

FAKTOR PENARIK PRESIDENSI G20 TERHADAP TINGKAT RESERVASI VENUE PENYELENGGARAAN EVENT DI APURVA KEMPINSKI BALI

Marmaiyatno^{1*}, Ganang Aditiyo Prakoso², Anak Agung Ratih Kesumadewi³

Event Management, Politeknik Internasional Bali

*Korespondensi: marmaiyatno@pib.ac.id

Diajukan	Direvisi	Diterima
06-07-2023	23-10-2023	09-11-2023

ABSTRACT

Purpose: This research was carried out with the aim of determining the pull factors of the G20 Presidency on the level of venue reservations for event organizers at the Apurva Kempinski Hotel Bali.

Method: This research uses a quantitative approach in the form of numbers. The sampling technique in this research uses two sampling techniques, namely, probability sampling and incidental sampling. The number of respondents needed in this research was 40. This research involved 40 respondents, taken from hotel staff, 10 respondents, and guests, 30 respondents. The choice of this formula is considered ideal because it is not too much and not too little, considering the limitations of this research due to time constraints and difficulties in obtaining data. Questionnaires were distributed using Google Forms to respondents who had carried out activities at The Apurva Kempinski Bali Hotel to obtain valid data and information about employees of The Apurva Kempinski Bali Hotel. Data analysis techniques using simple regression and the T test using the Statistical Package for the Social Sciences SPSS 25

Implications: Based on the research results, the ability of the pull factor model (X1) to explain variations in the reservation level variable (Y) is 21.5%, and the rest is influenced by other independent variables. Based on the results of the t test, pull factors have a significant impact on venue reservations at the Apurva Kempinski Hotel Bali.

Keywords: Pull Factors, G20 Presidency Reservations, Apurva Kempinski Hotel

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui Faktor Penarik Presidensi G20 terhadap tingkat reservasi venue penyelenggara event di Hotel Apurva Kempinski Bali

Metode: Penelitian ini pendekatan kuantitatif berupa bilangan atau angka. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan 2 teknik pengambilan sampel yaitu: pengambilan sampel probabilitas dan pengambilan sampel insidental. Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 40 orang responden. Penelitian ini melibatkan 40 responden yang diambil dari kariawan hotel 10 responden dan tamu 30 responden. Pemilihan formula ini dipertimbangkan ideal karena tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, mengingat keterbatasan penelitian ini dikarenakan keterbatasan waktu dan kesulitan dalam memperoleh data. Kuesioner disebar menggunakan Google From bagi responden yang pernah melakukan kegiatan di hotel The Apurva Kempinski Bali untuk mendapatkan data yang valid dan kariawan hotel The Apurva Kempinski Bali. Teknik analisis data dengan regresi sederhana dan uji T menggunakan (Statistical Package for the Social Sains) SPSS 25

Implikasi : Berdasarkan hasil penelitian kemampuan model faktor penarik (X1) menerangkan variasi variabe tingkat resevasi (Y) sebesar 21,5% dan sisanya diperngaruh variabel independen lainnya. Berdasarkan hasil uji t faktor penarik berdapak signifikan terhadap reservasi venue di Hotel Apurva Kempinski Bali

Kata Kunci: Faktor Penarik, Reservasi Presidensi G20, Hotel Apurva Kempinski

PENDAHULUAN

Pada 1 Desember 2021 Indonesia resmi mengetuai atau Presidensi G20, G20 merupakan forum Kerjasama atau Kelompok yang terdiri dari 19 negara utama dan 1 Uni Eropa. Dimana G20 merepresentasikan lebih dari 60% populasi bumi, 75% Perdagangan global dan 80% PDB dunia. Selama satu tahun mendatang Indonesia akan menjadi sorotan dunia dalam perannya sebagai pemimpin forum negara-negara dalam KTT (Konfrensi Tingkat Tinggi). Dimana Indonesia merupakan Negara kelima yang menjadi tuan rumah KTT setelah Jepang, Tiongkok, Korea Selatan, dan Arab Saudi. Indonesia merupakan Negara satu-satunya di Asia tenggara yang menjadi anggota G20, Menurut lansiran dari Indonesia.co.id.

Pulau Bali dikenal sebagai tempat wisata yang menawarkan berbagai objek wisata kepada para wisatawan, seperti wisata budaya, wisata alam, maupun wisata kuliner. Bukan hanya itu, Bali juga terkenal akan keramah-tamahan masyarakat serta adat istiadatnya. Sehingga banyak wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Dengan kegiatan pariwisata yang semakin berkembang maka kegiatan pariwisata tidak hanya sekedar untuk tujuan berlibur, akan tetapi ada tujuan bisnis juga. Adanya Industri MICE (Meeting, Incentives, Conferences, Exhibition) yang diartikan dalam industry pariwisata itu sendiri sebagai suatu jenis kegiatan pariwisata dimana pesertanya merupakan kelompok besar yang biasanya sudah direncanakan untuk sebuah kepentingan bersama. Wisata konvensi atau MICE tidak hanya dikenal sebagai industri yang berkaitan dengan pelayanan saja, namun sebagai salah satu sektor yang tumbuh sangat cepat pada industri pariwisata Dwyer & Forsyth (1997) dalam Seebaluck et.al. (2013). Pada umumnya wisata konvensi atau MICE selalu berkaitan dengan sektor usaha lainnya seperti perdagangan, transportasi, travel, hiburan, akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, venues, informasi teknologi dan keuangan Seebaluck et.al (2013). Sehingga bentuk kegiatan dalam wisata ini selalu melibatkan banyak sumber daya baik manusia, bahan baku, uang, metode, dan gagasan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi Wisnawa (2013). Tipe wisatawan tersebut dalam industri pelayanan jasa terkenal sebagai "big spenders" jika dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung untuk berlibur saja Gurkina (2013)

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang sangat besar bagi semua negara termasuk Indonesia, terutama di sector perekonomian. Pemerintah Indonesia telah memberikan berbagai tindakan pengobatan dan pengendalian antara lain preventif, persuasive dan represif. Pandemi telah berdampak pada perlambatan tingkat laju perekonomian, dan hal ini terjadi pada sector perdagangan, transportasi, perhotelan dan pariwisata. Penyelenggaraan Presidensi G20 di Indonesia memiliki kekuatan politik dan ekonomi serta mampu mendorong pemulihan ekonomi di Indonesia khususnya Bali.

The Apurva Kempinski Bali salah satu venue yang di gunakan untuk acara G20, hotel berbintang 5 yang berada di Nusa Dua Bali, yang memiliki ballroom dengan kapasitas 1000 orang tersebut sangat cocok sebagai penyelenggara berbagai event internasional atau lokal yang ada di Bali. Dengan adanya event G20 tentunya akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh faktor penarik presidensi G20 terhadap tingkat reservasi venue penyelenggara event yang ada di The Apurva Kempinski Bali.

Pengertian Hotel

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

Pengertian Hotel menurut Bagyono (2014) adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta pelayanan lainnya. Pengertian Hotel menurut Rumekso (2009) adalah bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan, dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan.

Sedangkan menurut Apandi & Baharta (2015) hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambing, Perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya, dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi Masyarakat umum, baik mereka yang bermalam dihotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu. Sedangkan Menurut Sulastiyono (2011) dalam Annishia & Prastiyo (2019), 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.

Faktor Penarik

Menurut Kim et al dalam He & Luo (2020) motivasi penarik definisikan terdiri dari informasi dan kemudahan fasilitas, aksesibilitas dan transportasi. Sedangkan Menurut Khuong et al., (2014) Faktor Penarik definisikan adalah gaya eksternal yang berhubungan dengan alam dan atraksi bersejarah, makanan, orang, fasilitas rekreasi, dan citra destinasi. Sedangkan menurut Alfisyahr & RD (2019) faktor penarik definisikan lebih terkait dengan destinasi tujuan dan menggambarkan sakt mata dapat memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan di destinasi tertentu contohnya cuaca, lingkungan alam, dan suasana eksotis. Menurut Crompton dan John dikutip dari Parhusip dalam Azmana & Elsandra (2020) menyebutkan tujuh Motivasi penarik (*pull*) (disebut juga motif budaya, motif yang lebih terkait dengan tempat tujuan wisata dibandingkan dengan status sosial dan psikologis individu) terdapat dua faktor, yaitu:

A. *Novelty*

Motivasi berwisata yang muncul karena adanya keingintahuan, petualangan, baru dan berbeda. Wisata untuk mencari tempat-tempat baru dengan petualangan baru menjadi hal yang menarik. Novel berarti bertemu dengan pengalaman baru tetapi tidak berarti pengetahuan yang baru.

B. *Education* (pendidikan)

Motivasi wisata dikarenakan adanya minat terhadap pendidikan. Termotivasi untuk mengunjungi tempat-tempat yang memberikan pengetahuan dan pendidikan. Selain itu pendidikan dirasakan sebagai cara untuk mengembangkan diri individu.

Awaritefe dalam Azmana & Elsandra (2020) yang memotivasi seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat untuk berwisata, yaitu:

1. *Static factor*

Faktor-faktor dari tempat wisata yang tidak bisa diubah, contoh: iklim, jarak, sejarah tempat wisata, bentangan alam, dan lain-lain

2. *Dynamic Factor*

Faktor-faktor dari tempat wisata yang bisa diubah, contoh: akomodasi termasuk makanan, hiburan, minat pribadi, atmosfir politis, tren pariwisata.

3. *Current Decision*

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berwisata, contoh: strategi marketing dan harga barang dan jasa di tempat tujuan wisata.

4. *Commercial Bisnis*, contoh: pembelian karya seni, hasil kerajinan tangan.

Information/advertisement destination : rekomendasi dari teman atau kenalan baru ataupun promosi melalui media

Pengertian Reservation

Pengertian reservasi menurut Andi Soenarno (2006) adalah pemesanan tempat terlebih dahulu sebelum tamu datang ke hotel. Pengertian reservasi menurut Sutanto (2010) dalam Hariati Lunis dan Kodar Siahaan (2021) merupakan suatu pemesanan kamar yang dilakukan pada waktu sebelumnya yang diperoleh dari berbagai sumber dan menggunakan beberapa cara pemesanan untuk memastikan bahwa tamu akan memperoleh kamar pada waktu *check in*. Reservasi adalah sebuah kata yang berawal dari kata *reserve* yaitu *to reserve* yang berarti menyiapkan atau menyediakan tempat saat sebelum kita menikmati apa yang

kita pesan atau sedang kita perlukan Afsheena (2022). Berdasarkan pengertian mengenai reservasi di atas, dapat disimpulkan bahwa reservasi merupakan kegiatan pemesanan tempat untuk disiapkan dalam suatu keperluan. Reservasi merupakan kegiatan yang dilakukan bukan hanya untuk keperluan tempat tinggal, melainkan kegiatan yang kita perlukan. Melalui pengertian tersebut, reservasi dapat dikaitkan dengan proses pemesanan kegiatan di suatu tempat atau event venue. Dan juga menurut Baker et al dalam Aprillia et al., (2017), reservasi adalah suatu permintaan seorang tamu agar memperoleh sejumlah kamar yang diinginkan, yang dilakukan beberapa waktu sebelumnya lewat beberapa sumber dan dengan berbagai cara pemesanan dengan tujuan dengan tujuan tamu mendapatkan apa yang diinginkan.

Menurut Bagyono (2016) dalam Krestanto (2019) Reservasi adalah satu seksi pada departement kantor depan yang tugas dan tanggungjawabnya menangani permintaan pemesan dari para calon tamu. Sedangkan menurut Baker, Bradley dan Huyton (2000) dalam Rakhmat (2020) Reservasi didalam konteks sebagai hotel adalah memesan sebuah kamar yang dilakukan oleh seorang tamu.

Event Venue

Pengertian event menurut Any Noor (2013) bahwa "event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu". Secara garis besar, event merupakan suatu acara yang dilaksanakan oleh suatu individu ataupun kelompok; keluarga, perkumpulan suatu bisnis atau perkumpulan individu atau kelompok tertentu yang memiliki bidang ketertarikan yang sama dengan tujuan tertentu. Menurut Getz dalam Noor (2013), peristiwa adalah suatu kegiatan tidak konvensional dan berbeda dari aktivitas kehidupan sehari-hari kemanusiaan. Event tersebut diadakan karena ada momen-momen tertentu untuk diperingati oleh kelompok atau individu.

Bersamaan dengan itu, Hardiman (2006) menyatakan bahwa event bertujuan untuk memperkenalkan atau untuk mempromosikan sesuatu kepada komunitas. Ahli lain Troy Halsey (2010) juga memaparkan bahwa event dikatakan sebagai sebuah peristiwa yang direncanakan untuk kepentingan tertentu. Sedangkan menurut O'Tool dan Mikolaitis (2007) event merupakan sebagian dari fungsi pemasaran dan diselenggarakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh gabungan dari perorangan atau kelompok untuk kepentingan dan tujuan tertentu yang sifatnya lebih penting dimana kegiatan ini merupakan bagian dari fungsi pemasaran dan diselenggarakan untuk memenuhi tujuan perusahaan.

Penjelasan lebih detail mengenai venue disampaikan oleh Nolan (2018) bahwa "*most venues are multipurpose in function and can accomodate all manner of events*". Bahwa sebagian besar tempat atau lokasi kegiatan memiliki tujuan yang beragam berdasarkan fungsinya dan segala macam acara dapat diadakan di tempat tersebut. Adapun jenis kegiatan tersebut adalah berbagai jenis pesta, perayaan, festival, kegiatan kebudayaan, rapat, pernikahan dan kompetisi olah raga, semua dapat diadakan dengan sukses di berbagai tempat (Nolan: 2018). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa The Apurva juga merupakan tempat atau lokasi yang sangat elegan dan cocok untuk mengadakan berbagai jenis acara atau kegiatan. Ditambah lagi dengan letaknya yang strategis berada di jantung kota dengan desain bangunan yang sangat mewah untuk mengadakan kegiatan atau suatu acara dan menjadikan moment special menjadi sangat berkesan. Dengan adanya event G20 tentunya akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh presidensi G20 terhadap tingkat reservasi venue penyelenggara event yang ada di hotel The Apurva Kempinski Bali.

Hipotesis

Hipoteses pertama

H_0 = tidak ada pengaruh faktor penarik terhadap tingkat reservasi

H_a = ada pengaruh faktor penarik terhadap tingkat reservasi

METODE

Kajiannya menggunakan pendekatan kuantitatif berupa bilangan atau angka. Pendekatan kuantitatif menekankan pada keberadaan variabel sebagai objeknya penelitian dan variabel-variabel ini harus didefinisikan dalam kaitannya dengan operasionalisasi dari setiap variabel. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder yaitu :

Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah berdasarkan observasi dan kuesioner dengan menggunakan *probability sampling* dan *sampling insidental*.

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan berkenaan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari perngagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan Sugiyono (2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non-partisipan, menurut sugiyono (2019) peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada respondent untuk di jawabnya. Lembar kusioner yang dibuat berdasarkan kerangka pemikiran dan diisi oleh responden/tamu dan kariawan hotel the Apuva Kempiski Bali. Kemudian untuk mengukur pendapat responden kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data hasil pengumpulan orang dan atau instansi lain dalam bentuk publikasi seperti biro statistik, majalah, keterangan atau publikasi lainnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi perpustakaan yaitu mengumpulkan data dari beberapa buku referensi serta beberapa jurnal dan penelitian terdahulu.

Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 40 orang responden. Penelitian ini melibatkan 40 responden yang diambil dari kariawan hotel 10 responden dan tamu 30 responden. Pemilihan formula ini dipertimbangkan ideal karena tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, mengingat keterbatasan penelitian ini dikarenakan keterbatasan waktu dan kesulitan dalam memperoleh data. Kuesioner disebarkan menggunakan Google From bagi responden yang pernah melakukan kegiatan di hotel The Apurva Kempinski Bali untuk mendapatkan data yang valid dan kariawan hotel The Apurva Kempinski Bali. Teknik analisis data dengan regresi sederhana dan uji T menggunakan (Statistical Package for the Social Sains) SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi (F)	Presentasi (%)
Laki-Laki	19	47,5
Perempuan	21	52,5
Total	40	100

Sumber: Data Olahan 2023

Berdasarkan table 1, karakteristik dari responden mengacu terhadap jenis kelamin 47,5% berjenis kelamin laki-laki dan 52,5% berjenis kelamin Perempuan

Berdasarkan Umur Responden

Tabel 2 Umur Responden

Umur	Frekuensi (F)	Presentasi (%)
17-23	10	25
24-30	20	50
31-37	8	20
>38	2	5
Total	40	100

Sumber: Data Olahan 2023

Berdasarkan table 2, Karakteristik dari responden berdasarkan umur responden berusia 17-23 sebesar 25%, 24-30 sebesar 50 %, 31-37 sebesar 20%, >38 sebesar 5%.

Berdasarkan Pendidikan Responden

Tabel 3. Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi (F)	Presentasi (%)
SD/SMP		
SMA/SMK/MA	11	27,5
Diploma	5	12,5
Sarjana	18	45
Pascasarjana	6	15
Total	40	100

Berdasarkan table 3, karakteristik dari Pendidikan Responden sebanyak 27,5% dari SMA/SMK/MA, 12,5% dari Diploma, 45% dari Sarjana, 15% dari pascasarjana

Bedasarkan Pekerjaan responden**Tabel 4. Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Frekuensi (F)	Presentasi (%)
Karyawan	21	52,5
Pegawai Negeri	2	5
Wiraswasta	17	42,5
Total	40	100

Berdasarkan table 4, karakteristik dari pekerjaan Responden sebanyak 52,5% dari Karyawan, 5% dari Pegawai negeri, 42% dari waraswasta.

Uji Hipotetsis**Tabel 5 Hasil Pengujian Koefisien Derterminasi Faktor Penarik dengan Resevasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.485 ^a	.235	.215	1.772

Dari Tabel 5 di atas nilai *R square* sebesar 0,215 (21,5%) dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model faktor penarik (X1) menerangkan variasi variabe tingkat resevasi (Y) sebesar 21,5% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya

Tabel 6 Hasil Pengujian T Variabel Faktor Penarik

Variabel	t _{Hitung}	Sig	t _{Tabel}	Keterangan
Faktor Penarik	3,417	0,002	2,021	Signifikan

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji t nilai signifikasinya pengaruhnya faktor penarik Terhadap Reservasi adalah 0,002 lebih kecil daripada 0,05 dan $t_{hitung}(3,417) > t_{tabel}(2,021)$ maka H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima. Dapat artinya secara individu variabe faktor penarik berpengaruh signifikan terhadap resevasi venue di hotel The Apurva Kempinski Bali

PEMBAHASAN**Faktor Penarik Tingkat Reservasi Venue Di Hotel Apurva Kempinski Bali**

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Koefisien Derterminasi faktor penarik sebesar 21,5% dan faktor penarik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Reservasi Venue di Hotel Apurva Kempinski di uji dengan regresi sederhana dan uji T. Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi Faktor Penarik yang dimiliki tamu semakin tinggi reservasi venue di The Apurva Kempinski Bali. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu Afrilian & Hanum (2022) menyatakan bahwa faktor lokasi, fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap minat untuk menginap.

Pagelaran presidensi G20 yang di lakukan di bali dan salah satu venue di lakukan di Hotel Kempinsky Bali sehingga berdampak positif terhadap reservasi venue di hotel tersebut karena berbagai factor tamu ingin melakukan kegiatan event di The Apurva Kempinski Bali ataralain Explosure Presidensi G20, Kemewahan Hotel, Fasilitas dan Lokasi:

a). Explosure Presidensi G20

Secara tidak langsung dari kegiatan tersebut banyak orang yang melihat kegiatan yang berada di hotel sehingga banyak orang penasaran dan ingin melakukan kegiatan meeting, wedding dan kegiatan lainnya di hotel tersebut. Dari hal tersebut menjadi salah satu faktor tamu melakukan kegiatan event di The Apurva Kempinski Bali.

b). Kemewahan hotel

Berdiri di atas lahan seluas 14 hektar dan resor ini dikelilingi lingkungan lahan luas hijau menghadap laut biru dan arsitektur menawan dengan ruang meeting yang dekorasinya modern dengan kapasitas sampai dengan 1000 peserta. Pada saat tamu melakukan kegiatan event di hotel tersebut memiliki kebanggaan tersendiri karena melakukan kegiatan di hotel berbintang yang mewah. Sehingga menjadi salah satu faktor para tamu ingin melakukan kegiatan MICE di hotel tersebut.

c) Fasilitas

Hotel Apurva Kempisky Bali memiliki fasilitas yang mendukung kegiatan Event. Dengan memiliki 6 venue dengan kapasitas 20 orang sampai dengan 1000 orang. Bukan hanya pertemuan-pertemuan besar saja yang bisa dilakukan di Hotel Apurva Kempisky Bali event-event kecil juga dapat dilakukan di hotel tersebut. Sehingga menjadi salah satu faktor tamu untuk melakukan event di hotel tersebut.

d) Lokasi

Hotel The Apurva Kempinsky Bali yang terletak di Jl. Raya Nusa Dua Selatan, Benoa, Kec. Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali dan hanya berjarak 15 menit dari bandara I Gusti Ngurah Rai dengan jarak yang dekat menjadi salah satu pertimbangan tamu untuk melakukan kegiatan event di hotel tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kemampuan model faktor penarik (X1) menerangkan variasi variabel tingkat resevasi (Y) sebesar 21,5% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya. Berdasarkan hasil uji t faktor penarik berdampak signifikan terhadap reservasi venue di Hotel Apurva Kempinski Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat reservasi venue penyelenggaraan event di hotel Apurva Kempinski mengalami peningkatan yang signifikan dengan adanya kegiatan KTT G20. Hal ini karena negara anggota presidensi mengadakan beberapa pertemuan dalam rangka kegiatan ini merupakan suatu momentum besar sebuah pertemuan forum antar negara yang dapat dijadikan sebagai sarana dalam memperkenalkan Indonesia dan pariwisatanya terhadap wisatawan mancanegara yang akan mempengaruhi pemulihan ekonomi Indonesia. Hal ini mengartikan bahwa Presidensi G20 dapat meningkatkan citra maupun nama Indonesia di mata dunia dan juga membranding berbagai sektor pariwisata dalam pertemuan G20 khususnya di Hotel Apurva Kempinski itu sendiri sebagai Hotel Bintang 5 yang berada di kawasan yang akan dijadikan daerah pertemuan dari forum G20.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis dan juga kesimpulan diatas maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran yaitu:

Pihak Manajemen Apurva Kempinski Bali dapat mengoptimalkan momentum Presidensi G20 untuk mempromosikan dan memasarkan akomodasinya agar dapat menjadi salah satu akomodasi yang menjadi pilihan akomodasi tempat tinggal sementara para delegasi negara yang bergabung dalam G20. Pihak Manajemen untuk selalu menjaga kualitas dan juga standar CHSE (*Cleaness, Healthy, Safety, Environment*) sesuai dengan anjuran pemerintah demi menjaga Image Branding pada akomodasi. Pihak Manajemen agar dapat menggunakan media untuk memaksimalkan promosi tidak hanya untuk wisatawan mancanegara akan tetapi wisatawan domestik, agar dapat menciptakan branding yang baik dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa mengambil topik penelitian sejenis namun terkait dampak Presidensi G20 terhadap kemajuan UMKM di Bali

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilian, P., & Hanum, L. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Pemilihan Hotel Bunda Syariah Pada Masa New Normal. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 114–125.
- Alfisyahr, R., & RD, L. D. (2019). FAKTOR PENDORONG DAN FAKTOR PENARIK DARI WISATAWAN DOMESTIK DI KABUPATEN MALANG, INDONESIA. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2217–2222.
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19–28.
- Antara News. 2022. Setelah G20, Bali kian "padat" acara internasional. <https://bali.antaranews.com/berita/301775/setelah-g20-bali-kian-padat-acara-internasional>
- Apandi, N. D., & Baharta, E. (2015). Tinjauan Tentang Penyajian Buffet Breakfast Di Harris Hotel And Convention Bandung. *EProceedings of Applied Science*, 1(3)
- Aprillia, C. A., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2017). *Analisis sistem informasi reservasi hotel (studi pada sistem informasi reservasi dewarna hotel letjen sutoyo malang)*. Brawijaya University.
- Ayu Dindri, Nailafatul. Cahyani Ermawati, Kris. Nadira Satiti, Emmelia. 2021. Strategi Penjualan Kamar Reservation Section Terhadap Peningkatan Room Occupancy Salah Satu Hotel Bintang Lima Di Kota Solo. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*. <<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jurima/article/view/2021-12-24>>
- Azmana, H. A., & Elsandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(1), 1–17.
- AZWAR, H. (2018). *THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF TOURISM ATTRACTION IN TOURISM DESTINATION OF IKAN SAKTI SUNGAI JANIAH, SUBDISTRICT BASO, DISTRICT AGAM, WEST SUMATRA*.
- Bagyono, 2014. *Pariwisata dan perhotelan*, Bandung; C.V ALFABETA
- Erfinda, Yosi. Noor Falah, Zeta. 2021. Tingkat Kesiapan Venue Mice Di Era New Normal Covid-19 (Studi Kasus Dki Jakarta). <<https://journal.stp-bandung.ac.id/index.php/jett>>
- Gurkina, Anastasija. 2013. "Travel Experience In Hotels For MICE Industry". Skripsi. Haaga: Helia University of Applied Sciences.
- He, X., & Luo, J. M. (2020). Relationship among Travel Motivation, Satisfaction and Revisit Intention of Skiers: A Case Study on the Tourists of Urumqi Silk Road Ski Resort. *Administrative Sciences*, 10(3), 56
- Khuong, M. N., & Ha, H. T. T. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam – A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. <https://doi.org/10.7763/ijtef.2014.v5.421>
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1)
- Muchlisin, Riadi. 2019. Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Manajemen Event. *Kajian Pustaka.com*. <https://www.kajianpustaka.com/2019/04/manajemen-event.html>
- Nolan, Emma. 2018. *Working with Venues for Events*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group

- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- Rakhmat, G. A. (2020). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI RESERVASI HOTEL. *Device*, 10(2), 13-19.
- Rumekso, 2009. *Housekeeping Hotel – floor Section*, Yogyakarta; C.V Andi Offset
- Santi, Putu Nia Purnawa, dkk. 2022. Presidensi G20 sebagai Sarana Marketing dan Branding Pariwisata Indonesia serta Pengaruhnya terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan pada Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Hotel Melia Bali). *Jurnal Manajemen dan Sumberdaya (EISSN: 2964-7088), Vol 1 No.1*
- Seebaluck, Vanessa; Perunjodi Naidoo, and Prabha Ramseook – Munhurrun.2013. “Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions as a Tourism Development Strategy in Mauritius”. *Jurnal*. ([http:// www.theibfr.com](http://www.theibfr.com), diakses pada tanggal 19 Agustus 2013)
- Soenarmo Adi, Drs.MBA. 2006. *Front Office Management*, C.V Yogyakarta; C.V andi Offset
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Pariwisata*, Bandung; C.V ALFABET
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Pariwisata*, Bandung; C.V ALFABET
- Sukmana, E., Brahmantyo, H., & Hira, T. (2020). Analisis Potensi Wisata Berbasis Budaya dengan Pendekatan Community Based Tourism (CBT) di Desa Budaya Lung Anai, Kutai Kartanegara. *Edutourism Journal Of Tourism Research*, 1(1), 1-11.
- Wisnawa, I Made Bayu. 2013. “MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)”. *Journal* (<http://id.scribd.com/doc/139440454/MiceMeeting-Incentive-Conference-Exhibition>, diakses pada tanggal 20 Agustus 2013).