

Pelatihan tentang *Hospitality* kepada Kelompok Sadar Wisata Danau Toba di Kabupaten Samosir Sumatera Utara

Posma Sariguna Johnson Kennedy¹, Rutman Lumbantoruan²
Universitas Kristen Indonesia^{1,2}

E-mail: posmahutasoit@gmail.com¹, rutman.toruan@gmail.com²

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membahas peran penting *hospitality*/keramahan dalam sektor pariwisata dan ekonomi, yang fokus pada Kawasan Pariwisata Danau Toba. Kegiatan ini bertujuan memberikan wawasan tentang pentingnya *hospitality*/keramahan dalam pengembangan pariwisata, sehingga perlu dilakukan pelatihan dan pendidikan kepada para Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara. Metode pelaksanaan dimulai dengan perencanaan, persiapan materi, pelaksanaan di lokasi kegiatan, dan evaluasi. Para pelaku pariwisata perlu meningkatkan kemampuan dalam aspek ini. Implementasi konsep *hospitality*/keramahan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menghasilkan manfaat ekonomi yang signifikan, dan mempromosikan keberlanjutan di destinasi pariwisata Danau Toba. *Hospitality*/keramahan melibatkan sejumlah elemen, seperti pelayanan personal, undangan, hubungan khusus, sentuhan, dan perasaan kenyamanan. Terdapat kesulitan dalam menguasai konsep 'penghormatan' dalam *hospitality*/keramahan. Namun, pengembangan kemampuan *hospitality*/keramahan tetap menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi pariwisata, seperti Kawasan Danau Toba.

Kata kunci: *Hospitality*, Pokdarwis, Danau Toba

ABSTRACT

This community engagement activity discusses the crucial role of hospitality in the tourism and economic sectors, with a focus on the Lake Toba Tourism Area. The goal of this activity is to provide insights into the importance of hospitality in tourism development, emphasizing the need for training and education for Tourism Awareness Groups (Pokdarwis) in Samosir Regency, North Sumatra Province. The implementation method includes planning, material preparation, on-site execution, and evaluation. Tourism practitioners need to enhance their skills in this area. The implementation of hospitality concepts can improve customer satisfaction, generate significant economic benefits, and promote sustainability in the Lake Toba tourism destination. Hospitality encompasses several elements such as personal service, invitation, special relationships, touch, and comfort. There are challenges in mastering the concept of 'respect' in hospitality. However, the development of hospitality skills remains a key factor in enhancing the attractiveness and sustainability of tourism destinations, such as the Lake Toba region.

Keyword: *Hospitality*, Pokdarwis, Lake Toba

1. PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran penting dalam ekonomi, dan banyak kajian ekonomi dan kebijakan publik telah fokus pada hal ini (Ignatieva, 2013). Ketika pelanggan merasa senang dengan

layanan di sektor keramahan, mereka cenderung melakukan lebih banyak transaksi, menciptakan siklus yang saling menguntungkan dan meningkatkan kepuasan mereka. Inilah yang membuat sektor *hospitality*/keramahan menjadi bagian penting dari perekonomian,

dengan memberikan kontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) (ratanews, 2020; Dusenko, 2017).

Hospitality/keramahan diakui sebagai salah satu industri terbesar, namun merupakan komposit dari berbagai sub-sektor. Dalam tinjauan yang luas tentang penggolongan *hospitality*/keramahan, Ottenbacher et al. (2009) menunjukkan bahwa masih belum ada konsensus tentang cakupan bidang ini secara keseluruhan di kalangan akademisi dan para profesional di industri *hospitality*/keramahan. Namun, dalam penggunaan umum, industri *hospitality*/keramahan seringkali dikaitkan dengan industri pariwisata, dimana kebanyakan orang mengaitkannya dengan hotel dan restoran (Powers dan Barrows, 2012).

Dengan melebarkan definisi *hospitality*/keramahan, Harrison et al. (2005) berpendapat bahwa industri *hospitality*/keramahan: "Terutama terdiri dari bisnis yang menyediakan akomodasi, makanan, dan minuman, atau kombinasi dari kegiatan-kegiatan tersebut." Meskipun masih terdapat perdebatan terkait dengan istilah tersebut, banyak studi manajemen *hospitality*/keramahan dan hotel telah tumbuh di seluruh dunia. Dalam banyak kasus, pariwisata dan/atau acara juga termasuk dalam studi tersebut, yang menunjukkan ada hubungan yang erat.

Kesulitan dalam mendefinisikan ini menunjukkan interaksi yang erat antara pariwisata dan *hospitality*/keramahan serta fleksibilitas batas antara keduanya. Memang, beberapa definisi telah menggabungkan bidang *hospitality*/keramahan dan pariwisata (Ottenbacher et al., 2009) di bawah payung 'perjalanan dan pariwisata' (Walker, 2010). Tentu saja, pariwisata dan *hospitality*/keramahan berkaitan erat dan tidak saling eksklusif - karena *hospitality*/keramahan setidaknya sebagian berkaitan dengan memenuhi kebutuhan para wisatawan. Harrington

dan Ottenbacher (2011) mengadopsi pendekatan yang berbeda. Mereka merangkum penelitian yang terkait dengan manajemen strategis secara khusus dalam konteks *hospitality*/keramahan, meskipun mengakui kesulitan dalam mendefinisikannya. (Evans, 2015).

2. PERMASALAHAN

Kawasan Pariwisata Danau Toba merupakan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional. Pembangunan dan pengembangan destinasi pariwisata kawasan obyek wisata Danau Toba terdiri dari 4 (empat) tahap, yaitu: Tahap *Reinforcement* (2016-2018), Tahap *Development* (2019-2021), Tahap *Integration* (2022-2024), dan Tahap *Expansion* (2023-2027). Kawasan obyek wisata Danau Toba ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitas. Produksi lokal terus dikembangkan di setiap lokasi pariwisata. Kawasan obyek wisata Danau Toba menjadi destinasi pariwisata nasional terintegrasi dengan sentra produksi lokal yang didukung dengan infrastruktur yang baik. (ITMP, 2020; Kennedy, 2023).

Dalam pengembangan Danau Toba, penting untuk memahami hubungan antara *hospitality* dan kesuksesan destinasi tersebut. *Hospitality*/keramahan adalah faktor penting dalam pengembangan kawasan wisata. Pengelolaan yang baik terhadap aspek-aspek *hospitality*/keramahan ini dapat membantu meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi. Ini memiliki dampak langsung pada pengalaman pengunjung dan citra destinasi. Dengan demikian perlu ditingkatkan kemampuan *hospitality*/keramahan dari para pelaku dan penggiat pariwisata di Kawasan Danau Toba, khususnya bagi kelompok sadar wisata atau Pokdarwis melalui pelatihan-pelatihan.

Elemen yang paling penting dan sulit dikuasai dalam *hospitality*/keramahan komersial adalah ‘penghormatan’, seperti halnya kepada ‘bangsawan’, karena kita tidak memiliki masyarakat yang sangat terstruktur seperti pada Abad Pertengahan dari Eropa, asal-usul perilaku *hospitality* ini berasal. Namun kita masih memiliki harapan tentang sopan santun dan tata krama di masyarakat yang beradab yang dimiliki secara turun-temurun, sehingga *hospitality* dalam Pariwisata Indonesia dapat diterapkan kepada para tamu, terutama pada di Kawasan Danau toba. Karena pada dasarnya seorang wisatawan mengatakan "Saya ingin diperlakukan seperti tamu," yang sebenarnya mereka katakan adalah "Saya ingin diperlakukan seperti seorang bangsawan." Harapan ini pada dasarnya berasal dari gagasan tentang kemauan baik, pertimbangan, dan pengakuan atas nilai intrinsik individu.

3. METODOLOGI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan berkunjung langsung ke Kabupaten Samosir, dimana pemerintah kabupaten sedang melakukan pelatihan kepada para anggota Pokdarwis se-kabupaten yang berlokasi di Pantai Pasir Putih pada bulan September. Tim Pengabdian kepada Masyarakat FEB-UKI ikut memberikan ceramah mengenai pentingnya *hospitality* dalam pelatihan tersebut. Kegiatan ini merupakan rangkaian penelitian dan pengabdian masyarakat di Kawasan Wisata Danau Toba di Kabupaten Samosir. Metode pelaksanaan dimulai dengan perencanaan, persiapan materi, pelaksanaan di lokasi kegiatan, dan evaluasi. Metodologi penulisan paper ini mengadopsi pendekatan kualitatif (Creswell, 2015), yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang *hospitality*/keramahan. Dengan pendekatan kualitatif, penulis dapat lebih mendalam memahami makna

hospitality/keramahan bagi masyarakat, khususnya bagi pelaku wisata di kawasan Danau Toba.



Gambar 1. Lokasi Pelatihan *Hospitality*

4. PEMBAHASAN

Salah satu karakteristik unik dari bisnis layanan *hospitality*/keramahan adalah keunggulan bersaing yang dihasilkan oleh sumber daya manusia yang kompeten secara lintas budaya (economy.gov., 2020; garant.ru., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam berinteraksi dengan tamu dari berbagai latar belakang budaya adalah salah satu faktor kunci dalam kesuksesan industri ini. Konsep *hospitality*/keramahan mencakup sejumlah elemen, seperti pelayanan personal, undangan, hubungan khusus, sentuhan, dan perasaan kenyamanan (events.vedomosti.ru., 2021). (Buharova & Vereshchagina, 2021)

Terdapat berbagai pendekatan dalam memahami *hospitality*/keramahan, termasuk pendekatan psikologis yang menemukan lima komponen utama keramahan, seperti undangan, kenyamanan, pengakuan, empati, sikap membantu, otonomi, hiburan, efisiensi, dan layanan kejutan (unwto.org., 2020; Bukharova & Vereshchagina, 2020). Empati adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam *hospitality*/keramahan, karena kemampuan untuk memahami emosi, perasaan, dan reaksi orang lain secara efektif dapat mempengaruhi pelayanan pelanggan dan tingkat kepuasan mereka (Rybak & Krygina, 2020; Skvortsova et al., 2020).

Konsep *hospitality*/keramahan juga berdampak pada kualitas manajemen organisasi, baik dalam aspek bisnis maupun pemerintahan, dengan integrasi konsep keramahan dalam formulasi dan implementasi standar layanan manajemen (Matvienko & Smolenskiy, 2020). (Buharova & Vereshchagina, 2021)

Hospitality/keramahan yang berkelanjutan menjadi fokus penting dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Alekseeva & Isakova, 2020). Implementasi konsep ini mempertimbangkan langkah-langkah keberlanjutan untuk mengurangi dampak negatif, termasuk konservasi energi, air, keanekaragaman hayati, dan praktik ramah lingkungan lainnya (ratanews, 2020).

Hospitality/keramahan berkelanjutan juga melibatkan hubungan tuan rumah-tamu yang bertujuan menciptakan kemakmuran jangka panjang (Smolenskiy, 2021).

Indikator-indikator *hospitality*/keramahan memainkan peran kunci dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan niat mereka untuk kembali berkunjung. Beberapa indikator tersebut meliputi undangan, empati, kenyamanan, pengalaman, keramahan, kepuasan, layanan, dan niat kembali (Ekinil, Petrenko & Provotorina, 2021). Namun, implementasi konsep

hospitality/keramahan tidak selalu mudah. Beberapa kesulitan meliputi kesulitan dalam menguasai konsep penghormatan dan mengimplementasikannya dengan baik, serta menentukan jenis dan tingkat keramahan yang sesuai dengan pengaturan dan tamu tertentu (Barsukova & Akhmedova, 2021). (Buharova & Vereshchagina, 2021)



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

Kesulitan dalam Implementasi *Hospitality* (King, 1995)

Kesulitan dalam menerapkan konsep *hospitality*/keramahan muncul karena sebagian tenaga kerja saat ini memandang bahwa menghormati orang lain dalam pelayanan sama dengan perbudakan. Solusi untuk masalah ini adalah mengubah konsep penghormatan menjadi profesionalisme. Misalnya, di Amerika Serikat, tradisi individualisme dan kebebasan membuat sulit untuk mengimplementasikan konsep penghormatan sebagaimana mestinya. Mungkin dalam lingkungan seperti ini, kata yang lebih baik adalah 'formalitas'. (Martin, 1985)

Visser (1991) membahas formalitas sebagai diferensiasi sosial, yang menempatkan jarak antara seseorang yang berada pada kelompok pelayan, dan kelompok tamu. Terkait hal ini, Hotel Ritz Carlton mengoperasikan prinsip "Wanita dan pria melayani wanita dan pria," yang menegaskan profesionalisme dalam pelayanan tanpa

menghilangkan kesetaraan. Namun, di beberapa kasus, ada tekanan untuk menghilangkan ketidaksetaraan dalam pelayanan, yang dapat menciptakan konflik antara harapan tamu dan pelaksanaan sebenarnya.

Selain itu, terdapat permasalahan dalam menentukan jenis dan tingkat keramahan yang sesuai untuk situasi atau tamu tertentu. Misalnya, perilaku yang sesuai di ruang keluarga tidak selalu berlaku di lingkungan bisnis. Ada ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan pelayan dalam beberapa konteks, dan ini dapat menyulitkan implementasi konsep keramahan yang tepat. Secara umum, di lingkungan bisnis, ada kecenderungan untuk menjelaskan mengapa hal-hal tidak dapat dilakukan alih-alih melakukannya, yang membuat pelanggan harus lebih toleran terhadap ketidakpenuh-pelaksanaan. Ini menyebabkan ketidakpastian dalam menjalankan konsep keramahan yang seharusnya. (Martin, 1985)

Dengan demikian, kesulitan dalam menerapkan *hospitality*/keramahan terletak pada persepsi tentang penghormatan dan kesetaraan dalam pelayanan, serta kesulitan dalam menyesuaikan jenis dan tingkat keramahan yang sesuai dengan situasi atau tamu tertentu.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

***Hospitality*/Keramahan untuk Pariwisata Berkelanjutan** (Nugroho et al., 2021)

Konsep *hospitality*/keramahan menciptakan dasar hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan, membangun budaya saling menghargai, dengan fokus pada kejujuran, empati, dan saling menghargai. Ini membentuk dasar keramahan yang kuat dalam jangka panjang (Shahvali et al., 2016).

Penting untuk mengimplementasikan konsep keramahan secara berkelanjutan. Ini berarti melihat manfaat keramahan dalam berbagai aspek seperti sosial, ekonomi, dan lingkungan. Implementasi keramahan berkelanjutan harus mempertimbangkan kebutuhan yang saling berbalas antara tuan rumah dan tamu, saling menghormati, memberi dan menerima, serta membangun hubungan jangka panjang. Manfaat utama dari keramahan berkelanjutan adalah menciptakan kemakmuran dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial saat ini dan di masa depan (Lim, 2016).

Konsep keramahan dalam hubungan antara tuan rumah dan tamu menekankan pentingnya kejujuran, empati, saling menghormati, dan pemahaman atas nilai-nilai positif yang dapat dibagi dalam jangka panjang. Ini berarti bahwa ketika tamu merasa puas dengan layanan keramahan, mereka lebih mungkin untuk kembali berkunjung, bahkan mungkin merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Variabel dan indikator keramahan yang diambil dari penelitian sebelumnya dapat membantu membangun model keramahan yang berkaitan dengan niat untuk kembali berkunjung. (Shahvali et al., 2016; Pijls et al., 2017)

Keramahan juga memiliki dampak penting dalam manajemen pariwisata berkelanjutan. Pertama, diperlukan penguatan manajemen organisasi, termasuk pengembangan standar pelayanan, mekanisme tanggung jawab, dan peningkatan kualitas manajemen organisasi. (Bouranta, Chitiris & Paravantis, 2009) Kedua, pelaku

pariwisata, seperti petugas tiket masuk atau restoran, perlu dilatih untuk berperilaku ramah, responsif, dan berempati terhadap kebutuhan wisatawan. Pelatihan ini termasuk pengembangan keterampilan keramahan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. (Shahvali et al., 2016, Pizam, 2015; Wandebori & Pidada, 2017). Ketiga, perlu ditingkatkan hubungan eksternal dan upaya promosi untuk meningkatkan ketenaran pariwisata, termasuk upaya menargetkan generasi muda dalam promosi. (Nugroho et al., 2019)



Gambar 4. Foto Bersama dengan Peserta

Kemampuan anak muda dalam menginterpretasikan daya tarik, kemampuan menggunakan media sosial (Cheng et al., 2017) dan kreativitas mereka dalam menggunakan teknologi informasi (Peake, Innes & Dyer, 2009) dapat menjadi potensi untuk mempromosikan pariwisata dan membangun kesadaran tentang

pendidikan pelestarian lingkungan (Su & Wall, 2018).

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Samosir berjalan dengan lancar. Pelatihan dan sosialisasi berhasil dengan baik. *Hospitality* atau keramahan memainkan peran penting dalam menarik pengunjung dan memastikan keberlanjutan destinasi pariwisata. Ini melibatkan elemen-elemen seperti pelayanan personal, undangan, hubungan istimewa, sentuhan, dan kenyamanan. Namun, terdapat beberapa kesulitan dalam menerapkan konsep keramahan, terutama terkait dengan pemahaman dan implementasi konsep 'penghormatan', yang dapat bervariasi dalam situasi dan budaya yang berbeda.

Penting untuk memahami bahwa *hospitality*/keramahan bukan hanya tentang memberikan layanan yang baik kepada tamu, tetapi juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan dengan mereka. Konsep keramahan yang berkelanjutan mencakup kejujuran, empati, saling menghargai, dan pemahaman atas nilai-nilai yang dapat dibagi dalam jangka panjang antara tuan rumah dan tamu. Dengan konsep *hospitality*/keramahan melalui pelatihan kepada pelaku pariwisata, dan mempromosikan destinasi kepada generasi muda, pariwisata dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam pembangunan berkelanjutan, ekonomi, sosial, dan lingkungan di Kawasan Pariwisata Danau Toba dan destinasi serupa.

Kegiatan pelatihan ini perlu dilanjutkan secara berkesinambungan kepada para Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan pelaku pariwisata di Kawasan Danau Toba. Fokuskan pelatihan pada pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep

hospitality/keramahan, keterampilan interpersonal, dan bagaimana menghadapi situasi yang berbeda dalam layanan tamu.

DAFTAR PUSTAKA

References

- Alekseeva M.V., Isakova Y.I. (2020). *State administration in the information sphere at the present stage*, 12-18.
- Bukharova I., and Vereshchagina L. (2021). Tourism and the hospitality industry: current state problems and prospects of development. *E3S Web of Conferences* 273, 09038. DOI: 10.1051/e3sconf/202127309038.
- Bouranta N., Chitiris L., and Paravantis J. (2009). The relationship between internal and external service quality. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, vol. 21, no. 3, pp. 275–293.
- Bukharova I.V., Vereshchagina L.N. (2020). *Legal order and legal values*, 116-121.
- Cheng M., I. K. A. Wong, S. Wearing, and M. McDonald. (2017). Ecotourism social media initiatives in China. *J. Sustain. Tour.*, Vol.25(3), pp. 416–432.
- Dusenko S.V. (2017). *Sustainable development of the economy: state, problems, prospects*. PolesGU, Pinsk.
- economy.gov. (2020). The Ministry of Economic Development proposes to subsidize the losses of tour operators in connection with the coronavirus). URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/ekonomika_bez_virusa
- Ekinil G.E, Petrenko A.S, and Provotorina V.V. (2021). *Hotel Service*.
- Evans, Nigel. (2015). Strategic management for tourism, hospitality and events. Second edition. Third Avenue, New York, Routledge.
- events.vedomosti.ru. (2021). Tourism in Russia. URL <https://events.vedomosti.ru/events/turizm21>
- garant.ru. (2020). Order of the Government of the Russian Federation, 660-r. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1332696/>.
- Harrington, R. J. and M. C. Ottenbacher (2011). Strategic Management: An Analysis of Its Representation and Focus in Recent Hospitality Research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23 (4): 439–62.
- Harrison, J. S., C. A. Enz and R. Leyh (2005) *Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons
- Ignatieva I.F. (2013). Society. Wednesday. *Development*, 1(26), 111-115.
- ITMP. (2020). *Integrated Tourism Master Plan Preparation for Lake Toba*. Kementerian PPN/Bappenas.
- Kennedy, P.S.J. (2023). Diskusi mengenai Fungsi dan Peran Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT). *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, Vol.01(02).
- King, Carol. (1995). What is Hospitality? *International Journal of Hospitality Management*. DOI: 10.1016/0278-4319(95)00045-3
- Lim W.M. (2016). Creativity and sustainability in hospitality and tourism. *Tour.Manag.Perspect.*,18.
- Martin, J. (1985). *Common Courtesy: In Which Miss Manners Solves The Problem that Baffled Mr. Jefferson*. Atheneum, New York.
- Matvienko V.M., and Smolenskiy M.B. (2020). *Sociology of passenger*

- and baggage transportation by road: civil law aspect*, 146-150.
- Nugroho I., Hanafie R, P.D. Negara, and R. Yuniar, H. (2019). University Student Perceptions of Tourism Destination and Its Implications for Environmental Education and Conservation, In *International Conference on Science and Technology Innovation in Education* (ICSTIE).
- Nugroho I., Hanafie, Rahayu Y.I., Sudiyo, Suprihana, H.R Yuniar, R. Azizah, and R. Hasanah. (2021). Sustainable Hospitality and Revisit Intention in Tourism. *ICIASTECH 2019. ServicesJ. Phys.: Conf. Ser.* 1908 012004. IOP Publishing. DOI: 10.1088/1742-6596/1908/1/012004
- Ottenbacher, M., R. Harrington and H. G. Parsa (2009). Defining the Hospitality Discipline: A Discussion of Pedagogical and Research Implications. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33 (3): 263–83.
- Peake S., Innes P., and Dyer P. (2009). Ecotourism and conservation: Factors influencing effective conservation messages. *J. Sustain. Tour.*, Vol.17(1), pp. 107–127.
- Pijls R., B.H. Groen, M. Galetzka, and A.T.H. Pruyn. (2017). Measuring the experience of hospitality: Scale development and validation. *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 67, 125–133.
- Pizam A. (2015). Is empathy essential for high-quality customer service? *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 49. *J. Hosp. Manag.*, vol. 53, pp. 30–41.
- Powers, T. and C. Barrows (2012). *Introduction to Management in the Hospitality Industry*, 5th ed. Hoboken, NJ, John Wiley.
- ratanews. (2020) The PCT hotline has identified the top 10 problems of travel agents and tour operators. URL: https://ratanews.ru/news/news_25032020_5.stm free.
- Rybak S, and Krygina I. (2020). *E3S Web of Conferences*, 210, 18039.
- Shahvali M., L. Beesley, R. Rahimi, and R. Shahvali. (2016). Measuring empathy within hotel employees. *Anatolia*.
- Skvortsova T.A, T.A. Pasikova, L.N. Vereshchagina, A.N. Pozdnishov, A.V. Sukhovenko. (2020). *International Journal of Economics & Business Administration*, 8(4), 828-837.
- Smolenskiy M.B. (2021). Science and Education: Economy and Economics. *Entrepreneurship; Law and Management*, 3(130), 92-97.
- Su M.M., and Wall G. (2018). Chinese university students' perceptions of ecotourism. *Int. J. Serv. Smolenskiy M.B.* (2021). Science and Education: Economy and Economics, *Entrepreneurship, Law and Management*, 3(130), 92-97.
- unwto.org. (2020). World Tourism Barometer, 18. URL: <https://www.unwto.org/world-tourismbarometer18-january>.
- Visser, M. (1991). *The Rituals of Dinner: The Origins, Evolution, Eccentricities and Meaning of Table Manners*. Penguin Books, New York.
- Wandebori H., and Pidada I.A.A.P. (2017). Revisit intention to hospital: Factors unveiled from a case study of Balimed Hospital. *J. Manaj. Teor. dan Terap.*, Vol.10(3), pp. 205– 216.
- Walker, J. R. (2010). *Introduction to Hospitality Management*, 3rd edn, Upper Saddle River, NJ, Pearson Education.