

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Hotel

Hotel menurut Sambodo dan Bagyono (2006 : 3), adalah tempat dimana para pelancong berkelas mendapat jasa penginapan dan makan dengan cara menyewa. Dan penyewa dalam keadaan memungkinkan untuk memperoleh jasa itu. Sedangkan menurut Sulastiyono (2006 : 5), Hotel adalah perusahaan atau badan usaha yang menyediakan layanan menginap untuk orang-orang yang melakukan perjalanan. Dikelola oleh pemilik atau *ownernya* dengan layanan tempat tidur beserta fasilitasnya makanan dan minuman serta fasilitas lengkap lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel menurut Sulastiyono, seseorang harus membayar dengan tarif atau harga yang sudah ditentukan.

Manurung dan Tarmoezi (2002:1) menyatakan hotel adalah sebuah gedung yang digunakan untuk tempat penginapan dengan tujuan komersial dan menyediakan jasa pelayanan secara profesional bagi para tamu termasuk penyediaan makanan, minuman, dan fasilitas lainnya. Sedangkan Darsono (1999:1) menyatakan bahwa hotel adalah suatu badan usaha yang bergerak di bidang jasa dan dikelola secara komersial. Di hotel para tamu mendapatkan pelayanan penginapan, makanan, minuman, dan fasilitas lainnya. Disamping itu, berdasarkan Surat Keputusan Menparpostel yaitu SK: KM 34 / HK / 103 / MPPT-87 dalam Sugiarto (2000:1)

menjelaskan hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan dalam surat keputusan.

B. Jenis Kamar

Jenis kamar menurut Agusnawar (2002:82) dibagi menjadi tiga,

1. Jenis Kamar Menurut Tempat Tidur antara lain :
 - a. *Single room* atau *single bedded room*, kamar yang didalamnya dilengkapi dengan sebuah tempat tidur tunggal (*single*) untuk satu orang tamu. Biasanya berukuran 80 x 192 cm sampai dengan 100 x 200 cm.
 - b. *Double room* atau *double bedded room*, kamar yang dilengkapi dengan sebuah tempat tidur besar (*double bed*) untuk dua orang tamu. Biasanya berukuran 135 x 200 cm sampai dengan 150 x 200 cm
 - c. *Twin room* atau *twin bedded room*, kamar yang didalamnya dilengkapi dengan sebuah tempat tidur tunggal (*single*), masing – masing untuk satu orang tamu
 - d. *Triple room* atau *triple bedded room*, kamar yang dilengkapi dengan sebuah tempat tidur besar (*double bed*) untuk dua orang tamu ditambah sebuah tempat tidur tambahan (*extra bed*) untuk satu orang tamu.
 - e. *Suite room*, secara umum kamarnya dilengkapi dengan ruangan tamu (*living room*) dan juga terdapat tempat memasak secara khusus/dapur kecil.

2. Jenis Kamar Menurut Letak Dan Penggunaannya antara lain:

a. *Connecting room*, dua buah kamar yang berdekatan antara kamar yang satu dengan kamar yang lain bersebelahan dihubungkan oleh pintu penghubung (*connecting door*), biasanya digunakan oleh tamu yang berkeluarga (membawa anak).

b. *Adjoining room*, sejumlah kamar yang terletak dalam satu lantai, antara kamar satu dengan kamar lainnya berdekatan akan tetapi tidak dihubungkan dengan pintu penghubung atau sebelah-menyebelah.

c. *Adjacent room*, dua kamar yang terletak pada suatu lantai yang sama, berhadapan antara kamar satu dengan kamar lainnya.

d. *Duplex room*, dua kamar yang terletak di atas dan di bawah, dihubungkan dengan tangga penghubung (*staircase*), biasanya jenis kamar seperti ini sering dijumpai pada hotel yang berbentuk *cottage*.

e. *Doctor room*, salah satu jenis kamar yang dirubah fungsinya untuk dijadikan berpraktek dokter. Kamar ini digunakan untuk melayani para tamu yang memeriksa kesehatannya pada dokter.

f. *Cabana room*, kamar hotel yang menghadap pantai.

g. *House used room*, salah satu jenis kamar yang dipergunakan oleh staf hotel yang mempunyai jabatan tertentu di hotel seperti *General Manager*.

3. Jenis Kamar Menurut Tingkat Fasilitas antara lain:

a. *Standard room*, kamar yang harganya relatif murah dibandingkan dengan jenis kamar lainnya di hotel.

- b. *Superior room*, jenis kamar ini yang membedakan dengan kamar standar adalah harganya sedikit lebih mahal dari kamar standar.
- c. *Deluxe room*, kamar yang satu tingkat lebih baik dari pada kamar superior. Fasilitas yang tersedia dalam kamar tersebut biasanya lebih lengkap dan ukuran kamarnya pun lebih luas.
- d. *President deluxe suite room*, biasanya kamar ini yang paling mahal/istimewa dalam sebuah hotel. Pemberian nama terhadap kamar *suite* tergantung dari pada hotel yang bersangkutan karena kamar ini merupakan suatu kebanggaan (*trade mark*) tersendiri bagi hotel tersebut.

C. Jenis – Jenis Tamu

Jenis – jenis tamu hotel menurut Agusnawar (2004:16) antara lain:

1. *Domestic Tourist*, yaitu wisatawan lokal/daerah dimana dia tinggal/menginap pada suatu hotel, misalnya pada waktu weekend, special function dan atau untuk aktivitas lain.
2. *FITs (Free Independent Travellers)*, yaitu wisatawan internasional yang melakukan perjalanan secara individual dan tidak terikat dalam suatu rombongan/grup. Biasanya jenis tamu FITs melakukan reservasi kamar secara langsung ke hotel dan umumnya hanya memesan kamar (*room only*).
3. *GITs (Group Inclusive Tours)*, yaitu rombongan wisatawan yang melakukan perjalanan secara bersamaan dalam suatu package tour. Biasanya tamu jenis ini melakukan perjalanan dengan perantara *travel agent*.

4. *SITs (Special Interest Tours)*, yaitu suatu rombongan yang berkunjung ke suatu tempat, biasanya dengan tujuan khusus seperti mengunjungi candi Borobudur dan sebagainya.
5. *CIPs (Commercially Important Persons)*, yaitu para tamu atau executive dari suatu perusahaan besar yang selalu bepergian dan menginap di hotel mewah. Biasanya reservasi kamarnya dilakukan oleh sekretaris atau asistennya.
6. *SPATTs (Special Attention Guests)*, yaitu tamu-tamu yang membutuhkan perhatian lebih/khusus, seperti tamu yang sudah tinggal lama dalam sebuah hotel, tamu yang sakit, tamu yang sudah lanjut usia, tamu cacat, dan lain sebagainya.
7. *VIPs (Very Important Persons)*, yaitu tamu-tamu yang dianggap penting dalam sebuah hotel, seperti selebritis, tamu yang menginap di kamar mahal, para pejabat pemerintahan, pimpinan perusahaan, langganan tetap dan lain sebagainya.
8. *Regular Guest*, yaitu tamu biasa yang menginap di sebuah hotel. Umumnya tamu tersebut menginap pada sebuah hotel tanpa membuat reservasi terlebih dulu. *Regular guest* sering disebut *Walking guest*.

D. Front Office Departement

1. Pengertian Front Office Departement

Menurut Bagyono (2008:21) mengatakan bahwa *front office* berasal dari bahasa Inggris “*front*” yang artinya depan dan “*Office*” berarti kantor. Jadi *front office* merupakan kantor depan dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen dihotel yang letaknya dibagian depan. Dengan lokasi dibagian

depan maka *front office* termasuk departemen yang paling mudah dicari dan dilihat oleh tamu. Sedangkan Komar (2014:9) menjelaskan bahwa pengertian *Front Office Department* adalah tempat paling depan dalam hotel dengan berbagai koneksi dengan tamu adalah *Front Office, Front Desk, Cashier*, dan bagian informasi dari *Front Office* yang ditempatkan di lobi.

2. Fungsi *Front Office Departement*

Fungsi *Front Office Departement* menurut Suwithi dan Boham (2008:81):

- a. Menjual kamar, kegiatan yang dilakukan antara lain: menerima pemesanan kamar, melakukan pendaftaran tamu, memblok kamar.
- b. Memberikan informasi mengenai seluruh produk, fasilitas, pelayanan dan aktivitas yang ada di hotel maupun diluar hotel.
- c. Mengkoordinasikan kepada bagian lain yang terkait dalam rangka memenuhi keinginan tamu serta memberikan pelayanan yang maksimal.
- d. Melaporkan status kamar yang terkini.
- e. Mencatat, memeriksa pembayaran tamu serta menangani rekening tamu.
- f. Membuat laporan yang dibutuhkan oleh hotel.
- g. Memberikan pelayanan telekomunikasi untuk tamu.
- h. Memberikan pelayanan barang bawaan tamu.
- i. Menyelesaikan keluhan tamu.

3. Seksi – seksi di *Front Office Departement*

Menurut Darsono (1999:15) menjelaskan seksi-seksi yang berada di dalam naungan *Front Office Department*, yaitu:

a. Pemesanan Kamar (*Reservation*)

Reservation adalah seksi yang bertanggung jawab atas semua pesanan kamar tamu hotel. Seksi ini dipimpin oleh *Chief Reservation*.

b. Penerimaan Tamu (*Reception*)

Reception adalah seksi yang bertanggung jawab atas penerimaan tamu (*check-in*) dan tamu yang *check-out*.

c. Operator Telepon

Seksi operator dipimpin oleh kepala seksi operator. Ia bertanggung jawab langsung kepada manajer Kantor Depan. Tugas pelaksana pada seksi ini dilakukan oleh para operator. Mereka dapat melayani permintaan penyambungan telepon, pengiriman teleks, dan pengiriman faksimili.

d. *Uniform Service (Concierge)*

Seksi ini dipimpin oleh seorang *Chief Concierge* dan dibantu oleh asisten *Chief Concierge* atau *Bell Captain*. Jabatan tersebut membawahi *Bell Boy* dan *Doorman*.

E. *Room Rate* (Harga Kamar)

1. Pengertian *Room Rate*

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Sedangkan menurut Tjiptono (2008: 139), harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. (Kotler dan Armstrong, 2010:314) menyatakan bahwa Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Perbedaan Tarif Kamar dan Jenis Tarif Kamar Khusus

Menurut Sugiarto (2002:3-4), tarif kamar dibedakan menjadi empat bagian, yaitu:

a. Tarif kamar per “*Room Tariff*”

Harga yang ditetapkan tidak dipengaruhi oleh jumlah penghuni yang akan menempati kamar tersebut.

b. Tarif kamar per “*Person Tariff*”

Harga kamar yang ditetapkan untuk tamu yang menginap tergantung jumlah penghuni yang akan menempati kamar tersebut.

c. Tarif kamar per “*Published Tariff*”

Harga kamar yang dijual sesuai dengan yang dipublikasikan kepada masyarakat umum.

d. Tarif kamar per “*Confidential Tariff*”

Harga kamar yang berlaku hanya diketahui oleh pihak-pihak tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat.

Sedangkan tarif kamar khusus menurut Sugiarto (2002:4-6)

a. *Seasonal Rates* yaitu harga kamar musiman, tergantung pada situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan. Harga pada saat “*peak season*” (*occupancy*/tingkat hunian) sedang tinggi, maka harga kamar dijual lebih mahal.

b. *Week-end Rates* yaitu harga kamar untuk akhir pekan ini biasanya diberlakukan pada bisnis hotel di kota – kota besar.

c. *Family Plan Rate* harga kamar untuk satu keluarga, biasanya beda dengan harga kamar lain.

d. *Group Rates* yaitu harga kamar untuk rombongan yang memakai kamar lebih dari satu dan datang bersama – sama dalam satu kelompok.

e. *Commercial Rate* harga kamar yang diperuntukkan bagi *regular guest* (tamu langganan) yang sudah biasa menginap di hotel tersebut.

f. *Airlines Rates* harga kamar yang diperuntukkan bagi perusahaan penerbangan yang dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

1) Untuk *crew*, harga kamar untuk *cockpit crew* (*pilot* dan *co-pilot*), *flight engineer* (ahli mekanik pesawat), dan *cabin crew* (pramugari/pramugara).

2) Untuk *passanger* (penumpang), penumpang pesawat melalui perusahaan penerbangan tertentu yang sudah membuat “*agreement*” (perjanjian) dengan hotel.

- g. *Travel Agencies Rates*, harga kamar berdasarkan perjanjian khusus antara pihak “*Travel Agent*” memberikan bukti untuk *check-in*.
- h. *Day Rates (Day use)*, harga kamar diberlakukan untuk setengah harga dari harga umum, karena pemakaian kamarhanya untuk satu hari saja (12 jam). Biasanya tamu tidak menginap dan *check out time* maksimal pukul 18.00 wib.
- i. *Over Flow Rates*, harga kamar yang sifatnya khusus terutama pada tamu yang dikirim oleh hotel lain, karena hotel yang bersangkutan sedang mengalami “*full house*”
- j. *Flat Rates*, harga kamar yang diberlakukan untuk “*group*” (rombongan) tanpa memandang harga kamar.

3. Tujuan Menentukan Harga

Menurut Machfoedz (2006:138-139), terdapat dua jenis tujuan dalam menentukan harga:

- a. Tujuan berorientasi pada laba. Tujuan berorientasi laba dapat ditempuh dalam periode jangka pendek ataupun jangka panjang.
- b. Tujuan berorientasi penjualan. Hal ini untuk meningkatkan *volume* penjualan, penentuan harga perusahaan pada *volume* penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya satu tahun atau tiga tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan *volume* penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penentuan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.

Sedangkan menurut *Harini (2008: 55)* tujuan penentuan harga adalah sebagai,

- a. Penentuan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penentuan harga dari barang yang dihasilkannya.
- b. Penentuan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.
- c. Penentuan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya.
- d. Penentuan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan.
- e. Penentuan harga untuk memaksimalkan laba. Tujuan ini biasanya menjadi panutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang baik seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba.