisingan sesaat, 29% tidak merasa peningkatan kebisingan, dan 7% menyatakan ada peningkatan kebisingan menerus. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan biotik variabel RTH adalah 64% menyatakan tidak berpengaruh karena semula sudah lahan terbangun, 29% menyatakan terjadi perubahan lahan kosong bervegetasi menjadi lahan terbangun, dan 7% menyatakan ada peningkatan fungsi RTH. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan sosial ekonomi variabel kerukunan masyarakat adalah 64% menyatakan tidak ada pro kontra dan 36% menyatakan terjadi pro kontra di masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan sosial ekonomi variabel keamanan adalah 100% menyatakan tidak ada gangguan keamanan. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan sosial ekonomi variabel peluang usaha adalah 64% menyatakan tidak merasa ada peluang usaha, 22% menyatakan ada peluang usaha yang ditawarkan hotel, dan 14% menyatakan ada peluang usaha yang merupakan inisiatif masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan sosial ekonomi variabel kesempatan kerja adalah 86% ada tenaga kerja lokal yang terserap bekerja di hotel, sedangkan sisanya 14% tidak ada kesempatan kerja yang diberikan oleh hotel ke masyarakat setempat. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan sosial ekonomi variabel keinginan pindah adalah 64% merasa tidak ada keinginan untuk pindah, 29% ada keinginan pindah namun bukan karena terpengaruh hotel, dan 7% ada keinginan pindah karena terpengaruh hotel. Persepsi masyarakat terhadap perubahan lingkungan transportasi variabel lalu lintas adalah 100% menyatakan ada peningkatan kepadatan lalu lintas dan gangguan parkir di badan jalan.

Strategi pengelolaan lingkungan bersifat untuk memperbaiki kondisi lingkungan yang mengalami permasalahan dengan cara melibatkan berbagai pihak yaitu hotel, pemerintah, dan masyarakat. Strategi pengelolaan lingkungan diwujudkan ke dalam bentuk program kongkrit baik dengan pendekatan teknologi, sosial, maupun institusi.

**Kata kunci :** perubahan lingkungan; komponen abiotik, biotik, dan sosial; hotel bintang; persepsi masyarakat; strategi pengelolaan lingkungan

## ABSTRACT

This study aims to find out the public perceptions of environmental change due to the growth of hotels and environmental management strategies. The research was undertaken on Margo Utomo Street and Gowongan Kidul Street which is called Mangkubumi Area. The unit of analysis were the local community and the community that passed through Mangkubumi Area. Data analysis was descriptive qualitative based on interview result.

Mangkubumi area as a strategic location in the city center has a tendency to increase the growth of hotels, especially star-rated hotels. The results of the study show that the perceptions of the community studied on the abiotic, biotic, and social components and transport components. The public perception of abiotic environmental change in hygienic water variable is 58% feels no influence on the quantity of water source, 21% feels the decrease of well water level, and 21% feels the decrease of PDAM water debit. The public perception of biotic environmental change is 64% feels no effect because the original land has been built, 29% feels that there is a change on the vegetation vacant land to the land which is built, and 7% feels that there is an increase of RTH function. The public perception about the changing of economy social environmental of community harmony variable is 64%, feels there is no pro contra and 36% feels there is pro contra in the community. The public perception of changing in the economy social environmental of security variable is 100%, feels no security aggravation. Public perception of changing economy social environmental variable of business opportunity is 64% does not feel any business opportunity, 22% feels there is business opportunity offered by hotel, and 14% feels the existing business opportunity is community initiative. The public perception of the changing economy social environmental of job opportunity variable is 86% that local workers are absorbed and 14% feels no job opportunities are given by the hotel to the local community. Public perception of changing economy social environmental variable of moving desire is 64% no desire to move, 29% no desire to move but not because of affected hotel, and 7% there is desire to move because of affected hotel. The public perception of changes in the transport environment is 100%, feels the increase in traffic density and parking aggravation on the road body.

The environmental management strategy is to remedy the condition of the problem environment by involving various parties, i.e. hotel, government and society. The environmental management strategy is embodied in the form of concrete programs with technological, social, and institutional approaches.

**Keyword :** environmental change; abiotic, biotic, and social components; star-rated hotel; public perception; environmental management strategy