

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Hotel

Menurut Bagyono (2008:3) “Hotel adalah akomodasi yang dikelola secara komersial dan professional, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya”.

Sedangkan menurut Sulastiyono (2011:5) mengatakan bahwa “hotel merupakan 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.

2. *Front Office Department*

a. Pengertian *Front Office Department*

Menurut Bagyono (2008:21), *Front Office* berasal dari Bahasa Inggris “*Front*” yang artinya depan, dan “*Office*” berarti kantor. Jadi *Front Office* adalah Kantor Depan. Kantor Depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. 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* ditempatkan di lobi.

b. Fungsi *Front Office Department*

Menurut Bagyono (2008:21) menyebutkan fungsi daripada *Front Office Department* antara lain :

- 1) Menjual kamar (reservasi, check-in, dan check-out)
- 2) Menangani informasi mengenai produk atau pelayanan dan informasi umum di luar.
- 3) Mengkoordinasikan pelayanan tamu (coordinator dari departemen lain di hotel)
- 4) Melaporkan status kamar (status kamar dapat di-update secara manual/komputerize)
- 5) Mencatat pembayaran tamu (guest bill/guest folio/guest account)
- 6) Menyelesaikan pembayaran tamu (pada saat check-out)
- 7) Menyusun riwayat kunjungan tamu (untuk tujuan peningkatan pelayanan)
- 8) Menangani telepon, pesan, faksimili dan e-mail.
- 9) Menangani barang tamu dan barang-barang bawaannya.

c. Peranan *Front Office Department*

Menurut Bagyono (2008:22) menyebutkan peranan dari *Front Office Department* antara lain:

- 1) Kesan pertama dan sekaligus kesan terakhir bagi tamu yang menginap di hotel.
- 2) Sebagai pusat utama hotel.
- 3) Sebagai pusat komunikasi.
- 4) Menjaga hubungan tamu dengan departemen lain di hotel.

- 5) Urat nadi utama sebuah hotel.
- 6) Jantungnya hotel.
- 7) Sumbunya hotel.
- 8) Pusat koordinasi pelayanan hotel.
- 9) Pusat informasi bagi tamu.
- 10) Sumber informasi potensial bagi penjualan dan pemasaran hotel.

d. Menurut Manurung & Tarmoezi (2002:83) menyebutkan beberapa bagian atau personel dalam *Front Office Department* antara lain:

1) Manajer *Front Office* (*Front Office Manager*)

Front Office Manager bertanggung jawab kepada *General Manager*. Juga bertugas mengawasi semua kegiatan operasional *front office*, memberikan motivasi kerja dan pelatihan kepada bawahannya sehingga mereka merasa diperhatikan dan memiliki potensi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada tamu, menjalin hubungan kerja yang baik dengan departemen lain.

2) *Assistant Front Office Manager*

Assistant Front Office Manager bertanggung jawab langsung kepada *Front Office Manager*. Sebagai wakil, ia bertugas membantu menyelesaikan tugas atasannya, yakni:

- a) Mewakilinya apabila FOM (*Front Office Manager*) berhalangan hadir atau karena sedang menghadiri pertemuan-pertemuan atau melakukan tugas lain;
- b) Mengawasi staf dalam operasional di *front office*;

- c) Mengkoordinasi seluruh staf *front office*;
- d) Mempersiapkan dan memeriksa kelengkapan kamar untuk tamu VIP;
- e) Menerima dan mengatasi keluhan tamu;
- f) Membuat jadwal kerja untuk staf *front office*
- g) Menerima keluhan dan saran dari para bawahannya dan menyampaikannya kepada FOM.

3) *Front Office Supervisor*

Front Office Supervisor bertanggung jawab langsung kepada FOM. Sebagai *supervisor*, ia bertugas mengkoordinasi staf *front office* dalam melakukan persiapan penerimaan tamu (*check-in*) dan pada waktu meninggalkan hotel (*check-out*), menentukan harga kamar (*updating*), dan membuat laporan penerimaan tamu.

4) *Reservation Supervisor*

Reservation Supervisor bertanggung jawab langsung kepada FOM. Ia juga bertugas, antara lain:

- a) Mengawasi dan membantu kelancaran operasional dan administrasi pemesanan kamar hotel;
- b) Menjalin kerja sama yang baik dengan departemen lain;
- c) Memberikan laporan daftar tamu penting dan tamu rombongan ke bagian meja depan sehingga mereka dapat melakukan persiapan dalam hal penyambutan;
- d) Menghadiri pertemuan-pertemuan, membuat laporan seperti laporan harian, bulanan, dan tahunan.

5) *Front Desk Agent*

Sistem manajemen sebuah hotel berbeda dengan hotel lainnya. Pada sebagian hotel karyawan meja depan dibagi atas tiga bagian, antara lain:

- a) *Receptionist* – yaitu karyawan yang bertugas untuk melayani *check in* dan *check out*.
- b) *Information Staff* – yaitu karyawan kantor depan yang bertugas untuk memberikan informasi mengenai hotel kepada tamu yang membutuhkannya, menangani surat masuk yang dipertunjukkan untuk tamu dan karyawan hotel serta menyediakan kunci kamar tamu.
- c) *Front Office Cashier* – yaitu karyawan yang bertugas untuk melayani tamu yang akan membayar biaya kamar dan biaya lainnya selama menginap.

Akan tetapi ada juga hotel yang bertaraf manajemen internasional hanya memiliki karyawan meja depan yang merangkap tugas sebagai *receptionist, information staff*, dan sebagai kasir sekaligus.

6) *Reservation Agent*

Karyawan reservasi bertugas untuk melayani tamu yang memesan kamar hotel. Karyawan reservasi bertanggung jawab kepada *supervisor*.

7) *Telepon Operator*

Telepon operator bertugas untuk melayani seluruh telepon yang masuk ke hotel dan menyambungkannya ke kamar tamu atau ke bagian yang dituju. Melayani telepon intern dari satu bagian ke bagian lainnya atau dari

satu kamar ke salah satu bagian hotel. Telepon operator juga membantu melayani tamu yang meminta bantuan sambungan telepon ke luar hotel bila tamu memerlukannya. Menangani *wake up call* bagi tamu yang membutuhkannya.

8) *Concierge*

Concierge bertugas mengawasi cara kerja stafnya dalam melakukan tugas pelayanan kepentingan para tamu hotel yang baru datang atau yang akan meninggalkan hotel. Melakukan koordinasi dalam mengawasi barang-barang bawaan tamu baik yang diantar ke kamar tamu maupun yang disimpan di tempat penyimpanan barang, menerima keluhan para stafnya untuk disampaikan kepada FOM , memberikan motivasi kerja dan pengarahan kepada para stafnya sehingga mereka melakukan pelayanan terbaik kepada para tamu, menerima keluhan dari tamu serta menyelesaikannya dengan baik sehingga tamu merasa diperhatikan dan dihargai.

3. Penetapan Harga Kamar

Menurut Chair dan Pramudia (2017:3) Penetapan harga kamar menjadi penting karena dari harga yang ditawarkan dapat mengembalikan modal, menutupi biaya operasional hotel serta mendapatkan keuntungan untuk pengembangan hotel di kemudian hari.

4. Market Segment

Menurut Yoeti (2004:77) semua orang adalah pusat atau sumber bisnis hotel. Manajer hotel yang termasuk *unsophisticatedly* secara sederhana membagi segmen pasar hotelnya dengan cara *Tourist and Local* atau *Foreign and Regulars*. Ada juga hotel yang membagi tamunya dalam klasifikasi: *holidaymaker, corporate business, group tourist, package, FIT (Free Individual Traveller)*.

Sedangkan menurut Budi (2013: 83) pengertian *Market Segmentation* adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda.

B. JENIS TARIF KAMAR SECARA UMUM (HOTEL ROOM TARIFF)

a. Tarif Kamar Per “Room Tariff”

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

b. Tarif Kamar Per “Person Tarif”

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 apa 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.

C. JENIS TARIF KAMAR SECARA KHUSUS

Tarif kamar secara khusus yang digunakan sebagai penunjang dalam kegiatan pemasaran hotel di samping tariff resmi yang dipublikasikan, sebagai berikut menurut Trizno (2000, dalam Chair dan Pramudia 2017:102):

1. *Seasonal Rates*

Harga kamar yang dipengaruhi oleh musim *peak season*. Tingkat hunian kamar pada saat "*peak season*" sedang tinggi, maka harga kamar dijual lebih mahal dibandingkan pada saat "*low season*"

2. *Weekend Rates*

Harga kamar yang diberlakukan pada hari Jum'at, Sabtu, dan Minggu. Harga kamar *weekend* diberlakukan untuk hotel bisnis umumnya lebih rendah dibandingkan dengan hari kerja (*weekdays*) sedangkan untuk hotel *resort* harga kamar *weekend* yang dikenakan justru lebih mahal dibandingkan dengan *weekdays*, hal ini disebabkan permintaan kamar pada hari libur meningkat.

3. *Group Rates*

Harga kamar khusus yang diberikan kepada tamu rombongan, di mana banyaknya jumlah kamar minimalnya yaitu 8 kamar, biasanya *team leader* mendapatkan *complimentary room*.

4. *Commercial Rates*

Harga kamar hotel yang diberlakukan untuk umum, atau harga normal dan belum ada potongan harga apa pun. Biasanya harga kamar ini sudah termasuk *complimentary breakfast* untuk dua orang.

5. Airlines Rates

Harga kamar khusus untuk tamu yang berasal dari perusahaan penerbangan, harga kamar diberlakukan untuk pilot, *co-pilot*, pramugari/ra dan penumpang apabila pesawatnya dibatalkan atau ditunda keberangkatannya.

6. Travel Agencies Rates

Harga kamar yang diberlakukan untuk tamu yang berasal dari biro perjalanan, harga kamar yang diberikan sesuai dengan harga yang sudah tertera pada surat perjanjian (*contract rate*).

7. Over Flow Rates

Harga kamar yang diperuntukkan bagi tamu pindahan dari hotel lain dikarenakan hotel sebelumnya *fully book* (penuh), biasanya reservasi dilakukan oleh hotel yang *fully book* dengan penawaran harga khusus yang lebih murah. Harga kamar khusus terutama pada tamu yang dikirim oleh hotel lain, karena hotel yang bersangkutan sedang mengalami “*full house*”.

8. Day Rates

Harga kamar khusus tamu yang menginap di hotel jika kurang dari satu malam. Diberlakukan setengah harga dari “*published rate*”, karena pemakaian kurang dari satu malam (*day use*)

9. Flat Rate

Diberlakukan untuk grup tanpa memandang jenis kamar, satu harga untuk beberapa jenis kamar dengan harapan semua tamu grup tersebut bisa menginap di satu hotel

10. *Package Rate*

Harga yang diberlakukan sudah termasuk dengan aktivitas dan fasilitas yang ditentukan, harga ini seperti: *honeymooner package, new year package, ramadhan package, Christmas package, dan long staying package.*

11. *Coorporate Rate*

Harga kamar yang diberlakukan untuk perusahaan atau perorangan yang sudah ada kerja sama dengan hotel.

12. *Government Rate*

Harga kamar diberlakukan untuk tamu yang berasal dari kantor pemerintah.

13. *Membership Rate*

Harga kamar yang diberlakukan khusus untuk tamu yang sudah menjadi member/anggota klub hotel, keanggotaan ini biasanya akan dikenakan biaya tahunan yang besarnya tergantung pada jenis keanggotaannya.

14. *Long Staying Guest Rate*

Harga kamar khusus untuk tamu yang menginap di hotel untuk jangka waktu yang relative lama.

15. *Complimentary Rate*

Hotel tidak memberlakukan harga kamar, hal ini dilakukan dalam rangka mempromosikan fasilitas hotel dan alasan tertentu lainnya.

16. *Family Plan Rate*

Harga kamar yang diberlakukan khusus untuk tamu keluarga, di mana anak yang berusia 12 tahun tidak dikenakan biaya tambahan jika berada di dalam satu kamar dengan orang tuanya.

17. *Internet Rate*

Harga khusus yang diberlakukan untuk tamu yang memesan kamar melalui internet.