

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai Negara dengan kekayaan alam yang melimpah. Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki potensi yang besar hampir dalam segala sektor, salah satunya adalah pariwisata. Pariwisata Indonesia merupakan industri yang harus mendapat perhatian lebih dari pemerintah dalam pengembangannya. Pengembangan industri pariwisata mempunyai pengaruh yang kuat dalam pengembangan wilayah pada daerah di sekitar obyek wisata. Karena dapat menjadi industri sektor utama yaitu sektor unggulan dalam peningkatan perekonomian daerah.

Indonesia dengan banyak provinsi di dalamnya terdiri dari sekian banyak pulau-pulau yang berjajar dengan potensi pariwisata yang beraneka ragam dan rupa pada setiap daerahnya, yang mana menjadi pemikat tersendiri bagi para wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia. Salah satunya provinsi Jawa Timur yang merupakan salah satu provinsi dengan potensi pariwisata yang menawarkan berbagai obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Surabaya adalah salah satu kota besar di Indonesia yang berada di Provinsi Jawa Timur. Surabaya juga menjadi kota metropolitan yang paling besar di Jawa Timur. Untuk di Indonesia, Surabaya di posisi kedua sebagai

kota metropolitan dan kota terbesar setelah Jakarta. Selain itu Surabaya memiliki beragam destinasi wisata yang menarik.

Letak Kota Surabaya yang sangat strategis berada hampir di tengah wilayah Indonesia dan sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan ekonomi, keuangan, dan bisnis di daerah Jawa Timur dan sekitarnya. Surabaya tidak hanya menjadi pusat perdagangan bagi wilayah Jawa Timur, namun juga memfasilitasi wilayah-wilayah di luar Jawa Timur. Selain itu juga merupakan salah satu kota terpenting dalam menopang perekonomian Indonesia. Banyaknya perusahaan-perusahaan besar atau industri yang ada di Surabaya menyebabkan banyak para pendatang yang ingin bertaruh nasib di Surabaya. Mereka pindah ke Surabaya untuk berbisnis, mencari lahan kerja atau melakukan kegiatan perekonomian lainnya karena banyak lapangan usaha dan industri besar yang ada di Surabaya.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. PM 53/HM.001/MPEK/2013 dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah “usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar didalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata dan dilatarbelakangi Surabaya adalah kota metropolitan dan banyaknya pebisnis-pebisnis yang hilir mudik di Surabaya maka hotel-hotel yang ada di Surabaya sendiri termasuk dalam golongan hotel bisnis.

Menurut *World Tourism Organization (WTO)* dan *International Union of Office Travel Organization (IUOTO)* dalam buku Anshori (2010) yang dimaksud wisatawan adalah setiap pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 6 (enam) bulan di tempat yang dikunjunginya dengan maksud kunjungan antara lain berlibur, rekreasi dan olahraga. Maksud dari kunjungan lain yaitu bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, atau kegiatan keagamaan.

Banyak pelancong dari luar negeri serta pendatang lokal dari daerah lain yang datang ke Surabaya mengakibatkan bertambahnya hotel-hotel dari kelas melati hingga bintang lima yang terklasifikasi dan diurutkan menurut banyak bintang dari hotel tersebut. Berikut adalah data klasifikasi hotel yang ada di Surabaya tahun 2017.

Kabupaten/kota	klasifikasi	jumlah	Kamar
Surabaya	Bintang 1 / <i>One Star</i>	5	307
	Bintang 2 / <i>Two Star</i>	9	957
	Bintang 3 / <i>Three Star</i>	40	5268
	Bintang 4 / <i>Four Star</i>	21	3516
	Bintang 5 / <i>Five Star</i>	7	2249

Tabel 1. 1 Data Jumlah Hotel di Surabaya Berdasarkan Bintangnya

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya 2017

Hotel-hotel baru tersebut bermunculan guna memenuhi kebutuhan para pengunjung dari luar kota maupun mancanegara untuk bertempat tinggal sementara mereka selama berada di kota Surabaya ini. Banyak hotel yang bersaing untuk menarik perhatian tamu agar tamu tersebut berkunjung ke hotel masing-masing dengan menawarkan fasilitas-fasilitas yang variannya pun beragam sesuai dengan klasifikasi hotel masing-masing. Selain itu salah satu cara hotel untuk dapat dikenal dan diketahui oleh tamu yaitu dengan mengencarkan dalam hal periklanan. Periklanan atau promosi bisa berupa, paket menginap, potongan harga atau diskon, dan promo mengenai fasilitas apa saja yang akan didapatkan oleh tamu selama menginap.

Menurut Rosyadi (2018: 141) “periklanan merupakan bentuk komunikasi bukan-pribadi yang dijalankan melalui media yang dibayar atas usaha yang jelas”. Periklanan memiliki banyak kegunaan : bentuk citra organisasi jangka panjang (periklanan kelembagaan), pembentukan merek tertentu jangka panjang (periklanan merek), penyebaran informasi tentang adanya obral, mengenai pelayanan tertentu, atau peristiwa khas (periklanan terkelompok), dan anjuran atas suatu maksud tertentu (periklanan anjuran).

Kegiatan periklanan bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Berdasarkan hal itu setiap hotel berlomba-lomba untuk melakukan periklanan dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk

pelanggan atau tamunya. Beberapa iklan yang dilakukan oleh pihak hotel adalah tentang tipe kamar hotel, restoran hotel, spa dan fasilitas lainnya yang salah satunya adalah melalui *online travel agent*.

Didalam ramainya industri perhotelan, setiap hotel harus bisa bekerjasama dengan industri-industri lain seperti *laundry*, *supplaiier* bahan masakan *hot kitchen*, transportasi dan juga dengan *online travel agent* untuk mendukung pelayanan yang diberikan sebuah hotel. Kerjasama dari industri-industri tersebut bisa memberikan nilai tersendiri dan sangat penting bagi kemajuan sebuah hotel. Kerjasama hotel dengan pihak luar yang mempunyai pengaruh besar terhadap hotel yaitu kerjasama dengan perusahaan *online travel agent*, karena dengan adanya kerjasama dengan perusahaan *online travel agent*, hotel bisa menjual kamar dengan mudah dan cepat melalui aplikasi-aplikasi yang sudah populer dikalangan masyarakat luas. Pada saat ini hotel yang bekerjasama dengan perusahaan *online travel agent* salah satunya adalah Hotel 88 Embong Malang Surabaya dimana hotel ini bekerjasama untuk mendukung pelayanan *reservation* dan juga untuk meningkatkan okupansi hotel.

Menurut Yoeti (2001) *travel agent* merupakan badan usaha yang mempersiapkan, merencanakan, dan menyelenggarakan perjalanan wisata bagi wisatawan. Produk utama dari *travel agent* adalah *ticketing*, *voucher* hotel, paket wisata, *voucher* pertunjukkan, dan transportasi wisata. *Online travel agent* dilihat dari pangsa pasarnya dibagi menjadi dua, yaitu *offline travel agent* dan *online travel agent* pengertian *offline travel agent* yaitu *travel agent* yang berlokasi di

daerah atau negara yang sama dengan tempat tinggal konsumen. Sedangkan *online travel agent* adalah salah satu jenis *travel agent* yang seluruh kegiatan transaksinya dilakukan secara *online*. Jenis *travel agent* ini menyediakan layanan reservasi *online* dan sarana yang dibutuhkan oleh konsumen dalam melakukan perjalanan. Tugasnya disini sebagai perantara yang dipercaya dan konsultan perjalanan yang menyediakan akomodasi dan tiket perjalanan dengan melakukan promosi secara *online*.

Kerjasama hotel dengan perusahaan *online travel agent* ini sangat membantu dalam mendukung pelayanan hotel terhadap tamu, yang dimana pihak tamu mendapatkan keuntungan dalam proses reservasinya dengan tidak perlu datang langsung ke hotel tetapi dengan hanya mengakses aplikasi dari *online travel agent* tersebut bisa melakukan proses reservasi dengan mudah dan efisien.

Hotel 88 Embong Malang Surabaya merupakan salah satu hotel konteporer kelas atas yang berkembang di Surabaya. Memiliki lokasi yang strategis dimana lokasi tersebut pusat dari wilayah perekonomian dan pemerintahan kota Surabaya. Banyak kegiatan-kegiatan perusahaan swasta maupun kegiatan pemerintah kota sering diselenggarakan di hotel 88 Embong Malang Surabaya ini. Hotel ini selalu memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik bagi tamu yang menginap. Salah satu pelayanannya, Hotel 88 Embong Malang Surabaya memberikan fasilitas *reservation* yang berupa *online reservation*.

Tabel 1. 2 Data Tingkat Kunjungan Website Online Travel Agent

No	Nama	Alexa (ID)	Kunjungan (hari)
1	Traveloka	3.291	1.300
2	Pegipegi	22.897	858
3	Tiket.com	15.514	800
4	Airyrooms	121.956	562
5	Hotels.com	5.082	166

Sumber : Alexa & Statshow.com 2019

Dari data diatas, Hotel 88 Embong Malang Surabaya bekerjasama dengan perusahaan *online travel agent* yaitu Traveloka. Dalam kerjasamanya Traveloka menyediakan aplikasi dimana di dalamnya tamu hotel dapat melakukan proses reservasi *online* tanpa harus datang langsung ke hotel. Dalam menjaga reputasinya, fasilitas yang disediakan di aplikasi Traveloka memberi kemudahan dalam mengakses segala hal tentang reservasi maupun tentang hotel tersebut. Tidak hanya itu, harga per kamarnya pun akan lebih murah menggunakan aplikasi tersebut dari pada melakukan reservasi langsung di hotel.

Guna memberikan pelayanan kepada tamu, Hotel 88 Embong Malang Surabaya harus bisa memberikan yang terbaik untuk tamu. Sehubungan dengan mutu pelayanan ini, Traveloka merupakan salah satu fasilitas yang mendukung dimana hotel juga harus baik dan sesuai dengan kebutuhan tamu. Pihak perusahaan *online travel agent* yang bekerjasama dengan pihak hotel, harus bisa mendukung untuk memberikan yang terbaik sesuai dengan *standart* hotel. Pihak hotel memberikan *standart* pelayanan kepada pihak *online travel agent* yang bekerjasama untuk memakai *standart* pelayanan hotel. Hotel 88 Embong Malang juga membuat suatu masukan atau saran kepada masyarakat berupa *rating*, sehingga masyarakat dapat menilai apakah memang hotel tersebut layak, fasilitasnya memadai atau tidak dan lain-lain.

Hubungan kerjasama ini bisa dibilang saling membutuhkan satu sama lain dan sama-sama memperoleh keuntungan. Tidak ada salah satu pihak yang mengalami kerugian karena kerjasama ini selama hubungan kerjasama kedua belah pihak jelas dan pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan prosedur atau perjanjian yang telah dibuat bersama. Pihak Hotel 88 Embong Malang akan mendapatkan bantuan dari pihak Traveloka untuk mendukung pelayanan reservasi tamu. Dimana tamu dengan mudah hanya mengakses aplikasi Traveloka tersebut untuk melakukan proses reservasi. Sedangkan pihak Traveloka mendapatkan keuntungan dari *viewers* yang telah mengakses aplikasinya tersebut. Kerjasama ini menguntungkan kedua belah pihak yang bersangkutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas, peneliti dapat merumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana bentuk kerjasama Hotel 88 Embong Malang Surabaya dengan Traveloka dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar hotel ?
2. Bagaimana sistem pembayaran Traveloka kepada Hotel 88 Embong Malang dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar hotel ?
3. Apa keuntungan dan kendala Hotel 88 Embong Malang Surabaya dalam bekerjasama dengan Traveloka dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar hotel ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah tersebut peneliti memiliki beberapa tujuan ingin dicapai sebagai berikut :

1. Ingin mengetahui bentuk kerjasama antara Hotel 88 Embong Malang Surabaya dengan Traveloka dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar hotel ?
2. Ingin mengetahui sistem pembayaran Traveloka kepada Hotel 88 Embong Malang Surabaya dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar hotel ?
3. Ingin mengetahui keuntungan dan kendala dari kerjasama Hotel 88 Embong Malang dengan Traveloka dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar hotel ?

1.3.2 Manfaat Penulisan

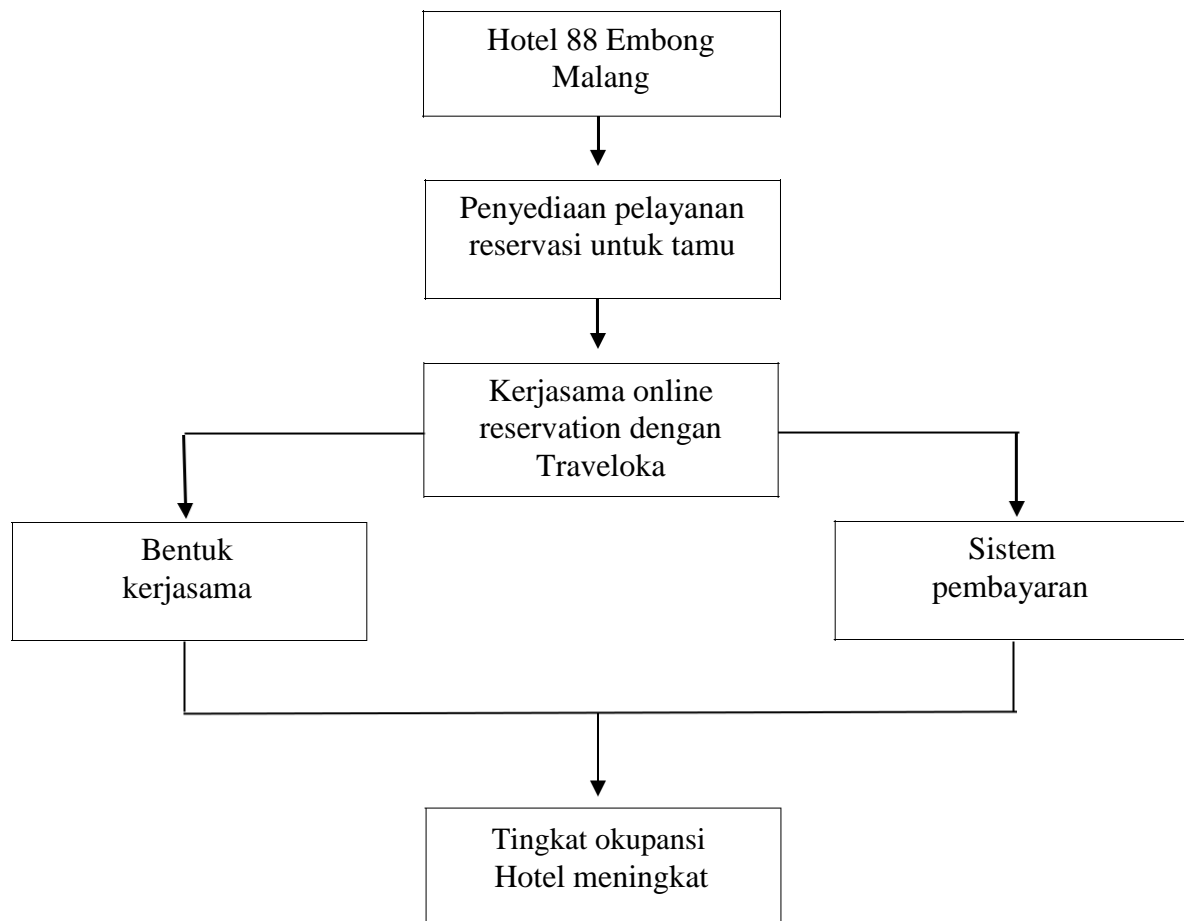
Adapun manfaat yang diharapkan peneliti didalam penelitian ini baik untuk peneliti sendiri maupun orang lain / pembaca dan objek yang diteliti sebagai berikut :

1. Manfaat untuk peneliti, sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan, pemahaman dan pengembangan ilmu perhotelan khususnya mengenai hubungan kerjasama hotel dengan perusahaan lain, yang salah satunya adalah perusahaan *online travel agent*. Dimana industri ini dalam kerjasamanya dengan hotel berupa, menyediakan fasilitas reservasi yang mudah dan efisien untuk tamu.
2. Manfaat untuk objek atau hotel yang diteliti, sebagai tambahan informasi dan bahan koreksi untuk mewujudkan keuntungan bagi pihak hotel maupun dari *online travel agent* sendiri. Penulisan ini juga bermanfaat bagi hotel untuk bisa lebih mempersiapkan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dalam melakukan kerjasama dengan industri *online travel agent*.
3. Manfaat untuk pembaca, yaitu mendapatkan informasi tentang bagaimana bentuk kerjasama dan sistem pembayaran antara hotel dengan perusahaan *online travel agent* yang mendukung meningkatnya tingkat hunian suatu hotel.
4. Manfaat untuk D3 Pariwisata, memberikan pengetahuan dibidang perhotelan mengenai pelayanan maupun fasilitas yang diberikan

kepada tamu berupa *online reservation* dan hubungan kerjasama hotel dengan industri lain khususnya industri *online travel agent*.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka dapat diambil kerangka pemikiran sebagai berikut :



1.4.1 Hotel

Dengan berkembangnya industri pariwisata di Indonesia ini, tidak bisa kita pungkiri wisatawan mancanegara maupun domestik memerlukan akomodasi untuk menunjang kegiatannya berwisata. Pada dasarnya hotel merupakan badan usaha akomodasi atau badan usaha yang menyediakan menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman dan jasa layanan kamar. Fasilitas ini diperuntukkan bagi mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Pengertian hotel menurut Anshori (2010:2) “hotel sebagai salah satu komponen pariwisata memiliki peran penting dalam perkembangan pariwisata suatu daerah”. Untuk membangun suatu hotel dibutuhkan investasi yang besar. Menurut peraturan pemerintah nomor 52 Tahun 2012 tentang sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha di bidang pariwisata, usaha hotel sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencakup :

- a) Hotel Bintang
- b) Hotel Nonbintang

Hotel bintang adalah hotel yang telah memenuhi kriteria penilaian penggolongan kelas hotel bintang satu, dua, tiga, empat dan bintang lima. Hotel Nonbintang adalah hotel yang tidak memenuhi kriteria penggolongan kelas hotel sebagai hotel bintang satu.

Adapun yang dimaksud adalah Hotel 88 Embong Malang Surabaya

yang menjual kamarnya melalui OTA (*Online Travel Agent*) yaitu Traveloka.

1.4.2 Reservasi

Menurut Yoeti (1999:25) “pelayanan yang baik itu dapat diciptakan, kalau masing-masing bagian, tiap orang yang diberi tanggung jawab, menjalankan tugasnya dengan baik sesuai dengan sistem dan prosedur operasi yang sudah disusun (SPO)”. Didalam sebuah industri perhotelan, pelayanan yang baik sangat diperlukan untuk memberikan kepuasan kepada tamu yang datang khususnya departemen *front office* yang melayani tamu untuk reservasi.

Reservasi adalah pemesanan tempat terlebih dahulu sebelum tamu datang ke hotel supaya tamu mendapat jaminan akan memperoleh tempat yang diinginkan ketika tiba di hotel (Soenarno, 2006).

Menurut Soenarno (2006) berdasarkan jumlah orang yang pesan tempat, ada 4 macam reservasi yaitu :

1. *Individual reservation* adalah pemesanan kamar yang dilakukan secara perorangan atau individu.
2. *Group reservation* adalah pemesanan kamar untuk rombongan.
3. *Coorporate reservation* adalah pemesanan kamar oleh satu orang untuk orang-orang dalam satu kantor.
4. *Travel agent reservation* adalah pemesanan kamar yang dilakukan oleh suatu biro perjalanan.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa Hotel 88 Embong Malang Surabaya dalam upayanya menarik minat pengunjung tamu yaitu dengan memberikan kemudahan dalam hal pelayanan reservasi. Reservasi merupakan salah satu komponen utama untuk mendukung industri pariwisata khususnya hotel dalam menjual kamar. Dari beberapa definisi tentang reservasi dapat disimpulkan bahwa reservasi adalah pemesanan tempat terlebih dahulu sebelum tamu datang ke hotel. Proses ini sangat penting supaya tamu mendapat jaminan akan memperoleh tempat / kamar yang di inginkan ketika tiba di hotel. Permintaan reservasi kamar hotel dapat melalui *travel agent*.

Adapun reservasi disini adalah reservasi yang dilakukan oleh pihak Hotel 88 Embong Malang Surabaya.

1.4.3 Traveloka

Menurut Sihite (2000: 67) “biro perjalanan atau *travel agent* merupakan salah satu bagian dari usaha pariwisata yang memberikan layanan berupa penyediaan informasi beserta pelayanan tiket dan dokumen perjalanan yang dibutuhkan para wisatawan dalam melaksanakan perjalanannya”. kegiatan usaha tersebut bersifat komersial yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata dimana badan usaha ini menyelenggarakan kegiatan perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan baik di dalam dan luar negeri.

Selain itu, menurut Yoeti (2003) munculnya biro perjalanan memiliki beberapa peran, yaitu:

- a) Pengurusan dokumen perjalanan
- b) *Ticketing* (penjualan tiket pesawat domestik dan internasional)
- c) *Hotel Reservation* (dalam dan luar negeri)
- d) Agen perjalanan kapal pesiar, *charter flight*, kapal laut dan kereta api
- e) Paket wisata untuk dalam dan luar negeri
- f) *Escort services* (jasa mengiringi)
- g) Jemput dan antar tamu dari dan ke bandara
- h) Pelayanan Umroh, Ibadah Haji dan perjalanan rohani lainnya.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di Indonesia mendorong perusahaan-perusahaan khususnya di bidang *travel agent* untuk mengikuti pasar penjualan *online* salah satunya yaitu perusahaan Traveloka. Traveloka adalah perusahaan penyedia layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara *daring* (dalam bentuk jaringan online) dengan fokus perjalanan domestik di Indonesia. Traveloka memiliki basis operasional di Jakarta dan merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia.

1.4.4 Kerjasama

Suatu hotel tidak akan bisa berkembang dengan sendiri, perlu adanya kerjasama dengan pihak lain guna mendorong produktivitas yaitu antara lain dengan bekerjasama dengan perusahaan *online travel agent* (Bitar, 2019).

Hotel 88 Embong Malang Surabaya bekerjasama dengan *online travel agent* yaitu Traveloka guna mendorong produktivitas hotel tersebut. Hotel yang bekerja sama dengan *online travel agent* akan memperoleh banyak keuntungan, karena *travel agent* dapat secara aktif mempromosikan hotel itu kepada para pelanggan yang menggunakan jasanya. Guna untuk lebih meningkatkan *occupancy* atau produktivitas suatu hotel, perlu adanya kerjasama yang baik di antara keduanya.

Agar kerjasama dapat berhasil, maka dibutuhkan prinsip-prinsip umum kerjasama sebagaimana yang dijelaskan oleh Edralin dan Whitaker dalam Keban (2007:35) :

- 1) Tranparansi
- 2) Akuntabilitas
- 3) Efisiensi
- 4) Efektivitas
- 5) Konsensus
- 6) Saling menguntungkan dan memajukan

Adapun yang dimaksud dalam kerjasama disini, adalah kerjasama dari Hotel 88 Embong Malang Surabaya dengan pihak Traveloka untuk menjual kamar.

1.4.5 Sistem Pembayaran

Didalam kerjasama antara *online travel agent* dengan hotel pasti melakukan sistem pembayaran atas sesuatu yang diperjual belikan. Pihak

online travel agent akan membayar kepada hotel atas penjualan kamarnya. Secara umum sistem pembayaran merupakan alat pembayaran, prosedur perbankan sehubungan dengan pembayaran dan sistem transfer dana antar bank yang digunakan dalam proses pembayaran.

Menurut UU Bank Indonesia No.23/1999, sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melakukan transfer dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi.

Jenis sistem pembayaran

Secara garis besar sistem pembayaran dibagi menjadi dua jenis, yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non-tunai. Perbedaan yang secara mendasar dari kedua jenis sistem tersebut terletak pada instrumen yang dipakai. Pada sistem pembayaran tunai instrumen yang digunakan berupa uang kartal, yaitu uang dalam bentuk fisik uang kertas dan uang logam. Sedangkan pada sistem pembayaran non-tunai instrumen yang digunakan berupa alat pembayaran menggunakan kartu (APMK), cek, bilyet giro, nota debit, maupun uang elektronik (Rangga, 2019)

Adapun komponen sistem pembayaran :

- a) Infrastruktur adalah sarana fisik yang mendukung operasional sistem pembayaran.

- b) Instrumen adalah alat pembayaran baik tunai maupun non-tunai yang disepakati oleh para pengguna dalam melakukan transaksi.
- c) Pengguna adalah konsumen yang memanfaatkan sistem pembayaran.
- d) Regulator berwenang mengatur aturan main, ketentuan, dan kebijakan yang mengikat seluruh komponen sistem pembayaran.
- e) Penyelenggara adalah lembaga yang memastikan penyelesaian akhir dari seluruh transaksi yang terjadi di penggunanya.

Adapun sistem pembayaran diatas yang dimaksud adalah sistem pembayaran yang dilakukan pihak Traveloka kepada pihak Hotel 88 Embong Malang Surabaya.

1.4.6 Occupancy Hotel

Occupancy atau dalam bahasa Indonesia okupansi adalah jumlah unit yang terpakai atau tersewakan di dalam sebuah perusahaan yang bergerak dibidang persewaan. *Room occupancy rate* (tingkat hunian kamar hotel) adalah banyaknya malam kamar yang dihuni (*room night occupied*) dibagi dengan banyaknya malam kamar yang tersedia (*room night available*) dikalikan dengan 100% (Pengertian menurut ahli, 2019).

Hunian kamar dinyatakan dalam persentase dari perbandingan kamar

terjual dibandingkan dengan total seluruh kamar hotel yang bisa dijual (Yoeti, 2003). Dengan mengetahui persentase tingkat hunian, manajemen hotel bisa memprediksi dan mengetahui berapa :

- 1) Penyediaan stok makanan dan minuman di departemen *food & beverage* .
- 2) Persiapan segala macam stok untuk kebutuhan kamar.
- 3) Sebagai perbandingan dengan hotel lainnya dalam rangka bisnis dengan mengetahui pesaing hunian hotel juga.
- 4) Penambahan atau pengurangan tenaga kerja, dengan meninjau jadwal kerja personil di setiap departemen termasuk penambahan atau pengurangan untuk meninjau tenaga kerja harian (pekerja harian).

Adapun okupansi hotel diatas yang dimaksud adalah okupansi hotel yang ada di Hotel 88 Embong Malang Surabaya.

1.5 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti sengaja menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana metode ini digambarkan lebih menekankan kata-kata sebagai unit analisis, dibandingkan dengan angka-angka. Metode kualitatif juga dihubungkan dengan riset skala kecil, keterlibatan erat peneliti dengan konteks yang diselidiki, fleksibilitas, sudut pandang para peserta, dan fokus yang menyeluruh, diantara ciri-ciri lainnya (Daymon & Holloway, 2008: 23)

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif karena berusaha

mendeskripsikan atau menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat. Penelitian deskriptif memiliki unsur-unsur antara lain; permususan masalah, penentuan tujuan penelitian, penentuan metodologi (prosedur penelitian, analisis data), dan penarikan kesimpulan (Sugiarto & Kusmayadi, 2000: 29)

Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dikarenakan :

- a. Bersifat deskriptif, memberikan gambaran suatu fenomena tertentu secara detil.
- b. Metode ini didapatkan dengan cara wawancara dan langsung terlibat dengan permasalahan sekitar.
- c. Metode kualitatif ini permasalahannya lebih mudah diselesaikan apabila berhadapan dengan kenyataan banyak.

Alasan penulis menggunakan penelitian deskriptif yaitu kemudahannya untuk mengumpulkan data-data karena penelitiain ini berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

1.5.1 Batasan Konsep

Konsep judul yang diangkat yaitu tentang kerjasama *online travel agent* di Hotel 88 Embong Malang Surabaya. Berdasarkan hal tersebut diperlukan batasan konsep agar pembaca dapat lebih mudah memahami maksud dari penelitian.

Hotel

Menurut Sambodo & Bagyono (2006) hotel termasuk jenis akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi seorang

atau sekelompok orang, menyediakan pelayanan penginapan, makanan, dan minuman serta layanan lain sesuai perkembangan kebutuhan dan teknologi. Hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata. Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian di Hotel 88 Embong Malang Surabaya.

Menurut Sihite (2000: 53) fasilitas dan pelayanan yang ada dalam suatu hotel sesuai dengan prioritasnya adalah sebagai berikut :

- a. Penyediaan penginapan (*rooms*)
- b. Penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman (*food and beverage*)
- c. Dilengkapi dengan pelayanan jasa-jasa lain (*other service*)

Online Travel Agent

Menurut R.S. Darmadjati dalam buku Yoeti (2001: 29) “*travel agency* adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang, termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri”. Dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi dalam abad ini, pariwisata juga mulai didorong ke saluran online. Pemasok dan perantara sekarang berjuang dalam persaingan sengit untuk menjual jasa mereka melalui *e-commerce*.

Clemons, Hann & Hitt (1999: 8) “mendefinisikan *online travel*

agents (OTA) merupakan poin penyedia kontak melalui *World Wide Web* (WWW) untuk memungkinkan pelanggan mencari dan memilih harga penerbangan serta jadwal yang tepat, yang kemudian dipesan dan diberikan oleh agen perjalanan online”.

Online travel agent merupakan perusahaan yang khusus menjual jasa penyelenggara perjalanan wisata, termasuk pemesanan tiket transportasi, tiket wisata, maupun tiket tempat singgah yang berbasis online. *Online travel agent* dilihat dari pangsa pasarnya dibagi menjadi dua, yaitu *offline travel agent* dan *online travel agent*. Pengertian *offline travel agent* yaitu agen perjalanan yang berlokasi di daerah atau negara yang sama dengan tempat tinggal konsumen. Sedangkan *online travel agent* adalah salah satu jenis agen perjalanan yang seluruh kegiatan transaksinya dilakukan secara online. Dalam hal ini *online travel agent* yang di dijadikan penelitian yaitu Traveloka.

Kerjasama

Perjanjian adalah persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal mengenai harta kekayaan (Muhammad, 1995). Suatu hotel tidak akan bisa berkembang dengan sendiri, perlu adanya kerjasama dengan pihak lain guna mendorong produktivitas yaitu antara lain dengan bekerjasama dengan perusahaan agen perjalanan online.

Dalam pelaksanaan kerjasama harus tercapai keuntungan bersama. Pelaksanaan kerjasama hanya dapat tercapai apabila diperoleh manfaat bersama bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya (*win-win*). Apabila satu pihak dirugikan dalam proses kerjasama, maka kerjasama tidak lagi terpenuhi. Dalam upaya mencapai keuntungan atau manfaat bersama dari kerjasama, perlu komunikasi yang baik antara semua pihak dan pemahaman sama terhadap tujuan bersama (Bowo & Andy, 2007:50).

Oleh karena itu suatu industri akomodasi khususnya hotel tidak akan maksimal dalam perkembangannya dan pasti membutuhkan kerjasama dengan perusahaan lain. Dalam penelitian ini kerjasama yang dimaksud adalah kerjasama antara Hotel 88 Embong Malang dengan Traveloka guna meningkatkan okupansi hotel.

Kontrak

Kontrak atau perjanjian merupakan hubungan hukum antara subjek hukum yang satu dengan subjek hukum yang lain dalam bidang harta kekayaan, di mana subjek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga subjek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang telah disepakatinya (Salim, 2002: 27).

Menurut Van Dunne dalam buku Salim (2002: 26) “perjanjian

adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum”. Teori tersebut tidak hanya melihat perjanjian semata-mata, tetapi juga harus dilihat perbuatan sebelumnya atau yang mendahuluinya. Ada tiga tahap dalam membuat perjanjian, yaitu :

1. tahap *pracontractual*, yaitu adanya penawaran dan penerimaan.
2. tahap *contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak.
3. tahap *post contractual*, yaitu pelaksanaan perjanjian.

Perjanjian sebagai suatu kontrak merupakan perikatan yang mempunyai konsekuensi hukum yang mengikat para pihak yang pelaksanaannya akan berhubung dengan hukum kekayaan dari masing-masing pihak yang terikat dalam perjanjian tersebut.

1.5.1 Teknik Penentuan Lokasi

Objek penelitian berisi gambaran tempat atau lokasi pengamatan yang perlu diungkapkan dan dijelaskan, namun tidak perlu diuraikan dan dianalisis lebih lanjut (Sugiarto & Kusmayadi, 2000: 352).

Penentuan lokasi dalam suatu penelitian sangat penting, mengingat keefesiensian waktu dan biaya yang akan dihabiskan oleh penulis. Penulis memilih Hotel 88 Embong Malang Surabaya yang terletak di jalan Embong

Malang 84, Genteng, Surabaya sebagai lokasi penelitian dengan berbagai pertimbangan sebagai berikut :

- 1) Hotel 88 Embong Malang merupakan hotel bintang 2 yang membutuhkan promosi lebih dengan menggunakan *online travel agent* dibanding hotel berbintang diatasnya.
- 2) Penulis mendapatkan akses yang mudah dalam mendapatkan data di Hotel 88 Embong Malang.
- 3) Hotel 88 Embong Malang terletak dipusat kota dan dekat dari rumah sehingga penulis dapat mempersingkat waktu, jarak dan tenaga.

1.5.2 Teknik Penentuan Informan

Dalam suatu penelitian barangkali akan terdapat sejumlah orang yang “potensial” untuk dimintai informasinya sesuai dengan status/posisi mereka masing-masing dalam peta permasalahan yang tercakup dalam peta penelitian (Sugiarto & Kusmayadi, 2000: 151).

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Lexy & Moleong, 2005: 132).

Informan dipilih dengan beberapa pertimbangan yaitu :

- 1) Mereka yang menguasai atau memakai suatu yang ada ditempat tersebut.
- 2) Mereka yang tergolong masih berkecimpung dan terlibat pada tempat yang diteliti.

- 3) Mereka yang mempunyai kesempatan/waktu yang memadai untuk dimintai informasi.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menentukan informan dari beberapa pihak yang layak di wawancarai :

- 1) *Receptionist*, merupakan orang pertama yang melayani tamu selama di hotel. Resepsionis memberikan berbagai jenis informasi yang ditanyakan tamu selama berada di hotel. Resepsionis juga memberi memberi dan membantu tamu dalam proses reservasi hotel. Peneliti ingin meneliti tentang proses reservasi dengan menggunakan *online travel agent*.
- 2) *E-commerce Manager*, merupakan orang yang menangani seluruh aktivitas kerjasama online di hotel. *E-commerce* manajer juga bertanggung jawab meningkatkan penjualan *e-commerce* sesuai target yang di tentukan dan juga menagani pengambilan keputusan untuk situs web, akun media sosial, dan iklan online. Peneliti meneliti tentang kerjasama hotel dengan menggunakan *online travel agent*.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mengumpulkan data dan untuk menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan, peneliti berupaya untuk mengumpulkan data menggunakan berbagai macam teknik yaitu :

- 1) Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden. Sehingga wawancara dapat diartikan sebagai cara mengumpulkan data dengan bertanya langsung kepada responden, dan jawaban-jawaban dicatat atau direkam dengan alat perekam (Sugiarto & Kusmayadi, 2000: 150). Wawancara yang dilakukan menggunakan pedoman wawancara tidak terstruktur, agar data yang didapat lebih akurat dan sesuai dengan yang diperlukan. Data didapatkan dengan cara wawancara langsung dengan para informan yaitu *receptionist* dan *e-commerce manager*.

2) Observasi

Observasi atau pengamatan adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan jalan mengamati, meneliti atau mengukur kejadian yang sedang berlangsung. Dengan cara ini data yang diperoleh adalah data faktual dan aktual, dalam artian data yang dikumpulkan diperoleh pada saat peristiwa berlangsung (Sugiarto & Kusmayadi, 2000: 85). Dalam pengumpulan data observasi yang digunakan penulis adalah mengadakan pengamatan secara langsung.

3) Penggunaan bahan dokumen

Dokumen terdiri dari kata-kata dan gambar yang telah direkam tanpa campur tangan pihak peneliti. Dokumen tersedia dalam bentuk tulisan, catatan, suara, gambar, dan digital (Daymond & Holloway, 2008: 344). Dokumen yang digunakan peneliti antara

lain brosur, buku, dan artikel, atau internet.

1.5.4 Teknik Analisa Data

Analisis data berisikan hal yang sama dengan yang diungkapkan pada usulan penelitian, dan dimungkinkan untuk disempurnakan dengan uraian tambahan yang diperoleh pada saat pengolahan data. Analisis data (pembahasan) lebih mengutamakan penjelasan data dan informasi yang telah dipilih, kemudian dianalisis secara sistematis, terperinci, dan kritis sesuai dengan kerangka pemikiran dengan menggunakan metode analisis yang telah ditentukan sebelumnya dan selanjutnya diinterpretasi (Sugiarto & Kusmayadi, 2000: 353). Pengolahan data-data yang diperoleh peneliti menggunakan cara-cara sebagai berikut :

1. Membaca dan meneliti catatan lapangan yaitu seluruh data baik yang berasal dari pengamatan beberapa serta wawancara, komentar peneliti sendiri, gambar atau foto, dan dokumen.
2. Mengorganisir dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar yang bisa didapatkan.
3. Memahami kembali informasi yang didapat, menggunakan teori tertentu guna mempermudah proses penganalisaan.
4. Menarik kesimpulan atas data-data hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, sehingga penulis dapat memberikan penjelasan kepada pembaca.