

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dukungan terhadap *green tourism* di sektor pariwisata Bali tidak hanya berasal dari pemerintah, tetapi juga semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya menjaga lingkungan. Kesadaran ini telah mendorong wisatawan untuk memilih akomodasi atau hotel yang mengadopsi prinsip-prinsip ramah lingkungan (Budiasa, 2019). Di kawasan Bali Utara, yang merupakan salah satu tujuan favorit wisatawan di Bali, banyak hotel dengan konsep ramah lingkungan telah dibangun. Salah satu contoh hotel yang menerapkan konsep ini adalah New Sunari Lovina Beach Resort. Dalam era di mana kepedulian terhadap alam semakin mendalam, wisatawan memiliki peran penting dalam menggerakkan perubahan positif dalam industri pariwisata. Mereka secara aktif memilih akomodasi yang berkomitmen untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, yang pada gilirannya mendorong pengembangan *green tourism* di Bali dan di seluruh dunia. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa kesadaran lingkungan telah menjadi faktor kunci dalam mengubah cara pariwisata dilakukan dan dijalankan di Bali (Kirana, 2020).

New Sunari Lovina Beach Resort mengusung visi dan misi yang berakar pada Filosofi Tri Hita Karana, yang bertujuan untuk menciptakan hubungan harmonis antara manusia, Tuhan, serta lingkungan alam, dan antara manusia satu sama lain. Dalam kerangka ini, upaya menciptakan hubungan yang harmonis menjadi bagian integral dari prinsip-prinsip ramah lingkungan. Pada dasarnya, filosofi ini menekankan pentingnya mencapai keseimbangan dan keselarasan dalam

semua aspek kehidupan. Dalam hal arsitektur New Sunari Lovina Bali Resort mengadopsi desain bangunan yang mengikuti tradisi Bali. Mereka menggunakan bahan-bahan alami dalam pembangunan, dengan sedikit penggunaan bahan pabrik. Hal ini bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mempromosikan penggunaan sumber daya yang berkelanjutan. Hotel ini juga sangat memperhatikan kepuasan pengunjung sebagai prioritas utama. Mereka menyediakan berbagai fasilitas, seperti restoran, *gym*, dan bar, untuk memastikan bahwa tamu mereka mendapatkan pengalaman terbaik selama menginap. Dalam hal ini, upaya mereka untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sejalan dengan upaya memberikan pengalaman bermutu tinggi kepada pengunjung mereka. Hal ini menggambarkan bagaimana prinsip-prinsip Tri Hita Karana diintegrasikan dalam operasi hotel ini untuk mencapai tujuan ramah lingkungan dan pelayanan yang berkualitas.

Untuk memberikan gambaran lebih jelas tentang dampak persaingan dan strategi harga pada kinerja hotel, Tabel 1.1 di bawah ini menunjukkan tingkat hunian (*occupancy*) dan pendapatan hotel di New Sunari Lovina Bali Resort dari tahun 2020 hingga 2022. Tabel ini memberikan pandangan yang lebih konkret tentang bagaimana persaingan yang meningkat di industri perhotelan dapat mempengaruhi performa hotel secara finansial selama periode waktu tertentu.

Tabel 1.1

Data *Occupancy* dan Pendapatan New Sunari Lovina Beach Resort Tahun 2020 – 2022

Tahun	<i>Occupancy</i>	Capaian Pendapatan
2020	87,7%	Rp. 3.765.890.560
2021	3,4 %	Rp. 567.345.890
2022	91,9 %	Rp. 4.895.940.390

Sumber : New Sunari Lovina Beach Resort, 2023

Tabel 1.1 menggambarkan total *occupancy* dan pendapatan selama tiga tahun terakhir di New Sunari Lovina Beach Resort. Dalam tabel ini, terlihat peningkatan yang konsisten dalam pendapatan dan tingkat hunian setiap tahunnya. Peningkatan pendapatan yang paling mencolok berasal dari pendapatan kamar, sedangkan pendapatan dari produk yang dijual bersamaan dengan akomodasi (*cross selling*) mengalami pertumbuhan yang sangat kecil. Pentingnya informasi ini adalah bahwa pendapatan utama hotel terutama berasal dari kamar, yang dapat menjadi acuan bagi manajemen dalam merencanakan strategi peningkatan pendapatan di masa depan. Selain itu, informasi tentang pendapatan yang dihasilkan dari produk tambahan yang ditawarkan oleh hotel juga memberikan wawasan tentang potensi untuk meningkatkan pendapatan melalui strategi *cross-selling* yang lebih efektif (Sunandar, 2018). Dengan memahami tren ini, manajemen dapat mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan pendapatan secara keseluruhan di New Sunari Lovina Beach Resort. Salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan hotel adalah dengan menerapkan konsep *cross-selling* (Oktriana, 2023).

Front Office atau *guest relation* umumnya berfungsi sebagai pusat informasi utama dalam sebuah hotel. Tamu mengandalkan mereka untuk mendapatkan semua informasi yang mereka butuhkan selama menginap. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan komunikasi yang efektif antara staf hotel dan tamu (Wibawa, 2022). Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah penggunaan teknologi berkelanjutan, seperti *email* atau *WhatsApp*, untuk berkomunikasi dengan tamu, mengurangi penggunaan kertas atau surat fisik, sehingga mendukung praktik berkelanjutan (*green communication*) (Ganggas, 2022). Selain itu, penting juga untuk menciptakan komunikasi yang ramah lingkungan antara rekan kerja dan antar departemen di hotel, dengan berkolaborasi secara tim dalam berbagai proyek dan tugas. Ini akan membantu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung praktik-praktik berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya yang lebih baik di dalam hotel. Dengan demikian, konsep *cross-selling* tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan hotel, tetapi juga berkontribusi pada upaya menjaga keberlanjutan lingkungan dalam operasi perhotelan.

Green communication adalah bentuk komunikasi lisan antara individu yang tidak menganggap pesan tersebut bersifat komersial, meskipun pesan tersebut berkaitan dengan merek, produk, atau layanan tertentu (Chang, 2015). *Green communication* ini paling efektif ketika diterapkan dalam bentuk kerja sama tim (*teamwork*). Namun, perlu diperhatikan bahwa memiliki tim yang kuat saja tidak cukup untuk memastikan kelancaran operasional. Untuk itu, diperlukan pelatihan kerja dan pelatihan komunikasi (Lee, 2014). Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan staf agar mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk meyakinkan pelanggan agar mau membeli berbagai produk yang

ditawarkan oleh hotel. Sebagai contoh, selain menjual kamar, staf juga harus mampu menjual produk tambahan yang tersedia di hotel, seperti layanan transportasi wisata (*tour*), atraksi budaya dari komunitas lokal, perawatan spa yang menggunakan bahan-bahan alami, serta pilihan menu makanan dan minuman lokal yang disajikan di restoran hotel.

Pelatihan ini akan membantu staf dalam berkomunikasi secara efektif dengan tamu, menjelaskan manfaat produk tambahan yang ditawarkan, dan mempromosikan pengalaman yang lebih lengkap selama menginap di hotel. Dengan cara ini, hotel dapat meningkatkan pendapatan mereka sambil mempromosikan aspek-aspek berkelanjutan, seperti budaya lokal dan penggunaan bahan alami dalam layanan spa, yang sesuai dengan konsep *green communication*. Sehingga, pelatihan komunikasi yang efektif adalah langkah penting untuk mendukung keberhasilan strategi *cross-selling* dan mendorong praktik berkelanjutan dalam operasi hotel.

Semua upaya yang sedang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pendapatan di New Sunari Lovina Beach Resort. Namun, saat ini masih terdapat potensi yang belum dioptimalkan dalam praktik *cross selling*. Masalah ini muncul karena ada kelemahan dalam komunikasi di dalam tim kerja, baik antara rekan kerja di berbagai departemen maupun antara kolega. Selain itu, terdapat kurangnya antusiasme dari tim *guest relation* dalam melaksanakan *cross selling*, karena mereka mungkin belum sepenuhnya memahami bagaimana cara melaksanakan *cross selling* dengan efektif.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Penerapan *Green Communication* Pada Departemen *Front Office* di New Sunari Lovina Beach Resort”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis sejumlah permasalahan yang terkait dengan penerapan *Green Communication* oleh *Front Office* pada New Sunari Lovina Beach Resort. Pertama, penelitian ini akan mencoba menjawab bagaimana *Front Office* pada New Sunari Lovina Beach Resort menerapkan *Green Communication*, dengan fokus pada praktik-praktik yang mereka terapkan dalam konteks komunikasi berkelanjutan dan ramah lingkungan. Kedua, penelitian ini akan mengidentifikasi kendala-kendala yang mungkin dihadapi oleh *Front Office* dalam upaya penerapan *Green Communication*, seperti hambatan operasional atau hambatan sumber daya. Terakhir, penelitian ini akan menguji strategi yang digunakan oleh Departemen *Front Office* dalam praktik *cross selling* dengan memanfaatkan model *Green Communication*, yang akan membantu dalam meningkatkan kesadaran tamu terhadap praktik berkelanjutan yang dilakukan oleh resort tersebut. Identifikasi masalah-masalah ini penting untuk memahami tantangan dan peluang dalam penerapan *Green Communication* di sektor perhotelan, serta memberikan dasar untuk mengembangkan rekomendasi perbaikan yang lebih efektif.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, fokus penelitian terbatas pada *Front Office* Department di New Sunari Lovina Beach Resort, dengan penekanan pada praktik *Green Communication* yang mereka terapkan. Aspek lain dari resort atau departemen lainnya mungkin tidak menjadi bagian dari analisis mendalam dalam penelitian ini. Kedua, kendala-kendala dalam penerapan *Green Communication* akan diidentifikasi, tetapi penelitian ini tidak akan menyelidiki secara mendalam solusi atau tindakan perbaikan yang mungkin diambil untuk mengatasi kendala tersebut. Penelitian ini juga memiliki kendala waktu, dan oleh karena itu, hanya akan memberikan gambaran pada titik tertentu dalam waktu tertentu, yang mungkin tidak mencakup perubahan atau perbaikan yang terjadi di masa depan. Terakhir, penelitian ini difokuskan pada strategi *cross selling* dalam konteks *Green Communication* oleh *Front Office*, dan tidak akan membahas strategi lainnya yang mungkin digunakan di departemen lain di resort ini. Pembatasan ini membantu mengarahkan fokus penelitian untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni

1. Bagaimanakah Penerapan *Green communication* oleh *Front Office* pada New Sunari Lovina Beach Resort?
2. Apa saja kendala dalam Penerapan *Green communication* oleh *Front Office* pada New Sunari Lovina Beach Resort?

3. Bagaimana Strategi *Front Office Department* Dalam *Cross Selling* dengan menggunakan model *Green Communication*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi penerapan *green communication* oleh *Front Office* pada New Sunari Lovina Beach Resort
2. Mengidentifikasi kendala dalam penerapan *green communication* oleh *Front Office* pada New Sunari Lovina Beach Resort
3. Mengidentifikasi strategi *Front Office* dalam *Cross Selling* dengan menggunakan model *Green Communication*

1.4 Manfaat Penelitian

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

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan berkontribusi pada peningkatan pemahaman ilmiah bagi mahasiswa Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan Universitas Pendidikan Ganesha, terutama dalam konteks penerapan *Green Communication* dalam praktik *cross selling* dengan tujuan 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 Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber daya yang berharga bagi mahasiswa, memberikan wawasan lebih dalam tentang pentingnya komunikasi berkelanjutan (*Green Communication*) dalam industri perhotelan dan pariwisata. Pengetahuan ini dapat membantu mereka mengembangkan keterampilan yang relevan dalam manajemen pengelolaan perhotelan dan memberikan kontribusi positif dalam menjalankan praktik-praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya *Green Communication* dalam *cross selling*, mahasiswa diharapkan akan lebih siap untuk menghadapi tantangan di dunia kerja yang terkait dengan industri perhotelan dan pariwisata yang berkelanjutan.

c. Bagi New Sunari Lovina Beach Resort

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