

Kampanye Produk Daur Ulang Limbah Kertas Kotak Makanan Penumpang Maskapai Pelita Air dalam Mendukung Program Pariwisata Ramah Lingkungan

Maharani D. A.¹, Acep U. R.², Cecep U. R.³

Program Magister Terapan Pariwisata

Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata

Politeknik Pariwisata NHI Bandung

Email: maharanideviadzhani@gmail.com

Abstrak

Maskapai Pelita Air, anak perusahaan PT. Pertamina (Persero), mengalami peningkatan jumlah penumpang setiap tahunnya, yang bersamaan dengan peningkatan limbah kertas. Limbah kertas kotak makanan ringan penumpang Pelita Air termasuk dalam kategori limbah pelayanan penerbangan yang membutuhkan solusi strategis untuk didaur ulang menjadi produk bernilai ekonomis. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana limbah kertas dapat menjadi produk daur ulang untuk mewujudkan pariwisata ramah lingkungan, serta meningkatkan kesadaran, daya tarik, nilai jual, dan mendukung pertumbuhan usaha manajemen Pelita Air melalui kolaborasi dengan UMKM. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan wawancara semi-struktur kepada tiga informan dari manajemen Pelita Air, pemilik UMKM, dan konten kreator. Hasil penelitian menunjukkan kampanye produk daur ulang yang dipromosikan melalui platform media sosial berkontribusi pada posisi kompetitif maskapai Pelita Air, meningkatkan kesadaran merek, dan mengedukasi penumpang tentang kepedulian lingkungan. Rekomendasi penelitian ini adalah mendorong manajemen Pelita Air secara akademis dalam mendukung pemanfaatan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang dan pariwisata ramah lingkungan. Luaran penelitian ini berupa konten video edukatif sebagai media kampanye, kolaborasi manajemen maskapai Pelita Air dan UMKM, serta Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

Kata kunci: Pengembangan Pemasaran Digital, Sosial Media, Limbah Kertas, Produk Daur Ulang, Pariwisata Ramah Lingkungan

A. Pendahuluan

Pariwisata ramah lingkungan, yang sejalan dengan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Nomor 9 Tahun 2021, sedang gencar dipromosikan karena memberikan berbagai manfaat bagi lingkungan, ekonomi, dan masyarakat setempat. Manfaat lingkungan meliputi pengurangan emisi gas rumah kaca, pelestarian keanekaragaman hayati, dan pemulihan ekosistem yang rusak. Secara ekonomi, pariwisata ramah lingkungan meningkatkan penghasilan dan lapangan kerja lokal. Dari aspek sosial, upaya ini melestarikan budaya lokal, meningkatkan kesadaran lingkungan, dan memberdayakan masyarakat setempat. Konsep pariwisata ramah lingkungan ini juga dapat diadopsi oleh maskapai penerbangan untuk menunjang perjalanan wisatawan.

Maskapai Pelita Air, sebagai salah satu operator penerbangan di Indonesia di bawah PT. Pertamina (Persero), telah berupaya menciptakan sistem transportasi udara yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Meskipun Pelita Air dikenal sebagai maskapai yang tepat waktu, memiliki fasilitas makanan yang enak, staf ramah, serta harga terjangkau dengan fasilitas premium, perusahaan ini menghadapi masalah dalam pemanfaatan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang. Limbah ini termasuk dalam limbah pelayanan penerbangan yang membutuhkan solusi strategis untuk didaur ulang menjadi produk bermanfaat dan bernilai ekonomi (Moerdjoko, 2002; Rahmawati, 2009).

Pemecahan masalah limbah kertas dapat diimplementasikan melalui kolaborasi antara manajemen Pelita Air dan UMKM yang akan mengolah limbah tersebut, sejalan dengan kebijakan publik *Life Cycle Assessment* (LCA) dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia (Elanda, 2021; ISO, 2006; Tim Penyusun KLHK, 2021). LCA membantu mengidentifikasi dampak lingkungan produk, mendukung pemenuhan regulasi, mendorong keberlanjutan, memperkuat reputasi perusahaan, dan menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis. Perkembangan industri penerbangan yang pesat

dipengaruhi oleh pertumbuhan populasi, urbanisasi, tantangan perubahan iklim, serta peluang dari teknologi berkelanjutan dan revolusi digital (Ribeiro et al., 2021). Keberhasilan kebijakan publik ini menuntut keterlibatan aktif pemangku kepentingan, struktur organisasi yang mendukung, dan alokasi anggaran yang sesuai.

Menurut data dari manajemen Pelita Air, total konsumsi kotak makanan ringan penumpang rute dari/ke Bandara Soekarno Hatta Jakarta dari Januari hingga Mei 2025 mencapai 1.076.455 unit, yang merupakan peluang besar untuk pengembangan produk daur ulang. Pariwisata ramah lingkungan atau ekowisata, yang diadopsi oleh Pelita Air, bertujuan mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dan budaya setempat, serta mendukung pelestarian alam dan prinsip berkelanjutan (Baxtex et al., 2018; Rustic, 2025; Richardson, 2006; UNEP, 2023; UNTOURISM, 2024). Ciri-ciri pariwisata ini mencakup pemanfaatan sumber daya alam yang bertanggung jawab, pengurangan limbah dan pencemaran, penggunaan energi ramah lingkungan, edukasi wisatawan, serta keterlibatan masyarakat lokal (Pambagio, 2013). Limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai adalah material sisa yang tidak memiliki nilai guna, tidak dimanfaatkan, atau dibuang, dan sulit terurai. Tindakan daur ulang (recycle) limbah kertas menjadi barang yang lebih bermanfaat memberikan berbagai manfaat, termasuk menciptakan peluang kerja, meningkatkan penghasilan masyarakat, mencegah polusi lingkungan, mengurangi risiko penyakit, mendorong kreativitas, menciptakan lingkungan bersih, menghemat energi, dan pengelolaannya tidak memerlukan lahan luas (Rizki, 2014).

Untuk mengurangi dampak lingkungan dari limbah kertas kotak makanan penumpang maskapai Pelita Air, diperlukan upaya mitigasi yang komprehensif dari berbagai pihak terkait. Pengelolaan limbah kertas menjadi produk daur ulang yang bernilai ekonomis dan estetika merupakan cara yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan dampak yang ditimbulkan dari fasilitas transportasi udara terhadap lingkungan dan mempunyai peranan penting dalam menjaga keseimbangan antara manusia dan lingkungan hidup agar terwujudnya pariwisata ramah lingkungan. Untuk mengurangi dampak lingkungan dari perkembangan tersebut, diperlukan upaya mitigasi yang komprehensif dari berbagai pihak terkait khususnya akademisi. Salah satu pendekatan utama adalah dengan mengadopsi teknologi transportasi yang lebih bersih dan ramah lingkungan, seperti maskapai penerbangan yang lebih peduli terhadap limbah yang dihasilkan. Selain itu, perlunya peningkatan regulasi dan pengawasan terhadap industri penerbangan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar lingkungan yang ketat. Pendidikan dan kesadaran lingkungan juga menjadi kunci dalam mengurangi dampak lingkungan dari maskapai penerbangan. Kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya penggunaan transportasi berkelanjutan, pengurangan emisi, dan praktik ramah lingkungan lainnya dapat membantu mengubah perilaku konsumen dan industri penerbangan. upaya bersama dari berbagai pihak, kita dapat mencapai sistem transportasi yang lebih berkelanjutan dan melindungi lingkungan bagi generasi mendatang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan media sosial dan aplikasi digital lainnya dapat berkontribusi terhadap posisi kompetitif maskapai Pelita Air dan mengidentifikasi keberhasilan pengembangan media sosial dalam promosi produk daur ulang kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Tujuan khusus penelitian ini meliputi peningkatan kesadaran manajemen maskapai Pelita Air dalam memanfaatkan limbah kertas untuk pariwisata ramah lingkungan melalui komunikasi internal; peningkatan daya tarik dan nilai jual produk daur ulang yang mendukung pariwisata ramah lingkungan serta mengedukasi penumpang dan masyarakat; dan langkah-langkah manajemen maskapai Pelita Air untuk pertumbuhan usaha berbasis daur ulang kertas yang mendukung pariwisata ramah lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji efektivitas pengembangan media sosial dalam pemasaran produk daur ulang limbah kertas kotak makanan ringan penumpang yang mendukung pariwisata ramah lingkungan.

B. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini membahas beberapa konsep kunci yang relevan dengan penelitian, termasuk pemasaran digital, media sosial, manajemen limbah, dan pariwisata berkelanjutan. Perkembangan

teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen. Pemasaran digital, sebagai bagian dari strategi pemasaran modern, memanfaatkan teknologi berbasis internet untuk menjangkau target audiens (Chaffey et al., 2009; Taylor, 2014; Armstrong et al., 2009; Baines et al., 2013). Media sosial, sebagai salah satu alat utama dalam pemasaran digital, memungkinkan komunikasi dua arah dan pembentukan komunitas daring (Michaelidou, 2011; Okazaki, 2013). Ramsay (2010) menekankan pentingnya etika dalam penggunaan media sosial untuk menjaga reputasi merek.

Dalam konteks bisnis-ke-bisnis (B2B), media sosial berperan dalam membangun hubungan dan kepercayaan (Moore, 2013; Palmatier, 2008; Payne, 2005). Magnusson dan Forssblad (2009) menyoroti pentingnya hubungan dalam pemasaran media sosial. Konsep limbah, khususnya limbah kertas, menjadi perhatian serius dalam keberlanjutan lingkungan. Berbagai studi telah menyoroti dampak limbah terhadap lingkungan dan potensi daur ulang sebagai solusi (Moerdjoko, 2002; Rizki, 2014). Upaya pengelolaan limbah di industri penerbangan juga telah dibahas (*Environmental Protection Agency*, 2024; Federal Aviation Administration (FAA), 2013).

Pariwisata berkelanjutan atau ramah lingkungan merupakan konsep penting yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memastikan pariwisata yang bertanggung jawab (Baxtex et al., 2018; Rustic, 2025; Richardson, 2006). Penelitian ini akan mengisi kesenjangan (*research gap*) dengan menggabungkan ketiga area ini: bagaimana pemasaran digital melalui media sosial dapat mempromosikan produk daur ulang limbah dari sektor penerbangan untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan. Hipotesis yang diusulkan adalah bahwa kampanye digital yang terencana dengan baik akan secara signifikan meningkatkan kesadaran konsumen, nilai produk daur ulang, dan mendukung citra maskapai sebagai entitas yang bertanggung jawab secara lingkungan.

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan topik penelitian secara mendalam (Bryman & Bell, 2011; Ghauri & Grønhaug, 2005; Kothari & Garg, 2014; Patton, 2002; Yin, 2013). Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam dibandingkan penelitian kuantitatif, serta untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan hubungan antarbagian.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan kuesioner daring (Alvehus, 2013; Österberg, 2003; Patel & Davidsson, 2011; Sontakki, 2010). Wawancara kualitatif dipilih karena memberikan fleksibilitas dan diskusi yang lebih mendalam dalam bidang subjek, serta berisi pertanyaan terbuka untuk mendapatkan jawaban yang lebih rinci. Narasumber wawancara meliputi manajer pemasaran, *ancillary*, dan *loyalty* PT. Pelita Air Services (Bapak Andi Bayu Indra A., MBA), pemilik UMKM Brulee Project (Sdr. Rendra Septian Perdana), dan konten kreator perjalanan (@tukangngider, Canisius Andrew). Pertanyaan wawancara diformulasikan dari panduan wawancara yang dibuat berdasarkan kerangka teoritis.

Data sekunder diperoleh dari perusahaan yang berkolaborasi dalam pembuatan konten di situs web dan media sosial lainnya. Selain itu, penelitian ini diperkuat dengan hasil penyebaran kuesioner kepada 104 responden penumpang maskapai Pelita Air. Kuesioner didistribusikan melalui Google Forms, dan respons dikumpulkan secara sistematis.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kesadaran manajemen maskapai Pelita Air yang tepat sasaran dalam memanfaatkan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan dapat dilakukan melalui komunikasi internal dan eksternal. Data kuesioner menunjukkan bahwa 90% responden belum mengetahui program kampanye daur ulang produk limbah kertas, sehingga dibutuhkan strategi khusus dengan konten interaktif dan edukatif. Konten edukatif terbukti paling diminati oleh 60% responden, sementara 40% lainnya menyarankan konten promosi, hiburan, informatif, dan tips & trik.

Penulis menawarkan Model Siklus Pengelolaan Limbah Maskapai yang ditampilkan dalam gambar, merupakan pendekatan sistematis yang mencerminkan tahapan strategis dalam mendukung program pariwisata ramah lingkungan, khususnya melalui kampanye produk daur ulang limbah kertas kotak makanan penumpang oleh maskapai Pelita Air. Siklus ini terdiri dari lima tahap utama, yaitu: Pengumpulan Limbah, Pemilahan dan Penyimpanan, Pengolahan dan Daur Ulang, Distribusi Produk Daur Ulang, serta Kampanye dan Edukasi Konsumen. Tahapan ini membentuk alur sirkular yang menekankan prinsip keberlanjutan, di mana limbah kertas yang dihasilkan selama operasional penerbangan maskapai Pelita Air tidak berakhir sebagai sampah, melainkan diproses menjadi produk bernilai ekonomis dan estetika. Proses diawali dengan pengumpulan limbah dari kabin pesawat, dilanjutkan dengan pemilahan material limbah kertas layak daur ulang. Limbah yang telah terseleksi kemudian diproses melalui UMKM Brulee Project dengan pengolahan ramah lingkungan menjadi produk daur ulang yaitu sepatu. Produk ini selanjutnya didistribusikan dan dipromosikan melalui kampanye edukatif yang menargetkan peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan penumpang dan publik. Dengan model ini, maskapai Pelita Air tidak hanya menerapkan praktik pengelolaan limbah yang efisien, tetapi juga berkontribusi aktif dalam mendukung ekonomi sirkular dan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam konteks pariwisata berwawasan lingkungan.



Model Siklus Pengelolaan Limbah Maskapai

Hasil dari implementasi Model Siklus Pengelolaan Limbah Maskapai oleh Pelita Air menghasilkan inovasi produk ramah lingkungan berupa sepatu daur ulang yang dibuat melalui kerja sama strategis manajemen maskapai Pelita Air dengan UMKM Brulee Project. Kolaborasi ini menjadi bentuk nyata dari tahap akhir dalam siklus, yakni Distribusi Produk Daur Ulang dan Kampanye Edukasi Konsumen, yang tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga menciptakan nilai ekonomis dan estetika. Proses dimulai dari pengumpulan limbah kertas kotak makanan penumpang maskapai Pelita Air, yang kemudian dipilah dan diolah menjadi bahan dasar untuk pembuatan produk kreatif. Melalui pendekatan inovatif dan teknologi *upcycling* yang diterapkan oleh Brulee Project, limbah kertas tersebut diproses menjadi material komposit yang dapat digunakan sebagai bagian dari konstruksi sepatu bagian *upper* (lapisan luar sepatu). Kolaborasi ini menunjukkan bahwa limbah non-konvensional seperti kertas kotak makanan dapat dimanfaatkan menjadi produk fashion bernilai tinggi dengan daya tarik pasar, khususnya di kalangan konsumen muda yang peduli lingkungan (Survey Responden, 2025).

Menurut narasumber konten kreator, metode paling efektif untuk meningkatkan kesadaran merek adalah melalui penyampaian cerita berdasarkan pengalaman nyata yang disertai informasi penting, seperti aksi untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan, infografis menarik dan video singkat. Keunikan konten edukatif terletak pada penggabungan nilai informasi, kesadaran lingkungan, dan ajakan untuk bertindak secara berkelanjutan. Konten ini tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga mengedukasi audiens tentang pengelolaan sampah, ekonomi sirkular, dan dampak positif produk daur ulang terhadap lingkungan.

Untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual dari produk daur ulang, manajemen Pelita Air merancang strategi melalui konten edukatif tentang produk daur ulang berupa sepatu yang memiliki keunikan dengan menggabungkan nilai informasi, kesadaran lingkungan, dan ajakan untuk bertindak secara berkelanjutan. Pendekatan Riset dan Pengembangan (R&D) berhasil menghasilkan inovasi produk dan strategi kampanye yang meningkatkan kesadaran konsumen serta mendukung reputasi Pelita Air sebagai maskapai ramah lingkungan. Produk daur ulang ini juga dinilai sebagai representasi gaya hidup yang bertanggung jawab secara ekologis dan sosial. Kolaborasi strategis dengan UMKM Brulee Project sebagai mitra produksi sangat krusial dalam pengolahan material daur ulang.

Langkah-langkah manajemen maskapai Pelita Air untuk pertumbuhan usaha berbasis daur ulang kertas dan mendukung pariwisata ramah lingkungan melibatkan sinergi yang lebih kuat antara manajemen maskapai, pelaku UMKM, dan akademisi. Strategi komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan efek kognitif (peningkatan pengetahuan), afektif (hubungan emosional), dan konatif (mendorong tindakan nyata). Salah satu inisiatif yang sudah dilakukan adalah menyertakan kartu nama berbahan dasar *seed paper* di *snack box* penumpang, yang dapat tumbuh menjadi tanaman dan mengajak penumpang untuk mereview makanan di pesawat. Pemilihan media komunikasi yang strategis, seperti infografis, video edukasi di media sosial, dan kolaborasi dengan komunitas lingkungan, juga penting untuk memperluas jangkauan pasar.

E. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye produk daur ulang limbah kertas kotak makanan penumpang maskapai Pelita Air melalui platform media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan mengedukasi penumpang tentang kepedulian lingkungan. Kolaborasi antara manajemen Pelita Air dan UMKM Brulee Project berhasil menciptakan produk daur ulang berupa sepatu yang bernilai ekonomis dan mendukung pariwisata ramah lingkungan. Strategi konten edukatif yang informatif dan menarik merupakan kunci keberhasilan kampanye ini, mengingat mayoritas responden belum mengetahui program daur ulang ini sebelumnya. Produk daur ulang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga menjadi simbol komitmen lingkungan dan mendorong gaya hidup yang bertanggung jawab.

F. Keterbatasan dan Studi Lebih Lanjut

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah informan wawancara yang terbatas mungkin membatasi generalisasi temuan. Kedua, data kuesioner hanya melibatkan 104 responden penumpang Pelita Air, yang mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan seluruh populasi penumpang. Ketiga, fokus penelitian lebih pada aspek kampanye dan kolaborasi, dengan eksplorasi yang lebih dangkal terhadap tantangan teknis dan skala produksi daur ulang limbah kertas secara massal.

Untuk studi lebih lanjut, disarankan untuk melakukan penelitian kuantitatif dengan sampel responden yang lebih besar untuk memvalidasi temuan ini secara statistik. Penelitian di masa depan juga dapat mengeksplorasi kelayakan ekonomi dan operasional dari program daur ulang limbah kertas skala besar di industri penerbangan, termasuk analisis biaya-manfaat dan dampak lingkungan jangka panjang. Selain itu, penelitian dapat memperluas cakupan kolaborasi dengan melibatkan lebih banyak UMKM atau pihak industri daur ulang lainnya untuk menciptakan ekosistem daur ulang yang lebih komprehensif.

G. Konflik Kepentingan dan Standar Etika

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan mematuhi standar etika penelitian yang berlaku, termasuk prinsip kerahasiaan data informan, persetujuan informasi dari partisipan, dan objektivitas dalam pengumpulan serta analisis data. Semua data yang digunakan telah dianonimkan untuk melindungi privasi responden.

H. Pengakuan

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Pariwisata NHI Bandung atas dukungan akademik yang diberikan selama penelitian ini berlangsung. Apresiasi juga

disampaikan kepada manajemen PT. Pelita Air Services dan UMKM Brulee Project atas partisipasi dan informasi berharga yang telah diberikan, serta kepada Bapak Canisius Andrew sebagai konten kreator atas wawasan yang dibagikan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Artikel dengan Satu Penulis

- Kurniawan, H. (2019). Peran infrastruktur transportasi dalam pembangunan ekonomi regional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 87–102.
- Michaelidou, N. (2011). Usage, barriers and measurement of social media marketing: An exploratory investigation of small and medium B2B brands. *Industrial Marketing Management*, 40(7), 1153–1159.
- Moore, J. (2013). Utilization of relationship-oriented social media in the selling process: A comparison of consumer (B2C) and industrial (B2B) salespeople. *Journal of Internet Commerce*, 12(1), 48–75.
- Okazaki, S. (2013). Social media and international advertising: Theoretical challenges and future directions. *International Marketing Review*, 30(1), 56–71.
- Palmatier, R. (2008). Achieving relationship marketing effectiveness in business to-business exchanges. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 36(2), 174–190.
- Payne, A. (2005). A stakeholder approach to relationship marketing strategy: The development and use of the "six markets" model. *European Journal Of Marketing*, 39(7), 855–871.
- Putri, N. (2022). Pengaruh transportasi umum terhadap perkembangan antar wilayah administrasi di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 8(1), 63–75.
- Ramsay, M. (2010). Social media etiquette: A guide and checklist to the benefits and perils of social marketing. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17(3/4), 257–261.
- Syahril, R. (2018). Perkembangan industri penerbangan di Indonesia dan dampaknya terhadap pariwisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(1), 45–58.
- Utama, A. (2021). Inovasi teknologi transportasi ramah lingkungan. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 17(1), 22–35.

Jurnal Artikel dengan Dua Penulis

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Magnusson, P. R., & Forssblad, J. (2009). The importance of relationships in social media marketing. *Journal of Business Research*, 62(12), 1184–1191.

Jurnal Artikel dengan Tiga Hingga Dua Puluh Penulis

- Ribeiro, A. P., Oliveira, S. M., & Monteiro, E. (2021). Application of life cycle assessment methodology to the aviation sector: A review. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 44, 101048.

Buku

- Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbook*. Liebe AB.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2009). *Marketing an introduction*. Pearson.
- Baines, P., Fill, C., & Page, K. (2013). *Essentials of marketing*. University Press.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston. (2009). *Internet marketing strategy, implementation and practise*. Pearson.

- Coghlan, D. (2019). *Doing action research in your own organization*. SAGE Publications.
- Elanda, F. (2021). *Menilai dampak lingkungan dengan analisis daur hidup (LCA)*. Pustaka Setia.
- Ellis, N. (2011). *Business-to-business marketing: Relationships, networks & strategies*. Oxford University Press.
- Ghauri, P., & Grønhaug, K. (2005). *Research methods in business studies*. Pearson.
- Grönmo S. (2006). *Metoder I samhällsvetenskap* (1st ed.). Lieber AB.
- Kothari, C. R., & Garg G. (2014). *Research methodology, methods and techniques* (3rd ed.). New age international.
- Moerdjoko. (2002). *Pengelolaan limbah industri*. Rineka Cipta.
- Österberg, J. J. (2003). *The use of mobile phones in youth culture: A qualitative study*.
- Pambagio, S. (2013). *Isu-isu lingkungan hidup global*. Yayasan Obor Indonesia.
- Patel, P., & Davidsson, P. (2011). *Research methods in entrepreneurship*. Sage Publications.
- Patton, M. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. Sage Publications.
- Rahmawati, D. (2009). *Pengelolaan sampah rumah tangga*. Penebar Swadaya.
- Richardson, R. (2006). *The social impact of tourism*.
- Rizki, A. (2014). *Manfaat daur ulang sampah*. Jendela Ilmu.
- Rustic, J. (2025). *Eco-tourism principles and practices*.
- Sontakki, C. (2010). *Marketing research*. Himalaya Publishing House.
- Taylor, L. (2014). *Digital marketing strategy*. McGraw-Hill Education.

Buku dengan Edisi Khusus

- Bryman A., & Bell E. (2011). *Business research methods* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Coughlan A. T., Anderson E., Stern L. W., & El-Ansary A. I. (2006). *Marketing channels* (7th ed.). Pearson Education.
- Kenneth, R. A., & Jane, W. (2003). *Marketing research: An applied orientation* (4th ed.). Pearson Education.
- Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications.

Laporan/Dokumen Organisasi

- Environmental Protection Agency. (2024). *Developing and implementing an airport recycling program*.
- Federal Aviation Administration (FFA). (2013). *Recycling, reuse and waste reduction at airports: A synthesis document*.
- ISO. (2006). *ISO 14040 international standard: Environmental management life cycle assessment-principles and framework*. International Organisation for Standardization.
- Tim Penyusun KLHK. (2021). *Pedoman pelaksanaan life cycle assessment (LCA) di Indonesia*. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia.
- UNEP (Program Lingkungan PBB). (2023). *Tourism and the sustainable development goals*.
- UNTOURISM (World Tourism Organization). (2024). *Sustainable tourism for development*.

Buku yang Diedit

- Baxtex, M. E., et al. (2018). *Introduction to sustainable tourism*. Routledge.