

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Prosedur

1. Pengertian

Menurut Puspitawati dan Anggadini (2011:23) Prosedur adalah serangkaian langkah atau kegiatan yang tersusun secara sistematis berdasarkan urutan-urutan yang terperinci dan harus diikuti untuk dapat menyelesaikan suatu permasalahan.

Menurut Tambunan (2013:84) prosedur adalah sebuah pedoman yang berisi, prosedur operasional yang ada dalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan – tindakan, serta penggunaan fasilitas - fasilitas, proses yang dilakukan oleh karyawan – karyawan didalam organisasi yang merupakan anggota organisasi berjalan efektif dan efisien, konsisten, *standard* dan sistematis.

Menurut Rasto (2015:49) prosedur adalah urutan-urutan yang telah ditentukan oleh perusahaan dalam melakukan suatu pekerjaan agar pekerjaan dapat tercapai lebih efektif dan efisien.

2. Jenis – Jenis Prosedur

Menurut Rasto (2015:50) ada dua jenis prosedur, yaitu prosedur primer dan prosedur sekunder:

- a. Prosedur Primer adalah suatu usaha dalam memperlancar penyelesaian pekerjaan sehari – hari, contohnya adalah prosedur pesanan, penagihan, dan pros-

edur pembelian.

- b. Prosedur Sekunder adalah suatu bentuk fasilitas pekerjaan yang dilakukan oleh prosedur primer, contohnya adalah prosedur surat-menyurat layanan *telephone*, dan dan layanan arsip.

3. Manfaat Prosedur

Menurut Rasto (2015:51) tujuan dari penetapan prosedur adalah:

- a. Memberikan urutan tindakan. Untuk melakukan aktivitas apapun setiap karyawan diinstruksikan untuk mengikuti alur tertentu. Ini meminimalkan keterlambatan dan kesalahan dalam kerja.
- b. Ekonomis dalam penggunaan sumber daya. Hal ini dimungkinkan karena prosedur dapat meningkatkan efisiensi melalui penghapusan gerakan yang tidak perlu dan tidak adanya penundaan pekerjaan.
- c. Memfasilitasi koordinasi. Prosedur bermanfaat sebagai dasar untuk melakukan koordinasi antar bagian yang berbeda dalam organisasi.
- d. Bermanfaat sebagai dasar pengendalian. Prosedur menyediakan mekanisme untuk membandingkan kinerja *actual* dengan *standard*. dengan demikian prosedur dapat memfasilitasi koreksi penyimpangan.
- e. Dapat digunakan untuk melatih karyawan baru. Karyawan dapat memahami rincian pekerjaan dengan mudah jika mengetahui prosedur kerja.

4. Karakteristik Prosedur

Menurut Rasto (2015:53) prosedur dirancang harus memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Efektif Prosedur. Dikatakan efektif jika dapat mencapai tujuan pekerjaan yang telah ditetapkan.
- b. Fleksibel. Prosedur harus didefinisikan dengan baik dan terstruktur. Prosedur harus cukup fleksibel dengan perubahan organisasi. Prosedur juga harus fleksibel dihadapkan pada masalah yang luar biasa.
- c. Diterima. Prosedur harus dapat diterima oleh para pengguna. Oleh karena itu, prosedur harus dirancang dengan memperhatikan unsur sumber daya manusia.

B. Penjualan

1. Pengertian

Menurut Winardi (2011:2) penjualan adalah Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak.

Menurut Assauri (2011:23) kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi, kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya *transfer* hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian. terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti dan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan.

Menurut Hery (2011:123) penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai, maupun penjualan secara kredit. Sedangkan menurut Swastha (2014:9) penjualan merupakan satu bagian dari promosi dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan.

2. Tujuan Penjualan

Menurut Swastha (2014:404) tujuan umum penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu untuk memperoleh laba, menunjang pertumbuhan, dan perkembangan perusahaan. Ketiga tujuan tersebut untuk mencapainya tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para penjual.

Pimpinan perusahaan dalam hal ini juga harus mampu mengkoordinasi semua fungsi yang ada dalam perusahaan, antara lain bagian personalia, keuangan, dan pemasaran. Agar tercapai volume penjualan yang ditargetkan, maka perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan.

Penjualan merupakan fungsi yang memegang peranan penting dalam bidang pemasaran, karena lancarnya suatu proses penjualan akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, fungsi penjualan merupakan *standard* maju mundurnya suatu perusahaan. Dan Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan.

3. Jenis Penjualan

a. Penjualan Tunai

Menurut Puspitawati dan Anggadini (2011:167) menyatakan bahwa penjualan tunai merupakan penjualan yang dilakukan dengan cara menerima uang tunai atau *cash* pada saat barang diserahkan kepada pembeli. dari pengertian diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa penjualan tunai adalah suatu transaksi yang dilakukan secara langsung dengan menerima uang pada saat *check in* kamar.

b. Penjualan Kredit

Menurut Samryn (2014:250) penjualan kredit adalah penjualan yang direalisasikan dengan timbulnya tagihan atau piutang kepada pihak pembeli. berdasarkan pengertian di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa penjualan kredit adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh pelanggan (perusahaan atau perorangan) dengan cara pihak hotel dan pembeli mengirimkan barang yang telah dipesan berupa kamar atau produk lain kepada pelanggan dengan melakukan sistem pembayaran pada saat *check out* kamar.

C. Penjualan Kamar

1) Pengertian

Bagi organisasi usaha, penjualan merupakan satu aspek yang sangat penting Dan menjadi urat nadi kehidupan usaha tersebut. Eksistensi dan kesinambungan hidup organisasi usaha sangat tergantung dari kemampuannya menghasilkan arus

kas dari penjualan produk yang dihasilkan. Produk suatu perusahaan dapat berupa barang, jasa atau kombinasi barang dan jasa.

Menurut Ikhsan (2008:77) kegiatan penjualan jasa kamar yaitu kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa.

Menurut Wiyasha (2010:170) Penjualan jasa kamar memberikan kontribusi atas total penjualan hotel dengan kisaran 60-70%. Penjualan kamar adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak hotel dengan menyediakan jasa kamar untuk disewa oleh konsumen.

2) Tujuan Penjualan Kamar

Menurut Swastha dan Irwan (2005) mengemukakan bahwa penjualan kamar mempunyai tiga tujuan, yaitu:

- a. Pencapaian penjualan. Dengan sistem penjualan yang menguntungkan. yang artinya, laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba perusahaan dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan.
- b. Pendapatan laba. Pada setiap perusahaan tentunya ingin mendapatkan laba dari hasil penjualan. Laba diperoleh dari pengurangan pendapatan atau hasil penjualan dengan biaya produksi, jika perusahaan tidak mendapatkan laba dalam penjualan, maka akan mengalami gulung tikar, karena uang perusahaan tidak bisa berputar untuk biaya - biaya produksi selanjutnya.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan. Hal ini, perlu adanya kerjasama yang rapi di antara fungsionaris dan bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian

personalia yang menyediakan tenaganya, bagian penjualan yang menjual produknya, dan sebagainya.

D. Penjualan Kamar Melalui Jasa *Travel Agent*

1. Pengertian

Menurut Harpepen dan kurniawan (2017:194) *E-Commerce* adalah pembelian, penjualan, pemasaran barang, dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, *world wide web*, atau jaringan – jaringan komputer lainnya.

2. Manfaat *Travel Agent* untuk pelanggan

Menurut Pradiatiningtyas (2014) terdapat enam manfaat pemesanan *online travel agent* bagi pelanggan:

a. *Convenience*

Convenience yaitu keadaan dimana proses pengambilan keputusan untuk mencari, membandingkan sampai akhirnya membeli produk dapat dilakukan dengan nyaman, konsumen dapat melakukan semuanya didalam tempat yang terbatas, bisa dikantor, rumah, perjalanan, dengan menggunakan komputer ataupun *smartphone* selama terhubung dengan internet, sehingga dalam melakukan transaksi dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik - baiknya.

b. *Information*

Information yaitu suatu keadaan dimana konsumen akan mendapatkan banyak informasi termasuk produk dan harga yang dijual dengan jelas dalam waktu yang singkat pada saat akan melakukan transaksi.

c. *Respon to market*

Respon to market yaitu suatu keadaan dimana konsumen akan mendapatkan segala sesuatunya dengan mudah dan terkontrol atau mudah dikendalikan serta akan mendapatkan jawaban yang cepat.

d. *Condition*

Condition yaitu suatu keadaan yang didapat oleh konsumen secara *riil* atau sesuai dengan apa yang diinginkan, karena segala sesuatunya sudah dikelola dengan baik oleh pihak hotel sebagai pihak yang menyediakan atau memiliki properti yang akan dijual, perusahaan akan memberikan informasi sejelas-jelasnya serta sesuai dengan apa adanya.

e. *Reduce printing and postage cost*

Reduce printing and postage cost yaitu suatu keadaan penghematan biaya untuk promosi melalui media cetak, selebaran dan lainnya yang berbentuk fisik, karena semua sudah di *cover* didalam *website online travel agent*, segala informasi mengenai promosi, jenis kamar, luas kamar, alamat, harga dan lainnya dikelola oleh hotel langsung kedalam *extranet* yang nantinya akan keluar atau *live website online travel agent*, sehingga tidak memerlukan biaya cetak dan biaya distribusi atau iklan dimedia konvensional.

f. *Reduce labor cost*

Reduce labor cost yaitu suatu keadaan dimana biaya untuk membayar pegawai dapat dikurangi atau ditekan, hal ini terjadi karena perusahaan akan mempekerjakan lebih sedikit karyawan pemasaran tetapi jangkauan yang lebih luas.

E. Kamar Hotel

1. Pengertian

Menurut Sulastiyono (2011) kamar hotel adalah fasilitas kamar yang digunakan tidur untuk tamu atau wisatawan yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

2. Jenis – Jenis Kamar Hotel

- a. *Standard* atau *Moderate Room* merupakan kamar yang *grade*-nya paling rendah dan harganya paling murah pada suatu hotel. hal ini karena fasilitas yang disediakan merupakan fasilitas *standard* yang berlaku bagi hotel tersebut.
- b. *Deluxe Room* / *Superior Room* / *Executive Floor* merupakan kamar satu tingkat lebih baik dibandingkan *standard room* dari ruangan atau fasilitas yang diberikan.
- c. *Suite Room* atau *Ordinary* merupakan kamar *suite* dengan fasilitas *standard* yang terdiri dari kamar tidur, kamar mandi dan ruang tamu terpisah dengan ruang tidur.
- d. *Deluxe Suite* atau *Executive Suite* adalah kamar yang keadaannya lebih baik dan lebih luas dibandingkan dengan *suite room*. Selain itu dilengkapi juga dengan meja kerja.
- e. *Diplomatic Suite* adalah kamar istimewa yang ada di hotel dimana ukurannya adalah dua kali *executive suite*. Kamar ini tidak disediakan dalam jumlah banyak, biasanya hanya ada satu di dalam sebuah hotel. Kamar ini biasanya digunakan untuk para pejabat setingkat menteri atau duta besar.

- f. *Grand Tower Room / Royal Suite/ Presidential Suite* adalah kamar yang paling bagus dan istimewa di sebuah hotel. Kamar ini merupakan kebanggaan atau *prestise* hotel yang bersangkutan sehingga digunakan sebagai alat promosi yang mencerminkan ciri khas hotel tersebut. letak kamar ini biasanya di lantai paling atas dan hanya ada 1 di dalam hotel tersebut.

3. Jumlah Kamar Hotel

Menurut Trisno (2000:3) dari banyaknya kamar yang disediakan, hotel dapat dibedakan menjadi:

- a. *Small Hotel* adalah jumlah kamar yang disediakan maksimal sebanyak 28 kamar.
- b. *Medium Hotel* adalah jumlah kamar yang disediakan antara 28-299 kamar.
- c. *Large Hotel* adalah jumlah kamar yang disediakan sebanyak lebih dari 300 kamar.

4. Jenis-Jenis Harga Kamar

Pada dasarnya, sebuah kamar hotel dibandrol dengan harga normal dengan berbagai faktor pertimbangan khusus. Komponen yang ada dalam sebuah kamar akan ikut menentukan harga jual kamar tersebut. Kelas atau tingkatan fasilitas dan pelayanan merupakan faktor lain yang turut mempengaruhi daya jual. Selain harga normal, terdapat kategori harga khusus kamar yang bisa didapatkan tamu dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, yaitu:

- a. *Group Rate* merupakan tamu yang menginap secara rombongan dari kelompok 1 yang sama selama beberapa hari. Jumlah minimal kamar yang dipesan adalah 8 kamar.

- b. *Travel Agent Rate* merupakan harga khusus kamar yang diberikan kepada agen perjalanan atau *biro* perjalanan wisata karena merupakan mitra bisnis tetap.
- c. *Airline Pessenger Rate* merupakan harga khusus kamar yang diberikan kepada penumpang pesawat terbang *transit* atau mengalami keterlambatan atau penundaan terbang. Sistem harga khusus tersebut diberikan atas dasar kerjasama pihak hotel dengan maskapai penerbangan dengan syarat dan ketentuan hotel.
- d. *Embassy Rate* merupakan harga khusus kamar yang diberikan kepada tamu yang berasal dari kedutaan besar suatu negara yang sebelumnya telah melakukan kerjasama dengan pihak hotel.
- e. *Airline Crew Rate* merupakan harga khusus kamar yang diberikan kepada semua awak pesawat dari pilot, pramugari, koki, *security*, dan mekanik suatu maskapai penerbangan yang telah menjalin kerjasama sebelumnya dengan pihak hotel.
- f. *Week and Rate* merupakan harga khusus kamar yang diberikan kepada tamu yang datang pada akhir pekan, khususnya hari jumat, sabtu, dan minggu. Hotel yang memberlakukan sistem harga khusus ini merupakan hotel – hotel yang menjadi rujukan para pebisnis. akhir pekan adalah waktu yang tidak efektif dalam melakukan perjalanan bisnis sehingga tingkat kunjungan menjadi lebih rendah.
- g. *Government Rate* merupakan harga khusus kamar yang diberikan kepada para tamu yang sebelumnya telah terdaftar sebagai *member* atau anggota suatu hotel dengan syarat dan ketentuan khusus. selain mendapat harga khusus untuk kamar, anggota dapat menikmati fasilitas dan pelayanan khusus dari pihak hotel karena status keanggotaannya.