



JURNAL PERHOTELAN DAN PARIWISATA

SUSUNAN PENGURUS

Penanggung Jawab

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya

Ketua Penyunting

I Ketut Eli Sumerta

Wakil Ketua Penyunting

Herindyah Kartika Yuni

Dewan Penyunting

| | |
|--------------------------|---------------------|
| I Ketut Sutapa | STIPAR Triatma Jaya |
| Wisnu Bawa Tarunajaya | STP Nusa Dua Bali |
| I Nyoman Madiun | STP Nusa Dua Bali |
| Nyoman Sudiarta | Universitas Udayana |
| Nengah Subadra | STIPAR Triatma Jaya |
| Ni Luh Sayang Telagawati | STIE Triatma Mulya |

Pemimping Redaksi

I Made Bayu Wisnawa

Tata Usaha

Putu Agus Prayogi
Katerina Evi Tandirerung

Sirkulasi & Distribusi

I Wayan Arta Artana

Design & Lay Out

Isa Wahjoedi Dwi Poetranto



JURNAL Perhotelan dan Pariwisata

DAFTAR ISI

Pengemasan Kuliner Lokal dan Cinderamata Lokal Dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Tista, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan (halaman 1-18)

Agus Muriawan Putra, Ni Nyoman Sri Aryanti, IB. Ketut Astina, IB. Dwi Setiawan

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pita Maha Resort & Spa Ubud BALI (halaman 19-34)

Gusti Ayu Agustina Riski, I Wayan Arta Artana

Pelibatan Masyarakat Lokal Dalam Penyediaan Penginapan Lokal (Homestay) di Desa Wisata Tista, Kabupaten Tabanan (halaman 35-52)

Agung Sri Sulistyawati, Fanny Maharani Suarka, Putu Ratih Pertiwi

Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Liang Ndara Kecamatan Mbeliling Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur (NTT), (halaman 66-93)

Anak Agung Bagus Wirateja, Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan

Strategi Pemasaran Desa Wisata Tista Kabupaten Tabanan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Erupsi Gunung Agung Bali (halaman 94-125)

I Nyoman Jamin Ariana, Ida Bagus Ketut Astina

Strategi Peningkatan Penjualan Kamar Melalui Kegiatan Pemesanan Kamar dan Yield Management Pada Hotel Grand Hyatt Bali

(halaman 113-125)

I Made Suwitra Wirya, I Gusti Agung Bagus Widiantera

Menjaga Ideologi Kebangsaan Menuju Perkembangan Pariwisata Berkarakter Indonesia (halaman 126-136)

Ni Wayan Mekarini

**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN KAMAR MELALUI
KEGIATAN PEMESANAN KAMAR DAN YIELD MANAGEMENT
PADA HOTEL GRAND HYATT BALI**

I Made Suwitra Wirya*¹
made.suwitra@yahoo.com

I Gusti Agung Bagus Widiantara*²

STIPAR Triatma Jaya.

ABSTRACT

The changing competition conditions require every hotel to increase its response to the environment, the application of room reservation and yield management offer a concept so that each hotel is able to position itself in the best position in the changing conditions. Through this qualitative research, it was revealed that there were a number of obstacles in increasing room sales through room bookings and yield management at the Grand Hyatt Hotel in Bali. The data collection techniques in this research were interview, observation and documentation techniques. The research was conducted at the Grand Hyatt Hotel in Bali for six months. The results of the analysis of the research are to maintain in the best position in terms of room occupancy, and therefore a strategy to increase room sales is needed through the application of room reservation and yield management in the front office department of the hotel and also to overcome or anticipate the competitive climate so that organizational goals can be achieved. Therefore, it is really necessary to have a room reservation and yield management applications at the Grand Hyatt Bali Hotel.

Keywords: *Room sales, room booking, yield management.*

PENDAHULUAN

Hotel sebagai akomodasi pariwisata memiliki peran sangat

penting, untuk memanjakan wisatawan selama berlibur di Bali, terlebih lagi Pulau Bali yang sudah



menjadi daerah tujuan wisata bagi wisatawan nusantara dan dunia. Berbagai hotel bermunculan mulai dari hotel kecil hingga hotel besar. Keberadaan hotel yang beraneka ragam ini tentu memberikan berbagai pilihan fasilitas dan harga kamar. Bali Tribun, edisi tanggal 20 April 2016 menyebutkan di Bali telah terjadi kelebihan kamar hotel. Kondisi ini menimbulkan persaingan dan perang tarif yang terjadi

antar hotel, hal ini juga tidak sejalan dengan tujuan pariwisata di Bali yaitu menyedot wisatawan yang berkwalitas baik, maka itu diperlukan strategi untuk meningkatkan penjualan kamar dengan pemakaian sumber daya pada bagian kantor depan hotel untuk meningkatkan penjualan kamar, menanggulangi atau mengantisipasi kendala-kendala dalam iklim kompetitif agar sasaran organisasi dapat tercapai. Maka itu, dipandang perlu adanya aplikasi *yield management* di hotel yang ada di Bali, khususnya di Hotel Grand Hyatt Bali.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana prosedur penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management* pada Hotel Grand Hyatt Bali ?
2. Apa sajakah kendala yang dihadapi pihak Hotel Grand Hyatt Bali untuk meningkatkan penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management* ?
3. Strategi apa saja yang diterapkan pada Hotel Grand Hyatt Bali untuk meningkatkan penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management* ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui prosedur penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management* pada Hotel Grand Hyatt Bali.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pihak Hotel Grand Hyatt Bali guna meningkatkan penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management*.
3. Untuk mendapatkan Strategi yang diterapkan Pada Hotel Grand Hyatt Bali dalam meningkatkan



penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management*.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah dapat mengaplikasikan teori manajemen hotel khususnya teori *Yield Manajement* serta mampu memberikan sumbangan pemikiran di dalam peningkatan pendapatan Hotel Grand Hyatt Hotel Bali.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Tentang Hotel

Menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Pengertian hotel menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam Sulastiyono

(2011:6), adalah "Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Klasifikasi Hotel

Menurut Abbott dan Lewry (2002, p.6), hotel bisa dibedakan berdasarkan pada beberapa hal di antaranya berdasarkan lokasi, yaitu;

- a. *Small hotel*, dengan jumlah kamar di bawah 25 kamar.
- b. *Medium hotel*, dengan jumlah kamar antara 25–99 kamar.
- c. *Larger hotel*, dengan jumlah kamar lebih dari 100 kamar.
- d. *Major hotel*, dengan jumlah kamar lebih dari 300 kamar.

Tinjauan Tentang Strategi

Menurut Sjafrizal (2011) mengatakan strategi adalah cara untuk mencapai tujuan berdasarkan analisa terhadap faktor internal dan eksternal.

Jadi dalam menentukan strategi ini perlu diketahui secara mendalam apa yang menjadi faktor internal,



yaitu kekuatan atau kelebihan yang dimiliki Hotel Grand Hyatt Bali dan juga faktor yang menjadi kelemahan sehingga kelemahan bisa diminimalisir dan kekuatan hotel ini bisa dimaksimalkan.

Dalam pengembangan di Hotel Grand Hyatt Bali ini, perlu ditinjau juga faktor eksternal, yaitu peluang-peluang yang ada dan bisa dikembangkan, strategi pengembangan juga perlu memperhatikan tantangan atau hambatan yang muncul karena lingkungan sekitarnya.

Dalam penelitian ini strategi adalah suatu rencana peningkatan penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management* pada Hotel Grand Hyatt Bali.

Tinjauan Teknik Penjualan dan Pemesanan Kamar Hotel

Menurut Sulastiyono (2001 : 76), Adapun teknik menjual kamar adalah dengan menggunakan langkah sebagai berikut :

1. Pendekatan (*Approach*)

Seorang petugas penerima tamu harus selalu melakukan pendekatan kepada para tamu

dengan cara menyambut tamu dengan cara menyambut tamu dengan ramah tamah, sopan, senyum. Langkah ini dilakukan untuk mendapatkan kesan pertama yang baik dari tamu.

2. Penjelasan dan penetapan harga kamar.
3. Mengatasi tamu yang merasa keberatan.
4. Menutup penjualan.

Menurut Sulastiyono (2001 : 64), Pelayanan pemesanan kamar dilakukan oleh bagian pemesanan kamar, bagian tersebut merupakan bagian yang pertama dihubungi oleh tamu sebelum tamu tersebut datang menginap di hotel. Memesan kamar lebih dahulu sering dilakukan oleh tamu yang akan menginap untuk memastikan apakah kamar yang dikehendaki oleh tamu masih tersedia atau tidak. Adapun ruang lingkup kegiatan operasional bagian pemesanan kamar meliputi :

1. Melayani seluruh pemesanan kamar hotel dari berbagai sumber dan cara pemesanan.
2. Melaksanakan proses pekerjaan pemesanan kamar termasuk memberikan konfirmasi kamar.

3. Mengarsipkan pesanan kamar sesuai dengan tanggal, bulan kedatangan tamu.
4. Melakukan pengecekan situasi jumlah dan jenis kamar yang terjual dan yang belum terjual.

Tinjauan Tentang Konsep Dasar *Yield Management*

Menurut Sugiarto (2002: 35), *Yield Management* juga dapat dimanfaatkan untuk bisnis yang bergerak dalam bidang akomodasi, penyewaan mobil, kapal pesiar, kereta api dan industri pariwisata lain yang berdasar pada reservasi terhadap komoditi yang *perishable* (rentan/mudah rusak). *Yield management* mengikuti konsep ekonomi mengenai hubungan permintaan dan pasokan (*supply & demand*). Harga cenderung naik bila permintaan lebih banyak dari pasokan. Sebaliknya harga cenderung turun bila permintaan lebih sedikit dibanding pasokan. Di dalam dunia industri layanan *yield management* dapat juga disebut manajemen keuangan (*revenue management*), yakni teknik untuk menentukan kapan harga harus dan

dinaikkan. Karena itu seorang *Front Office Manager* harus mencatat hal penting seperti :

- Perbaikan perkiraan.
- Perbaikan harga kamar musiman dan membuat keputusan.
- Mengidentifikasi segmen pasar yang baru.
- Mengidentifikasi permintaan segmen pasar.
- Meningkatkan koordinasi antara Kantor Depan dengan bagian penjualan (*Sales Department*)
- Menghitung aktivitas korting.
- Memperbaiki pengembangan rencana bisnis.
- Memperbaiki harga kamar yang ketinggalan zaman.

Persyaratan Dalam Penerapan *Yield Management*

Menurut Kimes (1998, pp.3-4 persyaratan dalam penerapan *yield management* antara lain :

- a. Kemampuan memisah pasar, hal ini menyangkut kemampuan untuk melakukan segmentasi pasar.
- b. Produk terjual dimuka, maksudnya bahwa *yield management* kelihatan

fungsinya ketika dalam proses pesanan diterima atau ditolak sebelum produk yang ditawarkan dikonsumsi oleh pemakai.

- c. Permintaan yang berfluktuasi, ketika jumlah permintaan konstan (tetap) per periode, maka *yield management* tidak kelihatan fungsinya, namun ketika berhadapan dengan pesanan yang berfluktuasi, maka *yield management* harus diterapkan untuk bisa mendapatkan keuntungan terbaik yang bisa dicapai pada sebuah periode.
- d. Biaya penjualan marjinal yang rendah, *yield management* bisa berfungsi dengan baik, ketika biaya untuk melakukan sebuah penjualan satu unit kamar adalah rendah.
- e. Biaya produksi marjinal yang tinggi, biaya produksi marjinal ini adalah biaya keseluruhan dari usaha menyajikan layanan kamar.
- f. Persediaan tak tahan lama, maksudnya bahwa tingkat *turnover* tinggi atas kamar yang disewakan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi :

Lokasi dan Kepemilikan Hotel Grand Hyatt Bali.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Grand Hyatt Bali, yang berlokasi di di kawasan BTDC (*Bali Tourism Development corporation*) Nusa Dua. Grand Hyatt Bali, berdiri tanggal 5 Mei 1991, dengan 750 kamar. Hotel Grand Hyatt Bali dimiliki oleh keluarga Pritzker yang sekaligus menjadi komisaris utama Hyatt Internasional. Hotel ini dibangun diatas lahan seluas 8 Ha dengan garis pantai yang terbentang sepanjang 650 meter yang menjadikan hotel ini sebuah resort mewah dengan garis pantai terpanjang. Resort ini memiliki 4 bangunan utama (villages) dengan style istana air dari kerajaan Bali kuno, dihiasi dengan air terjun, kolam lily dan teratai, dan sungai yang mengalir sepanjang kebun tropis.



Grand Hyatt Bali memiliki jarak yang relatif dekat dengan daerah Kuta, Sanur dan Denpasar dan ditunjang pula dengan pemandangan mengagumkan, yang menghadap ke taman laguna (garden view) dan panatai (*ocean view*), semua kamar didekorasi dengan warna natural yang lembut, dipadukan dengan tekstil modern khas Bali. Grand Hyatt menawarkan fasilitas dan jasa pelayanan yang lengkap. Hotel Grand Hyatt Bali dapat ditempuh dengan waktu 30 menit dari Bandara Ngurah Rai.

Variabel yang diamati/ diukur.

Adapun variabel yang akan diamati dalam kegiatan penelitian ini adalah :

- ✓ Fasilitas Hotel
- ✓ Kondisi karyawan Hotel
- ✓ Aktifitas di Hotel Grand Hyatt Bali.
- ✓ Tingkat Hunian dan Harga Kamar Hotel Grand Hyatt Bali.
- ✓ Kebijakan dan peraturan di Hotel Grand Hyatt Bali.

Tahapan Penelitian

- **Observasi Ke Obyek**
- **Pengumpulan Data dan wawancara.**
- **Kompilasi Data.**

- **Penyusunan Hasil Penelitian.**
- **Publikasi**

Responden Penelitian

Adapun responden dalam penelitian ini, melibatkan 10 orang responden yang dianggap mengetahui permasalahan yang terkait dengan penelitian ini. Narasumber yang diwawancarai yaitu : *Front Office Manager (FOM) Reservation Manager, Reservation Supervisor, Reception, Bellboy Captain, Bellboy dan Front Office Supervisor di Hotel Grand Hyatt Bali.*

Metode Pengumpulan Data

Data yang didapatkan dari penelitian ini dikumpulkan dengan metode :

- **Kuesioner** : pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan secara lengkap yang telah dipersiapkan sebelumnya kepada responden / sampel.
- **Wawancara terstruktur**
Pengumpulan data dilakukan dengan tanya jawab secara langsung berdasarkan pedoman wawancara untuk

memperoleh informasi tambahan yang ada kaitannya dengan permasalahan dibahas.

- **Metode Dokumentasi**

Yaitu pengumpulan data sekunder melalui dokumen-dokumen yang dimiliki sumber data sekunder atau hotel tersebut.

- **Metode Observasi**

Yakni melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mengetahui situasi internal dan eksternal Hotel Grand Hyatt Bali serta masalah-masalah yang dihadapi.

Teknik Analisis Data

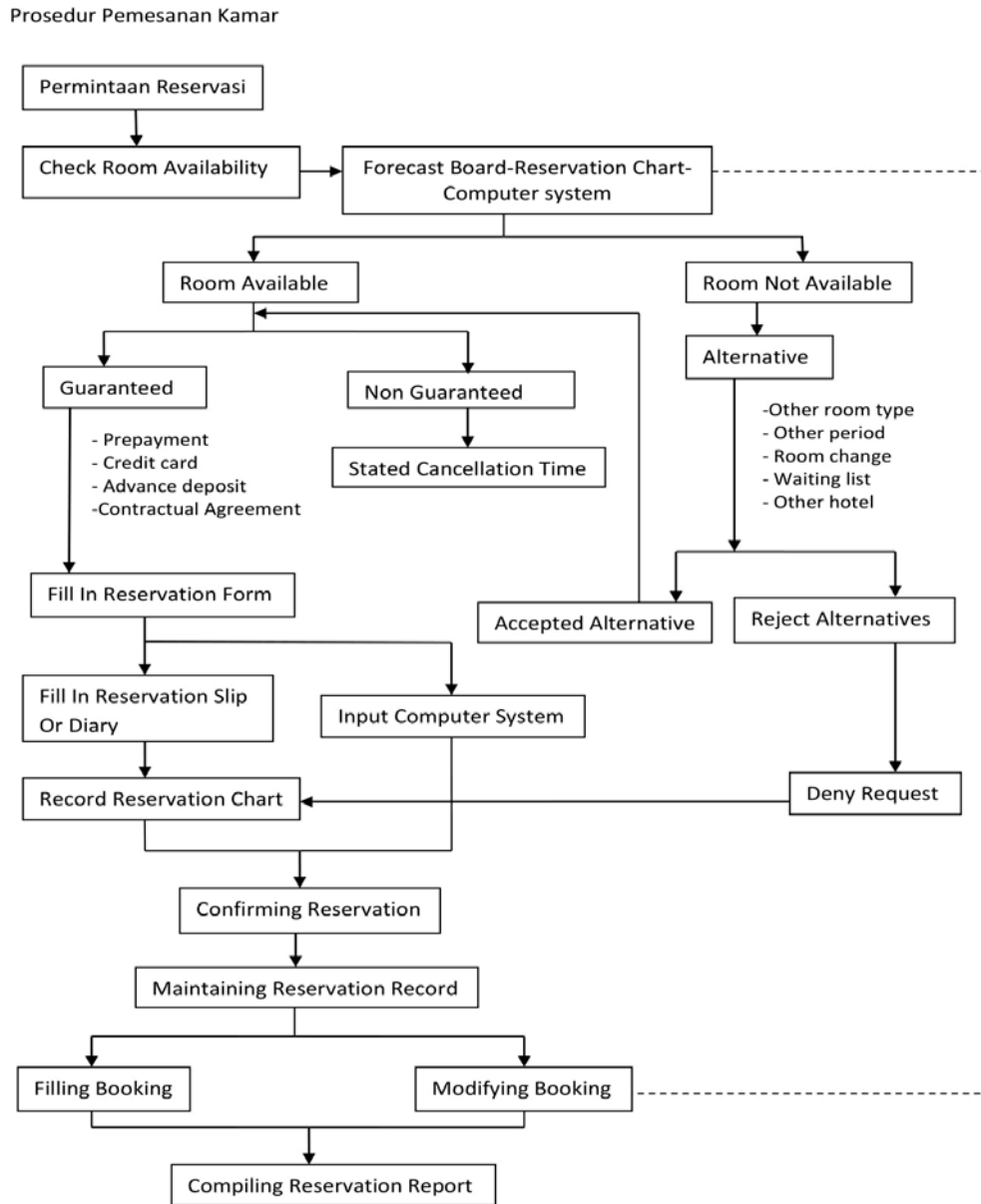
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini **Deskriptif Kualitatif**, yaitu memberikan ulasan atau interpretasi atau makna terhadap data dan informasi yang diperoleh, sehingga menjadi lebih bermakna daripada sekedar penyajian dalam bentuk angka – angka (numerik) : analisis *Yield Management*, adalah kelanjutan analisis situasi internal – eksternal, kombinasi ini akan menghasilkan beberapa strategi umum (Grand Strategy) pengembangan di Hotel Grand Hyatt Hotel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun Prosedur penjualan kamar pada Hotel Grand Hyatt Bali, dapat dilihat pada bagan di halaman berikut:

.

Bagan 1. Prosedur penjualan kamar melalui kegiatan pemesan kamar dan *yield management* pada Hotel Grand Hyatt Bali.



Sumber : Hasil Observasi penelitian, Tahun 2018

Kendala yang dihadapi pihak Hotel Grand Hyatt Bali untuk meningkatkan penjualan kamar melalui kegiatan pemesan kamar dan *yield management*

1. Kendala internal

Kesalahan *internal* meliputi:
Kesalahan menulis nama, tanggal kedatangan dan keberangkatan



tamu, Kesalahan didalam mencatat cara pembayaran (personal account, master account dan lain-lain), pengarsipan yang tidak baik, Harga kamar yang kurang jelas, ketidakjelasan fasilitas yang diperoleh tamu pada saat pemesanan kamar, Informasi yang didapatkan tamu salah, Data jumlah tamu yang datang tidak dicatat dengan baik

2. Kendala external

Kesalahan *external* meliputi : kerusakan jaringan alat komunikasi, komunikasi yang tidak bagus dengan pihak travel agent, tamu, keterbatasan waktu penelpon pada waktu membuat pemesanan kamar, biaya komunikasi jarak jauh (SLI) pada waktu membuat pemesanan kamar yang terlalu tinggi, bahasa yang dipergunakan untuk promosi di website tidak jelas, kolom untuk memasukan data tamu di website kurang jelas

3. Kendala-kendala *yield management*

Kendala internal hotel

- Diperlukannya pengembangan ketrampilan dan pengetahuan tentang *yield management*
- Teknologi komputerisasi hotel tidak selalu *up to date* dengan berbagai *website cancel*
- Komunikasi antar *department*

d) Biaya pemasangan iklan di website yang tinggi

4. Kendala-kendala external hotel

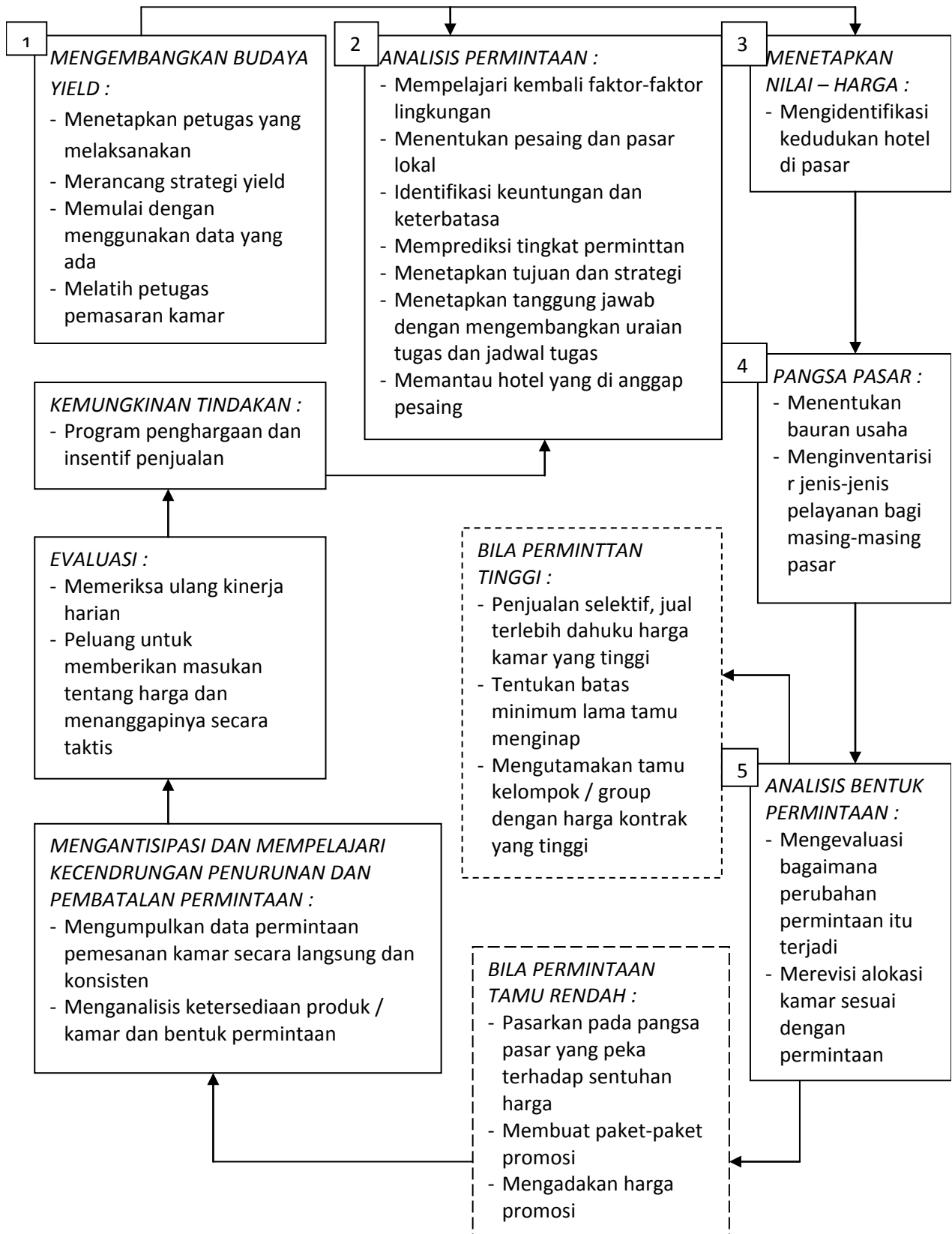
- Online travel agent* (OTA) lebih mendominasi penjualan kamar
- Persaingan harga
- Adanya *flexibility* perubahan harga oleh *online travel agent* (OTA)
- Kurang kesadaran dari pemesan kamar (travel agent, perusahaan atau perorangan untuk melihat *website* sebelum menelpon ke hotel.

Strategi yang diterapkan Pada Hotel Grand Hyatt Bali untuk meningkatkan penjualan kamar melalui kegiatan pemesanan kamar dan *yield management*, antara lain :

- Membuat paket special (*package*)
- Memberikan penawaran, diskon pada *low season*
- Program loyalitas konsumen
- Promosi hotel ke agent lokal
- Promosi lewat *website*
- Membuat paket yang unik
- Memberikan pelatihan kepada staff reservasi menjual kamar yang efektif dan efisien
- Memberikan pengetahuan yang baik kepada staff reservasi tentang paket yang sedang ada



PROSEDUR YIELD MANAGEMENT



Sumber : Hasil Observasi Penelitian, Tahun 2018



KESIMPULAN

Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa, untuk meningkatkan pendapatan yang maksimal di Hotel Grand Hyatt Bali dapat dilakukan dengan menerapkan *Yield Management* secara konsisten. Baik pada kondisi permintaan tinggi maupun permintaan rendah sehingga Hotel Grand Hyatt Bali mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Saran

Saran yang bisa penulis sampaikan dalam penelitian ini, baik kepada pihak Hotel Grand Hyatt Bali, Kampus Stipar Triatma Jaya dan juga bagi peneliti lain, adalah :

1. Beberapa saran yang bisa disampaikan bagi pihak hotel, yaitu :
 - a. Meningkatkan pelayanan untuk tamu, dalam hal penggunaan alat promosi yang ada, menyebarkan iklan tentang harga promo melalui selebaran, media cetak dan elektronik, *broadcast message, email* dan *website*, lebih sering mengadakan diskon khususnya pada saat *low season*.
 - b. Membuat inovasi terhadap produk yang sudah ada, dengan cara lebih meningkatkan fasilitas pendukung produk untuk tamu seperti mengganti pemanas air

minum di dalam kamar yang sudah rusak, memperbaiki *air conditioner* dengan cepat dan menambah lagi jangkauan *wi-fi* hingga pantai, kolam renang dan area parkir di lingkungan Hotel Grand Hyatt Bali. Perbaikan segera dilakukan untuk kamar yang rusak agar bisa dijual kembali.

- c. Saran juga penulis berikan untuk lebih meningkatkan lagi keramah-tamahan dan penampilan karyawan saat bertemu tamu, berkomunikasi dengan tamu serta staf *travel agent* lewat telepon.
 - d. Mengembangkan ketrampilan dan pengetahuan tentang *Yield Management* terutama bagi seluruh karyawan yang berhubungan langsung dengan tamu.
 - e. Mengembangkan pengetahuan dan penguasaan teknologi bagi seluruh karyawan.
2. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Triatmajaya disarankan untuk dapat menambah dan melengkapi buku referensi di perpustakaan sehingga dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan penulisan.



3. Bagi peneliti lain disarankan untuk menambah indikator strategi penjualan lainnya, karena masih ada indikator lain tentang strategi penjualan yang belum peneliti lakukan, seperti sumber daya manusia, proses, dan *Physical evidence*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, P., dan Lewry, S. (2002). *Front office, procedures, social skills, yield and management*, (2nd ed), Britanin: Bath Press.
- Anonim, 2011. *SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW.340/MPPT-86*.
- Darna, I Made, 2016 “Kelebihan Kamar Hotel”. Bali Tribune, 20 April 2016.
- Hendra Fitriyono, Sienny Tio, 2006. *Implementasi Yield Management di Hotel Skala Kecil dan Menengah di Surabaya, Implementasi Mengenai Hambatan dan Faktor keberhasilan*. Vol 2, No 1 Maret 2016, pp 7-17, <http://www.petra.ac.id/puslit/journals>.
- Jauncey, S., Ian, M., and Pamudji, S. (1995). The meaning and management of yield in hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 7, (4), pp. 23-
- Kiemes, S. E. (1989). The basic of yield management, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Nov., pp. 14-19.
- S Pendit, I Nyoman .1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Soekadijo, R.G. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, Endar & Haryadi, IGN, 2002, *Manajemen Kantor Depan Hotel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, Prof Dr. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sulastiono, Agus, 2001, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Bandung : Alfabeta.
- Triton, P.B., S.Si. 2007. *Manajemen Strategis Terapan Perusahaan dan Bisnis*, Yogyakarta, Tugu Publisher.
- Wardiyanta, Drs, M.Hum. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta. Jakarta. PT.Pradnya Paramita.