

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hotel adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan atau bagian dari bangunan yang khusus disediakan, dimana setiap orang dapat menginap, makan dan memperoleh pelayanan serta fasilitas lainnya dengan pembayaran. Apabila tidak memenuhi persyaratan seperti tersebut di atas usaha tersebut dikategorikan sebagai penginapan. (Sihite,2000).

Berdasarkan SK Menparpostel No. KM 37 / PW. 340 / MPPT – 1986 Bab I Pasal 1 ayat (1) menyebutkan pengertian hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makanan, minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum dan di kelola secara komersial. Dilihat dari sudut komersial berarti hotel adalah industri, dengan demikian sebuah industri harus dapat dikelola dengan baik. Sehingga dapat diambil satu kesimpulan bahwa hotel adalah salah satu jasa akomodasi yang memiliki berbagai macam fasilitas lainnya seperti tempat makan dan minum (restoran), tempat hiburan, fasilitas olahraga (kolam renang), toko dan lainnya yang terletak didalam suatu bangunan, dikelola secara komersial untuk mendapatkan keuntungan (Sihite,2000).

Pada saat mendengar kata pelanggan, kebanyakan orang mengasosiasikannya dengan pembeli, sehingga pengertian ini menjadi sempit. Kata pelanggan memiliki arti yang jauh lebih luas karena mencakup mereka yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan baik produksi maupun jasa.

Didalam Ilmu Perhotelan, Standar Pelayanan (Service) sangat diutamakan. Memberikan pelayanan terbaik kepada Konsumen / pemakai / tamu atau pelanggan merupakan tujuan dari sebuah bisnis Perhotelan (Diktat Akpar Medan Operasional Kantor Depan, 2002). Menjaga hubungan antara pemilik, pengelola, penyedia fasilitas tersebut (hotel) dengan pemakai fasilitas tersebut (tamu/pelanggan) sangatlah penting. Hubungan ini harus terus di bina secara berkesinambungan dan berkelanjutan. Apabila tamu puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan, maka tamu tersebut akan, diasumsikan, kembali lagi datang untuk menggunakan jasa akomodasi tersebut. Secara emosional tamu memiliki kenyamanan, keterikatan, dan ketertarikan terhadap fasilitas yang digunakannya. Tentunya hal ini akan disampaikan kepada lingkungan yang ada disekelilingnya. Hal ini merupakan salah satu faktor yang dapat membuat bisnis perhotelan berkembang dan maju sehingga dikenal didalam masyarakat, dan hotel tersebut memiliki tamu – tamu tetap yang akan selalu menggunakan fasilitas tersebut.

Pihak penyedia fasilitas memiliki tujuan agar hotel memiliki tingkat hunian yang tinggi (Perbandingan jumlah kamar yang digunakan dengan jumlah kamar yang tersedia pada hari yang sama), sehingga memberikan keuntungan bagi penyedia / pengelola hotel. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan cara yang tepat agar tamu / pemakai fasilitas langganan di hotel tersebut.

Untuk menjaga hubungan dengan tamu tetap berjalan lancar, komunikasi memiliki peranan yang sangat penting didalam proses interaksi atau berhubungan