

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Hotel**

Ada beberapa pengertian hotel yang telah disesuaikan dengan perkembangan jaman, karena setiap orang mempunyai latar belakang yang beraneka ragam, baik dalam segi sifat maupun kebudayaan yang berbeda. Adapun pengertian hotel yang telah dikemukakan oleh instansi maupun lembaga pemerintah atau perorangan antara lain:

1. Surat Keputusan Menpaporstel No KM 34/NK 103 MPPT-87, hotel adalah suatu akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh area bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan/ penginapan, makan, minum, serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial (Rumekso, 2005: 2).
2. Surat Keputusan Menteri Perhubungan NO. PM. 10/ PW. 301/ PHB-77  
“hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersil, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum (Rumekso, 2005:2)
3. 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.

#### **B. Jenis Hotel**

Menurut Tarmoezi (2000) Penentuan jenis hotel terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan hal

tersebut, dapat dilihat dari lokasi dimana hotel tersebut dibangun, sehingga hotel dikelompokkan dalam beberapa jenis berikut ini:

1. *City hotel*

*City hotel* biasanya terletak di perkotaan, yang biasanya digunakan masyarakat untuk tinggal sementara dalam waktu pendek. *City hotel* disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya *city hotel* dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan pelayanan bisnis dan fasilitas yang disediakan oleh hotel tersebut.

2. *Residential hotel*

Hotel residen biasanya terletak di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, namun mudah untuk mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Biasanya hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama. Hotel residen dilengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

3. *Resort Hotel*

*Resort Hotel* merupakan hotel yang berlokasi di daerah pegunungan atau di tepi pantai, di tepi danau atau ditepi aliran sungai. Hotel ini diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berrekreasi.

4. *Motel (Motor Hotel)*

Motel berlokasi di pinggiran atau sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya atau berada di pinggiran jalan raya dekat pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini biasanya diperuntukkan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri.

### *C. Front Office Department*

Menurut Tarmoezi (2000:33) Kantor depan adalah salah satu departemen yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu. Kantor depan terletak dibagian depan hotel, ini dimaksudkan agar mudah diketahui oleh tamu, umumnya disebut dengan *Lobby*. Pembagian seksi di kantor depan:

#### *1. Telephone operator*

Seksi yang bertanggung jawab atas pelayanan telepon masuk dan penyambungan telepon keluar hotel, *wake up call*, dan pesan dari dan untuk tamu lain.

#### *2. Reservation*

Seksi yang bertanggung jawab atas administrasi reservasi kamar dan keadaan kesediaan kamar.

#### *3. Front Office Chasier*

Seksi yang bertanggung jawab menangani operasional keuangan sehari-hari di kantor depan, seperti penerimaan tamu dan pengeluaran untuk operasional hotel (*paid out*)

#### 4. Reception

Seksi yang bertugas atas semua tamu yang baru datang (*check in*), tamu yang sudah tinggal, dan tamu yang akan meninggalkan hotel. *Reception* juga bertanggung jawab atas semua pelayanan informasi mengenai hotel dan kota yang dibutuhkan oleh tamu, mengamankan kunci kamar tamu, dan mengenai pendistribusian surat dan pesan dari dan kepada tamu.

#### D. Pengertian Tamu

Menurut Andi Bambang Sujatno (2008:6), Tamu adalah orang-orang yang mempunyai perasaan, emosi, rasa suka dan tidak suka dan orang yang selalu merasa benar yang menghendaki pelayanan yang ada di hotel dan menggunakan fasilitas hotel dan membayarnya . Jadi dapat disimpulkan Tamu dapat diartikan sebagai orang yang datang ke hotel yang menggunakan fasilitas dan menerima pelayanan dari hotel. adapun jenis-jenis tamu :

- a. *Walk in Guest*, adalah tamu yang datang ke hotel untuk menginap, tanpa pesan tempat (*reservation*) terlebih dahulu.
- b. *Reguler Guest*, adalah tamu hotel biasa. Artinya tamu tersebut bukan tamu penting, dan bukan tamu yang telah berulang-ulang menginap di hotel tersebut dan juga bukan tamu yang menginap dalam waktu yang cukup lama.
- c. *VIP (Very Important Person) Guest*, adalah tamu yang dianggap sangat penting, karena jabatannya dalam pemerintahan atau perusahaan atau organisasi hotel, atau anggota dari suatu *club* tertentu.

- d. *Customer Guest*, adalah tamu langganan yang bukan baru sekali saja datang dan menginap di hotel, tetapi sudah berkali-kali atau berulang-ulang menggunakan fasilitas dan pelayanan hotel.
- e. *Long Staying Guest*, adalah tamu yang datang menginap atau tinggal di hotel dalam waktu yang cukup relatif lama.
- f. *Group Guest*, adalah tamu yang datang menginap di hotel itu secara rombongan, biasanya dikoordinir oleh biro perjalanan tertentu.
- g. *Individual Guest*, adalah tamu yang datang menginap di hotel bukan dalam suatu kelompok. Datang ke hotel secara pribadi bukan sebagai member dari suatu grup tertentu.

#### E. Tarif Kamar

Menurut Agustinus Darsono (2001, 3), harga kamar dapat dibedakan menjadi empat bagian, yaitu:

##### 1. Harga per Kamar (*Basic Rates*)

Harga setiap kamar sesuai dengan fasilitas masing-masing. Penentuan harga bergantung pada fasilitas, pelayanan, perlengkapan, luas kamar, dan lokasi. Dengan demikian harga ini belum terkena potongan harga.

##### 2. Harga Paket (*Package Rates*)

Harga kamar merupakan paket, yaitu sewa kamar di tambah pelayanan yang berupa makan dan fasilitas lainnya.

##### 3. Harga Perseorangan (*Personal Rates*)

Harga sewa kamar dikenakan kepada tamu sesuai dengan jumlah yang akan menginap.

#### 4. Harga Spesial (*Spesial Rates*)

Harga kamar ditetapkan secara khusus dan resmi dengan perjanjian harga diberikan kepada biro perjalanan, perusahaan, penerbangan, dan kedutaan.

Harga khusus ini terdiri dari:

- a. *Company Rates*, yaitu harga kamar untuk tamu dari suatu perusahaan tertentu yang menginap secara *continue*.
- b. *Commercial Rates*, yaitu harga kamar untuk tamu-tamu yang mengadakan perjalanan usaha (*business*).
- c. *Airlines Rates* yaitu harga kamar untuk tamu yang bekerja pada perusahaan penerbangan.
- d. *Seasonal Rates*, yaitu harga kamar yang diberikan kepada tamu saat musim tertentu. Harga ini lebih murah dari harga resmi karena untuk menarik para tamu.

#### F. *Price Policy*

Menurut Richard Sihite (1996:86) *Price Policy* adalah Sejenis produk yang ditawarkan atau dijual mempunyai klasifikasi harga. Adanya suatu design harga tertentu yang ditawarkan untuk suatu *volume* penjualan. Apakah ada insentif tertentu (*discount/commission*) bagi pembeli.

## G. *Selling Technique*

### a. Pengertian *Selling Technique*

Menurut Richard Sihite (1997:41) *Selling Technique* atau *salesmanship* adalah ketrampilan untuk menjual (cara-cara atau tehnik menjual) baik produk barang maupun jasa merupakan suatu aspek terpenting didalam suksesnya usaha pemasaran produk.

### b. Tahapan *Selling Technique*

Menurut Agus Sulastyono (2001 : 76-78) *Reception* harus menguasai teknik-teknik didalam menjual kamar. Dengan menguasai teknik penjualan kamar, maka diharapkan *reception* mampu mempengaruhi tamu untuk memilih hotel yang ditawarkan. Adapun teknik penjualan kamar adalah dengan cara sebagai berikut :

#### a. Pendekatan (*Approach*)

Yang dimaksud dengan pendekatan adalah seorang petugas penerima tamu harus selalu melakukan pendekatan kepada para tamu dengan cara menyambut tamu yang datang dengan ramah, sopan, senyum. Langkah pendekatan ini bermaksud untuk mendapatkan kesan pertama (*first impression*) yang baik dari tamu.

#### b. Penjelasan dan penetapan harga kamar (*Presentation and Pricing*)

Bagi tamu yang baru pertama kali menginap di hotel, jelaskan terlebih dahulu tentang keadaan kamar yang ada seperti

letak/ lokasi kamar, keuntungan yang diperoleh jika menginap di kamar tersebut. Dengan menjelaskan fasilitas-fasilitas yang terdapat di kamar secara lengkap maka bila diajukan harganya diharapkan tamu tidak akan terkejut karena mungkin terlalu mahal.

c. Mengatasi tamu yang merasa keberatan (*Handling Objection*)

Adalah membantu tamu untuk menentukan kamar mana yang sebaiknya dipilih oleh tamu.

d. Menutup penjualan (*Closing the sale*)

Untuk menutup penjualan (*sale*), berikan kartu pendaftaran kepada tamu untuk diisi secepatnya.