

**STRATEGI PENJUALAN KAMAR OLEH *RECEPTION* DALAM
MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI ST REGIS BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

I MADE EDI GUNAWAN

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

SKRIPSI

**STRATEGI PENJUALAN KAMAR OLEH *RECEPTION* DALAM
MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI ST REGIS BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Oleh:
I MADE EDI GUNAWAN
NIM. 2115854029**

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



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

POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

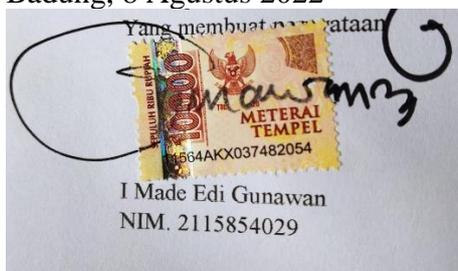
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Made Edi Gunawan
NIM : 2118584029
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul: “Strategi Penjualan Kamar Oleh *Reception* Dalam Meningkatkan *Occupancy* Di St Regis 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, 8 Agustus 2022



SKRIPSI

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:
I MADE EDI GUNAWAN
NIM. 2115854029

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

SKRIPSI

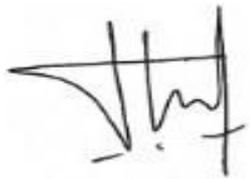
**STRATEGI PENJUALAN KAMAR OLEH *RECEPTION* DALAM
MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI ST REGIS BALI**

Diajukan Oleh:

**I MADE EDI GUNAWAN
NIM. 2115854029**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh:

Dosen Pembimbing I



**Luh Linna Sagitarini,SE,MM
NIP. 19791209 200501 2 002**

Dosen Pembimbing II



**Prof.Ni Made Ernawati,MATM,PhD
NIP. 19631228 199010 2 001**

**Mengetahui Ketua
Jurusan Pariwisata**



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

**STRATEGI PENJUALAN KAMAR OLEH *RECEPTION* DALAM
MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI ST REGIS BALI**

Telah diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian pada:

Senin, 8 Agustus 2022

PENGUJI



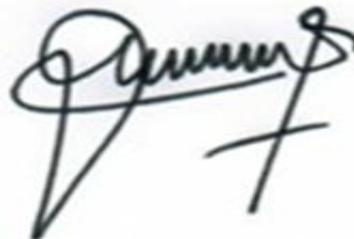
KETUA:

**Luh Linna Sagitarini, SE, MM
NIP. 197912092005012002**



ANGGOTA:

**1. Drs. I Ketut Astawa, MM
NIP. 196107211988111001**



**2. I Ketut Suarta, SE., M.Si
NIP : 196309151990031002**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul “Strategi Penjualan Kamar Oleh *Reception* Dalam Meningkatkan *Occupancy* di St Regis Bali” dengan baik dan penulis mampu menyelesaikan tepat waktu.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi S1 Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Dengan rasa terima kasih yang terdalam, penulis akan menyampaikan penghargaan khusus bagi mereka yang telah membimbing saat menyelesaikan laporan Skripsi ini dan mereka adalah:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. sebagai Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D. sebagai Ketua Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Bali dan selaku Pembimbing II, yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di jurusan Pariwisata dan juga telah memberikan pedoman, arahan, waktu, motivasi dan saran yang diberikan kepada penulis.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pedoman.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Diploma IV untuk memberikan pedoman, saran dan motivasi kepada penulis.

5. Luh Linna Sagitarini, SE, MM selaku Pembimbing I untuk semua pedoman, arahan, waktu, motivasi dan saran yang diberikan kepada penulis
6. Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H., selaku Ketua Program Study Recognition Prior Learning Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang selalu memberikan petunjuk dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
8. Pihak Manajemen dan Staff di St Regis Bali Resort and Spa, khususnya di Departmen *Front Office* untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam proposal ini.
9. Kedua orang tua, I Nyoman Watra dan Ni Ketut Lapur, serta keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan moral dan material sehingga penulis dapat mengenal bangku sekolah hingga tingkat perguruan tinggi, dan menyelesaikan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, namun kritik dan saran diperlukan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Badung, 8 Agustus 2022

Penulis

STRATEGI PENJUALAN KAMAR OLEH *RECEPTION* DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI ST REGIS BALI

**I MADE EDI GUNAWAN
NIM. 2115854029**

ABSTRACT

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari strategi penjualan kamar sehingga nantinya bisa ditentukan strategi penjualan yang terbaik untuk meningkatkan tingkat hunian kamar oleh reception di St. Regis Bali. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi, wawancara terstruktur, kuesioner dan dokumentasi. Populasi diambil dari semua reception di St. Regis Bali. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel St. Regis Bali memiliki kekuatan Sarana pendukung hotel berstandar bintang 5 dan berbasis green hotel. Produk pendukung lain (fasilitas hotel) dapat meningkatkan penjualan kamar. Penggambaran tentang hotel yang berbasis green hotel melalui resort tour, Informasi yang diberikan kepada para tamu (Brosur hotel, web hotel, atau informasi lainnya) sangat efektif dalam penjualan kamar sedangkan kelemahannya adalah Menawarkan kamar yang lebih mahal terlebih (up selling) dalam penjualan kamar serta penjualan kamar yang dilakukan kepada para tamu yang datang untuk menikmati fasilitas hotel (SPA, Restoran, BAR dan yang lainnya) (cross selling) kurang efektif dalam meningkatkan penjualan kamar. Saran yang di berikan kepada manajemen St Regis Bali adalah memberikan pengetahuan dan pelatihan teknik penjualan kamar kepada reception dalam meningkatkan penjualan kamar, memberikan rewards kepada reception sebagai apresiasi dan motivasi kepada mereka yang telah berkontribusi dalam peningkatan tingkat hunian kamar, menggabungkan dan memilih tehnik penjualan kamar yang paling efektif dalam meningkatkan *occupancy*.

Kata kunci: Strategi penjualan kamar, reception, *occupancy*.

STRATEGI PENJUALAN KAMAR OLEH *RECEPTION* DALAM MENINGKATKAN *OCCUPANCY* DI ST REGIS BALI

**I MADE EDI GUNAWAN
NIM. 2115854029**

ABSTRAK

The purpose of this study is to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the room sales strategy so that later the best sales strategy can be determined to increase the room occupancy rate by the reception at St. Regis Bali. Data collection methods used were participatory observation, structured interviews, questionnaires and documentation. The population was taken from all receptions in St. Regis Bali. The analysis technique used in this research is descriptive qualitative analysis, and SWOT analysis. The results of this study indicate that the Hotel St. Regis Bali has the strength of supporting facilities for 5-star and green hotel-based hotels. Other supporting products (hotel facilities) can increase room sales. A description of a green hotel-based hotel through resort tours, information provided to guests (hotel brochures, hotel webs) , or other information) is very effective in selling rooms while its weakness is that it offers more expensive rooms especially (up selling) in selling rooms and selling rooms to guests who come to enjoy hotel facilities (SPA, restaurant, BAR and others) (cross selling) is less effective in increasing room sales. The advice given to the management of St Regis Bali is to provide knowledge and training on room sales techniques to the reception in increasing room sales, giving rewards to the reception as appreciation and motivation to those who have contributed to the improvement room occupancy rate, m combine and select room sales techniques that are most effective in increasing occupancy.

Keywords: Room sales strategy, reception, occupancy.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
AN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENETAPAN KELULUSAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	8
5.1 Simpulan	8
5.2 Saran	9
DAFTAR PUSTAKA	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa yang sangat besar bagi negara, karena itu pemerintah Indonesia terus mengembangkan potensi wisata yang ada di Indonesia. Destinasi wisata yang menjadi andalan untuk dipromosikan kepada dunia internasional salah satunya adalah Pulau Bali. Pulau Bali juga terkenal di dunia dengan sebutan Pulau Dewata atau Pulau Seribu Pura, yang menjadi primadona tujuan wisata bagi tamu luar negeri ataupun tamu dalam negeri yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Sektor industri pariwisata di Bali mampu memberikan pendapatan devisa untuk Indonesia, namun di tahun 2020 industri pariwisata mengalami penurunan kunjungan wisatawan yang sangat tajam dikarenakan dampak pandemi covid-19, hal ini merupakan tantangan baru bagi industri pariwisata Bali. Kendati situasi pandemi saat ini masih belum berakhir, Bali terpilih sebagai destinasi wisata terbaik dunia tahun 2021 versi *TripAdvisor*. Situs perjalanan wisata terbesar yang berbasis di Amerika Serikat itu menobatkan Bali sebagai tempat wisata yang paling banyak disukai selama 12 bulan terakhir. Salah satu industry pariwisata yang paling mendapatkan dampak yang dikarenakan oleh covid-19 adalah industry perhotelan.

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk dijadikan jasa penginapan yang menyediakan pelayanan makan dan minum, serta jasa penunjang lainnya yang dikelola secara komersial. Hotel yang ada di Bali dibedakan berdasarkan jenis atau kelas hotel

mulai dari hotel melati atau hotel bintang satu hingga hotel bintang lima. Hotel hotel ini memberikan pelayanan yang berbeda beda antara hotel yang satu dengan yang lainnya. Salah satu Kawasan hotel bintang lima yang ada di Bali terletak di daerah Nusa Dua.

Nusa Dua merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Bali yang terkenal dengan hunian hotel yang *exclusive* dimana di daerah tersebut dikelola secara profesional oleh perusahaan yang bernama *International Tourism Development Cooperation* (ITDC) yang sudah beroperasi dari tahun 1972 sampai sekarang. Beberapa hotel bintang 5 yang ada di sana antara lain: Hotel Sofitel, Nusa Dua Beach, The Westin, The Laguna Nusa Dua, Melia Bali, Grand Hyatt, Inaya Putri Bali, Ayodya, Courtyard Marriot dan Salah satu tempat yang menyediakan akomodasi hotel dengan konsep resort di Nusa Dua adalah The St. Regis Bali Resort yang terletak di Kawasan Pariwisata Nusa Dua Lot S6. The St. Regis Bali hadir dengan mengedepankan konsep modern minimalis dengan memasukkan unsur arsitektur Bali kedalam konsep bangunan hotel sehingga tamu yang datang bisa merasakan aura ciri khas Bali di dalam lingkungan hotel. Selain menyediakan 124 akomodasi kamar, St. Regis Bali juga dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti: *meeting facilities, swimming pool, spa, gymnasium, retail shop, restaurant,* dan *children learning Centre*, serta ditambah dengan karyawan yang sangat ramah dan terlatih. Seperti hotel bintang lima lainnya di St. Regis Bali juga memiliki beberapa Department yaitu: 1. *Sales and marketing Department*, 2. *Front office Department*, 3. *Housekeeping Department*, 4. *Engineering Department*, 5. *Food &*

Beverage Department, 6. Accounting department, 7. Lost and Prevention Department, 8. Butler Department, 9. Human Resources Department.

Menurunnya kunjungan wisatawan ke pulau Bali sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar di St Regis Bali. Cara pemesanan kamar pun mengalami perubahan yang signifikan terutama bagi wisatawan local yang berkunjung ke Bali. Sebelum pandemic covid-19, pemesanan kamar dilakukan jauh-jauh hari sebelumnya, biasanya pemesanan kamar dilakukan melalui pihak *reservation staff*, tetapi semenjak pandemic covid-19 pemesana kamar sering dilakukan dalam waktu yang singkat (*last minute booking*), walaupun pemasaran hotel telah dilakukan oleh (*marketing* ataupun *sales*)*team* yang tujuannya tidak lain untuk mendatangkan tamu, tidak jarang tamu akan datang langsung ke hotel tanpa harus ada pemesanan kamar sebelumnya. Tamu yang datang biasanya melakukan *hotel tour* (melihat secara langsung pasilitas hotel) dan mencari informasi tentang hotel yang mana semua pelayanan ini dilakukan oleh seorang *front office* (reception). Melihat penomena yang terjadi maka peranan *front office* (reception) sangatlah penting untuk mendapatkan tamu tamu yang datang tanpa pemesanan kamar terlebih dahulu.

Front Office (reception) merupakan salah satu ujung tombak yang akan berperanan dalam mendapatkan tamu yang datang tanpa pemesana kamar. Merekalah yang akan menjelaskan tentang keseluruhan hotel kepada tamu tersebut. Reception memiliki strategi penjualan kamar yang akan di gunakan dalam mendapatkan tamu untuk meningkatkan *occupancy* hotel salah satunya adalah mengangkat konsep *green* hotel dalam penjualan kamar.

Penerapan *green* hotel yang dapat dilakukan dalam penjualan kamar oleh reception dengan memberikan informasi mengenai konsep *green* hotel yang telah diterapkan seperti:

1. amenities ramah lingkungan yang di gunakan dalam kamar diantaranya: peralatan mandi yang biasanya menggunakan kemasan plastik (sabun ,shampoo,lotion,) sekali pakai sudah di ganti dengan botol keramik yang bisa di isi ulang.
2. Laundry bag yang pada umumnya menggunakan kantong plastik digantikan dengan kantong kain.
3. Pengolaha air limbah yang bisa di manfaatkan untuk penyiraman tanaman.
4. Penanaman 1100 pohon kelapa dan tanaman lain yang dapat membantu dalam menurunkan polusi.

Sedangkan dari sisi service yang dapat dilakukan oleh reception yaitu mengurangi penggunaan kertas yang di gantikan dengan adanya tehnologi *scaner* seperti proses check in dan check out, data tamu dapat di *scan* langsung(paspor atau ID card),pengiriman tagihan tamu melalui *messenger*(email,whatsapp).Hal ini diharapkan mampu menarik minat tamu untuk tinggal di St Regis Bali.

Pelaksanaan program *green* hotel secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi minat beli konsumen. Adanya minat seorang konsumen dapat menimbulkan keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Menurut Puspitasari (2006) minat beli merupakan suatu pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek-merek tertentu. Jadi pada dasarnya jika seseorang berkeinginan untuk membeli

biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti dorongan dan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Konsep ini penting bagi para pelaku pasar dalam persaingan yang sudah jenuh. Pemahaman atas kepuasan pelanggan, sehingga dapat memenuhi ekspektasi konsumen, langsung mempengaruhi kinerja penjualan. Kemampuan bereaksi cepat akan menciptakan retensi pelanggan yang lebih tinggi yang akhirnya akan menciptakan penjualan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Rangkuti, 2002).

Berdasarkan uraian sebelumnya maka penulis tertarik meneliti tentang strategi penjualan kamar oleh reception dalam mencapai goal yang ditargetkan oleh manajemen sehingga nantinya akan sangat membantu dalam peningkatan *occupancy* hotel di The St. Regis Bali Resort. Setelah diketahui yang menjadi sumber permasalahan dalam penelitian ini selanjutnya penulis akan menguraikan rumusan masalah tersebut yang nantinya akan dibahas dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman penjualan kamar berbasis *green* hotel dalam meningkatkan *occupancy* di St Regis Bali Resort?
- 1.2.2 Bagaimana strategi penjualan yang akan diterapkan dalam meningkatkan *occupancy* yang berbasis *green* hotel di St Regis Bali Resort?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan di atas maka dapat ditentukan tujuan dalam penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari penjualan kamar berbasis *green* hotel dalam meningkatkan *occupancy* di St Regis Bali Resort.
- 1.3.2 Mengetahui strategi yang digunakan dalam penjualan kamar dalam meningkatkan *occupancy* yang berbasis *green* hotel di St Regis Bali Resort.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat secara teoritis untuk mengimplementasikan ilmu yang sudah dipelajari di bangku kuliah sebagai perbandingan antara teori yang didapatkan di kampus dengan situasi yang sebenarnya terjadi di dunia kerja,

terutama mengenai strategi penjualan kamar berbasis *green* hotel dalam meningkatkan *occupancy*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis ini dibagi menjadi tiga yaitu, bagi mahasiswa, bagi Politeknik Negeri Bali dan bagi St Regis Bali Resort. Adapun manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas permasalahan yang serupa dengan apa yang dibahas dalam penelitian ini.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk pembelajaran di kampus Politeknik Negeri Bali.

c. Bagi Hotel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang nantinya dapat memberikan kontribusi bagi pihak manajemen St Regis Bali Resort.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang strategi penjualan kamar oleh reception dalam meningkatkan occupancy di St. Regis Bali, yang didukung oleh hasil wawancara dengan *Front Office manager*, *Loyalty Manager* serta perwakilan salah satu reception, dan juga dari observasi penulis sendiri maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Kekuatan yang dimiliki oleh St Regis Bali dalam strategi penjualan kamar oleh reception dalam meningkatkan occupancy adalah .Sarana pendukung hotel berstandar bintang 5 dan berbasis green hotel.Produk pendukung lain (pasilitas hotel) dapat meningkatkan penjualan kamar.Penggambaran tentang hotel yang berbasis green hotel melalui resort tour, Informasi yang diberikan kepada para tamu (Brosur hotel,web hotel,atau informasi lainnya)sangat efektif dalam penjualan kamar sedangkan kelemahan dari strategi penjualan kamar oleh reception dalam meningkatkan occupancy di St Regis Bali adalah Menawarkan kamar yang lebih mahal terlebih (*up selling*) dalam penjualan kamar serta penjualan kamar yang dilakukan kepada,para tamu yang datang untuk menikmati pasilitas hotel (SPA, Restoran, BAR dan yang lainnya)(*cross selling*) kurang efektif dalam meningkatkan penjualan kamar

Selanjutnya peluang yang dimiliki oleh St Regis Bali dalam strategi penjualan kamar ini adalah keamanan dan privacy tamu yang terjamin serta situasi yang kondusif di lingkungan sekitar, kemajuan teknologi yang sangat pesat memberi

peluang terciptanya pasar yang baru, kemudahan mengakses informasi hotel melalui internet, budaya dan keramahan masyarakat sekitar yang adi luhung dan terjaga, keindahan alam Bali yang mempesona, *repeater guest*, *low and high season*. Sedangkan ancamannya adalah jumlah akomodasi pesaing dengan harga murah, kondisi ekonomi global yang sangat menurun secara signifikan, situasi politik yang tidak bisa diprediksi, kebijakan/peraturan pemerintah yang sering berubah dalam waktu yang relatif singkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada strategi penjualan kamar oleh reception dalam meningkatkan occupancy di St. Rgeis Bali maka ada beberapa saran yang bisa direkomendasikan kepada pihak manajemen untuk mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman yang ada, serta mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Adapun saran tersebut yaitu:

1. Memberikan pengetahuan dan pelatihan teknik penjualan kamar kepada reception dalam meningkatkan penjualan kamar.
2. Memberikan *rewards* kepada reception sebagai apresiasi dan motivasi kepada mereka yang telah berkontribusi dalam peningkatan tingkat hunian kamar.
3. Menggabungkan dan memilih tehnik penjualan kamar yang paling efektif dalam meningkatkan occupancy.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Taufik, and Kiki Pebriyanti. 2016. *Pengaruh program green hotel terhadap keputusan menginap tamu di The Royale Krakatau Hotel Cilegon Banten*. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*,6(1) h: 1023-1032.
- Bohdanowicz, Paulina, and Ivo Martinac. 2007. *Determinants and benchmarking of resource consumption in hotels—Case study of Hilton International and Scandic in Europe*. *Energy and buildings*,39(1) h: 82-95.
- Chen, Ying-Chang, and Yu-Ta Chen. 2012. *The advantage of green management for hotel competitiveness in Taiwan: In the view point of senior hotel managers*. *J. Mgmt. & Sustainability*, 2 h: 211.
- Dianah, Aharimpisya, and Banugire Firimooni Rweere. 2019. *Social Isolation of Older Persons and Their Well Being: Case of Rwamucuu Sub-County, Rukiga District, Uganda*. *Open Journal of Social Sciences*, 7(09) h: 1.
- Graci, Sonya.2008. *Environmental Commitment in the Tourism Accommodation Industry In Sanya, China*.
- Editya Prawira Sentana I Gede. 2019. *Analisis Potensi Novotel Bali Ngurah Rai Airport Dalam Meningkatkan Segmen Pasar MICE*.
- Ariana I Wayan. 2021. *Strategi Pemasaran Marriot Bonvoy Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Oleh Guest Service Agent Di The St. Regis Bali Resort*. *Skripsi Sarjana Terapan Pariwisata Politeknik Negeri Bali*.
- Sudjana, Nana. 2005. *Metode statistika*. Bandung: Tarsito 168 *Jurnal Sosial dan Humaniora*. 2018.2(2) h: 109-115.
- Noeraini P, Irma Ayu, and Sugiyono Sugiyono. 2016. *Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 5(5).
- Prayoga Darmawan, I. G. (2019). *Upselling Marketing Strategy To Increasing The Revenue at Samaya Seminyak Bali*. *Skripsi Sarjana Terapan Politeknik Negeri Bali*.

- Puspitasari, Diana. 2006. Analisis pengaruh persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang (Studi kasus pada maskapai penerbangan garuda keberangkatan Semarang). Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik membedah kasus bisnis Analisis SWOT*.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Creating effective marketing plan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2017.F. X. Neraca pembayaran: Konsep, Metodologi dan penerapan. *Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia*, 4.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.Bandung.
- Sugiyono, Sugiyono, et al. 2018. *Development of authentic assessment instruments for saintifical learning in tourism vocational high schools*. Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan 24.(1).
- Sujatno, Bambang. 2008.*Front Office Operations (Secret Receptionist Skills For 5 Stars Hotels)*.
- Sulastiyono, Agus. 2008.*Manajemen penyelenggaraan hotel*.
- Suwithi, Ni Wayan. 2008.*Akomodasi Perhotelan*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Swastha, D. H. Basu .2004. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3.
- The National Tourism Administration of the People's Republic of China*.Standards for Green Tourist Hotel (LB/T007-2006).
- Widanaputra, A. A. G. P., et al. 2009. *Akuntansi Perhotelan (Pendekatan Sistem Informasi)*.
- Widharta, W. P., and Sugiono Sugiharto. 2013. *Penyusunan Strategi dan Sistem dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra 2.(1).
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller.2009. "*Menejemen Pemasaran*." Penerbit: Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip, Bernard Dubois, and Delphine Manceau.2003. "*Marketing management. 11e éd.*" Upper Saddle River NJ.

Porter, Michael E.1979. "*Bagaimana kekuatan kompetitif membentuk strategi.*"