

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hotel merupakan sebuah bisnis yang menekankan pada penjualan jasa. Hotel dapat diartikan sebagai sebuah bangunan atau usaha yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta fasilitas lainnya dimana semua pelayanan itu bagi masyarakat umum, baik mereka bermalam di hotel ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel. Semakin berkembangnya zaman, banyak para pelaku bisnis berinvestasi dalam usaha hotel. Hal tersebut menimbulkan semakin banyaknya hotel yang berdiri baik di dalam maupun di luar negeri. Dengan bertambahnya jumlah hotel, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antara hotel yang satu dengan hotel yang lainnya dalam menjual produk maupun jasa yang ditawarkan.

Sebelum banyaknya hotel yang berdiri seperti sekarang, penjualan kamar hotel kepada tamu hanya dapat dilakukan secara *offline* dengan cara tamu datang langsung ke hotel atau melakukan pemesanan kamar melalui telepon.

Namun dengan berkembangnya teknologi seperti sekarang, memudahkan hotel dalam memasarkan kamar melalui *online*, hal itu dapat dilakukan dengan cara bekerjasama dengan perusahaan *Online Travel Agent* contohnya seperti Traveloka. Para tamu diuntungkan dengan adanya perusahaan *Oline Travel Agent* yang bekerjasama dengan

hotel, karena tamu dapat melakukan pemesanan kamar secara *online* dengan hanya melihat *website* dari *Online Travel Agent* tertentu. Tamu juga dapat membandingkan *room rate* di setiap *website Online Travel Agent* yang bekerjasama dengan hotel, hal itu dikarenakan setiap *Online Travel Agent* menawarkan *room rate* kepada setiap tamu berbeda – beda.

Di dalam sebuah hotel terdapat beberapa fasilitas yang dapat digunakan para tamu, yaitu *room, restaurant, swimming pool, gym, spa, room service, meeting room* dan *lounge*. Dari semua fasilitas tersebut terdapat salah satu fasilitas yang sangat penting dan lebih sering digunakan para tamu yaitu *room*. *Room* merupakan produk utama sebuah hotel yang menghasilkan pendapatan tertinggi. Untuk dapat menggunakan fasilitas *room* di sebuah hotel, tamu harus membayar dengan harga yang sudah ditentukan oleh pihak hotel.

Setiap hotel menetapkan harga jual kamar yang berbeda – beda, tergantung pada jenis dan luas kamar. Harga jual *Superior room* berbeda dengan harga jual *Deluxe room* dan *Suite room*. Hal lain yang membedakan harga jual kamar adalah lokasi, *view* serta kebijakan dari masing–masing hotel. Kebijakan hotel adalah dapat mengubah atau mempertahankan *room rate* pada satu periode. Kebijakan ini ditetapkan agar hotel bisa bersaing dengan hotel lainnya yang merupakan pesaingnya.

Pada dasarnya terdapat dua jenis *room rate* di hotel yaitu *normal rate* dan *special rate*. *Normal rate* atau *rack rate/publish rate* merupakan harga kamar normal/tidak diskon untuk setiap kamarnya. Sedangkan *special rate* merupakan harga

kamar khusus yang diberlakukan/dibedakan sesuai dengan jenis tamu, fasilitas, *event*, hari, dan sebagainya. Dengan adanya peningkatan jumlah hotel saat ini, mendorong pengusaha hotel untuk lebih kompetitif dalam menentukan *room rate* yang terjangkau dengan tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu-tamunya.

Penetapan *room rate* sangat penting dalam kaitannya dengan jenis tamu, produk dan jasa yang dijual hotel, dan persaingan yang dihadapi agar penjualan produk dan jasa hotel semakin meningkat. Pada saat ini tamu sangatlah sensitif terhadap harga kamar hotel, sehingga jika harga kamar relatif tinggi dibandingkan dengan hotel pesaingnya, akan dapat merubah keputusan tamu dalam memilih hotel.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul “PENETAPAN *ROOM RATE* DI HOTEL GREAT DIPONEGORO SURABAYA”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Penetapan *Room Rate* Di Hotel Great Diponegoro Surabaya?

C. Tujuan

Tujuan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mendeskripsikan penetapan *Room Rate* di Hotel Great Diponegoro Surabaya.

D. Manfaat

1. Bagi Penulis

Penulis dapat membandingkan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan melihat, mengamati, dan mengetahui keadaan sebenarnya yang dihadapi di hotel.

2. Bagi Hotel

Dapat dijadikan sebagai suatu informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam usaha peningkatan *occupancy* hotel.

3. Bagi Politeknik NSC Surabaya

- a. Dapat dijadikan sebagai referensi dalam pembuatan Tugas Akhir untuk angkatan berikutnya.
- b. Dapat menjadi bahan bacaan untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa dan para pembacalain.