

***GREEN COMMUNICATION* DALAM CROSS SELLING OLEH
FRONT OFFICE DEPARTEMEN
PADA VILLA AIR BALI BOUTIQUE RESORT & SPA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

I PUTU SUATMIKA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

***GREEN COMMUNICATION* DALAM CROSS SELLING OLEH
FRONT OFFICE DEPARTEMEN
PADA VILLA AIR BALI BOUTIQUE RESORT & SPA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I PUTU SUATMIKA
NIM. 2215854029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

**GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING OLEH
FRONT OFFICE DEPARTEMEN
PADA VILLA AIR BALI BOUTIQUE RESORT & SPA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi Terapan
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I PUTU SUATMIKA
NIM. 2215854029**

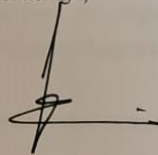
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**GREEN COMMUNICATION DALAM CROSS SELLING
OLEH FRONT OFFICE DEPARTEMEN PADA VILLA AIR
BALI BOUTIQUE RESORT & SPA**

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada Selasa, 08 Agustus 2023

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM
NIP. 196212311990102001

POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata,



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

Green Communication Dalam Cross Selling Oleh Front Office Departemen Pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa

Yang disusun oleh I Putu Suatmika (2215854029) telah dipertahankan
Dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji

Pada hari Selasa , 08 Agustus 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Prof. Ni Made Ernawati. MATM., Ph.D	
Anggota	Luh Linna Sagitarini, SE,MM	
Anggota	Drs. Gede Ginaya, M.Si	

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali,



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



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
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 Putu Suatmika
NIM : 2215854029
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**“Green Communication Dalam Cross Selling Oleh Front Office Departemen Pada Villa
Air Bali Boutique Resort & Spa”**

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, 08 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



I Putu Suatmika

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang mengambil judul “***Green communication dalam Cross Selling oleh Front Office Pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa***”, dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini salah satu syarat untuk memenuhi pembuatan skripsi pada 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, sekaligus menjadi pembimbing I yang telah memberikan bantuan dan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
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 II yang telah memberikan arahan dan bimbingan.

5. Ni Ketut Bagiastuti, S.H., M.H, selaku kordinator yang telah memberikan motivasi, saran serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
6. Doctor. Ching Mai Wu sebagai pihak owner yang telah memberikan arahan dan kesempatan untuk menuntut ilmu.
7. Roy Suer selaku Cluster General Manager yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan praktik kerja lapangan di Villa Air Bali Boutique Resort & Spa.
8. Ibu Theresia Aprianti, Human Resources Manager, sumber penulis yang dengan semangat meberikan dukungan penuh selama penyusunan skripsi.
9. Seluruh Executive Committee, Villa Air Bali Boutique Resort & Spa Group yang telah memberikan motivasi serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini
Penulis berharap skripsi ini mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, baik itu dari pihak kampus maupun pihak industri tempat penelitian, dan penulis siap memberikan penjelasan lebih lanjut dan menjawab pertanyaan yang mungkin timbul.

Badung, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Suatmika, I Putu. (2023). *Green Communication Dalam Cross Selling* oleh Front Office Departemen Pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D., dan Pembimbing II: Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM.

Kata Kunci: *Green Communication, Cross Selling*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi *Green communication* dalam *cross selling* oleh Front Office pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa. Jumlah responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 55 responden, seluruh responden merupakan pegawai Villa Air Bali Boutique Resort & Spa yang terli-bat dalam implementasi *green communication* secara langsung. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner, data penelitian selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan bantuan program SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Green communication* pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa sudah dilaksanakan dengan sangat baik. Hal ini disebabkan karena mayoritas pegawai sudah menerapkan seluruh komponen *green communicaton* yang terdiri dari *cooperating* (bekerjasama), *coordinating* (berkoordinasi), *communicating* (berkomunikasi), *comforting* (kenya-manan), dan *conflict resolving* (pemecahan masalah) dengan sangat baik. Selanjutnya hasil menunjukkan *green communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat *cross selling* Villa Air Bali Boutique Resort & Spa. Hasil ini berarti bahwa semakin baik penerapan *green communication*, maka *cross selling* Villa Air Bali Bou-tique Resort & Spa akan semakin meningkat.

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN DEPAN	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.4.1 Manfaat Teoritis	20
1.4.2 Manfaat Praktis.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Hotel	22
2.1.2 <i>Green Hotel</i>	23
2.1.3 Front Office	24
2.1.4 <i>Green communication</i>	34
2.1.5 Team Work.....	35
2.1.6 Komunikasi.....	38
2.1.7 Cross Selling.....	40
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	42
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	47
3.2 Objek Penelitian	47
3.3 Identifikasi Variabel	48
3.3.1 <i>Green communication</i>	48
3.3.2 <i>Cross Selling</i>	48
3.4 Definisi Operasional Variabel	48
3.4.1 <i>Green communication</i>	49
3.4.2 <i>Cross Selling</i>	56
3.5 Jenis dan Sumber Data	58
3.5.1 Jenis Data.....	58
3.5.2 Sumber Data	59
3.6 Teknik Penentuan <i>Informan</i>	59
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	60
3.7.1 Dokumentasi.....	60

	3.7.2 Observasi	60
	3.7.3 Wawancara	61
	3.7.4 Survey Kuisioner	61
3.8	Teknik Analisis Data	62
	3.8.1. <i>Questionnaire Test</i> (Uji instrumen penelitian)	62
	3.8.2 Uji Rata-rata Variabel Penelitian.....	63
	3.8.3 Uji Prasyarat <i>Simple Regression</i> (Asumsi Klasik)	65
	3.8.4 Uji Korelasi Sederhana (Uji Determinasi).....	67
	3.8.5 Analisis Regresi Sederhana	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1	Gambaran Umum Villa Air Bali Boutique Resort & Spa	71
	4.1.1 Sejarah Singkat Villa Air Bali Boutique Resort & Spa.....	71
	4.1.2 Bidang Usaha.....	73
	4.1.3 Fasilitas Villa.....	74
	4.1.4 Organization Structure.....	76
4.2	Hasil Penelitian.....	81
	4.2.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	82
	4.2.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	84
	4.2.3 Hasil Uji Rata-rata Variabel Penelitian	86
	4.2.4 Hasil Uji asumsi klasik	92
	4.2.5 Hasil Uji Korelasi Sederhana (Uji Determinasi)	96
	4.2.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	96
4.3	Pembahasan implementasi <i>green communication</i> dalam <i>crossselling</i> oleh <i>front office</i> pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa.....	98
BAB V	PENUTUP	103
5.1	Simpulan.....	
5.2	Saran	
	DAFTAR PUSTAKA.....	105
	LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data <i>Occupancy</i> dan Pendapatan Villa Air Bali Tahun 2020-2022	17
Tabel 3.1 Hasil Interpretasi Skor Rata-Rata Responden	Error! Bookmark not defined.
Table 4.1 Villa Type at Villa Air Bali Boutique Resort & Spa	74
Tabel 4.2 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	82
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	83
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	83
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	85
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.8 Kriteria Pengukuran Deskripsi Variabel Penelitian.....	87
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Green communication</i>	87
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Cross selling	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi Sederhana.....	96
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Human Resources Department</i>	77
Gambar 4.2 Hasil Uji P-Plot Normalitas	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pedoman Wawancara	87
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	8111
Lampiran 3	Tabulasi Data Penelitian	93
Lampiran 4	Hasil Uji Frekuensi Data Responden	97
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	98
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	122
Lampiran 7	Hasil Uji Statistik Deskriptif	124
Lampiran 8	Hasil Uji Normalitas	129
Lampiran 9	Hasil Uji Linieritas	130
Lampiran 10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	131
Lampiran 11	Hasil Uji Korelasi Sederhana	132
Lampiran 12	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	133

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata secara tradisional dipandang sebagai sebuah industri yang ramah lingkungan atau sebuah industri hijau. Tentu saja, seiring dengan perkembangan industri ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap berbagai dampak ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang signifikan. Fokus untuk mendongkrak sektor pariwisata guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi ternyata masih menyisakan kerugian dari sisi sosial-budaya dan lingkungan. Salah satunya adalah perilaku wisatawan yang tidak bertanggung jawab seperti vandalisme, perampokan, tidak menghormati budaya dan tradisi lokal serta perilaku yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan hingga saat ini masih menjadi isu dan permasalahan yang sering diberitakan dan terjadi di banyak destinasi. Tentu saja hal ini dikhawatirkan akan menimbulkan konflik horizontal antara wisatawan dan tuan rumah baik berupa resistensi dan skeptisme. Kondisi tersebut tampaknya secara tidak langsung telah mendorong munculnya kesadaran dari berbagai pelaku pariwisata yang memimpikan sebuah kegiatan pariwisata yang lebih bertanggung jawab.

Berbagai pihak dari tataran internasional hingga nasional serta kalangan praktisi, pemerintah maupun akademisi telah turut serta dalam memformulasikan bentuk nyata dari konsep pariwisata berkelanjutan yang telah lama hadir dikancah global. Tentu reaksi ini mengedepankan semangat untuk memaksimalkan manfaat

dari kegiatan pariwisata dan meminimalisir dampak negatifnya. Hal ini juga secara perlahan telah berhasil memodifikasi pola konsumsi wisatawan yang mendukung terbentuknya green tourism sebagai salah satu kemajuan dalam bidang pariwisata untuk menjaga dan melestarikan lingkungan dan sosial (Prabawa, 2017).

Bali merupakan salah satu tujuan wisata yang terkenal di seluruh mancanegara, sehingga Bali turut terlibat dalam mewujudkan green tourism. Hal ini terbukti dengan adanya dukungan Pemerintah Provinsi Bali untuk mengakselerasi mandiri energi baru terbarukan (EBT) mulai tahun 2022 melalui berbagai regulasi kebijakan serta pembangunan pembangkit menuju ketersediaan energi ramah lingkungan. Rencana Bali Hijau dengan Net Zero Emission (NZE) menargetkan tercapai tahun 2045 lebih cepat dari target nasional di tahun 2060.

Bukan hanya pemerintah yang mendukung terlaksananya green tourism, namun masyarakat yang saat ini mulai banyak yang memiliki kesadaran akan kelestarian lingkungan juga turut mendukung pelaksanaan green tourism pada sektor pariwisata di Bali. Faktor kesadaran wisatawan terhadap lingkungan tersebut mendorong para wisatawan untuk memilih akomodasi ataupun hotel yang menerapkan konsep yang ramah lingkungan. Hotel dengan konsep ramah lingkungan sudah banyak dibangun terutama di Seminyak sebagai daerah tujuan wisatawan. Salah satu hotel yang telah menerapkan konsep ramah lingkungan di Seminyak adalah Villa Air Bali Boutique Resort & Spa.

Villa Air Bali Boutique Resort & Spa 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 Villa Air Bali Boutique Resort & Spa.

Tabel 1.1 dibawah menunjukan jumlah *occupancy* dan pendapatan hotel dari tahun 2017 - 2019 di Villa Air Bali Boutique Resort & Spa.

Tabel 1.1
Data *Occupancy* dan Pendapatan Villa Air Bali Tahun 2020-2022

Tahun	<i>Occupancy</i>	Capaian Pendapatan
2020	53.11%	Rp. 3.772.008.564
2021	11.25%	Rp. 1.630.483.462
2022	92.71%	Rp. 8.764.898.689

Sumber: Villa Air Bali Boutique Resort & Spa (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah keseluruhan dari tiga tahun terakhir *occupancy* dan total pendapatan di Villa Air Bali Boutique Resort & Spa. 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.

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*. Mengapa Front Office departemen atau *guest relation* yang melakukan cross selling, karena pada umumnya Front Office atau *guest relation* merupakan pusat informasi (*centre of information*) jantung dari sebuah hotel, dimana tamu akan mendapatkan semua informasi yang diinginkan melalui Front Office departemen. Dengan demikian, dibutuhkan *green communication* antar staf dengan tamu yang dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan email atau whatsapp untuk berkomunikasi dan tidak menggunakan surat, kemudian juga melakukan *green communication* antar kolega atau antar *departement* lain yang ada pada hotel dalam bentuk *team work*.

Green communication adalah komunikasi lisan, orang ke orang antara komunikator dan penerima yang menganggap pesan sebagai non- komersial meskipun subjectnya adalah merek, produk atau layanan (Chang, 2015). *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 Villa Air Bali Boutique Resort & Spa. Namun masih terlihat *cross selling* yang dilakukan saat ini kurang optimal. Hal ini dikarenakan komunikasi didalam *team work* antar kolega maupun antar departemen masih terlihat lemah dan juga sikap kurang antusias dari *guest relation* dalam melakukan *cross selling* karena belum memahami cara melakukan *cross selling*. Kondisi ini dapat ditunjukkan melalui *guest relation* yang sering tidak menjelaskan produk *cross selling* pada saat tamu melakukan *check in*. Dengan demikian, diperlukannya upaya untuk meningkatkan program *cross selling*, yaitu dengan cara melakukan pelatihan kerja dan pelatihan komunikasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “*Green communication* dalam *Cross Selling* untuk meningkatkan Pendapatan oleh *Front Office* pada Villa Air Boutique Resort & Spa”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah

dalam penelitian ini yakni “Bagaimanakah Implementasi *Green communication* dalam *cross selling* oleh *Front Office* pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian terkait pembuatan karya ilmiah ini adalah untuk “mengetahui bagaimana Implementasi *Green communication* dalam *crossselling* oleh *Front Office* pada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa”.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1.4.1 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.

1.4.2 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 Villa Air Bali Boutique Resort & Spa

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi dan data tambahan kepada perusahaan sebagai bahan evaluasi kepada Villa Air Bali Boutique Resort & Spa untuk menerapkan konsep *green hotel* dimana salah satunya adalah menerapkan *green communication* dari semua karyawan dalam *cross selling* sehingga Villa Air Bali Boutique Resort & Spa mampu meningkatkan pendapatan.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

Implementasi *Green communication* pada *Villa Air Bali Boutique Resort & Spa* sudah dilaksanakan dengan sangat baik. Hal ini disebabkan karena mayoritas pegawai sudah menerapkan seluruh komponen *green communication* yang terdiri dari *cooperating* (bekerjasama), *coordinating* (berkoordinasi), *communicating* (berkomunikasi), *comforting* (kenyamanan), dan *conflict resolving* (pemecahan masalah) dengan sangat baik. Selanjutnya hasil menunjukkan *green communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat *cross selling* *Villa Air Bali Boutique Resort & Spa*. Hasil ini berarti bahwa semakin baik penerapan *green communication*, maka *cross selling* *Villa Air Bali Boutique Resort & Spa* akan semakin meningkat.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Mengacu pada hasil jawaban responden yang terendah maka untuk meningkatkan implementasi *green communication*, disarankan agar karyawan *Villa Air Bali Boutique Resort & Spa* dapat lebih meningkatkan sikap yang saling menghargai pendapat antar anggota kelompok walaupun berbeda departemen kerja, sehingga dapat tercipta *green communication*

dalam bentuk kerjasama tim yang baik dan harmonis., sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan cross selling.

1. Berlandaskan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan sebesar 62,9 persen variabel cross selling dipengaruhi oleh *green communication*, sedangkan sisanya sebesar 37,1 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain, sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah variabel lainnya seperti seperti variabel green human resource management, green knowledge, motivasi maupun variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- 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.
- 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>
- 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.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*.

- 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.
- 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.
- 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.v5i>
- 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.
- Muhtadin, Z., & Frianto, A. (2020). Peningkatan Kinerja Karyawan Dengan Pelatihan Melalui Kompetensi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 132–139.
- 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.
- Prabawa, I. W. S. W. (2017). Konsep Green Tourism dan Trend Green Tourism Marketing (Studi Literatur Kajian Green Tourism dan Implementasinya). *Jurnal Kepariwisata*, 16(1), 47–53. <http://ojs.stpbali.ac.id/index.php/jpar/article/view/81>
- Prakoso, P. (2017). *Front Office Praktis Administrasi dan Prosedur Kerja*. Gava Media.
- Priansa. (2017). *Manajemen Sekretaris dan Perkantoran Terampil dan Profesional*. CV Pustaka Setia.
- 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.
- Shu, E., & Wardayani. (2019). Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan pada Hotel Santika Premiere Dyandra Medan. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 25–31. <https://doi.org/10.32493/jee.v1i4.10708>

- Simanjuntak, D. ., Nadapdap, K. ., & Winarto, W. (2017). Pengaruh Persepsi Penilaian Prestasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 6–13.
- Sinaga, R., Normi, S., & Panjaitan, M. (2021). Pengaruh Motivasi dan Pelatihan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Perkebunan Nusantara IV Kebuh Adolina Perbaungan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 6.
- Sodikin, S., & Riyono, B. (2014). *Akuntansi Pengantar 1*. UPP STIM YKPN.
- 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.
- Zulkarnaen, W., Suarsa, A., & Kusmana, R. (2018). Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Departemen R-Pet Pt. Namasindo Plas Bandung Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(3), 151–177. <https://doi.org/10.31955/mea.vol2.iss3.pp151-177>