

**GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING
UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN OLEH GUEST
RELATION PADA THE ROYAL PITA MAHA RESORT**



POLITEKNIK NEGERI BALI

I GUSTI AYU DEWI ANDENI

NIM. 2115854056

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

SKRIPSI

GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN OLEH GUEST RELATION PADA THE ROYAL PITA MAHA RESORT

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Sarjana Terapan
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Di Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

I GUSTI AYU DEWI ANDENI

NIM. 2115854056

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, KabupatenBadung, Bali – 80364

Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128

Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Gusti Ayu Dewi Andeni
NIM : 2115854056
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa judul Skripsi:

**”GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING
UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN OLEH GUEST RELATION
PADA THE ROYAL PITA MAHA RESORT”**

benar bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 08 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,

I Gusti Ayu Dewi Andeni

SKRIPSI

**GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING
UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN OLEH GUEST
RELATION PADA THE ROYAL PITA MAHA RESORT**

Diajukan oleh



I GUSTI AYU DEWI ANDENI
NIM. 2115854056

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Pembimbing I,



Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M
NIP. 196212311990102001

Pembimbing II,



Ni Ketut Bagiastuti, S.H., M.H
NIP. 197203042005012001

Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., PhD
NIP 196312281990102001

**GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING
UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN OLEH GUEST
RELATION PADA THE ROYAL PITA MAHA RESORT**

Telah diuji dan Dinyatakan Lulus pada:
Hari Senin, Tanggal 08, Bulan Agustus, Tahun 2022

ENGUJI

KETUA:



Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M
NIP. 196212311990102001

ANGGOTA



- 1. Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M.Par.**
NIP. 198409082008122004



- 2. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par.**
NIP. 196310261989102001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang mengambil judul **“*Green Communication* dalam *Cross Selling* untuk meningkatkan Pendapatan oleh *Guest Relation* pada The Royal Pita Maha Resort ”**, dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tujuan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi S1 Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Pada penyusunan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi karena terbatasnya pengetahuan penulis. Namun berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan bantuan dan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan selama masa studi.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata dan Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.

5. Ni Ketut Bagiastuti, S.H., M.H, selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, saran serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Pande Sutawan, S,Tr.Par, CHA, MM sebagai Corporate General Manager yang telah memberikan arahan dan kesempatan untuk menuntut ilmu.
7. Dewa Arimbawa CHT, ST.Par selaku Resort Manager yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan praktik kerja lapangan di The Royal Pita Maha Resort
8. Bapak Agus Abdi Putra, suami penulis yang dengan semangat memberikan dukungan penuh dan selalu setia menemani selama penyusunan skripsi ini
9. Seluruh Executive Committee, Pita Maha Group yang telah memberikan motivasi serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, baik itu dalam penyajian tulisan maupun isi, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis untuk hasil penelitian yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat dan bisa menjadi lebih baik.

Badung, 08 Agustus 2022

Penulis

***GREEN COMMUNICATION IN CROSS SELLING
TO INCREASE INCOME BY GUEST RELATION
AT THE ROYAL PITA MAHA RESORT***

**I GUSTI AYU DEWI ANDENI
NIM 2115854056**

ABSTRACT

The phenomenon of many hotels being built and opened causes the hotel industry to experience difficulties in achieving revenue targets. One of The Royal Pita Maha Resort's efforts to increase revenue is to implement green communication in cross selling by Guest Relation. This study aims to analyze the application of green communication in cross selling by guest relations at The Royal Pita Maha Resort and to find out how green communication in cross selling can increase revenue at The Royal Pita Maha Resort. Data collection methods used are documentation, observation and interviews. Through qualitative descriptive analysis techniques, communication occurs between guest relations and departments providing cross-selling products such as the Food and Beverage Department, Spa and Front Office Department is considered not running optimally. It can be seen that communication occurs between colleagues or other departments uses more oral communication so that there are obstacles in communicating with guests which causes the effect of guests complaining and ultimately not buying cross selling products. The impact caused by the effect of communication barriers is bad reviews from guests which will create a bad image of the hotel to the public. Practical contribution for The Royal Pita Maha in implementing green communication is to carry out verbal communication followed by written communication in the form of applications so that in practice it can be balanced and also determine communication strategies. Furthermore, it is also important to conduct trainings related to communication in cross selling so that the company's goal can be achieved to increasing revenue

Keywords: *Green Communication, Cross Selling, Income, Guest Relations*

GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN OLEH GUEST RELATION PADA THE ROYAL PITA MAHA RESORT

**I GUSTI AYU DEWI ANDENI
NIM 2115854056**

ABSTRAK

Fenomena banyaknya hotel yang dibangun dan dibuka menyebabkan industri perhotelan mengalami kesulitan dalam mencapai target pendapatan. Salah satu upaya The Royal Pita Maha Resort untuk meningkatkan pendapatan adalah dengan menerapkan green communication dalam *cross selling* oleh *Guest Relation*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *green communication* dalam *cross selling* oleh *guest relation* pada The Royal Pita Maha Resort dan untuk mengetahui bagaimana *green communication* dalam *cross selling* dapat meningkatkan pendapatan pada The Royal Pita Maha Resort. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, observasi dan wawancara. Melalui teknik analisis deskriptif kualitatif, komunikasi yang terjadi antara *guest relation* dan departemen yang menyediakan produk *cross-selling* seperti *Food and Beverage Department*, *Spa* dan *Front Office Department* dinilai belum berjalan maksimal. Terlihat bahwa komunikasi yang terjadi antar rekan kerja atau departemen lain lebih banyak menggunakan komunikasi lisan sehingga terdapat kendala dalam berkomunikasi dengan tamu yang menyebabkan efek tamu mengeluh dan akhirnya tidak membeli produk *cross selling*. Dampak yang ditimbulkan dari pengaruh hambatan komunikasi adalah review buruk dari tamu yang akan menimbulkan citra buruk hotel dimata masyarakat. Kontribusi praktis bagi The Royal Pita Maha dalam mengimplementasikan *green communication* dalam *cross selling* adalah dengan melakukan komunikasi lisan yang dilanjutkan dengan komunikasi tertulis berupa aplikasi agar dalam pelaksanaannya dapat seimbang dan juga menentukan strategi komunikasi. Selanjutnya, sangat penting dilakukan pelatihan terkait komunikasi dalam *cross selling* agar tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Green Communication, Cross Selling, Pendapatan, Guest Relation

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGAJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
<i>ABSTRACT</i>.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Hotel.....	6
2.1.2 <i>Front Office</i>	7
2.1.3 <i>Green Communication</i>	15
2.1.4 <i>Cross Selling</i>	18
2.1.5 <i>Pendapatan</i>	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian.....	27
3.3 Identifikasi Variabel.....	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5.1 Jenis Data.....	32
3.5.2 Sumber Data.....	32
3.6 Teknik Penentuan Informan.....	33
3.7 Metode Pengumpulan data.....	33
3.7.1 Dokumentasi.....	33
3.7.2 Observasi.....	34
3.7.3 Wawancara.....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1 <i>Data Reductuon</i>	35
3.8.2 <i>Data Display</i>	36
3.8.3 <i>Conclusion Drawing</i>	36
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Hotel The Royal Pita Maha Resort.....	38
4.1.1 Sejarah Hotel.....	38
4.1.2 Fasilitas The Royal Pita Maha Resort.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	56
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	66
4.2.1 Implementasi <i>Green Communication</i> dalam <i>Cross Selling</i> oleh <i>Guest Relation</i> pada The Royal Pita Maha Resort.....	66
4.2.2 <i>Green Communication</i> dalam <i>Cross Selling</i> dapat Meningkatkan Pendapatan.....	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Simpulan.....	108
5.2 Saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Occupancy</i> dan Pendapatan di The Royal Pita Maha Resort.....	2
Tabel 4.1 Jumlah Villa dan Tipe Villa di The Royal Pita Maha Resort.....	41
Tabel 4.2 <i>Standard Operating Procedure of Driver</i>	97
Tabel 4.3 Pendapatan <i>Cross Selling</i> The Royal Pita Maha Resort.....	99

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan <i>Green Communication</i> dalam Organisasi.....	18
Gambar 3.1 Alur <i>Green Communication</i> pada The Royal Pita Maha.....	29
Gambar 4.1 Ikon The Royal Pita Maha.....	40
Gambar 4.2 Gapura Masuk Lobby.....	40
Gambar 4.3 <i>Deluxe Pool Villa</i>	41
Gambar 4.4 <i>Royal Pool Villa</i>	41
Gambar 4.5 <i>Dewata Lounger</i>	42
Gambar 4.6 <i>Ayung Valley Restaurant</i>	43
Gambar 4.7 Teras Bali Restoran.....	44
Gambar 4.8 <i>Ayung Garden Restoran</i>	45
Gambar 4.9 <i>Dewata Lounge Bar</i>	46
Gambar 4.10 <i>Ayung Garden Bar</i>	46
Gambar 4.11 <i>Kadasa Music House & Bar</i>	47
Gambar 4.12 <i>Royal Convention House</i>	48
Gambar 4.13 <i>Wedding Chapel</i>	48
Gambar 4.14 <i>Ayung Waters Wedding</i>	49
Gambar 4.15 <i>Waterfall Wedding Venue</i>	50
Gambar 4.16 <i>Kirana Spa Bed</i>	51
Gambar 4.17 <i>Royal Infinity Pool</i>	52
Gambar 4.18 <i>Royal Holly Spring Pool</i>	53
Gambar 4.19 <i>Royal Lagoon Pool</i>	54
Gambar 4.20 Yoga Bale.....	55
Gambar 4.21 <i>Trekking Route</i>	56
Gambar 4.22 Struktur Organisasi <i>Front Office Department</i> The Royal Pita Maha Resort.....	57
Gambar 4.23 <i>One Thousand Candle Light Dinner</i>	96

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Daftar Pedoman Wawancara Untuk *FB Manager, Front Office Manager dan Spa Manager*. Untuk Mengidentifikasi implementasi *Green Communication* dalam *Cross Selling* untuk Meningkatkan Pendapatan Hotel.
- Lampiran 2: Trankrip Wawancara dan hasil wawancara dengan Front Office Manager, FB Manager dan Spa Manager

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali merupakan salah satu tujuan wisata yang terkenal diseluruh mancanegara. Hal ini terbukti dengan meningkatnya kunjungan wisatawan baik domestik maupun wisatawan asing setiap tahunnya. Ubud adalah salah satu kawasan wisata di Bali yang menawarkan daya tarik keindahan lingkungan, keanekaragaman budaya serta keunikan adat istiadat. Tidak bisa dipungkiri telah muncul pengaruh negatif yang berdampak terhadap alam dan lingkungan. Kesadaran wisatawan terhadap lingkungan mendorong mereka untuk memilih akomodasi ataupun hotel yang menerapkan konsep yang ramah lingkungan. Hotel dengan konsep ramah lingkungan sudah banyak dibangun terutama di daerah Ubud sebagai daerah tujuan wisatawan, seperti The Royal Pita Maha Resort.

The Royal Pita Maha Resort memiliki visi dan misinya berlandaskan Filosofi Tri Hita Karana, sehingga dapat menjalin hubungan harmonis dengan Tuhan, manusia dengan lingkungan, dan antar sesama. Hubungan harmonis ini merupakan salah satu bentuk ramah lingkungan. Konsep arsitektur hotel merupakan bangunan tradisional Bali.dengan material menggunakan bahan alami dan sedikit bahan pabrik. Menjamin kepuasan pengunjung memberikan pelayanan terbaik menjadi prioritas hotel dengan menyediakan beberapa fasilitas seperti *restaurant, bar, dan spa*.

Seiring berjalannya waktu, tingkat persaingan di industri perhotelan dirasakan semakin meningkat ketat. Fenomena ini menyebabkan munculnya

kendala dalam mencapai target pendapatan yang diharapkan pihak hotel. Kondisi ini memacu manajemen hotel berlomba-lomba untuk menurunkan harga pada *low season*. Kondisi yang secara tidak langsung menyebabkan terjadinya perang harga. Kendala ini pula sudah mulai dirasakan oleh manajemen di The Royal Pita Maha Resort.

Tabel 1.1 dibawah menunjukkan jumlah *occupancy* dan pendapatan hotel dari tahun 2017 - 2019 di The Royal Pita Maha Resort.

Tabel 1.1
Data *Occupancy* dan Pendapatan the Royal Pita Maha
Tahun 2017-2019

Tahun	<i>Occupancy</i>	Capaian Pendapatan
2017	61.37%	Rp. 79.696.198.000
2018	68.87%	Rp. 90.326.673.000
2019	73.76%	Rp. 98.896.591.000

Sumber: The Royal Pita Maha Resort (2022)

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah keseluruhan dari tiga tahun terakhir *occupancy* dan total pendapatan di The Royal Pita Maha Resort. Tabel menunjukkan naiknya pendapatan dan *occupancy* disetiap tahunnya. Dimana kenaikan *revenue* yang signifikan berasal dari kenaikan *revenue* kamar sedangkan *revenue* atas produk yang di *cross selling* sangatlah kecil. *Cross selling* sangatlah penting karena menghasilkan pendapatan terbesar kedua bagi hotel setelah pendapatan dari kamar. Adapun produk *cross selling* terdiri atas *food and beverage, spa, dan transportation*.

Upaya dilakukan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan hotel adalah dengan cara melakukan *cross-selling*. Konsep *cross-selling* dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor industri dengan tujuan untuk membantu

memikat atau mendatangkan para konsumen dalam membeli produk sehingga dapat meningkatkan keuntungan (Cui & Shin, 2018). Penerapan *cross-selling* membutuhkan sumber daya manusia yang profesional dengan pengetahuan bekerja dan keterampilan berkomunikasi yang sesuai dengan kebutuhan *standard* hotel pada *front office department*, tepatnya pada *guest relation*. Dengan demikian, dibutuhkan *green communication* antar kolega atau antar departemen lain yang ada pada hotel. *Green Communication* dituangkan dalam bentuk *team work*. *Team work* yang baik belum tentu menjamin operasional dapat berjalan lancar. Maka demi kelancaran operasional membutuhkan pelatihan kerja dan pelatihan komunikasi. Pelatihan yang bertujuan meningkat pengetahuan staf agar mampu memiliki ketrampilan membujuk pelanggan untuk mau membeli beragam produk hotel. Contohnya selain menjual kamar, staf juga harus bisa menjual produk lain yang dimiliki hotel seperti: transportasi (*tour*) dan juga atraksi budaya masyarakat lokal, *spa treatment* yang memanfaatkan bahan minyak alami dan juga *restaurant* baik *food* atau *beverage* yang menyuguhkan beberapa menu lokal.

Semua usaha dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pendapatan hotel di The Royal Pita Maha Resort. Namun masih terlihat *cross selling* yang dilakukan saat ini kurang optimal. Hal ini dikarenakan komunikasi di dalam *team work* antar kolega maupun antar departemen masih terlihat lemah yang dapat menyebabkan tamu komplain seperti misalnya memberikan informasi yang salah mengenai harga, produk ataupun informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan.. Dengan demikian, diperlukannya upaya untuk meningkatkan program *cross selling*, yaitu dengan

cara meningkatkan komunikasi didalam team work, pelatihan kerja dan pelatihan komunikasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “*Green Communication* dalam *Cross Selling* untuk meningkatkan Pendapatan oleh *Guest Relation* pada The Royal Pita Maha Resort”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Implementasi *green communication* dalam *cross selling* oleh *Guest Relation* pada The Royal Pita Maha Resort?
2. Bagaimanakah *green communication* dalam *Cross Selling* dapat meningkatkan Pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian terkait pembuatan karya ilmiah ini adalah:

1. Untuk menganalisa Implementasi *green communication* dalam *cross selling* oleh *Guest Relation* pada The Royal Pita Maha Resort.
2. Untuk menganalisa *green communication* dalam *Cross Selling* dapat meningkatkan pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut berbeda, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini kedepannya diharapkan mampu memperkaya wawasan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Bali dalam menerapkan *green communication* dalam *cross selling* untuk meningkatkan pendapatan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Sebagai pengalaman yang berguna bagi penulis dalam mengaplikasikan berbagai ilmu dan pengetahuan pada suatu bentuk karya tulis ilmiah.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi terhadap penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

c. Bagi The Royal Pita Maha

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi dan data tambahan kepada perusahaan sebagai bahan evaluasi kepada The Royal Pita Maha Resort untuk menerapkan konsep *green hotel* dimana salah satunya adalah menerapkan *green communication* dari semua karyawan dalam *cross selling* sehingga The Royal Pita Maha Resort mampu meningkatkan pendapatan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melakukan *cross selling* perlu menerapkan *green communication* yang dilakukan oleh *guest relation* selaku penjual atas produk produk *cross selling* dan departemen lain seperti *FB Department*, *Spa Department* dan *Front Office Department* atau *Third Party* selaku penyedia atas produk produk *cross selling*. Jenis komunikasi yang sering dipakai diantara *guest relation* dengan departemen lain adalah lebih banyak menggunakan komunikasi lisan dibandingkan dengan komunikasi tulisan. Dan juga kurangnya pemahaman *guest relation* atas produk produk *cross selling* sehingga hal ini menyebabkan hambatan dalam berkomunikasi yang berdampak terhadap layanan kepada tamu. Dampak dari hambatan komunikasi yaitu kurang percaya diri dari *guest relation* dalam menjual produk *cross selling*, tamu merasa bingung karena informasi yang didapatkan berbeda beda, penjelasan atas produk berbeda dengan kenyataan yang didapatkan. Efek dari semua ini akan menyebabkan tamu ragu untuk membeli produk yang dijual ataupun bisa menyebabkan tamu komplin.
2. Dalam penerapan *green communication* dalam melakukan *cross selling* agar dapat meningkatkan pendapatan diperlukan strategi komunikasi. Hal ini sudah dilakukan oleh The Royal Pita Maha Resort tetapi tidak

berstruktur dan belum maksimal. Adapaun strategi yang dimaksud adalah strategi pemilihan komunikator, strategi pemilihan pesan, strategi pemilihan media, strategi pemilihan komunikan dan strategi pemilihan efek. Untuk melancarkan strategi ini perlu adanya *team work* yang baik dan perlu diadakannya pelatihan pelatihan yang berkaitan dengan *green communication* dalam melakukan *cross selling*. Sehingga *goal* The Royal Pita Maha Resort dapat tercapai yaitu meningkatkan pendapatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil obeservasi dilapangan pada The Royal Pita Maha Resort, penulis merasa perlu memberikan saran dalam penerapan *green communication* dalam *cross selling* untuk meningkatkan pendapatan oleh *Guest Relation*. Penulis menyarankan agar dalam penerapan *green communication*, hotel harus seimbang dalam menggunakan komunikasi lisan dan komunikasi tulisan (dalam bentuk aplikasi) serta merancang strategi komunikasi dalam melakukan *cross selling* sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk melancarkan strategi komunikasi diperlukan pelatihan pelatihan yang berhubungan dengan *cross selling* baik pelatihan *product knowledge* ataupun pelatihan komunikasi khususnya terhadap *guest relation* sebagai penjual secara rutin dan konsisten agar mampu melakukan *cross selling* sehingga *goal* hotel tercapai yaitu meningkatkan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldakhil, A. M., Zaheer, A., Younas, S., Nassani, A. A., Abro, M. M. Q., & Zaman, K. (2019). Efficiently managing green information and communication technologies, high-technology exports, and research and development expenditures: A case study. *Journal of Cleaner Production*, *240*, 118164.
- Ahmad, I., & Manzoor, S. R. (2017). Effect of Teamwork, Employee Empowerment and Training on Employee Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *7*(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i11/3472>
- Ahn, J., & Kwon, J. (2020). Green hotel brands in Malaysia: perceived value, cost, anticipated emotion, and revisit intention. *Current Issues in Tourism*, *23*(12), 1559–1574. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646715>
- Bagyono. (2012). *Pariwisata & Perhotelan*. Alfabeta.
- Balaji, M. S., Jiang, Y., & Jha, S. (2019). Green hotel adoption: a personal choice or social pressure? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *31*(8), 3287–3305. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2018-0742>
- Chang, S. H. (2015). The influence of green viral communications on green purchase intentions: The mediating role of consumers' susceptibility to interpersonal influences. *Sustainability (Switzerland)*, *7*(5), 4829–4849. <https://doi.org/10.3390/su7054829>
- Chung, K. C. (2020). Green marketing orientation: achieving sustainable development in green hotel management. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, *29*(6), 722–738. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1693471>
- Cui, R., & Shinb, H. (2018). Sharing aggregate inventory information with customers: Strategic cross-selling and shortage reduction. *Management Science*, *64*(1), 381–400. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2600>
- Damiyana, D., & Sari, D. M. (2020). Tugas Dan Tanggung Jawab Staff Front Office Pada Rumah Sakit Mekarsari. *Jurnal Lentera Bisnis*, *9*(1), 12. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.334>
- Danciu, V. (2012). The Green Marketing at Work: The Push-Pull Effects of the Green Communication Strategies. *The Romanian Economic Journal*, *XV*(46), 3–24.

- Dessler, G., Cole, N. ., & Chhinzer, N. (2015). *Management of human resources: The essentials*. Pearson.
- Diana, A., & Setiawati, L. (2017). *Akuntansi Keuangan Menengah* (Edisi 1). Andi.
- Greuning, H., Scott, D., & Terblanche, S. (2013). *International Reporting Standard Sebuah Panduan Praktis*. Salemba Empat.
- Hakim, A. (2021). Model – model komunikasi bisnis sebagai upaya meningkatkan penjualan produk vivelle di shan hair beauty care. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 160–172. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i2.3655>
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi Mengelola Karyawan*.
- Han, H. (2020). Theory of green purchase behavior (TGPB): A new theory for sustainable consumption of green hotel and green restaurant products. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2815–2828. <https://doi.org/10.1002/bse.2545>
- Harwindito, B., & Khairulizza, A. (2021). Pengaruh Standar Operasional Prosedur Terhadap Kinerja Karyawan Di Front Office Departement Hotel The Gunawarman Luxury Residence. *Pendidikan Dan Perhotelan*, 1, 16–24.
- Hasanah, U., Handoyo, A. H., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2018). Efektivitas E-Mail Sebagai Media Komunikasi Internal terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan. *Inter Komunika*, 3(2), 153-167.
- Ifo, E. N. (2015). Review Of The Role Of Guest Relation Officer (Gro) At The Front Office Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. *E-Proceeding of Applied Science*, 1(3), 2474–2479. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/4226>
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1). <https://doi.org/10.31219/osf.io/2q53k>
- Lawasi, E. S., & Triatmanto, B. (2017). Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1313>
- Liu-Thompkins, Y., & Tam, L. (2013). Not all repeat customers are the same: Designing effective cross-selling promotion on the basis of attitudinal loyalty and habit. *Journal of Marketing*, 77(5), 21–36.

<https://doi.org/10.1509/jm.11.0508>

- Lussier, R. ., & Achua, C. . (2015). *Leadership: Theory, application, & skill development*. Cengage learning.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Manurung, S. S. (2017). *Profesionalisme Guest Relation Officer dalam Pelayanan Kepada Tamu VIP dan Elite Members*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Masdul, M. R. (2018). Komunikasi Pembelajaran Learning Communication. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 13(2), 1–9.
- Matsuoka, K. (2018). Variance Analysis in Fixed Revenue Accounting. In *Fixed Revenue Accounting: A New Management Accounting Framework* (pp. 69–84).
- Meliarini, P. R., Sudiarta, M., & Darlina, L. (2021). Implementation of upselling as a strategy in increasing room sales by guest relation host at Alila Seminyak Hotel. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 4(1), 9–17. <https://doi.org/10.31940/jasth.v4i1.2049>
- Mertayasa, A. (2012). *Food and Beverage Service Operasional*. Andi.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage publications.
- Munthe, N. Z., & Ramantoko, G. (2020). Study Analysis of Cosmetic Brand Opportunities in Cross Selling. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5660.
- Novitasari, D., & Setiawan, R. I. (2015). Pengaruh Komunikasi Internal, Pelatihan Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV Tirto Agung Lodoyo. *Riset Mahasiswa Ekonomi*, 2(Komunikasi Internal), 1–18.
- Prakoso, P. (2017). *Front Office Praktis Administrasi dan Prosedur Kerja*. Gava Media.
- Priansa. (2017). *Manajemen Sekretaris dan Perkantoran Terampil dan Profesional*. CV Pustaka Setia.
- Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2022). PENTINGNYA PERANAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI: LISAN, NON VERBAL, DAN TERTULIS (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 257-268.

- Rumekso, A. S. (2017). *Pengembangan trainer elektronika dasar untuk menunjang mata pelajaran teknik elektronika dasar kelas X Jurusan Audio Video SMK Budi Utomo Jombang*. Universitas Negeri Malang.
- Shane, M., Gliinov, S. and Von, & Ann, M. (2012). *Organizational Behavior*. Mc. Graw-Hill.
- Sodikin, S., & Riyono, B. (2014). *Akuntansi Pengantar 1*. UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suparyadi, H. (2015). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi 1). Andi.
- Suprpto, H. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Kewirausahaan Mahasiswa. *Lectura : Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.31849/lectura.v9i1.913>
- Suwarno, Y., Laksmitasari, R., & Widyawati, K. (2018). Perancangan Hotel Bintang Tiga dengan Konsep Hospitality di Jakarta Selatan. *Jurnal Desain*, 5(01), 53. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v5i01.2179>
- Tama, B. A. (2012). Cross-Selling: Perangkat Utama Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. In *Universitas Sriwijaya*. Universitas Sriwijaya.
- Widiawati, K., & Santoso, N. E. (2021). *IMPLEMENTASI PELAYANAN PRIMA RESEPSIONIS IMPLEMENTATION SERVICE EXCELLENT OF RECEPTIONIST AT PT*. 19(6).
- Widodo, S. E. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*.
- Wong, S. C. K., & Lee, P. C. (2017). Competencies of training professionals in the Hong Kong hotel industry. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 16(4), 384–400. <https://doi.org/10.1080/15332845.2017.1266872>
- Yulanda, G., & Putri, E. D. H. (2017). Strategi Guest Relation Officer Dalam

Penanganan Tamu Yang Menunggu Pelayanan Di Hotel Santika Premiere
Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 20–30.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/1413>