

SKRIPSI

**STRATEGI PASCA GEMPA YANG DILAKUKAN PELAKU WISATA
DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG
KE GILI TRAWANGAN
(Studi Kasus Hotel Villa Ombak)**

**POST EARTHQUAKE STRATEGY WHICH TOURISM ACTIVITIES IN
INTERESTING TO INTEREST TO VISIT TOURISTS TO GILI
TRAWANGAN (Case Study of Villa Ombak Hotel)**



**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2019**

**STRATEGI PASCA GEMPA YANG DILAKUKAN PELAKU WISATA
DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG
KE GILI TRAWANGAN
(Studi Kasus Hotel Villa Ombak)**

**POST EARTHQUAKE STRATEGY WHICH TOURISM ACTIVITIES IN
INTERESTING TO INTEREST TO VISIT TOURISTS TO GILI
TRAWANGAN (Case Study of Villa Ombak Hotel)**



**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Administrasi
Bisnis (S.AB) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**

OLEH

RIRIN HANDAYANI
NIM: 21512A0192

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

201

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PASCA YANG DILAKUKAN PELAKU WISATA DALAM
MENARIK MINAT WISATAWAN BERKUJUNG KE GILI
TRAWANGAN (Studi Kasus Hotel Villa Ombak)**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (S1)
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**

Disusun Oleh :

RIRIN HANDAYANI

21512A0192

Disetujui,

Dosen Pembimbing Utama



Dr.H.Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

Dosen Pembimbing Pendamping



Lalu Hendra Maniza, S.Sos.MM
NIDN. 0828108404

Mengetahui:

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua



Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM
NIDN.0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PASCA YANG DILAKUKAN PELAKU WISATA DALAM
MENARIK MINAT WISATAWAN BERKUJUNG KE GILI
TRAWANGAN (Studi Kasus Hotel Villa Ombak)**

Oleh:

RIRIN HANDAYANI
NIM. 21512A0192

Pada tanggal, 21 Agustus 2019
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik

Tim Penguji :

1. **Dr.H.Muhammad Ali.,M.Si**
NIDN. 0806066801



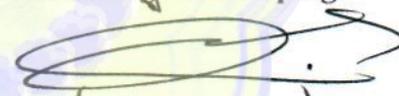
Pembimbing Utama

2. **Lalu Hendra Maniza,S.Sos.MM**
NIDN. 0828108404



Pembimbing Pendamping

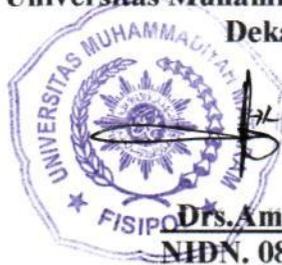
3. **Drs.H.Darmansyah,M.Si**
NIDN. 0008075914



Pembimbing Netral

Mengetahui:

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan**



Drs. Amil,M.M
NIDN. 0831126204

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ririn Handayani

NIM : 21512A0192

Kosentrasi : Enterpreneur

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Strategi Pasca Gempa Yang Dilakukan Pelaku Wisata Dalam
Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Gili Trawangan
(Studi Kasus Hotel Vila Ombak)”

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang tidak dipaksakan.

Mataram, Agustus 2019
Yang Membuat Pernyataan,



RIRIN HANDAYANI
21512A0192

RIWAYAT HIDUP



Penulis berasal dari Desa Menggala Dusun Menggala Kecamatan Pemenang kabupaten Lombok Utara dan lahir di Menggala pada tanggal 30 Oktober 1996, sebagai anak sematawayang dari anak Bapak Ridwan Yahya dan Ibu Sunakyah. Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN 1 Pemenang Barat Kecamatan Pemenang pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2009. Pendidikan sekolah menengah pertama di SMP 1 Pemenang lulus pada tahun 2012 dan menempuh pendidikan menengah atas di SMA 1 Pemenang lulus pada tahun 2015. Dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan ke perguruan tinggi swasta dan terdaftar sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

MOTO

**“PENDIDIKAN MERUPAKAN PERLENGKAPAN PALING BAIK
UNTUK HARI TUA”**

(ARISTOTELES)

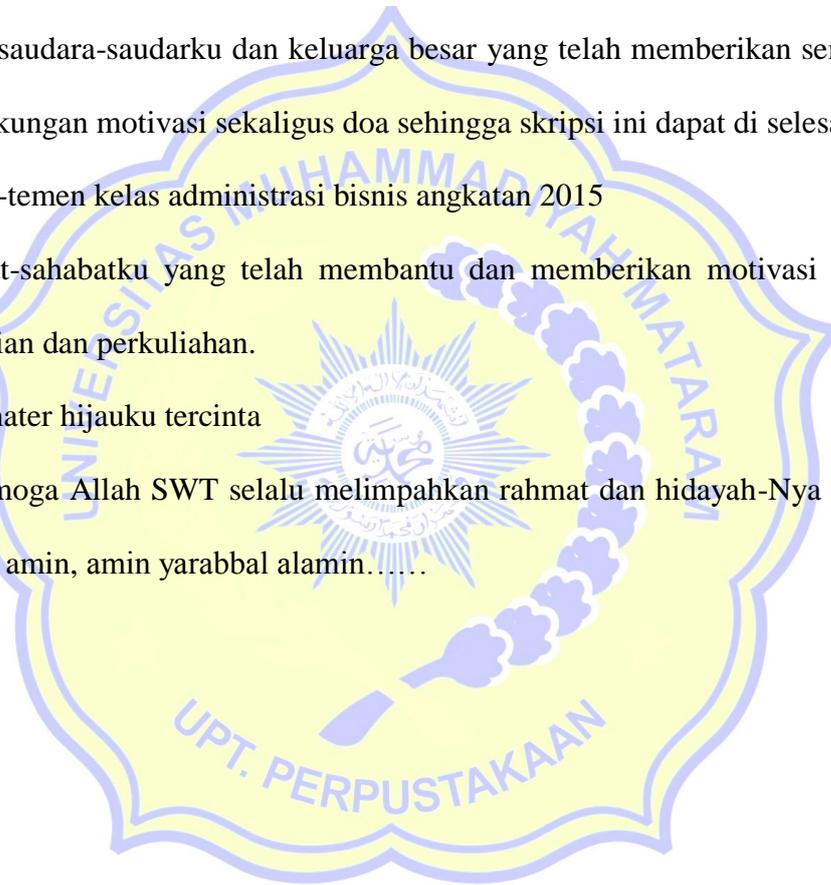


PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang tercinta ayahanda dan ibunda tercinta, Terimakasih atas doa tak henti-hentinya, restu, dukungan dan perjuangan yang tidak akan dapat digantikan oleh apapun.
2. Untuk saudara-saudarku dan keluarga besar yang telah memberikan semangat dan dukungan motivasi sekaligus doa sehingga skripsi ini dapat di selesaikan
3. Teman-teman kelas administrasi bisnis angkatan 2015
4. Sahabat-sahabatku yang telah membantu dan memberikan motivasi selama penelitian dan perkuliahan.
5. Almamater hijauku tercinta

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua amin, amin yarabbal alamin.....



KATA PENGANTAR

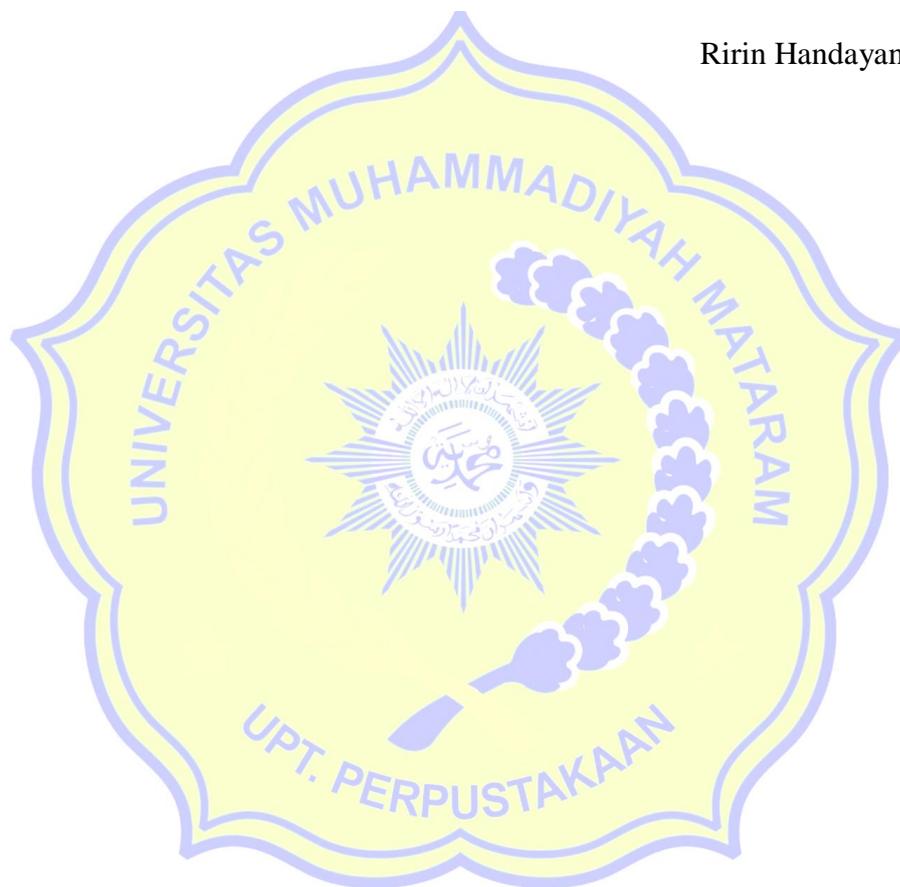
Segala puji hanya milik Allah SWT tuhan semesta alam yang telah mencurahkan berbagai nikmatnya kepada kita semua. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memperjuangkan Islam. Dalam penyusunan Skripsi ini, tidak sedikit hambatan yang penulis hadapi. Namun penulis sadar bahwa kelancaran dalam menyusun Skripsi ini tidak lain berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan orang tua sehingga kendala-kendala yang penulis hadapi dapat teratasi. Rasa terima kasih saya ucapkan kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku Rektort Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Drs. Amil, MM selaku Dekan FISIPOL
3. Ibu Mardiah, S.Sos., M.Si, selaku sekertaris Dekan FISIPOL
4. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM selaku Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis FISIPOL Universitas Muhammadiyah Mataram
5. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama
6. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing pendamping skripsi
7. Dosen-dosen FISIPOL yang turut memberikan saran untuk memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini
8. Teman-teman dan sahabat-sahabat se-almamater Universitas Muhammadiyah Mataram

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya saya sebagai penyusun. Kekurangan dan kesalahan tidak terlepas dalam Skripsi ini, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan.

Mataram, 30 April 2019

Ririn Handayani



**STRATEGI PASCA GEMPA YANG DILAKUKAN PELAKU WISATA
DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KE GILI
TRAWANGAN (Studi Kasus Hotel Villa Ombak)**

ABSTRAK

Oleh Ririn Handayani NIM 21512A0192, konsentrasi Enterprenuer, Pogram Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhamadiyah Mataram. Pembimbing Utama Dr. H. Muhammad Ali, M.Si, Pembimbing Pendamping Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM

Di negara maju berwisata adalah hal yang bisa dilakukan untuk menjadi kebutuhan hidup setiap orang, hal ini yang mengerakkan ekonomi pada sektor pariwisata kian berkembang. *World Travel and Tourism Council (WTC)* Pada tahun 1998 mencatat pariwisata merupakan salah satu sektor industri terbesar di dunia dengan pertumbuhan yang cukup besar dari total tenaga kerja yang ada.

Menurut Prof. K. Saleh Wahab berwisata merupakan aktivitas manusia yang dikerjakan secara sadar, yang mendapatkan pelayanan secara pergantian diantara orang-orang di dalam Negara itu sendiri ataupun di luar Negara untuk mendapatkan pelayanan secara pergantian di antara orang-orang di dalam suatu negara itu sendiri ataupun di luar Negara untuk mendapatkan kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda antara satu orang dengan orang lain.

Penelitian ini menggunakan metode-metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan kualitatif.

Setelah dilakukan penelitian dan analisis data dengan menggunakan hasil observasi yang bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, wawancara sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi, dokumentasi merupakan catatan pariwisata yang sudah berlaku.

Kata Kunci: Berwisata, Pariwisata, Pelayanan, Karyawan

**POST-EARTHQUAKE STRATEGY TAKEN TOURISTS IN INTERESTING
TOURISM INTERESTS VISITING TO GILI TRAWANGAN (Case Study of
Hotel Villa Ombak)**

ABSTRACT

By Ririn Handayani NIM 21512A0192, Entrepreneur concentration, Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhamadiyah University, Mataram. H. Muhammad Ali, M.Sc, Counselor Assistant Then Hendra Maniza, S. Sos., MM

In developed countries tourism is something that can be done for everyone's living needs, this is what drives the economy in the growing tourism sector. World Travel and Tourism Council (WTC) In 1998, tourism was one of the largest industrial sectors in the world with a sizable growth of the total workforce.

According to Prof. K. Saleh Wahab traveled is a human activity that is done consciously, which gets the services of individuals in the country itself or outside the country to get services at the turn of people within the country itself or outside the country to get diverse satisfaction. and differ from one person to another.

This study uses qualitative research methods that produce descriptive data in the form of words written or spoken from people and behaviors that discuss phenomena that occur reveal descriptive research requested on data that contains words, images and not numbers which is influenced by the existence of qualitative application.

After conducting research and data analysis using observations aimed at research and research subjects, interviewing as a meeting of two or more people to exchange information, collecting registration records of tourism that have already been applied.

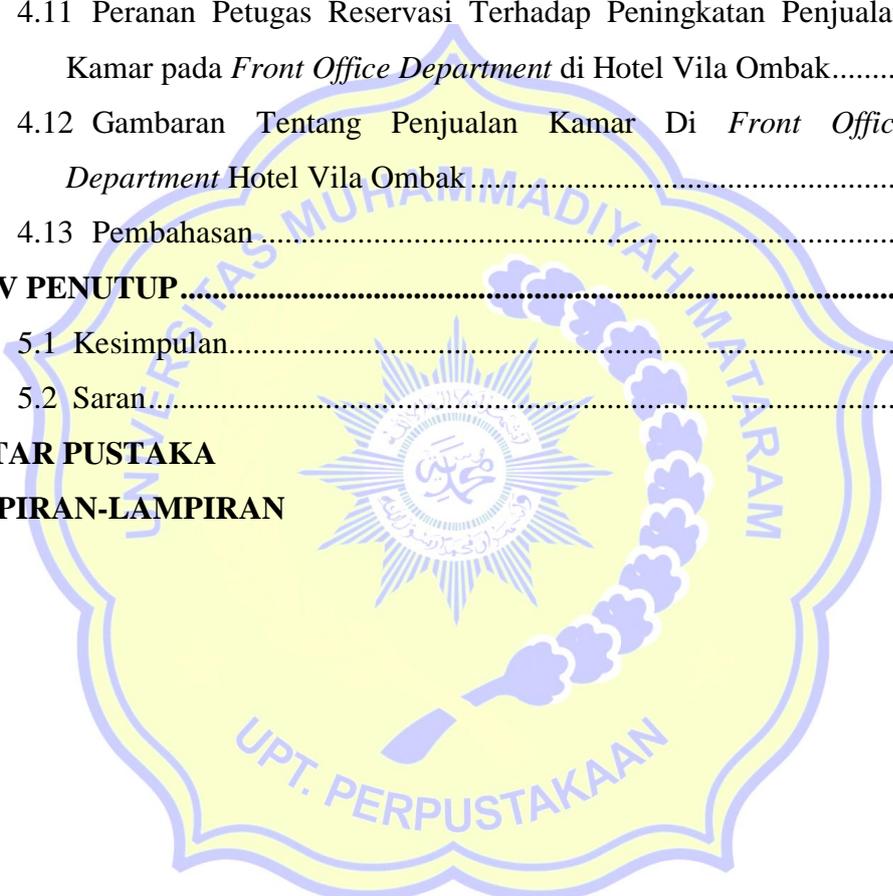
Keywords: Travel, Tourism, Services, Employees

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| RIWAYAT HIDUP | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| ABSTRAK | x |
| ABSTRACT | xi |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Praktis | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis..... | 7 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 8 |
| 2.1 Pariwisata | 8 |
| 2.1.1 Pengertian Pariwisata..... | 8 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.3 Pengertian dan Fungsi Hotel | 10 |
| 2.3.1 Pengertian Hotel | 10 |
| 2.3.2 Klasifikasi Hotel..... | 11 |
| 2.3.3 Fungsi Hotel | 14 |
| 2.4 Konsep Strategi | 15 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.4.1 | Pengertian strategi | 15 |
| 2.4.2 | Jenis Strategi Pemasaran Hotel | 16 |
| 2.5 | Sosial Strategi..... | 16 |
| 2.6 | Pengertian, Fungsi Dan Peranan <i>Front Office</i> | 17 |
| 2.6.1 | Pengertian <i>Front Office</i> | 17 |
| 2.6.2 | Fungsi <i>Front Office</i> | 19 |
| 2.6.3 | Peranan <i>Front Office</i> | 22 |
| 2.7 | Pengertian <i>Reservation</i> | 22 |
| 2.7.1 | Aspek Kepribadian Seorang Petugas Kantor Depan | 23 |
| 2.8 | Pengertian Penjualan | 24 |
| 2.8.1 | Penjualan Kamar | 24 |
| 2.8.2 | Teknik-Teknik Penjualan | 25 |
| 2.9 | Gempa Bumi | 26 |
| 2.9.1 | Pengertian Gempa | 26 |
| 2.9.2 | Jenis Gempa Bumi..... | 27 |
| 2.9.3 | Dampak Gempa Bumi | 27 |
| 2.9.4 | Dampak Gempa Di Lombok | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 30 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 30 |
| 3.2 | Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan Penelitian..... | 30 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data | 30 |
| 3.4 | Subjek, Sumber dan Jenis Data..... | 32 |
| 3.4.1 | Subjek Penelitian | 32 |
| 3.4.2 | Sumber Data | 33 |
| 3.4.3 | Jenis Data..... | 33 |
| 3.5 | Proses Penelitian | 34 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 36 |
| BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 39 |
| 4.1 | Sejarah Singkat Hotel Vila Ombak | 39 |
| 4.2 | Struktur Organisasi Hotel Vila Ombak | 53 |
| 4.3 | Job Description..... | 54 |

| | |
|---|-----------|
| 4.4 Job Specification | 60 |
| 4.5 Hubungan Antar Bagian..... | 64 |
| 4.6 Struktur Organisasi <i>Front Office Department</i> | 67 |
| 4.7 Job Description <i>Front Office Department</i> | 67 |
| 4.8 Job Specification <i>Front Office Department</i> | 72 |
| 4.9 Hubungan Antar Bagian <i>Front Office Department</i> | 75 |
| 4.10 Gambaran Kamar dan Petugas Reservasi di Hotel Vila Ombak | 76 |
| 4.11 Peranan Petugas Reservasi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar pada <i>Front Office Department</i> di Hotel Vila Ombak..... | 80 |
| 4.12 Gambaran Tentang Penjualan Kamar Di <i>Front Office</i> <i>Department</i> Hotel Vila Ombak..... | 82 |
| 4.13 Pembahasan | 85 |
| BAB V PENUTUP | 88 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 88 |
| 5.2 Saran..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| Tabel 1. Perbandingan Penjualan Kamar pada bulan April-Juni di Hotel Vila Ombak | 83 |
| Tabel 4.1 Jumlah pengunjung Hotel Villa Ombak | 85 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.7 Analisis Model Interaktif | 38 |
| Gambar 3.2. Struktur Organisasi Hotel Vila Ombak | 53 |
| Gambar 3.6. Struktur Organisasi <i>Front Office Department</i> | 67 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di negara maju berwisata adalah hal yang biasa dilakukan dan menjadi kebutuhan hidup setiap orang, hal inilah yang menggerakkan ekonomi pada sektor pariwisata kian berkembang. *World Travel and Tourism Council* (WTC) pada tahun 1998 mencatat pariwisata merupakan salah satu sektor industri terbesar di dunia dengan pertumbuhan yang cukup besar, yaitu 4% pertahun, dan menyumbang sekitar 11,6% pada *Gross Domestic Product* (GNP) dunia serta tenaga kerja yang terserap sebesar 9,4 % dari total tenaga kerja yang ada. Pada Tahun 2000 sektor pariwisata di Indonesia telah menyumbang sebesar 9,27% dari *Gross National Product* (GNP), serta mampu menyerap 8% tenaga kerja (Sukma Arida, 2009). Indonesia telah menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor ekonomi penting. Sebagai sektor ekonomi penting, pariwisata mendapat perhatian serius dari pemerintah, dikeluarkannya Undang-undang Tahun 2009 No 10 tentang kepariwisataan adalah sebagai dasar kebijakan penyelenggaraan kepariwisataan.

Nusa Tenggara Barat adalah salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki beberapa destinasi pariwisata. Pulau Lombok adalah salah satu pulau yang berada di Nusa Tenggara Barat dan salah satu pulau yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Gili Terawangan yang merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat tercatat pada tahun 2018 terdapat jumlah kunjungan wisata

sebayak 474.298 wisatawan yang didominasi oleh wisatawan mancanegara sebanyak 413.993 wisatawan mancanegara. Dan wisatawan domestik sebanyak 60.305 wisatawan (dinas pariwisata kabupaten Lombok Utara) baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Pulau Lombok merupakan salah satu destinasi terbaik di Indonesia. Hal ini disebabkan karena Pulau Lombok memiliki obyek-obyek wisata yang indah yang mampu menarik wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Untuk menunjang industri pariwisata di Pulau Lombok, dibutuhkan sarana dan prasarana seperti hotel. Hotel adalah suatu bentuk bangunan perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut maupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Hotel seperti yang kita ketahui merupakan suatu usaha yang menyediakan jasa penginapan kepada tamu dengan dilengkapi berbagai fasilitas yang menunjang kepuasan tamu dengan tujuan komersial. Hotel Vila Ombak adalah salah satu bentuk usaha yang didirikan untuk tujuan komersial, dengan menyediakan berbagai pelayanan untuk menunjang kepuasan tamu. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu, diharapkan juga akan mendapat keuntungan bagi hotel. Hotel Vila Ombak terdiri dari berbagai macam departmen, dimana setiap department memiliki hubungan yang saling membutuhkan serta saling bekerjasama dalam usaha memberikan pelayanan

dalam memuaskan kebutuhan tamu. Adapun departemen-departemen yang menunjang kegiatan operasional perhotelan yaitu *Front Office Department*, *Housekeeping Department*, *Accounting Department*, *Sales & Marketing Department*, *Engineering Department*, *Personalia*, dan *Food and Beverage Department*. *Sales & Marketing Department* adalah salah satu departemen yang ada di hotel yang bertugas dan bertanggung jawab atas untuk penjualan produk yang dimiliki hotel serta memasarkannya. Adapun seksi-seksi yang berada di bawah *sales & marketing departement* adalah: *sales marketing director*, *secretary*, *sales manager*, *room sales manajer*, *basquet sales manajer*, *marketing communication manajemen*, *revenue manajemen manejer*. *Front Office Department* merupakan department yang bertanggung jawab menangani penjualan kamar hotel dan melayani tamu mulai dari pemesanan kamar, pendaftaran, hingga pemberian kamar kepada tamu. Adapun seksi-seksi yang berada di bawah *Front Office Department* adalah: *Telephone Operator*, *Reservation*, *Receptionist*, *Front Office Cashier*, *Guest Relation Officer*, *Night Audit*, dan *Bell Boy*.

Devisi *Reservation* memiliki tugas dalam menjual kamar kepada calon tamu yang melakukan *direct booking* baik melalui email maupun via telephone sesuai dengan jenis kamar yang diperlukan serta menawarkan harga sesuai dengan standar harga yang diberikan oleh management. Disinilah peran seorang staff *reservation* sangatlah diperlukan dalam memberikan informasi dan pelayanan kepada tamu. *Reservation* juga harus memiliki kemampuan dalam memahami apa yang dibutuhkan tamu, hal ini diharapkan dapat

memberikan kesan yang baik kepada tamu yang akan datang ke hotel. Kemampuan seorang *reservation* dalam menjual dan menjelaskan kamar kepada tamu yang melakukan *direct booking* berdasarkan pengetahuan produk yang dimiliki akan sangat membantu dalam meningkatkan penjualan kamar yang ada di hotel. Dengan kemampuan yang dimiliki oleh *reservation* dalam penguasaan pengetahuan produk hotel akan membantu *reservation* dalam peningkatan penjualan tidak hanya untuk penjualan kamar, tetapi penjualan di department lainnya seperti produk yang ada di *Food & Beverage, Spa, Meeting Room, Pick-Up Transfer*, dan sebagainya.

Usaha-usaha yang dilakukan pihak hotel untuk meningkatkan penjualan kamar serta fasilitas lainnya untuk menunjang kepuasan tamu, maka *reservation* harus menguasai tehnik-tehnik penjualan seperti: *suggestive selling, descriptive selling, explanations, up-selling, dan cross selling*. *Up-selling* merupakan salah satu tehnik penjualan yang dapat dilakukan oleh petugas reservasi untuk meningkatkan penjualan kamar maupun produk hotel lainnya. Tehnik penjualan *up-selling* dapat dilakukan oleh petugas reservasi ketika tamu yang sudah melakukan reservasi sebelumnya menanyakan tipe kamar maupun produk hotel lainnya sehingga dengan kemampuan seorang *reservation* dalam menjelaskan fasilitas yang ada di hotel termasuk fasilitas kamar, maka tamu tersebut berminat melakukan *room up-selling*.

Di tengah-tengah kemajuan pariwisata, pada bulan Agustus hingga bulan November 2018 sempat terjadi bencana gempa bumi yang melanda Pulau Lombok. Yang menyebabkan sejumlah rumah warga serta fasilitas

umum mengalami kerusakan, Pada hakekatnya gempa bumi adalah getaran atau serentetan getaran dari kulit bumi yang bersifat tidak abadi atau sementara dan kemudian menyebar ke segala arah (Howel, 1969). Penyebab terjadinya gempa bumi kebanyakan disebabkan dari pelepasan energi yang dihasilkan oleh tekanan oleh lempengan yang bergerak. Semakin lama tekanan itu kian membesar dan mencapai pada keadaan dimana tekanan tersebut tidak dapat ditahan lagi oleh pinggiran lempengan, pada saat itulah gempa bumi terjadi.

Gempa bumi yang terjadi mengakibatkan sejumlah fasilitas umum dan rumah-rumah masyarakat mengalami kerusakan, khususnya di Gili Trawangan sebagai salah satu destinasi wisata di pulau Lombok. Hal tersebut menimbulkan kepanikan terhadap wisatawan yang berkunjung, sehingga banyaknya wisatawan yang memutuskan untuk meninggalkan Gili Trawangan. Berkurangnya tingkat kunjungan wisata ke Gili Trawangan mengakibatkan usaha penginapan atau hotel mengalami kerugian.

Berdasarkan pemaparan diatas Penulis tertarik untuk mengangkat judul tentang: “Strategi Pasca Gempa Yang Dilakukan Pelaku Wisata Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Gili Trawangan“ (Studi Kasus Hotel Villa Ombak).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka akan dirumuskan permasalahan pada penelitian ini yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan yaitu: Bagaimana Strategi Yang Dilakukan Oleh Pemilik Hotel

Villa Ombak Gili Trawangan Pasca Gempa Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Gili Trawangan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan umum yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan hotel villa ombak Gili Trawangan dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke Gili.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat memberi kontribusi dalam menambah wawasan dan mewarnai nuansa ilmiah di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Bagi Masyarakat

Sebagai media informasi untuk masyarakat sekitar tentang dampak penurunan wisatawan yang terjadi akibat gempa bumi yang terjadi dan strategi dalam menarik kembali minat wisatawan berkunjung ke Gili Trawangan.

3. Pelaku Wisata

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai dampak dari penurunan wisatawan dan tindakan yang harus dilakukan terkait strategi dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke Gili Trawangan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Permasalahan ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi yang dilakukan pelaku objek wisata dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke objek wisata khususnya pada mata kuliah Administrasi Bisnis.



BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Pariwisata

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan manusia untuk mencari hiburan dengan jalan mengunjungi tempat-tempat baru atau pun tempat-tempat lain selain tempat tinggal dan tempat kerjanya/tempat yang sering dikunjunginya. Menurut Prof. Salah Wahab, pariwisata merupakan aktivitas manusia yang dikerjakan secara sadar, yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang di dalam suatu negara itu sendiri atau pun di luar negeri untuk mendapatkan kepuasan yang bernaneka ragam dan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya.

Sedangkan menurut Prof. K. Krapt dan Prof. Hunziker, pengertian pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dari perjalanan dan pendiaman orang-orang asing, serta penyediaan tempat tinggal sementara, selama orang asing tersebut tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang sifatnya sementara. Dalam dunia pariwisata, wisata adalah bepergian selama paling sedikit 24 jam sebagaimana ditetapkan oleh Komisi Tehnik *the International Union of Official Travel Organization* (IUOTO) melalui *the Pacific Area Travel Association* (PATA).

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam bab ini banyak menguraikan tentang teori-teori yang ada kaitannya dengan pokok permasalahan dalam penelitian, teori yang akan digunakan untuk alasan seberapa penting penelitian ini harus dilakukan. Penelitian kali ini mencoba menggali mengenai Strategi Pasca Gempa Yang Dilakukan Pelaku Wisata Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Gili Trawangan. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

| NO | Peneliti | Judul | Hasil Penelitian |
|----|----------------------------|--|---|
| 1. | Maman Chatamallah, 2005 | Strategi Public Relations dalam promosi pariwisata: studi kasus dengan pendekatan marketing public relations di Provinsi Banten | Pendekatan public relations secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan wisatawan Di Provinsi Banten |
| 2. | Patris Gisau Bidiuan, 2012 | Strategi pengelolaan Pariwisata Dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten kepulauan sangihe. | Strategi yang digunakan dalam pengelolaan pariwisata di kabupaten kepulauan sangihe meliputi penyediaan rancangan induk pengembangan pariwisata daerah, promosi, kemitraan dengan swasta. |
| 3 | Zahratul Umami, 2014 | Sosial strategi pada media sosial untuk promosi pariwisata | Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara sosial promosi terhadap hubungan baik antara pelaku wisata |
| 4 | Aryanto, 2014 | Formulasi strategi pemasaran simpang iin hotel Kuta Bali | Berdasarkan analisis terhadap lingkungan eksternal, diperoleh nilai sebesar 3,81 dan nilai lingkungan internal sebesar 3,99. Pada masa mendatang posisi Simpang Inn Hotel |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p>Kuta-Bali pada matrik IFAS dan EFAS berada pada Sel I yaitu pada posisi tumbuh dan kembangkan atau berada pada kompetitif pasar yang sangat kuat (<i>competitive high market share</i>) dalam bisnis perhotelan yang berdaya saing tinggi. Jadi formulasi strategi pemasaran yang memadai diterapkan adalah dengan melakukan pengembangan produk seperti membuat paket hari raya keagamaan dengan harga yang lebih kompetitif dan lebih variatif sehingga dapat memenuhi semua pangsa pasar.</p> |
|--|--|--|---|

2.3. Pengertian dan Fungsi Hotel

2.3.1 Pengertian Hotel

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang dikelola secara komersial yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu. Adapun beberapa pengertian menurut para ahli, diantaranya:

1. Menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur, kepada orang-orang yang

melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. (Sumber: Sulastiyono, Agus. 2011. Manajemen Penyelenggara Hotel. Bandung: Alfabeta).

2. Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam Sulastiyono (2011:6), adalah "Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. [Sumber: <http://infodanpengertian.blogspot.com/2015/11/pengertian-hotel-menurut-para-ahli.html>]

2.3.2 Klasifikasi Hotel

Menurut Sudiarto Mangkuwedoyo (1999:14), klasifikasi hotel dapat dibagi dalam beberapa kategori sebagai berikut:

1. Berdasarkan Bintang

Untuk menyatakan mengenai pengelompokan hotel yang berbintang, direktorat jendral pariwisata memutuskan kelompok hotel yang mana pantas dinyatakan berbintang setelah dilakukan pengecekan dan penilaian di hotel tersebut. Hotel berbintang terdiri atas:

- a. Hotel Bintang Satu (*)
- b. Hotel Bintang Dua (**)
- c. Hotel Bintang Tiga (***)
- d. Hotel Bintang Empat (****)

- e. Hotel Bintang Lima (*****)
- f. Hotel Berlian (*Diamond Hotel*)

2. Berdasarkan Lokasi

Klarifikasi hotel berdasarkan faktor lokasi dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. *City Hotel*

Hotel yang terletak di dalam kota, dimana sebagian besar tamu yang menginap adalah memiliki kegiatan berbisnis.

b. *Resort Hotel*

Adalah hotel yang terletak di kawasan wisata, dimana sebagian besar tamu yang menginap tidak melakukan kegiatan berbisnis, tetapi lebih kepada rekreasi. Adapun *resort hotel* terbagi menjadi beberapa resort berdasarkan lokasi:

- 1) *Mountain Hotel* (hotel yang berada di daerah pegunungan)
- 2) *Beach Hotel* (hotel yang berada di daerah pantai)
- 3) *Lake Hotel* (hotel yang berada dipinggir danau)
- 4) *Hill Hotel* (hotel yang berada di daerah perbukitan)
- 5) *Forest Hotel* (hotel yang berada di kawasan hutan lindung)

3. Berdasarkan Faktor Lamanya Tamu Menginap

a. *Transit Hotel*

Tamu yang menginap di hotel ini biasanya dalam waktu yang singkat, rata-rata satu malam.

b. Semi Residential Hotel

Tamu yang menginap di hotel ini biasanya lebih dari satu malam, tetapi jangka waktu menginap tetap singkat, berkisar antara 1 minggu sampai dengan 1 bulan.

c. Residential Hotel

Tamu yang menginap di hotel ini cukup lama, paling sedikit satu bulan.

4. Berdasarkan Maksud Kunjungan

Klasifikasi hotel berdasarkan maksud kunjungan selama menginap adalah sebagai berikut:

a. Business hotel

Hotel yang tamunya sebagian besar berbisnis, disini biasanya menyediakan ruang-ruang meeting dan convensi.

b. Resort/Tourism Hotel

Hotel yang kebanyakan tamunya adalah para wisatawan, baik domestic maupun manca negara.

c. Casino hotel

Adalah hotel yang sebagian tempatnya berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berjudi.

d. Pilgrim hotel

Hotel yang sebagian tempatnya berfungsi sebagai fasilitas beribadah. Seperti hotel-hotel di Arab (pada saat musim haji) dan Lourdes di Prancis.

e. *Cure hotel*

Adalah hotel yang tamu-tamunya adalah tamu yang sedang dalam proses pengobatan atau penyembuhan dari suatu penyakit.

5. Berdasarkan Besar Kecilnya Hotel

Klasifikasi hotel berdasarkan ukurannya dapat ditentukan berdasarkan jumlah kamar yang ada. Ukuran hotel diklasifikasikan menjadi 3 bagian, yaitu:

a. *Small hotel*

Small hotel adalah hotel kecil dengan jumlah kamar dibawah 150 kamar.

b. *Medium hotel*

Adalah hotel dengan ukuran sedang, dimana dalam medium hotel ini dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu:

1) *Average hotel*: jumlah kamar antara 150 s/d 299 kamar

2) *Above hotel*: jumlah kamar antara 300 s/d 600 kamar.

c. *Large hotel*

Large hotel adalah hotel dengan klasifikasi sebagai hotel besar dengan jumlah kamar diatas 600 kamar.

2.3.3 Fungsi Hotel

Menurut Arief, Abdul Rahman, (2008:74) fungsi hotel dapat dibedakan menjadi beberapa fungsi antara lain:

a. Sebagai tempat atau sarana akomodasi untuk memenuhi kebutuhan tamu (wisatawan atau pelancong), sebagai tempat beristirahat atau tinggal sementara waktu selama dalam perjalanan yang jauh dari tempat asalnya.

b. Hotel sering disebut sebagai "*Hotel is home far away from home*"

- c. Sebagai tempat pertemuan (rapat, seminar, kompreksi, loka-karya, dan sebagainya) bagi para pengusaha, pimpinan pemerintah dan sebagainya.
- d. Sebagai tempat untuk mempromosikan berbagai produk, perusahaan, atau bisnis apa saja (asal mampu membayarnya).
- e. Sebagai tempat untuk bersantai, rekreasi, rileks, atau menikmati kesenangan lainnya (bagi yang mampu).
- f. Sebagai tempat bertemu, bergaul dan bersahabat bagi semua bangsa yang datang.
- g. Sebagai tempat untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman (khususnya bagi pelajar atau mahasiswa, dan karyawan).
- h. Sebagai tempat untuk mencari nafkah atau uang (khususnya bagi karyawan dan manajemennya).

2.4 Konsep Strategi

2.4.1 Pengertian strategi

Kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi juga dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dilakukan dan mengapa organisasi melakukannya.

Menurut Stephanie K. Marrus *dalam* Umar (2001:31), strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain itu, menurut Hamel dan Prahalad (dalam Umar, 2001:31) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, dengan demikian strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang akan terjadi.

2.4.2 Jenis Strategi Pemasaran Hotel

Jenis strategi dibagi menjadi dua yaitu:

1. Strategi analisis Internal
2. Sosial Strategi

2.5 Sosial Strategi

Social Strategy merupakan sebuah strategi yang membangun hubungan satu orang dengan lainnya sesuai dengan tujuan dari media sosial yang memfokuskan kepada hubungan satu orang dengan orang lainnya atau menyambung kembali sebuah hubungan antar manusia. (*sumber: Nino Oktora, Social Strategy that work-HBR, the Marketers, Desember 2011*). *Social Strategy* digunakan sebagai pendekatan pelanggan dengan menggunakan hubungan dengan orang lain yang memfokuskan pada membantu hubungan satu orang dengan orang lainnya dengan tujuan akhir

tetap pada target perusahaan yaitu penjualan atau *brand awareness*. komunikasi merupakan keseluruhan program dengan pesan yang disampaikan kepada konsumen atau kepada jaringan lain yang saling berkaitan dan mempunyai kepentingan yang sama.

Proses pesan promosi dilakukan melalui rute sentral atau peripheral seperti yang disampaikan oleh Richard Petty dan John Cacioppo (1986) sebagai sebuah teori Elaboration Likelihood Model yang menjelaskan bahwa ada dua rute dalam proses penyampaian informasi/pesan persuasif yaitu rute sentral (*central route*) dan perifer (*peripheral route*). Masing-masing dari rute tersebut mempunyai peran yang penting untuk proses persuasi. Akan tetapi perpaduan keduanya dapat membuat pesan persuasif menjadi lebih efektif. Pernyataan diatas ditulis oleh Stephen W. Littlejohn & Karen A.Foss, Teori Komunikasi-*Theories of Human Communication-edsi 9, hal 108-109*. *Social strategy* digunakan dalam promosi produk pada media sosial karena merupakan sebuah integrasi agar hubungan perusahaan dengan konsumen dan pelanggan dapat terjalin dengan baik. Mikolaj Jan Piskorski (*Social Strategies that work, 2011:4*) Perusahaan banyak menggunakan strategi digital dalam lingkungan sosial dengan menyampaikan pesan komersial.

2.6 Pengertian, Fungsi Dan Peranan *Front Office*

2.6.1 Pengertian *Front Office*

Menurut Richard Sihite, (2001:8) *Front Office Department* adalah suatu department yang bertanggung jawab pada penjualan kamar hotel baik pemesanan (reservasi) sebelumnya maupun tanpa pemesanan, dilanjutkan

dengan pendaftaran (registrasi) dan penunjukan kamar (*room assignment*) bagi tamu. *Front office* merupakan department yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu-tamu yang datang ke hotel. Oleh karena itu *front office* selalu terletak di bagian depan hotel agar diketahui oleh tamu yang baru datang atau tiba di hotel.

Adapun *seksi-seksi* yang ada pada *Front Office Department* yaitu sebagai berikut:

1. *Telephone Operator*

Telephone operator adalah salah satu *seksi* yang berada di *front office* yang secara umum memiliki tugas menerima, menyambungkan telephone baik dari dalam maupun dari luar hotel dan mencatat pesan tamu.

2. *Reservation*

Reservation seksi merupakan *seksi* yang bertanggung jawab terhadap permintaan pemesanan kamar dari para calon tamu.

3. *Reception*

Reception merupakan salah satu *seksi* tempat terjadinya proses penerimaan tamu, penentuan/pemberian kamar baik untuk tamu yang telah memesan kamar lebih dulu (reservasi) ataupun untuk tamu yang belum memesan (*walk-in guest*).

4. *Front Office Cashier*

Front office cashier merupakan *seksi* yang bertugas menerima semua jenis pembayaran baik itu *cash* ataupun *credit* khususnya untuk

tamu yang akan meninggalkan hotel (*check-out*) yang mana tamu tersebut telah tinggal di hotel selama waktu yang tertentu.

5. *Bell Boy*

Bell boy adalah salah satu *seksi* yang tugasnya menangani barang bawaan tamu, baik saat *check-in*, pindah kamar, maupun *check-out*.

2.6.2 Fungsi *Front Office*

Front office secara operasional berhubungan dengan tamu dan area kerjanya tidak jauh dari lobby, daerah yang paling ramai hilir mudiknya tamu, oleh sebab itu bagian ini disebut dengan "*Front Office*". Kantor depan hotel merupakan salah satu bagian hotel yang paling penting dalam hal mewujudkan tujuan yang akan dicapai oleh hotel. Tujuan dari kantor depan hotel adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan tingkat hunian kamar serta pendapatan hotel dari tahun ke tahun.
2. Meningkatkan jumlah tamu langganan
3. Memenuhi kebutuhan dan kepuasan tamu secara baik, tepat dan cepat kepada tamu.
4. Membentuk citra hotel yang positif.

Kantor depan hotel memiliki fungsi dalam mewujudkan tujuan dari hotel, fungsi tersebut dilakukan oleh petugas kantor depan hotel sehari-hari, adapun fungsi-fungsi tersebut adalah:

1. Menjual kamar, kegiatan yang dilakukan antara lain: menerima pemesanan kamar, melakukan pendaftaran tamu, memblok kamar
2. Memberikan informasi mengenai seluruh produk, fasilitas, pelayanan dan aktivitas yang ada di hotel maupun di luar hotel
3. Mengkoordinasikan kepada bagian lain yang terkait dalam rangka memenuhi keinginan tamu serta memberikan pelayanan yang maksimal
4. Melaporkan status kamar yang terkini
5. Mencatat, memeriksa pembayaran tamu serta menangani rekening tamu
6. Membuat laporan yang dibutuhkan oleh hotel
7. Memberikan pelayanan telekomunikasi untuk tamu
8. Memberikan pelayanan barang bawaan tamu
9. Menyelesaikan keluhan tamu

Selain mempunyai fungsi yang penting, front office juga berperan penting dalam hal pelayanan dan pencapaian tujuan hotel yakni memberikan pelayanan yang diharapkan oleh tamu, membentuk citra hotel dan pendapatan yang maksimal. Peranan itu antara lain:

- a. Merupakan Wakil dari Manajemen (*Management Representative*)

Dalam keadaan tertentu *front office* dapat berperan sebagai wakil dari manajemen, seperti menyelesaikan masalah tertentu yang biasanya diselesaikan oleh pihak manajemen.

- b. Orang-orang Yang Mampu Menjual (*Sale Person*)

Setiap mereka yang berada di *front office* diharuskan mampu dan memiliki *Salesmanship*, karena pada *front office* ini lebih banyak

berhubungan dengan tamu dibandingkan departemen lain. Selain menjual produk hotel seperti kamar, juga mampu menjual fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh hotel.

c. Pemberi Informasi (*Information Giver*)

Petugas yang berada di *front office* diharapkan mampu memberikan keterangan yang jelas dan benar tentang fasilitas dan produk hotel dan harus mengetahui kejadian-kejadian serta peristiwa-peristiwa penting diluar hotel yang berhubungan dengan kebutuhan tamu.

d. Penyimpan Data (*Record Keeper*)

Front office departement merupakan sumber dan pusat penyimpanan data dalam kegiatan sehari-hari di hotel.

e. Dapat Melakukan Tindakan Secara Diplomatis (*Diplomatic Agent*)

Front office mampu melakukan tindakan secara diplomatis yaitu menjaga dan menetralsir suasana hubungan baik dengan pihak lain yang berhubungan dengan hotel.

f. Pemecah Masalah (*Problem Solver*)

Sebagai *The Hub of Activities*, *front office* merupakan tempat untuk menyelesaikan masalah tamu, terutama keluhan-keluhan tamu.

g. Sebagai Wakil dari Hubungan Masyarakat (*Public Relations Agent*)

Karyawan *front office* harus dapat berperan secara aktif sebagai orang yang berhubungan dengan masyarakat, terutama masyarakat pengunjung yang datang ke hotel. Diharapkan dapat berperan sebagai

internal public relations yang memberikan citra baik terhadap tamu hotel.

- h. Sebagai Koordinator Kegiatan Pelayanan (*Service Coordinator*)

Front office juga berperan sebagai tempat koordinator pelayanan informasi dan kegiatan departemen lain di komunikasikan melalui *front office*.

2.6.3 Peranan *Front Office*

Peranan *Front Office Department* antara lain:

- a. Kesan pertama dan terakhir bagi tamu
- b. Sebagai jantung dan sumbunya hotel
- c. Sebagai pusat komunikasi
- d. Sebagai pusat koordinasi pelayanan
- e. Sebagai sumber informasi potensial
- f. Menjaga hubungan dengan tamu dan department lain di hotel.

2.7. Pengertian *Reservation*

Menurut Ni Wayan Suwithi (2008), *Reservation* dalam Bahasa Inggris berasal dari kata “*to reserve*” yaitu menyediakan atau mempersiapkan tempat sebelumnya. Sedangkan *reservation* yaitu pemesanan suatu tempat atau fasilitas. Jadi secara umum *reservation* yaitu pemesanan fasilitas yang diantaranya akomodasi, makanan dan minuman, *seat* pada tempat pertunjukan, tiket pesawat terbang, tiket kereta api, dan sebagainya. Kata *reservation* atau pemesanan dalam dunia pariwisata disebut juga dengan *booking*. Kadangkala wisatawan tidak dapat membedakan arti dari kedua kata tersebut. Oleh karena

itu perlu ditegaskan bahwa kedua kata tersebut tidak memiliki perbedaan arti.

Fungsi utama dari petugas reservation yaitu sebagai berikut:

1. Menangani permintaan reservasi
2. Menangani perubahan reservasi
3. Menangani pembatalan reservasi
4. Memproses reservasi
5. Mengarsip data reservasi
6. Membuat laporan reservasi

2.7.1 Aspek Kepribadian Seorang Petugas Kantor Depan

Kepribadian seorang petugas kantor depan (*reservation*) sangat menentukan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan sebab harapan dan keinginan tamu yang akan datang ke hotel adalah menginginkan satu paket terbaik antara produk, pelayanan dan proses pemberian pelayanan tersebut. Atribut kepribadian yang harus dimiliki oleh petugas reservasi yaitu:

1. Mempunyai pengetahuan yang baik tentang produk hotel (*good general knowledge of hotel product*)
2. Memiliki kebiasaan rapi dan necis
3. Memiliki sikap percaya diri
4. Kemampuan berkomunikasi
5. Kemampuan berdiplomasi
6. Wajah selalu ceria dan murah senyum
7. Tenang dalam menghadapi persoalan

8. Memecahkan masalah secara psikologis
9. Mampu membuat keputusan dengan cepat dan tepat

Seorang tenaga penjual juga harus dibekali dengan berbagai pengetahuan yang kuat mengenai properti hotel dimana mereka bekerja, sebagai berikut:

1. Pengetahuan mengenai properti hotelnya (*property/product knowledge*)
2. Prosedur/peraturan kantor (*office procedures*)
3. Standar penampilan (*performance standard*)
4. Kemampuan menjual (*salesmanship*)

2.8. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah segala bentuk usaha langsung untuk menjual produk properti sebuah hotel baik melalui kontak personal, telepon maupun alat koresponden lainnya.

2.8.1 Penjualan Kamar

Menurut Bambang Sujatno (2008:16-17), penjualan kamar dapat dilakukan melalui pemesanan terlebih dahulu maupun secara langsung pada saat tamu datang. Penjualan harus dilakukan dengan taktik dan strategi yang tepat guna memaksimalkan pendapatan dengan mengoptimalkan harga kamar dengan permintaan waktu itu (*up selling*).

Menurut Bambang Sujatno (2008:37), dijelaskan bahwa “penjualan yang mahir adalah pengetahuan akan apa yang hendak dijual harus lengkap dan pasti”.

Dalam melakukan taktik dan strategi penjualan, hal-hal berikut ini harus diperhatikan:

1. Selalu mengontrol harga kamar (*room rate*) dan sisa kamar yang tersedia (*room available*)
2. Cari peluang penjualan pada saat sepi permintaan (*low demand tactics*)
3. Manfaatkan situasi pada saat banyak permintaan (*high demand tactics*)
4. Peka akan permintaan khusus (*excess demand tactics*).

2.8.2 Teknik-Teknik Penjualan

1) *Suggestive Selling*

To suggestive a choice for the guest adalah menawarkan produk pendukung lainnya untuk memaksimalkan penjualan produk hotel.

2) *Descriptive Selling*

Describe the benefit of the product adalah memberikan gambaran atau deskripsi tentang nilai atau manfaat produk dengan tujuan mendapatkan ketertarikan konsumen dan mengarahkan mereka untuk mendapatkan kepastian untuk membeli produk anda.

3) *Explanations*

Give more information adalah teknik menjual dengan memberikan informasi lebih lengkap atau rinci tentang suatu produk atau layanan sehingga tamu mendapatkan informasi dan menghilangkan keraguan konsumen atas pilihan mereka terhadap penawaran anda.

4) *Up-selling*

Offer the better product first than let the guest deciding adalah melakukan negosiasi kamar dengan konsumen atau wisatawan dengan menawarkan kamar yang paling mahal baru kamar yang lebih murah dengan tujuan untuk memaksimalkan hasil penjualan kamar atau pendapatan hotel.

5) *Cross selling*

Selling something extra to guest when they are buying something adalah mendorong pelanggan untuk membeli produk dari department atau kategori lainnya untuk memberikan kesempatan wisatawan memilih kamar yang lebih murah dengan tujuan untuk memaksimalkan hasil penjualan kamar.

2.9 Gempa Bumi

2.9.1. Pengertian Gempa

Gempa bumi adalah getaran yang terjadi dipermukaan bumi akibat pelepasan energi dari dalam secara tiba-tiba yang menciptakan gelombang seismik, gempa bumi biasanya disebabkan oleh pergerakan kerak bumi atau lempeng bumi. Penyebab terjadinya gempa bumi kebanyakan disebabkan dari pelepasan energi yang di hasilkan oleh tekanan oleh lempengan yang bergerak. Semakin lama tekanan itu kian membesar dan mencapai pada keadaan dimana tekanan tersebut tidak dapat ditahan lagi oleh pinggiran lempengan, pada saat itulah gempa bumi akan terjadi.

2.9.2 Jenis Gempa Bumi

a. Gempa Bumi Tektonik

Gempa bumi ini disebabkan oleh adanya aktivitas tektonik yaitu pergeseran lempeng-lempeng tektonik secara mendadak yang mempunyai kekuatan dari yang sangat kecil hingga yang sangat besar.

b. Gempa Bumi Tumbukan

Gempa bumi ini disebabkan oleh tumbukan meteor atau asteroid yang jatuh ke bumi ini jarang terjadi.

c. Gempa Bumi Reruntuhan

Gempa bumi ini biasanya disebabkan oleh aktivitas dari manusia, seperti peledakan dinami, nuklir atau palu yang dipukulkan ke permukaan bumi.

d. Gempa Bumi Vulkanik

Gempa bumi ini diakibatkan oleh aktivitas magma, yang biasanya terjadi sebelum gunung api meletus.

2.9.3 Dampak Gempa Bumi

a. Kerusakan Bangunan

Gempa berkekuatan tinggi bisa menyebabkan runtuhnya bangunan secara total. Puing-puing dari bangunan yang runtuh merupakan bahaya utama dalam gempa karena efek dari turunnya benda besar bisa mematikan bagi manusia.

b. Kerusakan Infrastruktur

Gempa bumi bisa menyebabkan saluran listrik tumbang. Ini berbahaya karena kabel hidup terbuka bisa menyetrum manusia atau menyalakan api. Gempa bisa menyebabkan pecahnya jalan, jalur gas, dan jaringan pipa air. Saluran gas yang rusak bisa menyebabkan gas lepas dan mengakibatkan ledakan dan kebakaran.

c. Tanah Longsor Dan Batuan Beku

Saat gempa terjadi bebatuan besar dan bagian tanah yang terdapat di atas dapat tergelincir akibat longsor terjadi dengan cepat turun ke lembah.

d. Gempa Bumi Mengakibatkan Banjir

Gempa bumi berkekuatan tinggi bisa memicu keretakan dinding bendungan yang kemudian menyebabkan runtuhnya bendungan. Air yang terbungung akan mengalir dan mengamuk ke daerah-daerah terdekat yang menyebabkan banjir besar-besaran.

e. Gempa Bumi Bisa Memicu Tsunami

Tsunami adalah rangkaian tremor laut yang panjang yang dipicu oleh gempa bumi atau letusan gunung berapi di bawah laut. Tsunami dapat menghapus seluruh wilayah pesisir.

2.9.4 Dampak Gempa Di Lombok

Kerugian ekonomi dari berbagai sektor kerusakan dan kerugian lebih dari Rp 5,04 triliun tersebut berasal dari sektor permukiman Rp 3,82 triliun, infrastruktur Rp 7,5 miliar, ekonomi produktif Rp 432,7 miliar, sosial

budaya Rp 716,5 miliar, dan lintas sektor Rp 61,9 miliar. Kerusakan dan kerugian terbanyak adalah sektor permukiman yang kenyataan puluhan ribu rumah penduduk rusak berat, bahkan banyak yang rata dengan tanah. Secara wilayah, kerusakan dan kerugian akibat gempa di Nusa Tenggara Barat paling banyak adalah di Kabupaten Lombok Utara yang mencapai lebih dari Rp 2,7 triliun. Kerusakan dan kerugian ini akan memerlukan triliunan rupiah untuk melakukan perbaikan kembali dalam rehabilitasi dan rekonstruksi dan membutuhkan waktu untuk memulihkan kembali kehidupan masyarakat dan pembangunan ekonomi di wilayah Nusa Tenggara Barat. Pada tahap rehabilitasi, pemerintah membantu merenovasi sarana dan prasarana yang rusak, termasuk rumah penduduk yang terdampak gempa. Bantuan rehabilitasi rumah warga, baik yang rusak ringan maupun berat antara Rp 10 juta hingga Rp 50 juta. Dampak gempa sosial, gempa ini juga menyebabkan 436 orang meninggal. Dampak pada fasilitas pariwisata bangunan runtuh, akses jalan rusak, fasilitas pariwisata seperti hotel, dan restoran. Gempa bumi ini mengakibatkan tingkat pengangguran dan kemiskinan meningkat dikarenakan pengaruh gempa terhadap sektor jasa dan perdagangan terutama menurunnya tingkat kunjungan wisata khususnya di hotel villa ombak Gili Trawangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor *dalam* Moloeng (2007:4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

3.2 Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kawasan wisata Gili Trawangan Kec. Pemenang, Kabupaten Lombok Utara.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. menurut Sugiyono (2007:209) bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Namun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melalui tiga metode, yaitu:

1. Observasi

Observasi bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya. Pengamatan bersifat non-partisipatif, yaitu peneliti berada diluar sistem yang diamati.

2. Wawancara

Esterberg *dalam* Sugiyono (2007:211), mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tersebut. Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang informan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk diajukan, dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan, oleh karena itu jenis jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti termasuk kedalam jenis wawancara terstruktur.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2007:213). Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan.

3.4 Subjek, Sumber dan Jenis Data

3.4.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau seseorang yang memberikan informasi terkait judul penelitian adalah Manajer bagian pemasaran hotel villa ombak Gili Trawangan dan karyawan hotel seseorang yang memberikan informasi tersebut disebut pula informan. Informan adalah orang yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi pada latar belakang. Sugiyono (2007:208) tidak menggunakan istilah populasi pada penelitian kualitatif, melainkan *Sosial Situation* atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen, yaitu, tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*). Situasi sosial itu dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi didalamnya. Adapun penentuan informan dalam penelitian dilakukan secara *snowball sampling*. Alasan peneliti menggunakan teknik ini adalah dimana pada situasi tertentu, jumlah subjek penelitian yang terlibat menjadi bertambah karena subjek atau informan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya kurang memberikan informasi yang mendalam atau pada situasi-situasi tertentu tidak memungkinkan peneliti untuk mendapatkan akses pada sumber, lokasi atau subjek yang hendak diteliti. Adapun informan pada penelitian ini meliputi kriteria dibawah ini:

1. Wisatawan yang menginap di hotel Villa Ombak mulai
2. Karyawan hotel Villa Ombak Gili Trawangan
3. Manajer bagian pemasaran dan front office manajer.

3.4.2 Sumber Data

Arikunto (2006:224) menyatakan bahwa, sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data, peneliti telah menggunakan rumus 3P, yaitu:

- a. *Person* (orang), merupakan tempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti.
- b. *Paper* (kertas), adalah tempat peneliti membaca dan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen, simbol-simbol, dan lain sebagainya.
- c. *Place* (tempat), yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

Menurut Lofland dalam Moleong (2007:165), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Untuk mendapatkan data dan informasi maka informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* atau sengaja dimana informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan merupakan orang-orang yang terlibat atau mengalami proses pelaksanaan dan perumusan program dilokasi penelitian.

3.4.3 Jenis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu:

- a. Data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan. Metode pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap Manajer pemasaran dan front office hotel villa ombak Gili Trawangan
- b. Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari Badan Pusat Statistik (BPS), internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

3.5 Proses Penelitian

Proses pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Proses memasuki lokasi penelitian

Sebelum memasuki lokasi penelitian untuk memperoleh data, pada tahap ini terlebih dahulu peneliti memperkenalkan diri dan meminta izin kepada Manajer hotel villa ombak Gili Trawangan dengan membawa surat izin formal penelitian dari Pembantu Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Matarm. Setelah itu, peneliti mengutarakan maksud dan tujuan penelitian untuk menciptakan kepercayaan kepada masing-masing pihak, kemudian menentukan waktu melakukan wawancara.

b. Ketika berada dilokasi penelitian (*getting along*)

Dalam hal ini peneliti berusaha melakukan hubungan secara pribadi dan akrab dengan subjek penelitian, mencari informasi dan berbagai sumber data yang lengkap serta berusaha menangkap makna dari berbagai informasi yang diterima serta fenomena yang diamati. Oleh karena itu, peneliti berusaha sebijak mungkin sehingga tidak menyinggung informan secara formal maupun informal.

c. Pengumpulan data (*logging data*)

Pada tahap ini, peneliti melakukan proses pengumpulan data yang telah ditetapkan berdasarkan fokus penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi, tujuan dari observasi ini adalah untuk mengamati objek penelitian, sehingga dapat memahami kondisi yang sebenarnya. Pengamatan bersifat non-partisipatif, yaitu peneliti berada diluar sistem yang diamati.
2. Wawancara mendalam (*indeep interview*) yang dilakukan kepada informan dengan cara melakukan tanya jawab atau percakapan langsung dengan seluruh sumber data yang ada berdasarkan daftar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sebagai panduan sumber data.
3. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku dan berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2007:213). Dokumen berguna karena dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian

yang dapat dijadikan bahan triangulasi untuk mengecek data dan merupakan bahan utama dalam penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga datanya sudah tidak jenuh. Aktivitas dalam menganalisis data kualitatif yaitu antara lain:

a. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Laporan atau data yang diperoleh di lapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terperinci. Laporan lapangan

direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

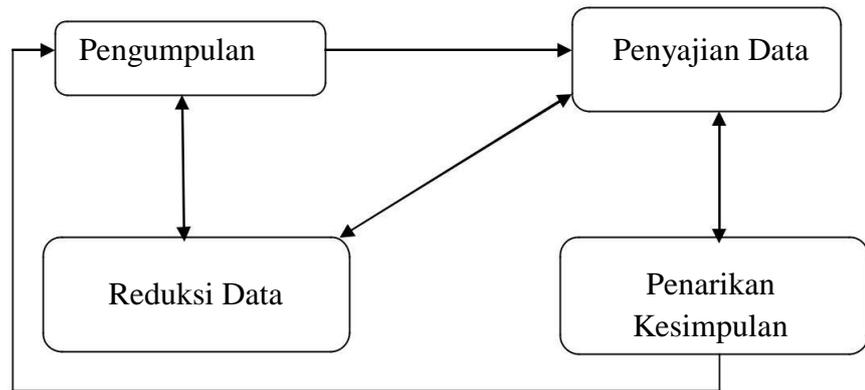
b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk diadakanya suatu kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan (*Concluting Drawing*)

Penarikan Kesimpulan yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang tentatif. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara.

Berikut adalah gambar dari analisis data dan model interaktif menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2007:189):



Gambar 3.7 Analisis Model Interaktif

Sumber: Sugiyono (2007)

Gambar mengenai komponen analisis data model Miles dan Huberman diatas menjelaskan bahwa, dalam melakukan analisis data kualitatif dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. proses yang bersamaan tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.