

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Hotel

1. Pengertian hotel menurut Sulastiyono (2007: 03), 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 perjanjian khusus. (dalam SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW.340/MPPT-86.
2. Pengertian hotel menurut Damardjati hotel adalah (2001: 65), hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan yang menyediakan jasa penginapan, pelayanan makan dan minum, serta jasa lainnya bagi para wisatawan yang melakukan perjalanan, yang pengelolaannya dilakukan secara komersial.
3. Pengertian hotel menurut Bagyono (2005: 63), hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya.

4. Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan didalam keputusan pemerintah. Berdasarkan keputusan Menteri Parpostel no. KM. 94/HK103/MPPT 1987.

B. Pengertian *Front Office Department*

1. Pengertian *front office* menurut Sujatno (2005: 32): Bagian ini berkantor depan, di area *lobby*, dipimpin oleh seorang *Front Office Manager*. Penempatan ini di depan dimaksudkan untuk memudahkan mereka melaksanakan tugas, terutama menjual kamar. Setelah proses penerimaan dan registrasi maka dilanjutkan dengan penyediaan serta pemberian kunci kamar diikuti pengantaran ke kamar, melayani selama tamu menginap hingga meninggalkan hotel.
2. Pengertian *front office* menurut Bagyono (2006: 21): *Front Office* adalah Kantor Depan, dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah *department* di hotel yang letaknya dibagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau *lobby*. Area ini merupakan tempat yang paling sibuk di hotel. Dengan lokasi dibagian depan maka *Front Office* termasuk *department* yang paling mudah dicari dilihat oleh tamu.

C. **RESERVASI KAMAR HOTEL**

1. Pengertian *Room Reservation*.

Menurut Sugiarto (2000: 60) pengertian *room reservation* adalah bagian penting di departemen kantor depan, sebab tinggi rendahnya tingkat penghunian kamar hotel sebagian besar tergantung pada bagian ini. Hal itu karena hotel tidak dapat mengharapkan jumlah tamu yang sebanyak-banyaknya dari peminat *walk-in*. Pemesanan oleh tamu jenis *walk-in* ini dapat juga dikatakan sebagai pemesanan pasif.

2. Sumber - Sumber *Reservasi*.

Menurut Suwithi (2008: 104) yang dimaksud dengan sumber-sumber reservasi adalah asal usul datangnya reservasi yang dibuat oleh berbagai pihak. Adapun sumber-sumber reservasi tersebut adalah:

- a. Perusahaan: perusahaan yang dapat dijadikan sebagai sumber pemesanan kamar adalah perusahaan swasta, perusahaan asing, perusahaan gabungan.
- b. Biro/agen perjalanan : agen perjalanan dapat dijadikan sebagai sumber pemesanan kamar, karena tamu-tamu yang dibawa oleh *Travel Agent* tersebut memerlukan tempat akomodasi. Sumber pemesanan kamar dari *travel agent* dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

1) *FIT (Free Independent Traveler/Free Individual Traveler)*.

Para wisatawan yang datang sendiri, tidak bergabung dengan suatu rombongan.

2) *GIT (Group Inclusive Tour).*

Para wisatawan yang mengadakan perjalanan dalam suatu kelompok, biasanya didalam kamar dalam *group* sebanyak 8 kamar.

c. *Airlines Companies.*

Sumber pemesanan kamar yang diperoleh dari perusahaan penerbangan, antara lain: awak kabin, kantor-kantor perwakilan yang tersebar didalam maupun diluar negeri.

d. Kantor Pemerintahan.

Pejabat pemerintahan serta tamu yang berasal dari perusahaan Negara/BUMN.

e. *Hotel Representative.*

Pemesanan kamar yang berasal dari kantor perwakilan hotel seperti perwakilan yang berada di bandara udara.

f. Tamu Hotel.

Tamu hotel dapat disebut juga sumber pemesanan kamar, karena tamu dapat memesan kamar bagi orang lain atau untuk diri sendiri untuk rencana kunjungan yang berikutnya.

g. *Car Rental Company.*

Sumber pemesanan kamar yang diperoleh dari perusahaan penyewaan mobil.

h. *Central Reservation System.*

Sistem pemesanan melalui jaringan komputer, yang mana jaringan itu sudah

diakses ke komputer sehingga dapat melakukan pemesanan secara langsung.

Ada beberapa jenis *central reservation system*, yaitu:

- 1) *An affiliate reservation* yaitu sebuah jaringan pemesanan kamar untuk hotel yang memiliki mata rantai bisnis.
 - 2) *A hotel chain's reservation system*, contoh: *Holidex (Holiday Inn Group)*, *Maxial (Hyatt Group)*.
 - 3) *Non chain properties* contoh: *LHW (Leading Hotel of the World)*, *SRS (Steigenberger Reservation Service)*.
 - 4) *Non affiliate reservation network* yaitu jaringan pemesanan kamar yang tidak terikat mata rantai hotel.
- i. *Individual reservation* adalah perorangan yang melakukan pemesanan kamar.
 - j. *Inter sells agencies* adalah perusahaan yang memberikan jasa pelayanan dalam segala sesuatu yang sifatnya pemesanan seperti tiket pesawat, sewa mobil dan lain sebagainya.

D. Pengertian *Occupancy* atau Tingkat Hunian Kamar.

1. Pengertian *Occupancy* menurut Sugiarto (2002: 55), *occupancy* / tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk terjual.
2. Pengertian *Occupancy* menurut Damardjati (2006: 121), *occupancy* / tingkat hunian kamar adalah persentase dari kamar-kamar yang terisi atau disewakan

kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan, yang diperhitungkan dalam jangka waktu, misalnya harian, bulanan, atau tahunan.

E. Pengertian *Online Travel Agent* atau *E - Commerce*

1. Pengertian *Online Travel Agent/E-Commerce* menurut (Nugroho, 2006: 1) E-Commerce merupakan suatu konsep baru yang biasa di gambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa dan jaringan informasi termasuk internet. *E-Commerce* atau *Travel Agent Online* merupakan kegiatan bisnis atau pemesanan yang dijalankan secara elektronik melalui suatu jaringan internet atau kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jalur komunikasi *digital*.
2. Pengertian E-Commerce (Perdagangan Elektronik) menurut Jony Wong (2010: 33) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet.