

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia pariwisata berkembang cukup pesat. Sebab pariwisata di Indonesia sangatlah banyak dan beragam. Dan di dukung juga banyaknya para wisatawan yang berkunjung di Indonesia. Objek-objek wisata yang dikelola dengan baik memunculkan minat dan ketertarikan di mata wisatawan untuk berkunjung, dari wisatawan lokal sampai dengan mancanegara. Banyaknya wisatawan yang berkunjung sehingga membuat industri jasa seperti jasa penginapan mendapatkan efek yang cukup menguntungkan. Dengan adanya hotel yang juga merupakan jasa penginapan berfungsi untuk mendukung fasilitas yang ada di tempat wisata tersebut. Semakin banyak hotel yang dijumpai dimanapun, mulai dari hotel melati, bintang 1 sampai bintang 5 yang mewah sekalipun semuanya didukung dengan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan standarisasi pada masing-masing hotel.

Dalam setiap hotel memiliki tujuan utama untuk memberikan pelayanan/*service* yang terbaik bagi tiap tamu yang menginap di hotelnya. Dengan begitu, secara otomatis pihak hotel telah mempromosikan kualitas dan kuantitas kepada para tamu. Begitu juga dengan kesuksesan atau tidaknya suatu hotel dipengaruhi oleh baik tidaknya kinerja dari masing-masing karyawan dan kerja sama karyawan antar departemen yang saling berkesinambungan. Apabila semuanya berjalan dengan baik maka para tamu akan merasa puas dengan pelayanan hotel dan pendapatan hotel akan meningkat.

Berbicara mengenai operasional suatu hotel maka tak bisa lepas dari peranan departemen-departemen yang ada di dalamnya, salah satu departemen yang cukup berperan penting dalam dunia perhotelan adalah *Sales & Marketing* dimana *E-Commerce* berada didalamnya. *Electronic Commerce* (Perniagaan Elektronik) atau yang biasa disebut dengan *e-Commerce*, adalah sebagai bagian dari *Electronic Business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*), oleh para ahli dan pelaku bisnis. Secara umum *e-Commerce* dapat

didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of good and service*) dengan menggunakan media elektronik. *e-Commerce* dimulai pada tahun 1995 saat *website* portal *Netscape.com* menerima iklan pertama dari perusahaan besar.

Berbisnis di internet telah berpengaruh besar dalam berbagai jenis bisnis. Begitu juga dengan *real estate* dan industri perjalanan (*travel*) yang berkembang secara dramatis. Di Indonesia, tidak sedikit hotel yang telah membawa bisnisnya ke era *e-Commerce*. Menawarkan dan menjual produknya yang berupa jasa melalui internet. Internet merupakan revolusi pemasaran hotel dan *booking* secara *online* yang memiliki peran sangat penting dalam bisnis hotel.

Pertumbuhan *e-Commerce* nampaknya akan berlangsung terus seiring dengan makin memasyarakatnya jaringan global internet, bahkan beberapa pakar teknologi informasi memprediksikan bahwa internet akan menjadi bagian sehari-hari masyarakat modern pada masa mendatang. Ini artinya mereka akan demikian kental berurusan dengan internet dalam segala hal termasuk membeli atau menjual barang dan jasa. Begitu pula perusahaan-perusahaan maupun dunia perhotelan akan mengupayakan pelebaran pangsa pasarnya melalui jaringan internet sebagai strategi baru yang sangat global.

Dengan kata lain di dalam *e-Commerce* akan menjelma menjadi infrastruktur bisnis alternatif yang mumpuni pada era informasi kini dan mendatang (Ikht-flui.net). Sehingga para pihak yang melakukan kegiatan perdagangan/perniagaan hanya berhubungan melalui suatu jaringan publik (*public network*) yang dalam perkembangan terakhir menggunakan media internet. Sedangkan menurut karakteristiknya *e-Commerce* sangat berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi *e-Commerce* sendiri memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus yaitu: transaksi tanpa batas, transaksi anonim, produk *digital* dan *non digital*, dan produk barang tak berwujud.

Dampak dari itu semua adalah meningkatnya persaingan bisnis, perusahaan tidak hanya bersaing dengan pesain lokal tetapi juga dengan pesaing global, karena hanya dengan satu atau dua klik saja pelanggan dapat berpindah ke

pesaing lain. Kondisi ini bahkan mengarah pada tingkat persaingan yang *hyper competitive* (Kotler, 2002:6).

Mengingat semakin luasnya *e-Commerce* dalam dunia perbisnisan maka dalam dunia perhotelan atau *hospitality* peranan teknologi *e-Commerce* sangat penting penggunaannya. *e-Commerce* dalam dunia perhotelan merupakan salah satu ujung tombak dalam memasarkan kamar hingga fasilitas-fasilitas yang ada di hotel. Darisiniilah *e-Commerce* sangat berperan dalam bisnis perhotelan yang melalui *booking* secara *online*.

Pengunjung yang datang tidak hanya orang-orang lokal saja, tetapi ada juga wisatawan asing. Karena banyaknya wisatawan asing yang berkunjung oleh sebab itu media promosi di internet sangatlah dianjurkan dan wajib untuk para pemilik hotel yang ingin menarik lebih banyak pengunjung. Pengunjung dengan mudahnya dapat mengakses mengetahui lokasi-lokasi suatu hotel dan bisa juga melihat fasilitas-fasilitas yang disuguhkan oleh hotel tersebut melalui *e-Commerce*.

Tugas maupun peran *e-Commerce* di dalam dunia perhotelan diantaranya melakukan rekap *rangking*, rekap *scoring*, rekap *guest review*, *set rate plan*, *set allotment*, *set promotion*, *change rate plan*, *change allotment*, *close out & open allotment*.

Tidak hanya itu saja didalam *e-Commerce* juga dapat melakukan *booking* secara langsung dan lebih efisien. Kemungkinan apabila tamu yang ingin *booking* secara langsung di hotel bisa saja kehabisan kamar dan memerlukan waktu yang cukup banyak karena harus datang ke hotel. Jika melakukan *booking* dalam *e-Commerce* para tamu tidak akan menghabiskan waktu yang banyak dan tidak perlu datang ke hotel.

Keberadaan *e-Commerce* itu sendiri sangatlah membantu karena selain mempermudah untuk melakukan *reservation* juga menguntungkan kedua belah pihak antara tamu yang menginap dan manajemen hotel. Dengan *e-Commerce* setiap transaksi yang dilakukan tidak memerlukan pertemuan kedua belah pihak meskipun berada di dua benua yang berbeda sekalipun. Dan adanya hal ini memberikan kemudahan untuk dua belah pihak dalam melakukan transaksi.

Sangat diharapkan nantinya pemasaran melalui *e-Commerce* ini dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi. Hal ini didasari oleh *e-Commerce* yang dilakukan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan kepenjuru dunia. Sehingga nilai efektifitas yang dihasilkan oleh *e-Commerce* dapat memenuhi tujuan yang ingin dicapai yakni peningkatan jumlah pengunjung guna meningkatkan pendapatan hotel.

e-Commerce merupakan strategi yang harus dimiliki oleh perhotelan, karena dengan adanya *e-Commerce* akan banyak mendapatkan keuntungan. Dengan *e-Commerce* pemasaran akan lebih efisien dan efektif juga akan lebih mengena pada tujuan awal promosi. Dengan begitu para pemilik hotel merasa sangat dibantu dengan adanya *e-Commerce* dalam bisnis perhotelan maupun bisnis penginapan lainnya.

1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan bagi penulis memiliki tujuan yaitu sebagai salah satu persyaratan akademik guna meraih sebuah Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Selain itu juga dapat mengetahui sistem kerja dan *job desk* dari Departemen *Sales & Marketing* khususnya pada *e-Commerce* dalam sebuah hotel. Dalam kegiatan ini juga berfungsi untuk mendapatkan pengalaman tentang dunia kerja secara nyata di hotel, dapat melatih kedisiplinan dan tanggung jawab atas pekerjaan yang dikerjakannya, serta menambah wawasan tentang lingkungan yang ada di hotel terutama di Departemen *Sales & Marketing*.

1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini memiliki manfaat bagi penulis yakni untuk mengetahui kegiatan, peraturan, tata cara kerja yang ada di Hotel Garden Palace Surabaya. Disamping itu kegiatan ini dilakukan oleh penulis untuk membandingkan penerapan teori pada saat kuliah dengan praktiknya secara langsung di lapangan dan mengembangkan hubungan kerjasama antara satu karyawan dengan karyawan lain.

Hal ini sangatlah penting di dalam dunia kerja khususnya dalam bidang perhotelan, karyawan selalu dituntut tidak hanya memiliki keterampilan dan keahlian saja. Dibutuhkan juga daalam kerjasamanya dan komunikasi yang baik untuk mengurangi terjadinya *missed communication* dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

1.4 Rencana Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan akademik untuk meraih gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi dan Bisnin Universitas Airlangga.

Dalam program ini penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Hotel Garden Palace Surabaya yang termasuk hotel berbintang empat selama 4 bulan. Dimulai pada tanggal 19 Januari 2015 sampai dengan 19 Mei 2015 namun dikarenakan harus *extend* untuk mengganti pada saat tidak masuk karena sakit maka Praktik Kerja Lapangan berakhir pada tanggal 30 Mei 2015, dengan jam kerja pada hari Senin – Jum**at pukul 09.00 – 17.00 dan Sabtu pada pukul 09.00 – 15.00.

TABEL 1.1
JADWAL KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

No	Kegiatan	Des-14				Jan-15				Feb-15				Mar-15				Apr-15				Mei-15				Jun-15							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan permohonan ijin lokasi PKL																																
2	Penentuan PKL																																
3	Pengajuan surat lamaran ke hotel dan interview																																
4	Pelaksanaan PKL																																
5	Pengajuan judul laporan																																
6	Pemilihan Dosen Pembimbing																																
7	Penyusunan Laporan PKL																																
8	Selesai PKL																																

Keterangan Tabel:

1. Pengajuan permohonan ijin lokasi PKL. Penulis mengajukan ijin untuk Praktik Kerja Lapangan kepada pihak akademik untuk dibuatkan surat pengantar ke hotel yang dituju.
2. Penentuan lokasi Praktik Kerja Lapangan. Sebelum melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan, mempunyai beberapa opsi untuk lokasi PKL yaitu:
 - a. Hotel Garden Palace Surabaya yang terletak di Jl. Yos Sudarso 11, Surabaya
 - b. Hotel Singgasana yang terletak di Jl. Gunung Sari, Surabaya
 - c. Hotel Santika Premiere yang terletak di Jl. Raya Gubeng No. 54, Surabaya
3. Pengajuan surat lamaran ke hotel dan melaksanakan interview. Penulis mengajukan surat lamaran secara langsung ke Hotel Garden Palace Surabaya, setelah beberapa hari kemudian dilaksanakan interview oleh pihak HRD Hotel Garden Palace Surabaya.
4. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan. Pelaksanaan dilakukan selama empat bulan di bagian *E-Commerce Sales & Marketing* Hotel Garden Palace Surabaya.
5. Pengajuan judul laporan. Pengajuan judul laporan diajukan kepada Ketua Program Studi Diploma Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga baru kemudian ke Dosen Pembimbing yang akan menentukan layak atau tidaknya judul laporan tersebut.
6. Pemilihan Dosen Pembimbing. Pemilihan dosen pembimbing ditentukan oleh Ketua Program Studi Diploma Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
7. Penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan. Penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan dilakukan oleh penulis pada bulan Maret 2015 pada minggu ke tiga dan diperkirakan akan selesai pada bulan Mei 2015, yang selanjutnya laporan tersebut akan diserahkan kepada dosen pembimbing untuk dapat di ACC. Setelah itu maka laporan akan diserahkan kepada

Ketua Program Studi Diploma Manajemen Perhotelan agar mendapat penilaian mengenai laporan tersebut.

8. Praktik Kerja Lapangan berlangsung selama 4 bulan dimulai dari tanggal 19 Januari 2015 dan berakhir pada tanggal 19 Mei 2015 namun dikarenakan harus extend untuk mengganti pada saat tidak masuk karena sakit maka Praktik Kerja Lapangan berakhir pada tanggal 30 Mei 2015.

