

PERANAN HOSPITALITY DI TS SUITE & LEISURE HOTEL SEMINYAK
BALI UNTUK MENCAPAI REVIEW POSITIFIda Bagus Nyoman Bala Putra^{1*}, Luh Kompyang Sari²^{1,2} Akademi Pariwisata Denpasari.b.nyomanbalaputra@gmail.com, luhkompangsari123@gmail.com

Received: 18/05/2024; Revised: 31/06/2024; Accepted: 02/06/2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *qualified hospitality* sehingga tamu yang menginap di hotel TS Suites Bali bersedia menulis komentar positif di *Trip Advisor* dan komentar itu mampu meningkatkan *occupancy* hotel. Industri jasa perhotelan memegang peranan penting termasuk Indonesia dan Bali khususnya. Jasa perhotelan akan diminati oleh *costumers* dengan memperhatikan faktor fisik dan bintang hotel tersebut ditambah kualitas keramahtamahan dalam melayani tamu. *Hospitality* yang disuguhkan dengan faktor penunjangnya merupakan kunci sukses meningkatkan ulasan positif dari tamu yang menginap dan tingkat hunian hotel menjadi lebih stabil. Salah satu hotel konsep *leisure* adalah TS Suite Hotel dan Leisure yang peduli akan ulasan tamu. Metode penelitian ini memakai deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, observasi, grafik dan dokumentasi. Sumber data dari *trip advisor* diolah dan dianalisis dengan triangulasi. Penelitian menemukan bahwa *customer satisfaction* memiliki hubungan yang positif demi menciptakan loyalitas pelanggan untuk menginap kembali di TS Suite Leisure & Hotel Seminyak Bali. Hal itu tampak pada masa recovery di tahun 2023 adalah karena efek faktor *hospitality* sehingga tingkat hunian bangkit stabil perlahan. Jadi, *hospitality* adalah sebagai kunci untuk meningkatkan citra hotel dan hunian hotel melalui ulasan positif tamu.

Keywords: *Hospitality, leisure hotel, ulasan, tingkat hunian***Pendahuluan**

Dalam industri pariwisata, salah satu sarana yang menjadi penunjangnya adalah sarana akomodasi. Seiring berjalannya waktu jumlah akomodasi terus meningkat pesat dari tahun ke tahun dengan didirikannya hotel di seluruh Indonesia baik hotel berbintang maupun non berbintang (Samalam et al., 2016). Dalam (Sofiani, 2023) TS Suite Hotel Bali adalah salah satunya yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan, sarana akomodasi yang ditawarkan akan memenuhi kebutuhan para wisatawan dengan berupa penyediaan jasa perhotelan ataupun villa selama pandemi tahun 2019-2020 sangat menguncang pariwisata dan roda perekonomian di dunia, Indonesia dan tak terkecuali Bali. Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat signifikan khususnya pariwisata. Demikian juga diseluruh hotel yang ada di Bali. TS Suite Hotel juga merasakan dampak menurunnya wisatawan secara drastis sehingga langkah yang diambil *management* untuk menutupi biaya operasional adalah mengurangi hari kerja karyawan dan *saving cost*. Pandemi ini sangat menurunkan gairah dan semangat karyawan karena tingkat hunian hotel berkisar sampai 3%, hal ini berdampak menurunnya tingkat

hospitality dan motivasi karyawan untuk bekerja, tidak sedikit karyawan mengundurkan diri dengan mencari kerja tambahan di luar hotel karena *occupancy* hotel berada di titik nadir.

Penelitian ini memilih TS Suites Leisure & Hotel sebagai lokus karena *hospitality* yang sangat bagus sebelum pandemi dan merosot tajam di masa pandemi serta memasuki masa *recovery* diharapkan mampu kembali bersaing menduduki *Rating Trip Advisor yang competitive* di daerah Seminyak dan sekitarnya. Rumusan masalah penelitian ini fokus pada p peran vital *hospitality* di TS Suites Hotel & Leisure Seminyak Bali pasca pandemi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam pentingnya *qualified hospitality* dimasa *recovery* untuk mengangkat rating *Trip Advisor* dan *occupancy* hotel. Manfaat penelitian tidak hanya memberikan kontribusi berupa pengetahuan dan informasi tentang peran vital *hospitality* bagi hoteliers, tetapi juga berkontribusi nyata dalam interaksi di *Hotel Industry Hospitality* khususnya TS Suite Seminyak Bali dengan para pelanggan.

Landasan Teori

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berpindah tempat sementara atau tidak menetap dalam jangka waktu yang panjang ke tempat yang dituju oleh wisatawan itu sendiri (Mathieson dan Waal dalam Suot, 2021) dalam (Dewi S. A., 2024) Salah satu faktor yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah *motivasi*. Mereka bepergian ke luar daerah atau negaranya menuju tujuan yang dituju tentunya ingin memiliki pengalaman yang baru salah satunya hotel dituju untuk menginap, sedangkan kata hotel berasal dari Bahasa Yunani, *Hosteis* berarti memberi tempat perlindungan pada pengunjung yang memberi upah atau hadiah kepada pemiliknya. Menurut SK Menparpostel nomor KM/37/PW.340/MPPT-86 dalam (Prakoso P. , 2022) hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian bangunan yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Menurut Charles E. Steadmom dan Michael L. Casavana dalam (Chair, Hotel Room Division Management, 2017) dalam bukunya yang berjudul *Managing Front Office Operations* tahun 1990 mendefinisikan: *Hotel may be defined as establishment whose primary business in providing lodging facilities for general publics and which furnishes one or more, of the following services, Food & Beverage Services, Room Attendant Services, Uniformed Services, laundering of linens, and use of furniture and fixtures”*.

Salah satu *departement* yang memberikan *quality service* dengan *hospitality* terdepan adalah Staff kantor depan. Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan *dalam* pemilihan konsep pendekatannya. Pengembangan pola pelayanan prima berdasarkan konsep A3 (Barata, 2004), dalam (Oka, 2020) yaitu: *attitude, attention and action*.

Menurut Dennis L. Foster dalam (Bagyono, Teori dan Praktek Hotel Front Office, 2020) dalam buku “*An Introduction to Travel and Tourism*” mengungkapkan bahwa dalam arti luas, hotel mungkin merujuk pada segala jenis penginapan, sedangkan dalam arti sempit, hotel adalah sebuah bangunan yang dibangun khusus untuk menyediakan penginapan bagi para pejalan, dengan pelayanan makan dan minuman. Fandeli (1995:37) dalam (Sudartha, 2017)

mengemukakan wisata merupakan suatu kegiatan bepergian dari satu tempat ke tempat lain di luar tempat tinggalnya dengan maksud bukan mencari nafkah melainkan untuk menciptakan kembali kesegaran baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi lagi. Jadi, layanan yang memuaskan akan membantu wisatawan kembali segar dalam aspek fisik dan psikis.

Andina dan Aliyah (2021) dalam (Giam., 2023) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa faktor-faktor seperti daya tarik wisata, aksesibilitas, tarif, fasilitas, dan informasi merupakan faktor-faktor yang perlu diperhatikan. Faktor-faktor ini perlu sesuai dengan permintaan pasar dan selalu dijaga mutunya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang merupakan suatu proses pengamatan langsung, pemantauan dan mengalami langsung di lapangan dalam memberikan *quality service* dan *hospitality* terhadap tamu-tamu di Hotel TS Suite. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membuat gambaran secara umum, membuat kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang dihadapi di lapangan. Dalam konteks ini, penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, di mana proses dan makna ditekankan. Pendekatan kualitatif menitikberatkan pada pemahaman masalah-masalah yang di hadapi dalam implementasi *hospitality*, *quality service* dan *courtesy* terhadap tamu-tamu berdasarkan kondisi realitas, metode ini di terapkan karena hasil penelitian lebih berkaitan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri sebagai *human instrument*.

Informan penelitian terdiri atas dua *manager level* dan satu *middle level* yaitu *supervisor level* di Hotel TS Suites Seminyak Bali. Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling, dimana informan dipilih berdasarkan pertimbangan managerial dan middle level. Pemilihan informan didasarkan pada keahlian dan keterlibatan mereka untuk mengerakkan staff dalam memberikan *quality service* dan relevan dengan topik penelitian. Data primer diperoleh langsung dari informan kunci yakni Ratih Komala Sari sebagai *Human Resource Manager*, Denny Boy sebagai *Front office Manager* dan Dika Suardika sebagai *Supervisor Food and Beverage* di TS Suites. Data dikumpulkan melalui wawancara, sementara data sekunder dapat berupa dokumen yang ada di lokasi penelitian. Metode analisis data menggunakan triangulasi. Triangulasi data adalah salah satu teknik pengolahan data kualitatif dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2016) dalam (Utama, 2022). Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan, melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil dan Pembahasan

TS Suites Hotel merupakan hotel independen yang memiliki *Sister Company* yaitu di Surabaya, TS Suites Surabaya dan TS Suites Seminyak Bali. Grand Opening TS Suites Bali pada tahun 2012 melaksanakan program *training* bagi karyawan baru tujuannya untuk memberikan *quality service* sehingga tamu-tamu mendapatkan ekspektasi selama menginap di TS Suites. Ditunjang oleh lokasi TS

Suite Leisure Seminyak yang tergolong strategis yakni di Jalan Legian 18 Denpasar membutuhkan hanya 20 menit berkendara dari Airport Ngurah Rai Strategi untuk meningkatkan peran penting *Hospitality* untuk memberikan efek teratas di *Trip Advisor* dan peningkatan *revenue* hotel adalah: Di samping adanya training berkelanjutan dari awal grand opening hotel, managerial team TS Suites sebagai garda front liners mengimplementasikan staff Guest Relation Officer dan Guest Personal Officer serta manager kantor depan sendiri, Duty Manager serta Manager On Duty berperan serta terjun langsung ke *floor* menyambut tamu, bersosialisasi dan membantu kepentingan tamu baik waktu tamu check in, in house maupun check out. Hal ini akan berdampak kepada staff secara langsung melihat managernya memberikan service kepada tamu-tamu hotel. Berikut beberapa comment ter update yang ditulis tamu di TripAdvisor: TS Suite Hotel & Leisure Seminyak Bali.

Salah satu faktor yang menarik minat *costumers* memilih di TS Suites karena fasilitas yang exclusive walaupun tarif relative mahal tetapi karena (*emotional function*) terhadap citra hotel, tamu-tamu tetap menginap di TS Suite. Zang et all., (2018) dalam (Ayuningsih, *Memorable Tourist Experience: A Visit to The Emping Melinjo Production Center as a Heritage Tourist Attraction, 2023*), menjelaskan pengalaman yang yang tak terlupakan menjadi ujung dari kualitas pengalaman pariwisata, ketika pengalaman yang selalu diingat dan memiliki nilai yang berbeda dapat menjadi kesan yang sulit untuk dilupakan (*memorable tourist experience*).

Hasil wawancara Front Office Manager dinyatakan bahwa *Courtesy* sangat penting dilakukan kepada tamu-tamu untuk menghargai privasi dan menghindari keluhan diantaranya tidak menelpon tamu ke kamar dengan status *Do Not Disturb* (DND). Berdasarkan kebijakan hotel, pembersihan kamar DND baru boleh dikerjakan setelah jam 2 siang dengan menerapkan *courtesy*. Hal senada juga dinyatakan oleh Food dan Beverage Supervisor yang bertugas di Leisure Hall Restaurant dan bergabung sejak 2012 mengemukakan bahwa pelayanan yang cepat dan *hospitality* dengan selalu *greeting* tamu-tamu merupakan hal yang wajib dilakukan para *waiter* dan *waitress* di TS Suites Leisure Hall Restaurant, khususnya *greeters* kami di depan lift, sehingga tamu merasa betah dan nyaman untuk menghabiskan waktu di restoran baik waktu *breakfast*, *lunch* maupun *dinner* ataupun yang memesan *room service* selama 24 jam ke kamar. Keseriusan TS Hotel menerapkan *hostitality* dinyatakan pula oleh Ketua *Human Resource Manager* yang bergabung sejak *grand opening* tahun 2012. Hasil wawancara menegaskan bahwa semua staff mesti selalu tersenyum, *greeting*, *hospitality* dan membantu tamu dengan cepat membuat tamu betah tinggal di TS Suites dan menjadi *repeater*. Para pelanggan setia menunjang keberlangsungan bisnis hotel sedangkan tamu yang tidak puas cenderung mencari hotel lain tentu karena banyak *competitor* di area Seminyak.

Peneliti mewawancarai beberapa tamu yang menginap dan mengunjungi TS Suites serta mengutip komentar tamu di media sosial. Secara umum tamu berkomentar terkait penerapan *hospitality* yang memuaskan. Tamu yang bernama Richard Thorne yang berkunjung di Roof Top Bar memuji keindahan pemandangan bahkan bisa menikmati panoraman Gunung Agung di kejauhan disamping sikap karyawan yang sangat bersahabat.

What a gorgeous view it is at roof top, we can see Agung Mountain from here, I wish one day, I should stay here with my family. The pool is gorgeous and staff so friendly.

Tamu yang berasal dari Australia dan sedang menginap mengakui keramahan karyawan dengan hospitality yang mengesankan.

It's a first time for me to stay at TS Suites, so amazing experience with friendly staff and awesome hospitality, I will be back. Bali is second home.

Tamu yang bernama Belinda menuliskan komentar bahwa Hotel ini adalah tempat yang tepat untuk menginap. Diakui keunggulan hotel ini adalah fasilitas yang bagus dan kolam yang luas.

We stayed in a private villa with own pool, was magic, however the beds are extremely hard, may as well slept on the floor, the lounge was more comfortable. Staff attentive to all needs. Didn't eat at resort, prices as usual to high. Breakfast was good, expected more variety for the size of hotel. But can't really complain. Overall, will stay again if they change their mattresses to softer ones. I'll be checking before booking.

Tamu yang bernama Craig Walsh dari Whittlesea, Australia menuliskan komentar bahwa fasilitas kamar hotel sesuai harapan didukung karyawan yang sangat membantu.

The room was perfect, the staff were extremely helpful & had a great knowledge of the area. We ate at the restaurant a couple of times & for breakfast daily & the food was great also. We were actually booked & stayed one night at another villa in Seminyak, but was extremely disappointed & we were about to pack & leave Bali, possibly for good. But we found TS Suites & we were able to resume our holiday, & even better we will definitely be back.

Berdasarkan beberapa komentar tamu baik yang dinyatakan secara lisan maupun *review* tertulis di sosial media bahkan di masa *recovery* pasca pandemi Covid 19 maka dapat dinyatakan bahwa pihak management TS Suites berhasil memperhatikan beberapa hal berikut ini:

- a) *Positioning* produk dan pelayanan *Quality Service* yang diberikan menjadi sangat penting dan menentukan tamu-tamu untuk memilih TS Suite dengan kedekatan *emotional* walaupun harga semua jenis kamar Suites relatif mahal.
- b) Hotel TS Suites menggunakan Tag Lines “*Endless Indulgences*” artinya pelayanan yang diberikan kepada tamu tiada henti. Pelayanan yang dirasakan tamu melebihi ekspektasinya disebut *Extraordinary*. Serta *Courtesy* yang konsisten. *Courtesy* sangat penting dilakukan di hotel pada para tamu dalam memberikan *quality service* yang *excellent*.
- c) Pihak manajemen berani membayar mahal iklan di sosial media dengan TS Suites selalu muncul sebagai *angle* dengan cara digitalisasi lebih dikenal luas.
- d) Berkolaborasi dengan *expatriate* yang memiliki *company* untuk menjual TS Suites yang telah mengenal keramahan staff dan memiliki *courtesy* serta *hospitality*, diantaranya *Shadow Management* dapat bekerjasama dengan Jenja Nite Club milik TS Suite Hotel.
- e) *Monitoring, Evaluasi, dan Review*: Tahap terakhir melibatkan pemantauan terus-menerus terhadap implementasi *brand*, evaluasi kinerja, dan tinjauan untuk perbaikan. Management TS Suites menyatakan bahwa meskipun ada beberapa tantangan, seperti persaingan antar hotel bintang empat dan lima di Seminyak mereka tidak menemui kendala yang berat dalam menjalankan *quality service, courtesy* dan *hospitality* untuk mengangkat *Rating Review*

dan *occupancy* hotel menambah *revenue* hotel.

Mempertahankan branding yang bagus dengan mempertahankan kinerja *hospitality* sejak kedatangan tamu di lobby, periode waktu selama menginap (*occupied*) hingga tamu pulang (*check out*). Dokumentasi keramahan karyawan dapat dilihat pula pada saat staff sosialisasi dengan tamu dan *perform activities for hospitality* pada gambar berikut.



Gambar 1. Team GPO and Repeater



Gambar 2. Infinity Roof Top Aquarobic



Gambar 3. Team GPO and Repeater



Gambar 4. Trivia Quiz

Sumber: Guest Activities Department, 2023

Untuk memberikan kesan hangat bagi para tamu, pihak manajemen Hotel TS Suites Seminyak melaksanakan berbagai aktivitas bagi tamu *in house* dan *outside* seperti ditampilkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. *Guest Activities for Hospitality*

| <i>Description</i> | <i>Guests' presence/pax</i> | <i>Outside or inside guest</i> | <i>Remark</i> |
|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|---------------------------|
| <i>Rooftop Pool Aquarobic</i> | 15 | <i>In house guests</i> | <i>Four times a week</i> |
| <i>Bar Trivia Quiz</i> | 15 | <i>In house guests</i> | <i>Three times a week</i> |
| <i>Celebrity Head</i> | 12 | <i>In house guests</i> | <i>Once a week</i> |
| <i>Pictionary</i> | 6 | <i>In house guests</i> | <i>Once a week</i> |
| <i>Roof Top Sunset Yoga</i> | 20 | <i>In House Guests</i> | <i>Once a week</i> |
| <i>Dinner Karaoke</i> | 14 | <i>In house Guest</i> | <i>Every night a week</i> |
| <i>Fashion Show (regular)</i> | 90 | <i>Outside & inside guests</i> | <i>Twice a month</i> |

| | | | |
|----------------------------|-------------|-----------------------------|--------------------|
| <i>Roof Top Sunset DJ</i> | 50 | <i>In house Guest</i> | <i>Once a week</i> |
| <i>Annual Fashion Show</i> | 3.000-5.000 | <i>Outside & Inside</i> | <i>Once a year</i> |

Sumber: Guest Activities Department TS Suites, 2023

Kegiatan yang dilakukan untuk para tamu setidaknya diharapkan dapat memberikan pengalaman baru atau setidaknya mendorong munculnya komentar positif di *Trip Advisor*. Management TS Suites menekankan karyawan utamanya staff kantor depan yang menjadi garda terdepan dalam melayani tamu dapat memberikan kesan pertama yang menyenangkan. Slogan yang diusung” *We do not have a second chance to give a good impression for guests*. Artinya kita tidak pernah mendapatkan kesempatan kedua untuk memberikan *impression* yang baik kepada tamu. *Management* menciptakan *front liners* unggulan di garda terdepan untuk menyambut tamu yaitu *Guest Relation Officers* untuk tamu-tamu reguler dan *Guest Personal Officers* yang khusus menangani tamu *VIP*. Artinya, pihak hotel membuktikan sebelum dan sesudah masa pandemi *hospitality* dihandalkan untuk memenuhi ekpektasi tamu dan konsisten dilanjutkan dimasa *recovery* pasca pandemi

Staff kantor depan terutama *Guest Relation Officer & Guest Personal Officer* konsisten menciptakan *hospitality* dengan menciptakan kesan pertama yang membuat tamu terkesan seperti di rumah sendiri. Artinya, konsep *Leisure*, TS Suites memiliki Departement *Guest Activities* yang khusus memberikan *activities* yang *extraordinary*, *entertainment* dan kesenangan untuk tamu selama menginap baik program yang dilaksanakan siang hari maupun malam hari. Kepuasan tamu mengikuti kegiatan akhirnya menuliskan kesan positif bahkan keikutsertaan tamu relatif bagus berpartisipasi dalam kegiatan. Salah satu kegiatan yang digemari tamu adalah *fashion show event* yang diadakan dengan pendekatan *hospitality* setiap dua minggu yang cukup menarik perhatian para *Event Organizer fashion show* di Seminyak dan sekitarnya, dengan pelayanan staff yg terkoordinir baik dari penyambutan sampai acara usai dengan bekerjasama dengan produk minuman seperti *Sababay* dimana setiap peserta mendapat *fingers food* dari Hotel TS Suite. Kegiatan itu menciptakan *image* Hotel TS Suites konsisten menyuguhkan *Fashion activity always followed the trend* dan memberikan *positive branding* di mata tamu untuk merekomendasikan hotel ini kepada kolega.

Kegiatan yang lebih besar dan sukses mengangkat TS Suite yakni pelaksanaan *fashion show* berkelas international seperti: *ASOTY (Australia Super Model of the Year)*, Pemilihan *Miss Global*, *Miss. Univese* dan lain-lain. *Event* ini memerlukan *team work* yang solid, dan bersinergi dengan *stake holder* seperti pemerintah, *Event Organizer* dalam hal ini *I AM Management Media*, *local security* and Pecalang dan pihak lainnya. Keuntungan yang muncul atas suguhan program *hospitality* berupa pergelaran di atas, menjadikan tamu *Free Individual Traveler*, *Honeymooner*, *WalkIn Guests* maupun tamu *Group* menulis komentar positif di media sosial ataupun di *review* yang tentunya menaikkan rating hotel.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan paparan pembahasa maka dapat ditarik simpulan bahwa *qualified hospitality* jika dilakukan secara berkesinambungan (*Suistainability*) dapat menunjang rating hotel melalui kesan dan ulasan tamu di sosial media. Meskipun jumlah tamu menurun tajam di masa pandemi dan berhasil ditingkatkan di fase *recovery*, melauai promosi yang konsisten serta menjaga hubungan baik

terhadap *valued costumers* dan *stakeholder*. Jalinan komunikasi yang baik, terutama dengan tamu selama menginap di TS Suites mendorong tamu meninggalkan kesan yang baik karena layanan yang diterimanya di atas ekspektasi. Pada akhirnya, hal itu berdampak memberikan *multiplier effect* ke semua sektor untuk mencapai goal yaitu *rating review*, meningkatnya *occupancy* dan *revenue*. Sebaliknya, jika selama pandemi terjadi kemunduran *quality service* karena pembatasan kegiatan dan mobilitas masyarakat maka *quality of Hospitality* di fase *recovery* diterapkan dengan lebih konsisten dan ditingkatkan untuk menjaga tingkat persaingan global antar hotel yang semakin ketat. Jadi, penerapan *hospitality* di TS Suite berhasil menempati rating terdepan dan menggeser para kompetitor.

Daftar Pustaka

- Ayuningsih, S. F. 2023. Memorable Tourist Experience: A Visit to The Emping Melinjo Production Center as a Heritage Tourist Attraction. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*. Vol.9 (No. 1): 49 - 57. Th. 2023, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>.
- Bagyono. 2020. *Teori dan Praktek Hotel Front Office*. Bandung: Bandung, Alfabeta.
- Chair, I. M. 2017. *Hotel Room Division Management*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, S. A. 2024. Analysis The Effect of Tourist Motivation on Interest Visiting In Baduy Tribe, Banten. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, Vol.10 (No. 1): 42 - 58.Th. 2024, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>.
- Diarta, I. G. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Giam., Y. M. 2023. Factors Affecting Interest of Domestic Tourists to Tour in South Nias, North Sumatra. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*. Vol.9 (No. 1): 6 – 17. Th. 2023, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>.
- I.G., D. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata* . Yogyakarta: Andi.
- Oka, I. M. 2020. *Kantor Depan Hotel*. Surabaya: PARAMITA.
- Prakoso, P. A. 2022. *Front Office Praktis Administrasi dan Prosedur Kerja*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sofiani, E. N. 2023. The Influence Of Marketing Communication On Brand Aware In Discovery Kartika Plaza Hotel Bali. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*. Vol.9 (No. 1): 18 - 29. Th. 2023, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>.
- Sudharta, N. S. 2017. *Industri Pariwisata Bali*. PT Rajagrafindo Persada.
- Utama, N. M. 2022. Strategy Management of Waterboom Bali Tourism Object In The New Normal Tourism Era. *Journal of Hospitality & Tourism*. Vol 8 (No. 1) 1 - 11. Th. 2022. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>.