

INDUSTRI PERHOTELAN

Winda Gafrilia Prianka, MM.Par.
Universitas 'Aisyiyah Bandung

Sejarah Perhotelan

Pada abad ke -18 di London inggris kata hotel digunakan sebagai hotel garni yang merupakan rumah besar dilengkapi dengan sarana tempat menginap atau tempat tinggal yang disewakan baik secara harian, mingguan dan bulanan. Istilah "hotel" pertama kali digunakan di masyarakat umum pada tahun 1797 dan merupakan turunan dari kata Prancis "hostel", yang berasal dari bahasa Latin "hospes". Losmen adalah nama yang diberikan untuk fasilitas akomodasi yang digunakan oleh para pelancong di Inggris sebelum kata hotel digunakan. Definisi "hotel" dan "penginapan" identik dalam nomenklatur resmi. Suwithi, dkk. (2008) meringkas evolusi nama, tujuan, dan peran hotel dalam buku mereka Akomodasi Perhotelan. Moniker "Penginapan" yang dikenal dengan hotel dapat dipahami sebagai orang yang menyewakan sebagian rumahnya kepada mereka yang membutuhkan tempat tinggal. Kamar sewaan sering digunakan bersama oleh beberapa orang. Sejak abad pertama Masehi, perusahaan persewaan kamar ini menjadi terkenal. Nama lain perusahaan persewaan kamar yang sering digunakan ini adalah "Lodge", yang mengacu pada perusahaan yang hanya menawarkan penginapan kepada para pelancong. Tanggung jawab, kewajiban, dan fasilitas "Penginapan" telah berkembang seiring dengan peradaban.

Meski masih dalam tahap sangat mendasar, sejumlah fasilitas telah ditambahkan, antara lain penyediaan air untuk mandi serta makanan dan minuman. Industri jasa penginapan ini didukung lebih lanjut oleh penciptaan uang pada abad keenam M, dan mencapai puncaknya selama Revolusi Industri di Inggris antara tahun 1750 dan 1790.

Revolusi Industri di Inggris mempercepat ekspansi ekonomi dan komersial, mendorong mobilisasi pekerja dari rumah ke tempat kerja, dan bahkan mendorong perdagangan internasional. Akibat keadaan ini, semakin banyak orang yang berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain, sehingga meningkatkan kebutuhan akan layanan hotel. Keadaan ini semakin mendorong berkembangnya sektor jasa akomodasi (penginapan), baik dari segi jumlah pelanggan maupun volume pendapatan. Di Canterbury, Inggris, sebuah penginapan tercatat pada tahun 1129, tetapi penginapan tertua di Amerika Serikat berasal dari tahun 1607 di sana. Sebuah hotel dengan 73 kamar, yang dikenal sebagai City Hotel, dibangun di New York City pada tahun 1794. Meskipun cara pengoperasian City Hotel pada awalnya tampak aneh, pada akhirnya dengan cepat menjadi buah bibir dan pusat dari semua peristiwa di kota. Sejak saat itu, semakin banyak orang yang mengenal kata "hotel". Selain itu, ketika fokus pembangunan ekonomi bergeser dari Inggris ke Amerika Serikat, hotel mulai bermunculan di sana. Di Amerika Serikat, sebuah hotel yang dikenal sebagai "The Tremont House" dibuka pada tahun 1829. Beberapa ahli kemudian menganggap pendirian ini sebagai awal dari keramahan kontemporer. Hotel "The Tremont House" adalah yang pertama menyediakan konfigurasi kamar tunggal dan ganda, kunci individual untuk setiap kamar, pasokan air minum, layanan pelayan, dan masakan Prancis

untuk industri perhotelan. Bahkan hotel ini mulai terkenal dan menjadi titik persinggahan yang populer. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan kualitas dan memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggannya, The Tremont House adalah hotel pertama yang menawarkan pendidikan dan memilih sendiri anggota stafnya. Hotel tidak menyediakan pendingin atau pemanas untuk setiap kamar saat itu, juga tidak menawarkan layanan toilet. Ini sekarang adalah suatu keharusan. Hotel ini telah dibuka selama 20 tahun hingga ditutup untuk renovasi. Tidak dapat disangkal bahwa kesuksesan Tremont House memicu perkembangan hotel-hotel lain, yang kemudian bersaing satu sama lain untuk meningkatkan kualitas penawaran dan fasilitasnya. Industri perhotelan mengalami perubahan signifikan pada awal abad ke-20, termasuk pengenalan hotel kelas menengah yang mengutamakan kepraktisan daripada kemewahan dan keterjangkauan bagi pelancong bisnis dan wisatawan yang benar-benar membutuhkannya. Hotel-hotel ini juga berkembang pesat.

Sejarah Hotel di Indonesia

Meski Indonesia sudah terkenal di industri perjalanan sejak sebelum Perang Dunia I, ribuan pelancong masih berwisata ke sana setiap tahun. Suwithi, dkk (2008). mengklaim bahwa meskipun tidak banyak hotel di Indonesia selama masa penjajahan Belanda, mereka memang ada. Hotel-hotel besar berskala internasional mulai bermunculan di mana-mana setelah masa kemerdekaan, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Denpasar, Bandung, Surabaya, Medan, Semarang, Yogyakarta, dan lain-lain. Menurut catatan, pengunjung mancanegara selalu disambut di Hotel Des Indes di Jakarta, Hotel Savoy Homann di

Bandung, dan Hotel Bali Beach di Bali. Setelah negara merdeka pada tahun 1945, hotel-hotel bersejarah di Indonesia mulai bermunculan. Ir. Sukarno, sering dikenal sebagai Bung Karno, adalah presiden pertama Indonesia. Ia memulai pembangunan berbagai hotel yang nantinya akan menjadi bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Penginapan tersebut antara lain Samudra Beach Hotel di Yogyakarta, Bali Beach di Bali, dan Hotel Indonesia di Jakarta. Selain itu, Oka A. Yoeti (2001) memberikan gambaran singkat tentang perhotelan Indonesia. Berawal dari masa penjajahan Belanda, hotel telah dibangun di sejumlah kota, antara lain:

1. Pilihan hotel Jakarta termasuk Hotel Des Indes, Hotel Der Nederlanden, Hotel Royal, Hotel Rijswijk,
2. Hotel Sarkies dan Oranje (sekarang Hotel Majapahit) di Surabaya.
3. Hotel Du Pavilion di Semarang
4. Hotel Istana, Malang
5. Hotel Slier,
6. Grand Hotel Yogyakarta, sekarang dikenal sebagai Hotel Inna Garuda,
7. Bandung: Pension Van Hangel (Panghegar), Savoy Homann, dan Preanger
8. Hotel Salak di Bogor.

Seiring kemajuan industri pariwisata, khususnya di Bali, industri perhotelan mulai berkembang pesat. Tiga tahun setelah dibukanya Bandara Ngurah Rai sebagai pelabuhan internasional, dibangunlah Hotel Bali Beach. Dengan pertumbuhannya saat ini, Bali menjadi semakin ramai dengan pengunjung internasional yang dapat ditemukan bahkan di daerah yang tidak dikenal. Mirip dengan Bali,

tempat lain mengalami peningkatan wisatawan. tempat wisata di malang jawa timur yang ada beberapa diantaranya. Daerah Batu dengan lereng pegunungan, kebun apel, dan Seleka, tujuan wisata yang sukses membudidayakan tulip sedemikian rupa sehingga suasananya sebanding dengan di Belanda, paling menonjol dan paling populer di kalangan wisatawan. 90 kilometer selatan Surabaya, di kota Malang dan Batu yang berhawa sejuk, industri perhotelan berkembang pesat. Pemkot Malang masih mengelola beberapa hotel yang dibangun pada masa kolonial, seolah-olah ingin melestarikan peninggalan sejarah. Misalnya, Hotel Pelangi, salah satu hotel tertua di kota ini dan dikenal sebagai "kota pelajar". Hotel yang terletak di Jalan Merdeka ini masih menjadi salah satu tempat menginap para tamu, bahkan menawarkan koleksi kenangan sejarah yang indah melalui gambar-gambar yang ditempel di dinding hotel. Namun, suasana perhotelan di Bandung sama semaraknya. Tumbuhnya beberapa industri, antara lain industri makanan, retail, home industri, café, dan factory outlet, telah meningkatkan pariwisata di Kota Kembang. Bandung melihat peningkatan besar wisatawan, terutama pada akhir pekan. Alhasil, industri perhotelan Bandung pun menguat. Di dekat kawasan ramai atau dekat dengan tempat wisata, berbagai kelas hotel mulai dari kelas melati hingga berbintang dapat diakses dengan mudah. Pembangunan dan keberadaan hotel di Indonesia berkembang sangat pesat setelah era rezim Orde Baru. Apalagi kini berbagai perusahaan "pengelolaan" hotel asing telah berdiri di beberapa kota besar Indonesia. Wajah arsitektur perhotelan di Indonesia cukup maju dan kreatif, seiring dengan pertumbuhan perhotelan Indonesia. Ini adalah standar sejarah baru untuk hotel-

hotel di Indonesia."Perluasan hotel di Indonesia meningkat sangat cepat, termasuk pertumbuhan villa dan penginapan backpacker serta jaringan hotel di seluruh dunia dari bintang empat dan lima menjadi bintang dua dan tiga, semuanya yang berkembang sesuai dengan sektor pasarnya masing-masing.

Mengenal Industri Perhotelan

Khususnya di akhir pekan, Bandung mengalami lonjakan wisatawan yang dramatis. Konsekuensinya, sektor perhotelan di Bandung pun ikut berkembang. Berbagai klasifikasi hotel, dari kelas melati hingga bintang, berlokasi strategis di kawasan sibuk atau berdekatan dengan tempat wisata. Mengikuti era rezim Orde Baru, hotel dibangun dan berkembang pesat di Indonesia. apalagi sekarang beberapa perusahaan "manajemen" hotel internasional telah berdiri di sejumlah kota penting di Indonesia. Sejalan dengan berkembangnya hotel-hotel di Indonesia, wajah arsitektur hotel di sana terbilang modern dan imajinatif. Namun, ini merupakan tolok ukur sejarah baru untuk hotel di Indonesia. Selain maraknya vila dan penginapan backpacker, industri perhotelan Indonesia juga berkembang pesat jaringan globalnya. berbagai sumber Kamus pelajar tingkat lanjut didefinisikan oleh Kamus Oxford sebagai "Bangunan tempat makan dan kamar disediakan untuk pelancong." yang dapat dipahami sebagai struktur (fisik) yang menawarkan makanan, minuman, dan layanan kamar kepada pengunjung. Hotel adalah jenis penginapan yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan layanan penginapan, makanan dan minuman, dan layanan tambahan lainnya untuk masyarakat umum yang dikelola secara komersial, sesuai SK Menparpostel no.KM 37/PW.340/MPPT-

86 tentang peraturan perusahaan dan pengelolaan hotel. Hotel-hotel dari semua tingkatan bintang, dari bintang dua dan tiga hingga bintang empat dan lima, tumbuh sejalan dengan ceruk pasar khusus mereka. Selain itu, sesuai kutipan Steadmon dan Kasavana dari American Hotel and Motel Association (AHMA), *The definition of a hotel is "an establishment whose main line of business is the provision of lodging facilities to members of the general public and which provides one or more of the following services: food and beverage service, room attendant service, uniformed service, laundering of linens, and use of furniture and fixtures."* Dalam buku Industri Perhotelan Suwithi (2013) yang dapat dipahami sebagai struktur yang dijalankan untuk mencari keuntungan dengan memberikan akses fasilitas penginapan kepada masyarakat umum beserta fasilitas layanan berikut: layanan makanan dan minuman, layanan kamar, layanan bagasi, layanan binatu, dan kemampuan untuk menggunakan fasilitas/ furnitur dan ambil dekorasi interior. Hotel didefinisikan sebagai menggunakan struktur fisik, menawarkan layanan akomodasi, makanan dan minuman, dan layanan lain yang dimaksudkan untuk masyarakat umum yang dioperasikan secara profesional dan menguntungkan.

Sektor Hotel dari Sektor Perhotelan "Industri perhotelan" adalah berbagai sektor komersial yang mencakup industri perhotelan. Layanan hotel atau penginapan, restoran, pengorganisasian acara, kapal pesiar, layanan penerbangan, taman hiburan, rumah sakit, layanan transportasi, dan industri lainnya semuanya berada di bawah payung bisnis perhotelan. Adanya unsur jasa (service) yang intrinsik dan tidak dapat dipisahkan dari barang yang disampaikan kepada klien menyatukan semua disiplin bisnis dalam kategori industri jasa

ini. Pada kenyataannya, faktor kunci yang mempengaruhi kelangsungan perusahaan sektor jasa seringkali adalah komponen jasa ini. Di sektor perhotelan, tujuan mendasarnya adalah untuk meningkatkan dan mempertahankan kebahagiaan klien untuk menghasilkan pendapatan Kotler, Bowen, & Makens (2017). Pelanggan akan tetap aktif dan terlibat jika kebutuhan mereka termasuk yang terkait dengan layanan ditangani pada tingkat fisik dan non-fisik. Pentingnya komponen jasa dalam kegiatan bisnis saat ini semakin diakui, tidak hanya di sektor perhotelan tetapi juga di industri yang secara historis memasarkan barang berwujud. Bisnis yang secara historis eksklusif menjual barang fisik kini memiliki kecenderungan untuk mulai mengemas barang mereka dengan memasukkan komponen layanan terintegrasi untuk menarik lebih banyak konsumen. Karakteristik hotel Sektor perhotelan berbeda dengan sektor bisnis atau industri lain karena ciri khasnya. Berikut ini adalah perbedaan hotel dari sektor bisnis atau industri lain:

1. Sektor perhotelan dikategorikan sebagai usaha padat modal dan padat karya, artinya pengelolaannya membutuhkan sumber daya keuangan yang besar dan staf yang cukup besar.
2. Dipengaruhi oleh kondisi dan modifikasi yang terjadi di sektor ekonomi lokal, politik, sosial, budaya, dan keamanan hotel.
3. Memproduksi dan menjual barangnya di lokasi yang sama dengan layanan yang diberikan.
4. Melayani tamu hotel dan masyarakat umum nonstop selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu.

5. Memperlakukan pelanggan seperti bangsawan sekaligus mitra bisnis, karena kualitas layanan hotel sangat dipengaruhi oleh seberapa banyak orang yang memanfaatkan fasilitas hotel.

Menurut item yang tersedia, produk hotel memiliki empat fitur utama, yaitu:

1. Produk berwujud, termasuk penjualan penginapan, makanan, minuman, kolam renang, dan barang lainnya.
2. Komoditi tidak berwujud, termasuk kenyamanan, kemudahan, daya tarik, keamanan, dan sebagainya.
3. Hal-hal yang mudah rusak dan segar, seperti buah-buahan, sayuran, makanan laut, dan daging, tidak tahan lama.
4. Barang tahan lama yang tidak mudah rusak, seperti alkohol, minuman ringan, furnitur untuk tamu, dan lain sebagainya

Sebuah hotel harus menyertakan jenis ruang tertentu, yang akan dimasukkan dalam kategorisasi dan kriteria hotel. Area-area ini meliputi:

1. Kamar Tidur
2. Ruang makan/restouran
3. Funtion room
4. Rekreasi dan olahraga
5. Drugstore
6. Lobby
7. Taman
8. Utilitas

Sebuah hotel beroperasi di sektor jasa dan menciptakan, menawarkan, dan mengirimkan produk dan layanan kepada klien. Kerjasama dan pembagian tugas sesuai bidang keahlian diperlukan

untuk melaksanakan penyediaan dan pelayanan barang hotel. Administrasi hotel berbintang dipisahkan menjadi beberapa divisi sesuai dengan fungsinya, antara lain:

1. Departemen Kantor Depan (Front Office Departement)
Departemen ini bertugas melakukan reservasi kamar, memberikan informasi calon pengunjung, menyambut tamu saat kedatangan (Check-In), mengatur panggilan telepon, mengatur properti tamu, menyambut tamu saat keberangkatan (Check-In Out), dan mengatur sambungan telepon.
2. Departemen Tata Graha (Housekeeping Departement)
Departemen yang bertanggung jawab memastikan bahwa ruang publik hotel, termasuk yang digunakan oleh anggota staf hotel, restoran, bar, dan kamar tamu, selalu bersih, teratur, dan lengkap.
3. Departemen Makanan dan Minuman (Food & Beverage Service Departement Service)
divisi yang bertugas menyediakan makanan dan minuman bagi pengunjung.
4. Departemen Tata Boga (Food Production)
Bertugas menyediakan makanan bagi mereka yang menginap di hotel, serta bagi orang-orang yang bekerja di sana.
5. Departemen Pemasaran (Marketing Departement)
bertanggung jawab untuk memasarkan barang-barang hotel, termasuk promosi dan penjualannya.
6. Departemen Akuntansi (Accounting Departement)
dalam tanggung jawab menangani uang yang terkait dengan pengeluaran dan penerimaan hotel.
7. Departemen Pembeian (Purchasing Departement)

bertanggung jawab untuk memperoleh dan menerima pasokan atau peralatan untuk kebutuhan hotel.

8. Departemen Teknik (Engineering Departement)
bertugas melaksanakan tugas perencanaan bangunan, pemasangan, dan pemeliharaan, serta pemeliharaan peralatan hotel lainnya.
9. Departemen Keamanan (Security Departement)
bertugas menjaga ketertiban dan keamanan baik di dalam hotel maupun di area sekitarnya.
10. Departemen Personalia (Personnel Departement)
bertanggung jawab untuk melaksanakan perekrutan dan pemilihan staf hotel, serta menjaga kesejahteraan dan moral tenaga kerja serta meningkatkan pelatihan dan keahlian karyawan hotel.

Klasifikasi Hotel

Dalam industri perhotelan ada beberapa klasifikasi hotel yang dapat memembedakan mulai dari jenis, ukuran, fungsi, lokasi, dll. Teknik mengklasifikasikan hotel ke dalam tingkatan berdasarkan kriteria evaluasi tertentu dikenal sebagai klasifikasi hotel. Hotel dapat dikategorikan menggunakan berbagai kriteria tergantung pada kebutuhan mereka. Sebuah hotel mungkin termasuk dalam lebih dari satu judul. Strategi ini digunakan untuk menarik pasar yang lebih besar, mempromosikan tingkat hunian yang lebih tinggi, atau pola hunian yang lebih konsisten.

Hotel dapat dikategorikan dalam beberapa cara, termasuk:

1. Berdasarkan peringkat bintang, hotel diklasifikasikan Jumlah bintang yang diberikan kepada hotel bergantung pada cocok atau

tidaknya kriteria untuk masing-masing kategori bintang tersebut. Pengelompokan tersebut sering digambarkan berdasarkan jumlah bintang, seperti bintang satu, bintang dua, bintang tiga, dan lain sebagainya. Tanda bintang (*) menunjukkan tingkat atau kelas hotel, dan semakin banyak bintang yang dimiliki sebuah hotel, fasilitas dan layanannya harus semakin baik dan ekstensif.

- a. Hotel Bintang 1: memiliki kamar mandi dalam, minimal 15 kamar standar, dan ukuran kamar standar minimal 20 m².
- b. Hotel Bintang 2: Mencakup minimal 20 kamar standar, minimal 1 suite, kamar mandi, telepon, televisi, AC, lobi, dan fasilitas olahraga dan rekreasi. Kamar standar harus berukuran minimal 22 meter persegi. Kamar suite harus berukuran minimal 44 meter persegi.
- c. Hotel Bintang 3: memiliki minimal 30 kamar standar, 2 suite, kamar mandi, telepon, televisi, AC di kamar, ukuran kamar minimal 24 m², dan ukuran kamar suite minimal 48 m². Bangunan hotel juga memiliki bar, restoran, fasilitas olahraga, dan area rekreasi, serta staf pramutamu.
- d. Hotel Bintang 4: memiliki minimal 59 kamar standar dan 3 suite, kamar mandi, telepon, televisi, AC dengan instalasi air panas dan dingin di kamar, dan bangunan hotel dilengkapi dengan lobi dengan luas minimal 100 m², fasilitas olahraga, rekreasi kegiatan, restoran, tempat istirahat, toilet umum, bar, dan menyediakan staf pramutamu hotel.
- e. Hotel Bintang 5: memiliki minimal 100 kamar standar, minimal 4 suite, kamar mandi, telepon, TV, AC dengan instalasi air panas dan dingin, dan minimal 26 meter persegi

untuk kamar reguler dan 52 meter persegi untuk suite. Bangunan hotel memiliki lobi dengan luas minimal 100 m², restoran, bar, dan layanan kamar 24 jam, serta fasilitas olahraga, ruang hiburan, tempat peristirahatan, toilet umum, dan layanan pramutamu hotel.

2. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Plan Klasifikasi hotel berdasarkan Plan dikenal, antara lain:
 - a. The American Plan metode pengorganisasian tarif hotel di mana biaya menginap mencakup akomodasi dan biaya makan. Ada dua bagian dalam The American Plan, yaitu: (FAP) Full American Plan The Modified American Plan (MAP) dan tiga kali makan (sarapan, makan siang, dan makan malam) sudah termasuk dalam tarif akomodasi. Dua makanan yang termasuk dalam biaya kamar harus termasuk sarapan.
 - b. Paket Bermuda dan Paket Kontinental adalah pengaturan penginapan di mana biaya akomodasi sudah termasuk sarapan kontinental.
 - c. Strategi Eropa Tamu yang menginap cukup membayar akomodasi mereka. Manfaatnya meliputi: • Sistem penagihan yang praktis dan banyak digunakan yang memfasilitasi pembayaran saat check-out
3. Klasifikasi hotel berdasarkan ukuran Berdasarkan jumlah kamar yang disediakan, hotel dapat dikategorikan menurut ukurannya. Ukuran hotel dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: hotel kecil Ketika sebuah hotel memiliki kurang dari 150 kamar, itu dianggap kecil.

Hotel kecil Merupakan hotel berukuran sedang, termasuk dalam salah satu dari dua kategori berikut:

- a. Average hotel: jumlah kamar antara 150 sd. 299 kamar.
 - b. Above average hotel: jumlah kamar antara 300 sd. 600 kamar.
 - c. Dengan lebih dari 600 (enam ratus) kamar, sebuah hotel dianggap sebagai hotel besar.
4. Klasifikasi Hotel Berbasis Lokasi Menurut kriteria berbasis lokasi, hotel dapat dikategorikan ke dalam:
- a. Hotel kota Sebuah hotel di kota yang sebagian besar pengunjungnya bepergian untuk urusan bisnis.
 - b. Hotel resor adalah hotel yang terletak di lokasi wisata yang populer, di mana sebagian besar pengunjung datang untuk bersantai daripada bisnis.
5. Menggunakan niat pengunjung sebagai dasar klasifikasi hotel Berikut ini adalah klasifikasi hotel tergantung pada tujuan penggunaan waktu pengunjung di sana:
- a. Hotel kantor Ruang rapat dan konferensi sering kali tersedia di hotel yang sebagian besar pengunjungnya melakukan perjalanan bisnis.
 - b. Hotel Resor/Tourism Hotel dengan klien turis domestik dan internasional yang besar.
 - c. Hotel kasino adalah sejenis penginapan yang sebagian propertinya digunakan untuk berjudi.
 - d. The Pilgrim Hotel, sebuah hotel yang memiliki ruang untuk beribadah. sebanding dengan penginapan di Lourdes, Prancis, dan hotel di Arab (selama musim haji).

- e. The Cure Hotel menyambut para pelancong yang sedang menjalani perawatan medis atau pemulihan dari suatu penyakit.
6. Klasifikasi Hotel berdasarkan Rata-rata Lama Menginap Tamu:
 - a. hotel untuk wisatawan Rata-rata lama menginap pengunjung hotel ini adalah satu malam.
 - b. Hotel dengan beberapa tempat tinggal Rata-rata lama menginap di hotel ini adalah lebih dari satu malam tetapi masih hanya satu minggu hingga satu bulan.
 - c. Hotel dengan tempat tinggal para pengunjung yang menginap di hotel kami selama sebulan atau lebih.

Status Hotel Berdasarkan Kepemilikan

Ditentukan oleh Kepemilikan Hotel Sekarang ada dua jenis kepemilikan hotel yang terlibat dalam manajemen mereka: hotel independen dan hotel berantai. Sebuah hotel dianggap independen jika tidak berbagi kepemilikan atau manajemen dengan bisnis lain. Hotel kecil dan menengah yang dijalankan oleh keluarga yang seringkali tidak mematuhi praktik operasi standar termasuk dalam kategori ini. Hotel yang tidak dimiliki dan dioperasikan secara independen dikategorikan sebagai Jaringan Hotel, sering dikenal sebagai Hotel Rantai. Hotel-hotel ini dibedakan berdasarkan pengaturan kepemilikan dan manajemen yang mereka miliki dengan hotel lain dalam organisasi jaringan.

Dalam jaringan hotel ini, kolaborasi dapat mengambil salah satu dari empat bentuk yang berbeda:

1. Perusahaan Induk Secara khusus, hotel yang merupakan divisi dari atau dimiliki oleh perusahaan lain. Perusahaan induk akan

memberikan pedoman dan standar manajemen untuk hotel-hotel yang dimilikinya. Hilton Intercontinental Inc., Intercontinental Hotels, Hyatt Intercontinental, The Ritz Carlton, Four Seasons, dan perusahaan jaringan hotel terkenal lainnya ada di antara mereka.

2. Hotel khusus yang memisahkan kepemilikan dan manajemen adalah yang berada di bawah manajemen kontrak. Sesuai dengan perjanjian sebelumnya, pemilik hotel membeli jasa manajemen dari usaha lain dengan membayar sejumlah uang tertentu. Contoh: Berdasarkan keahlian mereka di bidangnya, Hilton dan Sheraton menyediakan layanan ini.
3. Waralaba Semacam kolaborasi manajemen di mana pemilik hotel mengoperasikan hotelnya dengan strategi atau template yang dirancang dan dikembangkan oleh bisnis lain atau pendirian penginapan, atau, dengan kata lain, pemilik "membeli" strategi atau resep dari bisnis. lainnya, seperti Santika, Hotel Ciputra, Lorin, dan Nikko Jakarta.
4. referral service semacam kombinasi hotel yang bersifat otonom untuk tujuan bersama, seperti yang berkaitan dengan pemasaran, sistem pemesanan kamar, dan kegiatan lain yang dianggap lebih menguntungkan jika dilakukan secara bersama-sama, tanpa harus mengubah struktur kepemilikan. Best Western International adalah grup semacam ini dan terbesar di dunia.

Bisnis Perhotelan

Industri perhotelan merupakan subsektor dari industri jasa yang sangat terkait dengan industri pariwisata sehingga tidak mungkin untuk membedakan keduanya. Di mana pun ada tempat wisata, Anda

bisa mengamati betapa luasnya industri perhotelan. Industri perhotelan unik karena menggabungkan elemen fisik, tidak berwujud, mudah rusak, dan tidak mudah rusak. Ada banyak aspek nyata dari industri perhotelan, seperti penginapan, makanan, minuman, kolam renang, dan lain-lain. Produk seperti keramahtamahan, kenyamanan, daya tarik, dan sebagainya tidak asli. Barang hanya bisa langsung dijual karena mudah rusak, namun bisa disimpan di gudang karena mudah rusak. Misalnya, akomodasi hotel, makanan terbaru, dan produk segar. Barang yang tidak mudah rusak termasuk alkohol, minuman ringan, perlengkapan tamu, dan sebagainya. Dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung, industri perhotelan berupaya memaksimalkan pendapatan. Tujuan dari layanan ini adalah untuk menciptakan citra hotel yang positif dan untuk menjamin kelangsungan hidup hotel dalam jangka panjang. Ada sejumlah langkah yang harus diambil investor atau pemilik perusahaan untuk menciptakan bisnis perhotelan. Berikut adalah beberapa fase tersebut:

1. Riset Tentang Target pasar

Hal pertama yang harus dilakukan saat meluncurkan perusahaan perhotelan adalah riset pasar. Target demografis yang ingin Anda tuju adalah pengunjung yang pasti berkunjung ke wilayah tersebut jika ingin membuka hotel di area yang populer. Jangan lupa tentukan demografinya, karena wisatawan sering mengunjungi tempat wisata. Akan lebih mudah untuk memastikan fasilitas apa yang ditawarkan hotel dengan cara ini. Penentuan bagian dalam dan luar juga serupa.

2. Pemilihan lokasi strategis

Langkah selanjutnya adalah memilih tempat untuk mengembangkan hotel setelah menentukan target pasar. Perusahaan akan berhasil jika Anda memilih lokasi dengan bijak. Bersabarlah saat memilih tempat untuk itu. Saat memilih lokasi, cobalah untuk melakukan penelitian yang lebih menyeluruh. Ingatlah bahwa membeli rumah membutuhkan biaya yang sangat mahal, jadi sebaiknya Anda tidak bertindak tergesa-gesa.

3. Dirikan bangunan hotel yang berkualitas

Bangun hotel yang indah dan ramah setelah Anda memiliki properti yang sempurna. Pastikan untuk memberikan perhatian khusus pada bagaimana struktur bangunan memenuhi standar, yaitu tahan lama, stabil, kuat, dan sesuai untuk tujuan yang dimaksudkan. Untuk menjamin bangunan hotel berfungsi dengan baik dan menjamin keselamatan pekerja dan tamu hotel di kemudian hari, Anda juga harus mengajukan SLF (Certificate of Proper Function), sejalan dengan pemahaman industri perhotelan.

4. Perencanaan desain interior dan eksterior hotel

Desain eksterior dan interior hotel adalah agenda selanjutnya. Pastikan Anda bisa menatanya se-Instagramable dan secantik mungkin agar mudah menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Perlu diketahui bahwa saat ini sudah banyak perusahaan perhotelan dengan desain yang menarik dan khas. Karena dua faktor tersebut, banyak pengunjung yang memutuskan untuk menetap dan menjadikannya rumah sendiri. Selain itu, hotel ini

menawarkan berbagai fasilitas yang lengkap untuk menunjang kenyamanan pengunjung yang akan menginap di hotel Anda.

5. Menentukan harga sesuai target pasar

Penetapan harga yang Anda putuskan akan menentukan apakah perusahaan perhotelan Anda berhasil atau gagal. Pastikan untuk menetapkan harga yang adil dan masuk akal untuk itu sesuai dengan target pasar yang ingin Anda jangkau. Tetapkan harga sesuai dengan fasilitas yang disediakan sehingga pengunjung dapat membandingkan harga sendiri. Pastikan biayanya masuk akal, terjangkau, dan mampu memberikan hasil yang diinginkan. Tidak disangka tujuan Anda tidak dapat tercapai jika Anda ingin menarik wisatawan umum dan backpacker namun tarif hotel sangat tinggi.

6. Strategi Pemasaran Hotel

Jangan takut untuk memberikan berbagai layanan atau memberikan hadiah kepada tamu yang menggunakan layanan hotel Anda agar mereka dapat beriklan secara gratis kepada orang lain. Taktik pemasaran yang dapat Anda manfaatkan termasuk menawarkan spesial, memanfaatkan influencer, dan banyak lagi.

Perekonomian dunia tampaknya bergerak cepat di era globalisasi saat ini, dan Indonesia adalah salah satu negara yang terkena dampak dari fenomena ini. Di Indonesia, perekonomian juga tumbuh pesat, khususnya sektor jasa. Usaha pariwisata (hospitality) yang merupakan salah satu industri yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat, merupakan

salah satu sektor jasa yang telah memantapkan dirinya sebagai pilar di Indonesia.

Pertumbuhan sektor pariwisata telah meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat, serta mendorong bisnis lain termasuk kerajinan tangan, souvenir, transportasi, dan khususnya sektor perhotelan.

Pariwisata dan perhotelan adalah dua sektor yang saling terkait. Hotel bergantung pada pengunjung tempat wisata sebagai pelanggan potensial yang akan menginap dan membayar uang hotel. Jika objek wisata terkenal dan sering dikunjungi, beberapa hotel terdekat juga akan ditempati. Jika industri pariwisata lemah, tidak ada pengunjung yang menginap, maka tingkat hunian atau tingkat menginap hotel juga akan lemah. Karena sulitnya mencari penginapan bagi pengunjung, maka jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata juga akan sedikit.

Pariwisata dan perhotelan adalah dua sektor yang saling terkait. Hotel bergantung pada pengunjung tempat wisata sebagai pelanggan potensial yang akan menginap dan membayar uang hotel. Sejumlah hotel di kawasan tersebut juga akan mampu menampung pengunjung jika objek wisata tersebut terkenal dan sering dikunjungi. Jika industri pariwisata lemah, tidak ada pengunjung yang menginap, maka tingkat hunian atau tingkat menginap hotel juga akan lemah. Begitu pula jika tidak ada fasilitas hotel yang dekat dengan tempat wisata, maka akan semakin sedikit orang yang pergi ke sana karena akan sulit mencari penginapan.

Salah satu aspek terpenting dari bisnis perhotelan adalah layanan karena memungkinkan pelanggan untuk menentukan apakah hotel

menawarkan layanan pelanggan yang luar biasa atau tidak. Jika hotel tersebut melakukannya, pelanggan pasti akan senang dan tertarik untuk tetap tinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. 2017. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 7th ed. Edinburgh: Pearson Educarion Limited.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*,
Jakarta: Penerbit Buku KOMPAS.
- Suwithi, Ni Wayan dan Boham, Cecil Erwin Jr. 2008. *Akomodasi Perhotelan Jilid 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Suwithi, N.W. 2013. *Industri Perhotelan jilid 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Biodata Penulis
Winda Gafrilia Prianka, M.M.Par.

Penulis tertarik terhadap ilmu Manajemen Perhotelan, pendidikan penulis di mulai pada strata 1 Universitas Pendidikan Indonesia dengan jurusan Manajemen Pemasaran Pariwisata konsentrasi Manajemen Perhotelan pada tahun 2011 dan selesai pada tahun 2015, setelah itu penulis bekerja pada bidang perhotelan kurang lebih selama tiga tahun di salah satu hotel international chains di jakarta serta salah satu hotel local chains yang ada di kota bandung sebelum melanjutkan pendidikan strata 2 di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung mengambil jurusan Manajemen Pariwisata dengan konsentrasi Manajemen Perhotelan penulis juga, penulis juga aktif pada bidang pariwisata lainnya seperti pada MICE, tour guide. Saat ini penulis memilih untuk mengabdikan diri sebagai dosen dibidang Pariwisata pada universitas swasta di kota bandung (Universitas 'Aisyiyah Bandung). Penulis memiliki kepakaran pada bidang Manajemen Perhotelan (Pemasaran Hotel dan Operasional Hotel), Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Merek, penulis juga aktif dalam penulisan penelitian di bidang Perhotelan.

Email Penulis: Winda.gafrilia@gmail.com