

**PERAN *LOBBY AMBASSADOR* DALAM MENINGKATKAN  
*SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE* WISATAWAN  
PADA THE APURVA KEMPINSKI BALI**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NI WAYAN KARUNA DEWI**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**  
**PERAN *LOBBY AMBASSADOR* DALAM MENINGKATKAN**  
***SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE* WISATAWAN**  
**PADA THE APURVA KEMPINSKI BALI**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Oleh**  
**Ni Wayan Karuna Dewi**  
**NIM 1815834020**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA**  
**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
JURUSAN PARIWISATA**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung-Bali – 80364  
Telp. 0361-701981 (hunting) Fax. 0361-701128 Laman: <http://www.pnb.ac.id>.  
Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

---

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Wayan Karuna Dewi  
NIM : 1815834020  
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata  
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**Peran Lobby Ambassador dalam Meningkatkan *Sustainable Product*  
*Knowledge* Wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 4 Agustus 2022  
Yang membuat pernyataan,

Ni Wayan Karuna Dewi

## **SKRIPSI**

# **PERAN *LOBBY AMBASSADOR* DALAM MENINGKATKAN *SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE* WISATAWAN PADA THE APURVA KEMPINSKI BALI**

Skripsi ini Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan  
pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata,  
Politeknik Negeri Bali



Oleh

**Ni Wayan Karuna Dewi**

**NIM 1815834070**

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**  
**PERAN *LOBBY AMBASSADOR* DALAM MENINGKATKAN  
*SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE* WISATAWAN  
PADA THE APURVA KEMPINSKI BALI**

**Diajukan Oleh:**  
**Ni Wayan Karuna Dewi**  
**NIM 1815834020**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh:

Dosen Pembimbing I,



Drs. I Gusti Putu Sutarma, M. Hum  
NIP 196412311990031025

Dosen Pembimbing II,



Dr. Dra. Lien Darlina, M.Hum  
NIP 196612081993032001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Pariwisata,



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D.  
NIP 196312281990102001


**PERAN *LOBBY AMBASSADOR* DALAM MENINGKATKAN  
*SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE* WISATAWAN  
PADA THE APURVA KEMPINSKI BALI**

**Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:**

**Hari Kamis, 4 Agustus 2022**

**PENGUJI**

**KETUA:**



Drs. I Gusti Putu Sutarma, M. Hum  
NIP 196412311990031025

**ANGGOTA:**

- 
1. Ni Putu Lianda Ayu Puspita, SE., M.Tr.Par  
NIK 202111012

JURISDIKSI DAN PIWISATA  
POLITIK DAN ADMINISTRASI  
M. Hum  
GERI BALI

2. Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M. Par  
NIP 196707141998032001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Lobby Ambassador* dalam Meningkatkan *Sustainable Product Knowledge* Wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali” dengan baik dan tepat pada waktunya. Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi kendala. Akan tetapi, atas bantuan serta dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal penelitian ini, antara lain:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. sebagai Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama empat tahun di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D. sebagai Ketua Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas yang memadai serta membantu kelancaran perkuliahan di Jurusan Pariwisata.
3. Dr. Gede Ginaya, M.Si. sebagai Sekretaris Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan selama mengikuti proses perkuliahan di Jurusan Pariwisata.

4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah membantu mengarahkan mengenai pedoman penulisan serta membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
5. Drs. I Gusti Putu Sutarma, M.Hum. selaku Pembimbing I atas waktu, saran dan motivasi yang sudah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Dra Lien Darlina, M.Hum. selaku Pembimbing II atas waktu, saran dan motivasi yang sudah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ni Luh Eka Armoni, S.E., M.Par. sebagai Koordinator Praktik Kerja Lapangan yang memberikan bimbingan selama proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung.
8. Seluruh dosen Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang telah sabar mengajar dan membimbing penulis dengan banyak ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.
9. Pihak Manajemen The Apurva Kempinski Bali khususnya di bagian Front Office Department yang telah membantu penulis selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan, memberikan motivasi, kesempatan dan masukan untuk mengumpulkan data dalam skripsi ini.
10. I Wayan Suda dan Ni Ketut Subakti sebagai orang tua penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, cinta dan kasih kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.



11. Sahabat dan keluarga besar yang telah memberikan bantuan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Badung, Agustus 2022



Penulis

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# **THE ROLE OF THE LOBBY AMBASSADOR IN IMPROVING SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE TOURISTS AT THE APURVA KEMPINSKI BALI**

**NI WAYAN KARUNA DEWI  
1815834020**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the role of lobby ambassadors on sustainable product knowledge of tourists based on 3 indicators, namely ecological, social, and economic in accordance with the principles of sustainable products. This study also aims to determine the influence of the role of the lobby ambassador on sustainable product knowledge of tourists through 3 principles namely subjective knowledge, knowledge goals, knowledge-based experience. The data collection method is a questionnaire distributed to 65 respondents and supported by interviews with the front office manager, literature study and documentation. The data analysis used is quantitative analysis and qualitative analysis, quantitative analysis is validity test, reliability test, correlation test, classical assumption test, simple linear regression test, coefficient of determination test and t test. The results of the quantitative analysis are the results of the reliability test on the lobby ambassador having a Cronbach's alpha value of 0.957 and sustainable product knowledge of 0.950, which indicates that each variable has a value that is more than Cronbach's alpha in the range of 0.70. The results of the correlation test of the role of the lobby ambassador on the sustainable product knowledge of tourists at the Apurva Kempinski Bali is 0.895. The results of the simple linear regression analysis test the constant value of 0.651 which indicates that if the role of the lobby ambassador is 0, then the sustainable product knowledge of tourists is 0.651, the coefficient of the role of the lobby ambassador is 0.836. an increase of 0.836. Based on the recapitulation of each variable, the average lobby ambassador variable (X) is 3,60 and the sustainable product knowledge variable (Y) is 3,63. With a strong and positive relationship between the two variables, it shows that the role of the lobby ambassador is very important and has a positive impact on the sustainable product knowledge of tourists at The Apurva Kempinski Bali.*

*Key Words : Lobby Ambassador, Sustainable Product, Sustainable Product Knowledge.*

# **PERAN *LOBBY AMBASSADOR* DALAM MENINGKATKAN *SUSTAINABLE PRODUCT KNOWLEDGE* WISATAWAN PADA THE APURVA KEMPINSKI BALI**

**NI WAYAN KARUNA DEWI  
1815834020**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan berdasarkan 3 indikator yakni ekologi, sosial, dan ekonomi yang sesuai dengan prinsip *sustainable product*. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan melalui 3 prinsip yakni pengetahuan subjektif, tujuan pengetahuan, pengalaman berbasis pengetahuan metode pengumpulan data yakni kuesioner yang disebarakan kepada 65 responden dan didukung dengan wawancara kepada *front office manager*, studi kepustakaan dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yakni analisis kuantitatif dan analisis kualitatif, analisis kuantitatif yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana, uji koefensi determinasi dan uji t. Hasil analisis kuantitatif adalah hasil uji reliabilitas pada *lobby ambassador* memiliki nilai *cronbach's alpa* 0,957 dan *sustaibale product knowledge* 0,950 yang menunjukkan setiap variabel memiliki nilai yang lebih dari *cronbach's alpa* kisaran 0,70. Hasil uji korelasi peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan pada the Apurva Kempinski Bali sebesar 0,895. Hasil uji analisis regresi linier sederhana nilai konstanta 0,651 yang menunjukkan bahwa jika peran *lobby ambassador* nilainya 0, maka *sustainable product knowledge* wisatawan nilainya 0,651, koefensi peran *lobby ambassador* nilainya adalah 0,836 bahwa jika peran *lobby ambassador* mengalami kenaikan 1, maka *sustainable product knowledge* wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,836. Berdasarkan hasil rekapitulasi dari setiap variabel maka didapatkan rata-rata pada variabel *lobby ambassador* (X) adalah 3,60 dan variabel *sustainable product knowledge* (Y) adalah 3,63. Dengan hubungan yang kuat dan positif dari kedua variabel menunjukkan bahwa peran *lobby ambassador* sangat penting dan berdampak positif terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali.

**Kata Kunci:** *Lobby Ambassador, Sustainable Product, Sustainable Product Knowledge.*

## DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSYARATAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT .....	x
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Hotel.....	7
2.1.2 Pengertian Peran .....	9
2.1.3 Pengertian <i>Guest Relation Officer (Lady in Red)</i> .....	9
2.1.4 Pengertian <i>Lobby Ambassador</i> .....	10
2.1.5 Pengertian <i>Sustainable Product</i> .....	11
2.1.6 Pengertian <i>Product Knowledge</i> .....	12
2.1.7 Pengertian Wisatawan.....	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
2.3 Hipotesis .....	20
2.4 Kerangka Berfikir .....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22

3.2	Objek Penelitian.....	22
3.3	Identifikasi Variabel.....	22
3.3.1	Variabel Bebas (Variabel Independen) .....	23
3.3.2	Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	23
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	23
3.4.1	<i>Lobby Ambassador (X)</i> .....	23
3.4.2	<i>Sustainable Product Knowledge Wisatawan (Y)</i> .....	25
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	27
3.5.1	Jenis Data .....	27
3.5.2	Sumber Data.....	28
3.6	Populasi dan Metode Penentuan Sampel .....	29
3.6.1	Populasi.....	29
3.6.2	Metode Penentuan Sampel .....	29
3.7	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.7.1	Observasi .....	30
3.7.2	Wawancara.....	30
3.7.3	Dokumentasi.....	31
3.7.4	Angket atau Kuesioner.....	31
3.8	Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.8.1	Uji Validitas.....	33
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.9.1	Uji Korelasi.....	34
3.9.2	Uji Asumsi Klasik .....	36
3.9.3	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	37
3.9.4	Analisis Koefensi Determinasi .....	38
3.9.5	Uji hipotesis .....	38
3.9.6	Interpretasi Hasil.....	38
3.9.7	Analisis Deskriptif Kualitatif.....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>40</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1	Nama Dan Alamat Perusahaan .....	40
4.1.2	Sejarah The Apurva Kempinski Bali.....	41

4.1.3 Fasilitas Hotel.....	43
4.1.4 Jenis dan Struktur Organisasi.....	58
4.2 Hasil Penelitian .....	61
4.2.1 Karakteristik Responden .....	61
4.2.2 Analisis Kuantitatif.....	63
4.2.3 Uji Korelasi.....	65
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.2.5 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	68
4.2.6 Uji T .....	69
4.2.7 Uji Koefisien Determinasi .....	70
4.3 Pembahasan .....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pembangunan hotel di Bali tahun 2018-2020.....	2
Gambar 4.1 Logo The Apurva Kempinski Bali.....	40
Gambar 4.2 Hotel The Apurva Kempinski Bali.....	41
Gambar 4.3 Grand Deluxe Room.....	44
Gambar 4.4 Junior Suite Room.....	45
Gambar 4.5 Prestige Suite Room.....	46
Gambar 4.6 Villa.....	47
Gambar 4.7 Selasar Deli.....	49
Gambar 4.8 Pala Restaurant.....	49
Gambar 4.9 Rooftop Bar.....	50
Gambar 4.10 Koral Restoran.....	51
Gambar 4.11 Reef Beach Club.....	51
Gambar 4.12 Izakaya By Oku.....	52
Gambar 4.13 Amala dan kimaya chapel.....	53
Gambar 4.14 Apurva Wedding Chapel.....	53
Gambar 4.15 Executive Cliff Lounge.....	55
Gambar 4.16 Gym atau fitness Center.....	55
Gambar 4.17 Kids Club.....	56
Gambar 4.18 Apurva Spa.....	57
Gambar 4.19 Struktur Organisasi.....	58

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Lobby Ambassador .....	24
Tabel 3.2 Sustainable product knowledge .....	26
Tabel 3.3 Skala likert .....	32
Tabel 3.4 Kriteria penilaian korelasi .....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Korelasi.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.8 hasil Uji Linieritas.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70

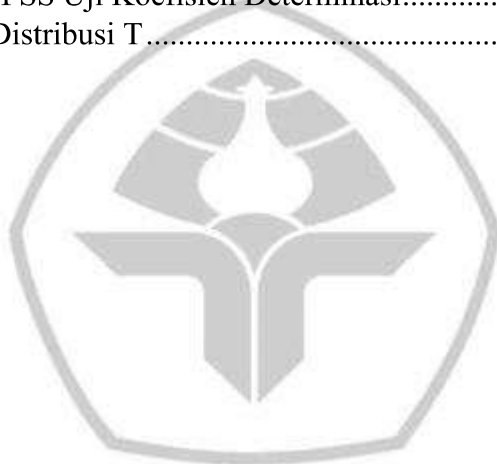


JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Wawancara .....	88
Lampiran 3 Karakteristik Data Responden .....	95
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner .....	98
Lampiran 5 Hasil SPSS Uji Validitas Instrumen .....	106
Lampiran 6 Hasil SPSS Uji Relibialitas Instrumen .....	107
Lampiran 7 Hasil SPSS Uji Korelasi .....	108
Lampiran 8 Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik .....	109
Lampiran 9 Hasil SPSS Uji Regresi Linier Sederhana .....	110
Lampiran 10 Hasil SPSS Uji T .....	111
Lampiran 11 Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi.....	112
Lampiran 12 Tabel Distribusi T.....	113



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan industri yang cukup besar dan memiliki perkembangan yang sangat pesat. Indonesia dengan keindahan alam dan ragam kebudayaan memiliki potensi untuk mengembangkan industri pariwisata sangatlah besar. Industri pariwisata di Indonesia khususnya dan dunia umumnya telah berkembang pesat. Dengan berkembangnya industri pariwisata tidak hanya berdampak terhadap peningkatan penerimaan devisa negara tetapi juga dapat memperluas kesempatan berusaha dan menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dalam mengatasi pengangguran di daerahnya.

Pulau Bali merupakan salah satu pulau yang berada di Indonesia yang sangat besar memberikan dampak bagi kepariwisataan di Indonesia. Daya tarik Pulau Bali yang mampu membedakannya dengan kawasan lain yang berada di Indonesia antara lain adalah keindahan alam, budaya, serta beragam kuliner yang khas di Pulau Bali. Beragam dan lengkap pula jenis-jenis tempat wisata yang ada di Pulau Bali, mulai dari pantai, sawah-sawah, kawasan hutan dan danau, gunung merapi, air terjun, serta kawasan wisata buatan seperti desa wisata juga sudah dikenal dunia.

Hotel adalah termasuk jenis akomodasi yang dikelola secara komersil disediakan bagi seseorang atau kelompok orang, menyediakan pelayanan,

penginapan, makanan dan minuman serta layanan lain sesuai perkembangan kebutuhan dan teknologi (Bagyono,2016: 3).

Berikut adalah perkembangan jumlah pembangunan hotel di daerah Bali dari tahun 2018 s.d. 2020.

Kabupaten/Kota	Banyaknya Hotel Bintang Menurut Kelas dan Kabupaten/Kota di Provinsi Bali																	
	Bintang 5			Bintang 4			Bintang 3			Bintang 2			Bintang 1			Seluruh Kelas		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Kab. Jembrana	0	0	0	1	1	1	3	3	2	1	1	1	0	0	0	5	5	4
Kab. Tabanan	2	2	1	1	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	5	5	3
Kab. Badung	58	62	47	123	118	88	190	158	114	57	48	35	15	8	5	443	394	289
Kab. Gianyar	6	6	10	4	10	12	7	4	8	3	1	1	4	2	1	24	23	32
Kab. Klungkung	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3	2	5	3	2	6
Kab. Bangli	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kab. Karangasem	1	0	1	4	4	3	2	3	2	1	1	0	0	0	0	8	8	6
Kab. Buleleng	2	2	0	4	4	3	9	11	6	2	3	3	0	0	0	17	20	12
Kota Denpasar	4	6	3	7	6	7	16	15	7	15	18	11	4	5	0	46	50	28
Provinsi Bali	73	78	62	144	144	116	229	196	140	79	72	51	26	17	11	551	507	380

**Gambar 1.1 Data pembangunan hotel di Bali tahun 2018-2020**

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2020

Data di atas menunjukkan bahwa pembangunan hotel di Bali sangatlah pesat. Hal ini tentu akan berdampak pada lingkungan karena selain sisi positif pembangunan hotel juga memiliki dampak negatif bagi lingkungan.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, hotel mengonsumsi sejumlah besar energi dan sumber daya serta menghasilkan limbah baik padat maupun cair. Tidak dapat dipungkiri bahwa kerusakan lingkungan sebagian besar disebabkan oleh aktivitas manusia, salah satunya adalah aktivitas ekonomi. Rata-rata hotel menghasilkan 160-200 kilogram CO<sub>2</sub> per meter per kamar di setiap lantainya setiap tahun. Selain itu, penggunaan air per tamu per malam rata-rata 170-440 liter (pada hotel berbintang lima) dan limbah padat yang dihasilkan pun cukup banyak, yaitu rata-rata 1 kilogram per tamu per malam (Setiawati & Sitorus, 2014: 534).

Untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan meminimalisasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh pembangunan hotel pihak. Manajemen hotel dapat melakukan berbagai gerakan seperti menggunakan *sustainable product* pada hotel. Hal ini tentunya harus dilakukan oleh semua pihak salah satunya *lobby ambassador* yang berada dibawah naungan *guest relation officer* dan didukung oleh kesadaran dari wisatawan.

Pada The Apurva Kempinski Bali *guest relation officer* dikenal dengan nama *lady in red*, yang dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh *lobby ambassador*. Tugas utama dari *lobby ambassador* ini yakni *escort* tamu ke kamar sambil menjelaskan fasilitas hotel, *resort activity* dan membantu memenuhi keinginan tamu. *Lobby ambassador* memiliki peluang yang lebih besar untuk berkomunikasi dengan tamu dalam kesempatan ini dapat digunakan untuk membantu menjelaskan tentang *sustainable product* kepada wisatawan.

Pihak manajemen hotel The Apurva Kempinski Bali juga telah menerapkan praktik ramah lingkungan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan seperti penggunaan produk yang ramah lingkungan, mengurangi penggunaan plastik, konversi air, pengelolaan sisa limbah, upaya penggantian linen yang dilakukan tidak setiap harinya dan penggunaan sensor otomatis untuk AC. Namun pada kenyataannya tamu yang menginap masih enggan untuk mendukung penggunaan *sustainable product* ini seperti tamu masih *complaint* dengan penggunaan sensor otomatis pada AC, dan belum banyak tamu yang mau menggunakan penggantian linen 2 kali sehari untuk mengurangi limbah deterjen. Hal ini tentu harus

diperhatikan dengan melakukan penyebaran informasi terkait *sustainable product* kepada tamu oleh *lobby ambassador*. Untuk mengurangi *complaint* mengenai fasilitas yang terkait dengan *sustainable product* di The Apurva Kempinski, peran *lobby ambassador* harus diperhatikan untuk penyebaran informasi tentang *sustainable product*. Pihak manajemen hotel The Apurva Kempinski memberikan pelatihan secara rutin kepada *lobby ambassador* sesuai dengan standar hotel untuk memastikan mereka menjalankan tugasnya sesuai dengan standar yang ada. Sehingga kesadaran dan pengetahuan tamu tentang *sustainable product* dapat meningkat dan bisa menikmati fasilitas hotel yang ada tanpa merusak lingkungan yang keberlanjutan di masa depan. Selain itu dalam penerapannya *sustainable product* tidak terjadi ketimpangan dari salah satu pihak saja untuk keberhasilan terwujudnya ramah lingkungan melalui penerapan *sustainable product* di The Apurva Kempinski Bali.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik meneliti “Peran *Lobby Ambassador* dalam Meningkatkan *Sustainable Product Knowledge* Wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah yang dijadikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali?
2. Bagaimanakah pengaruh peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali.
2. Untuk mengetahui pengaruh peran *lobby ambassador* terhadap *sustainable product knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai pariwisata dalam hal ini hotel khususnya mengenai Peran *Lobby Ambassador* dalam Meningkatkan *Sustainable Product Knowledge* Wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### 1. Bagi Hotel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi bagi pihak hotel dalam rangka meningkatkan *product knowledge* wisatawan tentang *sustainable product*.

##### 2. Bagi Karyawan

Dapat digunakan sebagai referensi dalam peran *lobby ambassador* dalam meningkatkan *sustainable product knowledge* wisatawan.

##### 3. Bagi Tamu

Diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tamu tentang penggunaan *sustainable product* pada The Apurva Kempinski Bali.

4. Bagi Peneliti

Dengan ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai *sustainable product* pada The Apurva Kempinski Bali.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pengujian yang telah dilakukan baik secara kuantitatif maupun kualitatif dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil wawancara kepada *front office manager* dan karyawan *lobby ambassador* dapat disimpulkan bahwa peran *lobby ambassador* dapat meningkatkan *sustainable product knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali. Hal tersebut karena *Lobby Ambassador* memiliki peluang yang lebih besar untuk berkomunikasi dengan tamu sehingga dalam kesempatan tersebut dapat digunakan untuk membantu menjelaskan tentang *sustainable product* kepada wisatawan. Dengan adanya peran *lobby ambassador* dapat meningkatkan pengetahuan wisatawan, karena sebelum diberikan penjelasan oleh *lobby ambassador* banyak wisatawan yang *complaint* dan enggan untuk menerapkan *sustainable product* namun setelah diberikan penjelasan oleh *lobby ambassador* wisatawan sadar dan ikut menerapkan *sustainable product*.
2. Peran *Lobby Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Product Knowledge* wisatawan pada The Apurva Kempinski Bali. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,836 serta nilai  $t$  hitung ( $15,917$ ) <  $t$  tabel ( $1,669$ ). Koefisien bernilai positif berarti



terdapat hubungan yang searah antara peran *Lobby Ambassador* dan *Sustainable Product Knowledge* wisatawan. Apabila peran *Lobby Ambassador* ditingkatkan akan diikuti oleh meningkatnya *Sustainable Product Knowledge* Wisatawan.

## 5.2 Saran

1. Dalam penelitian ini telah dibuktikan bahwa peran *Lobby Ambassador* memiliki peran penting dalam meningkatkan *Sustainable Product Knowledge* Wisatawan. Dengan demikian peneliti berharap kedepannya manajemen The Apurva Kempinski Bali dapat tetap menjaga dan meningkatkan penerapan Peran *Lobby Ambassador* sehingga dapat terciptanya sikap konsumen yang lebih paham tentang *Sustainable Product*.
2. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau perbandingan pada penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam materi, pembelajaran dan tingkatan pendidikan yang sama maupun dalam materi, pembelajaran dan tingkatan pendidikan yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono. 2016. *Teori Dan Praktik Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. 2012. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Atmoko, H., Prasetyo, T., & Widyaningsih, H. 2018. *Manajemen Dan Bisnis Perhotelan*. Yogyakarta: Explore.
- Heesup, H. 2021. "Consumer Behavior and Environmental Sustainability in Tourism and Hospitality: A Review of Theories, Concepts, and Latest Research." *Journal of Sustainable Tourism* 29(7):1021–42.
- Ambarrukmo, R. 2016. "Dalam Menangani Keluhan Tamu Di Hotel Royal Ambarrukmo." 9(2):60–81.
- Hudiyani, A., Aspan, & Yana, N.F. 2018. "Peran Tour Agency Orangutan Journey Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan." *Magenta* 7(1):35–42.
- Indrawan, B., & Dewi, R.K. 2020. "Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017." *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 4(1).
- Indrawan, R. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. Bandung: PT.Revika Aditama.
- Laksmi, A., & Wardana, I. 2015. "Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4(7):253559.
- Manson, S.M., & David, O.S. 2020. "Pelaksanaan Standard Operating Procedure Guest Relation Officer Dalam Menangani Member Accor Plus Di Novotel Solo"
- Nugraha, C.D. 2019. "Ten Common Customer Complaints."
- Nurwanda, A., & Badriah, E. 2020. "Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (Pid) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis." *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* 7:68–75.

- Puastiningsih, S. 2017. "Ir-Perpustakaan Universitas Airlangga." *Ir-Perpustakaan Universitas AIRLANGGA* (2014):12–31.
- Purwaningtias, F. 2018. "Penerapan Product Knowledge Dan Strategi UpSelling Pada Chandra Tech Palembang." *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan*
- Ramadhanti. 2019. "Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang." *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gamalumajang* 53(9):1689–99.
- Resmawa, I.N. 2017. "Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Dengan Green Price Sebagai Moderating Variabel Pada Produk the Body Shop Di Surabaya." *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis* 1(2):1–11.
- Ridwan, L.M, Solihat,A, & Trijumansyah,A. 2018. "Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok." *Jurnal Pariwisata* 5(1):68–82.
- Sanita, S, Kusniawati,A, & Marlina, L.N. 2019. "Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian Pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)." *Business Management Journal* 1(3):169–84.
- Sari, Y.P, Solikhin, A, & Ermawati, K.C. 2014. "Pengaruh Guest Relation Officer (GRO) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Di Front Office Department Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta." *Jurnal Pariwisata Indonesia* 9(2):37–59.
- Setiawati, C. I., & Sitorus,P. 2014. "Keberhasilan Hotel Berwawasan Ramah Lingkungan Di Asia-Pasifik: Faktor Pendorong Apakah Yang Dominan?" *Jurnal Siasat Bisnis* 18(1):45–62. doi: 10.20885/jsb.vol18.iss1.art5.
- Sibarani, N. 2016. "Peran Executive Lounge Untuk Pelayanan Tamu Vip Dan Elite Member Di Jw Marriott Hotel Medan." 60.
- Soekanto, S. 2017. "Teori Peranan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), Hal. 243." (2008):10–30.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. jakarta: PT.Rajagrafindo persada.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,Kombinasi Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartono, J., & Kosashi, C. 2014. "Perancangan Customer Knowledge

Management Pada PT Pandawa Maju Perkasa.” *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 5(2):1190.

Suki, N.Mohd. 2016. “Green Product Purchase Intention: Impact of Green Brands, Attitude, and Knowledge.” *British Food Journal* 118(12):2893–2910.

Supriadi, B., & Roedjinandari, N. 2016. “Investigasi Green Hotel Sebagai Alternatif Produk Ramah Lingkungan.” *GreenTechnology Innovation* 1–9.

Tindangen, M., Engka, D.S.M., & Wauran, P.C. 2020. “Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus : Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa).” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 20(03):81.

Purwodaminto, W.J.S. 2015. “Kamus Umum Bahasa Indonesia PN Balai Pustaka.” 974.

Warman, & Andri, M. 2014. “Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi.” *RajaGrafindo Persada* 8–47.

Winata, D.Z. 2019. “Pengaruh Product Knowledge dan Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Di Cafe Starbucks The Square Surabaya.” *Universitas Kristen Petra* 7–15.

Yoko. 2019. “Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Konsumsi Produk Berkelanjutan.” 1:105–12.

Yuandari, E., & Rahman, R.T.A.R. 2014. *Metodologi Penelitian Dan Statiska*. Bogor: IN MEDIA.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI