

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan suatu negara yang sangat menarik untuk para wisatawan. Oleh karena itu, pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia saat ini sangatlah pesat. Dan tentunya merupakan hasil dari strategi pemerintah untuk mendorong pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Pertumbuhan pariwisata juga dikarenakan dengan mudahnya mendapatkan sebuah informasi mengenai semua hal yang bersangkutan dengan pariwisata melalui *gadget* seperti melalui foto-foto maupun video yang terdapat dalam media sosial. Dengan adanya media sosial, wisatawan bisa dengan mudahnya mencari akomodasi yang akan menjadi tempat tinggal selama mereka pergi ke salah satu destinasi pariwisata yang akan mereka tuju yang memiliki fasilitas lengkap sesuai dengan keinginan maupun budget yang dimiliki.

Menurut **Muljadi (2012:7)** "Pariwisata adalah suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji. Selain itu, pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan."

Berlandaskan penjelasan tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa pariwisata dapat mempengaruhi kegiatan yang bisa memberikan suatu pendapatan. Adapun menurut **Soekadijo dalam Suwena dan Widyatmaja (2010:14)** "Pariwisata adalah gejala yang kompleks dalam masyarakat, di

dalamnya terdapat juga seperti hotel, pramuwisata, rumah makan, obyek wisata, souvenir, angkutan wisata, biro perjalanan wisata dan banyak lainnya”. Menurut teori di atas dijelaskan bahwa tujuan destinasi wisata yaitu akomodasi yang merupakan salah satu penunjang pariwisata lalu dari hotel itu sendiri adalah sebuah akomodasi yang memiliki sebuah fungsi yang dimana untuk memenuhi kebutuhan para konsumen atau wisatawan, tujuan dari hotel itupun tidak hanya sebagai tempat untuk beristirahat saat para konsumen ataupun wisatawan sedang melakukan perjalanan jauh akan tetapi dapat berfungsi sebagai tempat yang memfasilitasi sebagian besar kebutuhan yang dibutuhkan.

Adapun untuk lebih jelas mengenai pengertian hotel yaitu menurut **Rumekso (2002 : 2)** adalah sebagai berikut “Suatu bangunan yang menyediakan kamar yang memiliki tujuan untuk menginapnya para konsumen serta menyediakan makanan dan minuman juga memiliki fasilitas tambahan yang diperlukan dan dikelola dengan baik untuk mendapatkan profit dengan cara profesional.” Seperti yang telah dipaparkan dapat diartikan bahwa hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar beserta fasilitasnya, serta memberikan pelayanan makan dan minum sebagai fasilitas tambahan untuk mendukungnya kenyamanan dan kemudahan para tamu. Hotel memiliki beberapa department untuk mendukung berdirinya hotel tersebut. Salah satunya yaitu Kantor Depan. Di dalam hotel, kantor depan memiliki peran yang penting bagi hotel dikarenakan memiliki tugas dan tanggung jawab

untuk menangani tamu dari mulai kedatangan sampai keberangkatan, sebagai tempat untuk memberikan kesan pertama dan juga kesan terakhir sebelum tamu meninggalkan hotel, menjadi sumber untuk tamu mencari informasi, pusat dari semua kegiatan yang ada di hotel, memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani tamu lebih dari yang tamu harapkan adalah salah satu peran utama atau peran penting Kantor Depan dalam suatu pelayanan dan mencapai tujuan hotel.

Menurut **Bagyono dan Sambodo (2006)** “Bagian kantor depan adalah salah satu bagian yang penting dan mutlak harus ada pada sebuah organisasi pada suatu hotel, pada umumnya Kantor Depan di tempatkan pada bagian depan hotel untuk memudahkan para tamu untuk memperoleh informasi dan memperluas akses tamu di dalam hotel.” Dari kutipan diatas dapat diartikan bahwa kantor depan memiliki peran yang sangat penting pada hotel dan memiliki tanggung jawab yang cukup bervariasi diantaranya mengecek pemesanan kamar, menjual kamar kepada tamu, melayani check in dan check out sesuai prosedur, melayani tamu check in baik tamu memesan langsung ke hotel maupun sudah memesan melalui travel agent.

Dalam *front office department*, statistic mutlak diperlukan, hal ini berhubungan erat dengan masalah *revenue* dari hotel yang bersangkutan. pernyataan yang berhubungan dengan uang atau keuangan dari keseluruhan hasil usaha pokok produk atau jasa-jasa yang dilakukan oleh perusahaan dalam suatu periode. Secara sederhana revenue merupakan jumlah uang yang

diterima oleh perusahaan dari hasil penjualan produk (barang atau jasa) dari pelanggan dan tidak berasal dari penanaman modal. Adapun menurut **Sugiarto (2004 : 65)** "*Rooms Revenue* adalah hasil nyata penjualan kamar yang diperoleh front office, yang mana hasil ini jumlah totalnya tidak akan sama dengan *potential room revenue*." Ada satu pengecualian yakni hasil antara *actual potential room revenue* akan sama dengan *actual room revenue* bila semua kamar yang terjual hari itu merupakan harga *Rack Rate/Publish Rate/Normal Rate*.

Setiap Hotel akan berupaya untuk mendapatkan pendapatan yang besar demi keuntungan yang besar pula, dengan cara menjual sebanyak - banyaknya kamar yang mereka miliki. Hasil penjualan kamar dapat diketahui melalui tingkat hunian kamar dan hasil pendapatan kamar. Menurut **Deveau dkk (2004 : 77)** memaparkan bahwa "*When one considers rooms revenue, there two major factor taken into consideration, they are the percentage occupancy and the average room rate*". Yang bermakna bahwa ada dua hal menjadi pertimbangan dalam pendapatan kamar ialah persentase tingkat hunian kamar dan rata - rata harga kamar.

Sedangkan menurut **Sugiarto (2004: 62)** "Dalam pencapaian pendapatan kamar, maka yang harus di perhatikan adalah:

1. Tingkat hunian kamar, adalah untuk melihat seberapa banyak kamar yang terjual apabila dibandingkan dengan seluruh kamar yang tersedia di hotel tersebut.
2. Jumlah Pendapatan Kamar, ialah meliputi target yang ditentukan dari suatu hotel dengan aktualisasi pendapatan yang didapat.
3. *Average Room Rate*, adalah rata-rata dari harga kamar yang didapat hotel dari total kamar terjual.

Tingkat hunian kamar merupakan kegiatan dimana ingin sejauh mana jumlah kamar terjual, apabila dibandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang dapat dijual. Rasio *occupancy* adalah tolak ukur dari keberhasilan hotel pada saat menjual produk utamanya yaitu kamar. Night auditor akan mengumpulkan data-data untuk menghitung "*occupancy ratios*", selain itu *front office manager* akan menganalisis informasi yang mengidentifikasi "*trends*" (sesuatu yang sedang hangat berlangsung), "*pattern*" (pola tamu) atau "*problems*" (masalah yang dihadapi).

Setiap hotel memiliki target hunian kamar dan juga rata - rata harga kamar hotel akan berusaha untuk mencapainya. Namun pada kenyataannya terkadang banyak kebijakan ataupun tantangan dalam proses pencapaiannya, seperti kebijakan perbedaan harga untuk tamu group dan corporate serta

pemberian potongan harga untuk tamu yang mengeluh atas kesalahan hotel. Menurut **Deveau (2004:80)** bahwa "*Group and corporate are lower than standard rates*". Faktor ini mampu berpengaruh pada pendapatan harga kamar, oleh sebab itu hotel diharuskan memiliki cara tepat agar dapat mencapai *room revenue* yang ditetapkan.

Dibawah ini adalah data awal mengenai pendapatan kamar di Hotel Ardan Bandung :

**TABEL 1.1**  
**PENDAPATAN KAMAR DI HOTEL ARDAN BANDUNG**  
**PADA PERIODE JUNI 2019 - AGUSTUS 2019**

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH KAMAR TERJUAL (Target)</b>	<b>JUMLAH KAMAR TERJUAL (Actual)</b>	<b>PENDAPATAN KAMAR (Target)</b>	<b>PENDAPATAN KAMAR (Actual)</b>	<b>VARIANS PENDAPATAN KAMAR</b>
Juni	1114	688	596.395.800	268,199.191	328.196.609
Juli	1197	783	640.395.470	285.243.358	355.152.112
Agustus	1122	871	600.788.370	330.974.313	269.421.157
September	1076	892	575.920.800	335.761.826	240.158.974
Oktober	1099	984	588.347.760	366.187.646	222.160.114
November	1132	974	605.978.100	385.765.658	220.212.442
<b>TOTAL</b>	<b>6740</b>	<b>5192</b>	<b>3.607.826.300</b>	<b>1,972,131,992</b>	<b>1.635.301.408</b>

Sumber : Departemen Kantor Depan Hotel Ardan Bandung, 2019

Berdasarkan **Tabel 1.1** dapat dilihat bahwa aktualisasi pendapatan kamar di Hotel Ardan pada periode Juni-November 2019 belum dapat mencapai target yang sudah ditetapkan dari pihak hotel. Penulis menduga tidak tercapainya suatu target yang telah ditentukan itu disebabkan karena target tingkat huni kamar yang terlalu tinggi juga segment pasarnya yang banyak dari group sehingga sangat mempengaruhi pencapaian pendapatan kamar. Oleh sebab itu, penulis ingin meneliti lebih dalam dan akan penulis jadikan sebagai inti pembahasan melalui karya tulis yang berjudul:

### **“PENCAPAIAN PENDAPATAN KAMAR DI HOTEL ARDAN BANDUNG”**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari masalah yang ditemukan pada tempat penelitian yaitu Hotel Ardan Bandung, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat hunian kamar di Hotel Ardan Bandung?
2. Bagaimana perkiraan jumlah pendapatan kamar di Hotel Ardan Bandung?
3. Bagaimana tingkat rata-rata harga kamar di Hotel Ardan Bandung?

#### **C. Tujuan Laporan Kegiatan**

1. Tujuan Formal

Tujuan formal tugas akhir ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan program Diploma III Program Studi Manajemen Divisi Kamar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

## 2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional Tugas Akhir ini adalah :

1. Agar dapat mengetahui dengan pasti tingkat hunian kamar di Hotel Ardan Bandung.
2. Agar dapat mengetahui bagaimana perkiraan jumlah pendapatan kamar di Hotel Ardan Bandung.
3. Agar dapat mengetahui tingkat rata-rata harga kamar di Hotel Ardan Bandung.

## D. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode penelitian

Pada proses penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan metode deskriptif pada tugas akhir ini. Menurut **Moh. Nazir (2003:4)** “Metode deskriptif merupakan suatu metode untuk meneliti suatu sistem pemikiran, status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.”

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data adalah hal yang penting untuk menentukan pada suatu penelitian. Pengumpulan data sangat penting dalam suatu penelitian yaitu mengharuskan seorang peneliti untuk mampu merencanakan dengan baik sebuah penelitian yang akan dilakukan. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yakni: observasi, wawancara dan studi kepustakaan.

a. Observasi

Menurut **Bungin (2003:142)**, “Observasi ataupun pengamatan yaitu kegiatan dari keseharian manusia dengan cara menggunakan pancaindera mata, hidung, mulut dan kulit. Karena observasi itu ialah kemampuan pada seseorang dalam menggunakan pengamatannya yang didapatkan pada hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Penulis melakukan observasi pada bidang Kantor Depan Hotel Ardan Bandung.

b. Wawancara

Menurut **Setyadin dalam Gunawan (2013:160)**, “Wawancara ialah sebuah percakapan yang ditujukan kepada suatu pokok masalah tertentu yang berupa proses tanya jawab secara lisan terhadap dua orang atau lebih dan berhadapan secara fisik atau langsung.” Dengan demikian proses wawancara ialah salah satu hal untuk mendapatkan informasi dengan cara memberikan pertanyaan kepada pihak yang diajukan pertanyaan. Sehingga menghasilkan data atau informasi tertentu. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan *Front Office Manager* dan *Sales and Marketing Manager* untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penulis.

c. Studi Kepustakaan

Menurut **Sarwono (2006)**, “Mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.”

## **E. Lokasi dan Waktu**

### 1. Lokasi

Untuk menyusun tugas akhir ini, penulis melakukan penelitian di Hotel Ardan Bandung yang beralamatkan di Jalan Sederhana No. 8-10 Pasteur, Kecamatan Sukajadi Bandung 40161

Telephone : (022) 2031536

### 2. Waktu

Waktu penelitian di Hotel Ardan Bandung pada bulan Agustus sampai dengan Desember 2019.