

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Dewasa ini semua orang tentu mengetahui bahwa dunia sedang dilanda oleh virus pandemi yaitu Covid-19 atau *Coronavirus Disease 2019*. Pada tanggal 2 Maret 2020, untuk pertama kalinya pemerintah mengumumkan dua kasus pasien positif Covid-19 di Indonesia (Kompas, 2020). Ini berarti bahwa tidak hanya luar negeri saja yang dilanda bencana tetapi Indonesia pun demikian. Seperti yang diketahui bahwa semenjak adanya pandemi, semua hal ataupun aktivitas orang-orang tidak bisa berjalan normal seperti biasanya. Saat itu pemerintah mulai menutup akses penerbangan langsung dari dan ke beberapa destinasi, yang ada di sekitar enam bandara antara lain; Batam, Jakarta, Denpasar, Manado dan Makassar. Bahkan untuk menekan laju penularan Covid-19, sejumlah pemerintah daerah juga memberlakukan aturan belajar di rumah bagi siswa sekolah. Demikian pula para pekerja, perusahaan-perusahaan mengambil kebijakan memperbolehkan karyawannya bekerja di rumah selama masa pandemi ini dengan istilah *Work from Home* (WFH).

Pemerintah Indonesia juga mulai melakukan langkah-langkah antisipasi seperti menggunakan *Health Alert Card* atau *Yellow Card*, dan juga *Thermal Scanner* untuk mengecek suhu tubuh diatas 38,5 derajat *Celsius* di pintu masuk dan keluar RI. Pemerintah juga menghimbau masyarakat untuk selalu menggunakan masker, menjaga kebersihan, menjaga kesehatan, dan memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Warga juga

diminta disiplin melakukan *social distancing* atau mengambil jarak saat berada di satu tempat dengan orang lain terutama di ruang publik. Namun ternyata itu semua belum cukup untuk mengantisipasi penyebaran Covid-19, melainkan setiap hari kasusnya semakin bertambah. Pemerintah melaporkan 3.622 kasus baru Covid-19 yang terkonfirmasi pada hari Kamis, 3 September 2020. Total kasus terkonfirmasi saat ini sudah mencapai 184.268 kasus, semenjak Covid-19 mewabah di Indonesia (detikHealth, 2020).

Meskipun sudah diberlakukan sejumlah aturan untuk menekan laju penularan, masih banyak orang-orang yang melakukan *travelling* antar pulau atau daerah dengan tujuan untuk bisnis, pendidikan, mengunjungi sanak saudara, atau sekedar liburan. Berdasarkan riset yang dilakukan situs perjalanan *online*, Pegipegi, sebanyak 67 persen orang Indonesia tertarik untuk bepergian pada era *new normal* (Kompas, 2020). Riset ini dilakukan pada lebih dari 900 responden yang tersebar di seluruh Indonesia pada 8 sampai 12 Juni 2020. Sebagian besar responden memilih bepergian karena keperluan keluarga (33 persen), disusul dengan *travelling* sebagai sarana *refreshing* (26 persen). Alasan lain yang disebutkan sebagai tujuan *travelling* adalah untuk urusan bisnis dan pendidikan.

Semenjak itu banyak hotel-hotel di Indonesia yang berinovasi membuat paket karantina mandiri selama 14 hari menginap. Pada tanggal 16 Maret 2020, Kepala Bidang Media dan Opini Publik Kemenkes mengatakan bahwa *social distancing* dan karantina mandiri selama 14 hari mempunyai peran yang cukup besar dalam pencegahan dan penanganan untuk memperlambat atau mengurangi penularan Covid-19. Rentang waktu selama 14 hari merupakan

hitungan dua kali masa inkubasi virus. Setelah melewati 14 hari tanpa menunjukkan gejala, baru bisa dinyatakan bahwa orang tersebut terbebas dari Covid-19. Sebuah temuan dari WHO menyebutkan, 2-14 hari mewakili kisaran perkiraan resmi saat ini untuk Covid-19. Meskipun demikian, periode inkubasi virus sangat bervariasi di antara pasien.

Secara umum jumlah hotel selama kurun waktu 2012 – 2019 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut data BPS Provinsi Banten, dari sebanyak 259 unit hotel yang tersebar di seluruh kabupaten dan kota di Banten pada tahun 2012 menjadi 490 unit hotel pada tahun 2019 atau meningkat sekitar 89,19% selama kurun waktu tujuh tahun. Sementara itu, kenaikan jumlah hotel bintang tertinggi terjadi pada tahun 2017, yang meningkat hingga 84,48% atau bertambah sebanyak 49 unit hotel. Jumlah usaha akomodasi menurut klasifikasi hotel tahun 2012 – 2019 dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 1
Jumlah Usaha Akomodasi Provinsi Banten Menurut
Klasifikasi Hotel Tahun 2012 – 2019

Tahun	Jumlah	
	Hotel Bintang	Hotel Non Bintang
2012	42	217
2013	43	240
2014	52	246
2015	54	257
2016	58	255
2017	107	287
2018	113	329
2019	125	365

Sumber: BPS Provinsi Banten (2020)

Sedangkan untuk Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel di Provinsi Banten tahun 2019 mencapai sebesar 42,84% dimana TPK hotel bintang sebesar 51,57% dan TPK hotel non bintang sebesar 26,57%. TPK pada kabupaten atau kota di Banten dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 2

Persentase Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Gabungan pada Usaha Akomodasi Dirinci menurut Kabupaten/Kota Tahun 2018-2019

Kabupaten/Kota	Tahun	
	2018	2019
Kab. Pandeglang	20,92%	21,44%
Kab. Lebak	20,23%	11,97%
Kab. Tangerang	48,62%	53,83%
Kab. Serang	26,64%	26,51%
Kota Tangerang	54,05%	54,31%
Kota Cilegon	34,69%	35,59%
Kota Serang	67,34%	54,93%
Kota Tangerang Selatan	59,04%	59,91%
Banten	41,76%	42,84%

Sumber: BPS Provinsi Banten (2020)

Naiknya turunnya angka TPK mengindikasikan bahwa keberadaan akomodasi tertentu sedang banyak diminati atau kurang diminati oleh pengunjung pada tahun tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa kenaikan TPK hotel pada tahun 2019 menandakan bahwa keberadaan akomodasi hotel di Provinsi Banten sedang lebih banyak diminati oleh pengunjung/wisawatan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Oleh sebab itu, pendirian *Utopia Boutique Hotel* akan dilakukan di Provinsi Banten tepatnya di Alam Sutera, Tangerang Selatan.

Utopia Boutique Hotel akan menyediakan sebuah penginapan bagi orang-orang yang masih melakukan *travelling* antar kota atau negara. Namun karena sedang pandemi, *Utopia Boutique Hotel* juga akan menyediakan paket karantina mandiri selama 14 hari untuk mencegah penularan Covid-19. Bentuk *Utopia Boutique Hotel* akan berbeda dari hotel pada umumnya karena setiap kamar akan benar-benar dipisah layaknya seperti mini perumahan atau kompleks. Tujuan dibentuk seperti perumahan adalah untuk meminimalisir pertemuan antar tamu, sehingga tidak akan bertemu di koridor ataupun *lift* seperti di hotel pada umumnya. Kemudian untuk ukuran kamarnya sendiri

kurang lebih akan seperti *loft house* yang cukup untuk satu sampai dua orang. Untuk fasilitasnya akan dilengkapi mulai dari tempat tidur, kamar mandi, ruang tamu, ruang makan, *mini bar*, *mini working space*, TV kabel, *wifi*, *mini backyard* sebagai *leisure area* serta akan dilengkapi dengan *mini jacuzzi*. Semua fasilitas ini dimaksudkan agar tamu tidak mudah jenuh karena mengingat durasi karantina mandiri cukup lama yaitu selama 14 hari. Untuk pelayanannya sendiri akan tersedia mulai dari *24 hours customer service (front office)*, *housekeeping*, *laundry service*, *3 times meals per day (full board)*, dan *rapid/swab test*.

Kemudian nama yang digunakan untuk *boutique hotel* ini adalah Utopia. Secara umum kata “Utopia” didefinisikan sebagai tempat dimana sudut pandang ideal terutama dalam bidang hukum, pemerintahan, dan kondisi sosial berada (Napier, 1996). “Utopia” dalam arti luas dan umumnya, menunjuk ke sebuah masyarakat yang dianggap sempurna. Maka dapat disimpulkan bahwa Utopia berarti sebuah tempat yang ideal dimana di dalamnya terdapat perkumpulan yang sempurna. Pemilihan kata “Utopia” dimaksudkan agar setiap tamu yang tinggal dapat merasakan kesempurnaan serta merasa bahagia, aman, dan nyaman selama masa penginapan. Tamu juga akan diberikan fasilitas yang lengkap serta pelayanan yang sempurna. Selain itu, *Utopia Boutique Hotel* juga ditargetkan kepada masyarakat kelas menengah ke atas dan lebih mengutamakan *experience*, *safety* dan *comfort* selama masa penginapan. *Utopia Boutique Hotel* juga diharapkan dapat membantu mengurangi penularan Covid-19, serta menginspirasi para pengusaha di *hospitality industry* untuk ikut serta membangun usaha yang serupa selama masa pandemi ini.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis dibuat untuk menganalisa pembukaan usaha penginapan yang bernama *Utopia Boutique Hotel* dengan tujuan untuk mengetahui layak atau tidak dijalankan. Dengan perencanaan yang tepat tentunya dapat mengurangi kerugian yang akan dihadapi setelah usaha ini dijalankan. Selain itu, penelitian yang dilakukan terlebih dahulu akan memudahkan dalam merancang perencanaan yang sesuai dengan target serta aspek-aspek bisnis lainnya sehingga pelaksanaan usaha pun akan lebih mudah dijalankan. Adapun tujuan dari studi kelayakan bisnis *Utopia Boutique Hotel* terbagi menjadi dua, yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*).

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

- a. Menganalisis kelayakan bisnis Utopia dari segi:
 - 1) Aspek pasar dan pemasaran
 - 2) Aspek teknis
 - 3) Aspek organisasi dan sumber daya manusia
 - 4) Aspek finansial.
- b. Meminimalisir resiko kerugian baik yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
- c. Mempermudah perencanaan serta bagaimana pengawasan apabila terjadi penyimpangan sehingga tim sudah siap ketika hendak memulai pelaksanaan usaha.
- d. Sebagai acuan bagi pihak internal ataupun pihak eksternal (investor) yang ingin menanamkan modal.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Mendirikan sebuah penginapan dengan fasilitas dan pelayanan yang lengkap, sehingga tamu yang menginap ataupun yang melakukan karantina mandiri dapat merasa aman, nyaman, dan tidak mudah jenuh.
- b. Membuat inovasi di bidang penginapan dengan harapan Utopia *Boutique Hotel* dapat membantu mengurangi penularan Covid-19.
- c. Menginspirasi para pengusaha di *hospitality industry* untuk ikut serta membangun usaha yang serupa selama masa pandemi.

C. Metodologi

Dalam studi kelayakan bisnis Utopia *Boutique Hotel*, diperlukan data yang mendukung untuk menghasilkan suatu kesimpulan layak atau tidaknya usaha dijalankan. Adapun pengumpulan data dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, h. 38), data primer adalah:

“Primary data refers to information that the researcher gathers first hand through instruments such as surveys, focus groups or observation.”

Berdasarkan pengertian di atas, data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui survei, *interview*, *group focus* dan observasi. Adapun metode pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis Utopia *Boutique Hotel*, yaitu:

a. Kuesioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, h. 142), kuesioner adalah:

A questionnaire is a pre-formulated written set of questions to which respondents record their answer, usually within rather closely defined alternatives.

Berdasarkan pengertian di atas, kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang telah disusun secara tertulis dan diberikan kepada responden untuk di jawab secara tertulis, dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari responden. Mengingat adanya pandemi maka jenis kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu *mail and electronic questionnaires* dengan teknik pengumpulan sampel *non-probability sampling* dan metode *convenience sampling*.

1) *Mail and Electronic Questionnaires*

Jenis kuesioner yang digunakan saat respondennya mencakup wilayah geografis yang luas dan penyebarannya dilakukan melalui berbagai media, seperti pos, email dan lain-lain (Sekaran & Bougie, 2016).

2) *Non-probability Sampling*

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan saat jumlah elemen dalam suatu populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga setiap anggotanya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016).

3) *Convenience Sampling*

Metode yang meliputi pemilihan sampel secara bebas dalam suatu populasi dengan mendapatkan data yang diinginkan dengan mudah dan cepat (Sekaran & Bougie, 2016).

Menurut (Hair et al., 2010, h. 102), pengukuran sampel adalah:

As the rule, the minimum is to have at least five times as many observations as the number of variables to be analyzed, and the more acceptable sample size would have a 10:1 ratio.

Berdasarkan pengertian di atas, aturan untuk pengukuran sampel yang *valid* dan *reliable* adalah jumlah indikator dikalikan lima sampai sepuluh untuk hasil yang akurat. Jadi, apabila kuesioner yang harus disebarakan memiliki jumlah indikator 10 pertanyaan maka jumlah respondennya adalah 50.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, h. 127), observasi adalah:

“Observation concerns the planned watching, recording, analysis and interpretation of behavior, actions or events.”

Menurut pengertian diatas, observasi meliputi kegiatan mengawasi, merekam, menganalisis dan menginterpretasi suatu perbuatan, aksi atau event. Dalam penelitian ini, observasi akan dilakukan secara *online* untuk mendapatkan data-data yang dapat mendukung kelangsungan penulisan studi kelayakan bisnis Utopia *Boutique Hotel*.

2. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, h. 37), data sekunder adalah:

“Secondary data are data that already exist and do not have to be collected by the researcher.”

Menurut pengertian di atas, Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkan. Data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia. Adapun data sekunder dapat diperoleh di perpustakaan, badan

pusat statistik, kantor-kantor pemerintah dan lain-lain. Data sekunder yang dipakai dalam studi kelayakan bisnis Utopia *Boutique Hotel* diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan referensi dari berbagai buku. Selain itu, akan ada tambahan lain yang diperoleh dari buku referensi, jurnal ilmiah, website resmi dan sumber lainnya yang mendukung.

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, h. 220), validitas adalah:

“A test of how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.”

Berdasarkan pengertian di atas, uji validitas digunakan untuk melihat dan mengukur apakah bagian yang digunakan dapat digunakan dan sesuai dengan batas standar yang ada.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, h. 223), reliabilitas adalah:

The reliability of a measure indicates the extent to which it is without bias (error free) and hence ensures consistent measurement across time and across the various items in the instrument.

Berdasarkan pengertian di atas, uji reliabilitas adalah pengukuran yang mengindikasikan tidak ada yang *bias* dan memastikan pengukuran yang konsisten berdasarkan waktu dan instrumen.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

Menurut (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 Tentang Kepariwisataan, 2009), pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang

disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan menurut (Walker, 2016, h. 422), pariwisata adalah:

Tourism is a collection of industries that, when combined, form the world's largest industry and employer. It affects other industry sectors, such as public transportation, foodservice, lodging, entertainment, and recreation.

Menurut pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kumpulan dari macam-macam industri yang membentuk industri terbesar di dunia. Pariwisata juga memengaruhi berbagai industri lainnya seperti transportasi publik, penginapan, hiburan, dan rekreasi.

2. Pengertian Akomodasi

Menurut (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 Tentang Kepariwisata, 2009), yang dimaksud dengan usaha penyediaan akomodasi adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Perjalanan wisata dengan jarak jauh yang ditempuh lebih dari 24 jam maka memerlukan suatu akomodasi tempat menginap atau istirahat (Utama, 2015). Ketika berhubungan dengan *tourism* terlebih industri *hospitality*, akomodasi dan *F&B* adalah kombinasi yang sangat penting karena akomodasi menawarkan penginapan sedangkan *F&B* menawarkan makanan dan minuman bagi para tamunya.

3. Jenis-jenis Akomodasi

Menurut (Walker, 2016), akomodasi dapat dibedakan menjadi beberapa macam jenis yaitu:

a. Hotel

Salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa layanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersil.

b. Motel (*Motor Hotel*)

Hotel yang biasanya terletak di pinggir jalan raya, khusus diperuntukkan bagi tamu yang melakukan perjalanan jauh dan setiap kamar memiliki tempat parkir atau garasi.

c. *Inn*

Tempat yang menyediakan penginapan, makan dan minum, serta layanan umum lainnya, disewakan kepada orang-orang yang singgah untuk sementara waktu dengan jangka waktu menginap terbatas. Biasanya penyebutkan *inn* digunakan pada tempat penginapan yang terletak di pedesaan atau hotel yang memiliki banyak cabang.

d. *Youth Hostel*

Penginapan untuk anak-anak muda, di dalam kamar terletak banyak tempat tidur bertingkat dan dapat menampung kurang lebih dua puluh orang. Kamar mandi terletak di luar dan tidak ada layanan seperti di hotel maka dari itu biayanya jauh lebih murah daripada hotel.

e. *Guest House*

Rumah yang disediakan untuk tamu oleh perusahaan.

f. *Home Stay*

Rumah pribadi warga setempat yang disewakan kepada wisatawan.

g. *Boarding House*

Tempat penginapan yang ditujukan untuk anggota suatu kelompok seperti murid-murid sekolah dan umumnya disebut sebagai asrama.

h. *Pension Hotel*

Hotel yang memiliki ruangan dan layanan seperti di hotel namun umumnya yang tinggal merupakan lansia.

i. *Camping Ground*

Tempat penginapan yang menyediakan fasilitas *camping*.

j. *Caravan*

Caravan dikenal pula dengan istilah rumah berjalan yaitu mobil yang dilengkapi dengan dapur dan tempat tidur.

k. *Apartment*

Tempat tinggal milik pribadi ataupun sewa, yang di dalamnya terdapat kamar tidur, kamar mandi, dapur serta fasilitas lainnya tergantung dengan luas ruangan tetapi tidak ada layanan seperti di hotel. Setiap ruang dimiliki oleh satu orang.

l. *Condominium*

Condominium hampir sama dengan apartemen yaitu memiliki kamar tidur, kamar mandi, dapur, fasilitas lainnya dan tidak memiliki layanan seperti di hotel. Namun perbedaannya *condominium* pada umumnya sharing dengan orang lain (dimiliki atau disewakan oleh beberapa orang).

m. *Holiday Village*

Tempat penginapan sederhana di pedesaan yang ada pada saat musim liburan.

n. *Floating Hotel/Cruise Ship/Boatel*

Transportasi sekaligus penginapan yang berada di kapal dan memiliki layanan seperti di hotel, tetapi dalam penyebutannya kamar dikenal sebagai cabin.

o. *Chalet*

Tempat penginapan yang biasanya terdapat di pedalaman dan terbuat dari kayu. Pada umumnya tidak menyediakan layanan seperti di hotel.

p. *Boutique Hotel*

Dimulai pada tahun 1980-an, merupakan hotel dengan desain yang spesifik/khusus dan berbeda dari hotel pada umumnya. Untuk menciptakan keunikan tersendiri baik dari segi tampilan hotel seperti warna, pencahayaan, musik maupun layanan yang diberikan agar memberikan sensasi dan pengalaman berbeda bagi tamu. Jumlah kamar tidak lebih dari 150 kamar dan target pasar mengacu pada *upper class*.

Boutique hotel dapat terletak di daerah perkotaan maupun daerah resor.

4. Pengertian Hotel

Menurut (Walker, 2016), hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh layanan penginapan berikut makanan dan minuman serta jasa lainnya dengan harga yang terjangkau. Selain itu, hotel memiliki ciri khas yang

tidak dimiliki oleh usaha pariwisata yang mirip hotel, yaitu adanya layanan pramusaji, tatagraha, dan fasilitas-fasilitas lain dalam suatu properti.

5. Klasifikasi Hotel

Menurut (Walker, 2016), klasifikasi hotel dapat dilakukan berdasarkan jumlah, ukuran atau tipe kamar; keanggunan dan kenyamanan lingkungan sekitar; pemanfaatan ruangan tepat guna; fasilitas kamar; sanitasi dan kebersihan; jumlah, kesopanan, kegunaan, dan keterampilan karyawan; jangkauan dan tingkat layanan; kualitas dan keberagaman makanan, minuman dan layanan; ketersediaan transportasi serta fasilitas tambahan lainnya. Klasifikasi hotel merupakan hal yang penting karena dengan demikian dapat menentukan segmentasi dan target pasar yang ingin dicapai, menjaga dan mempertahankan kualitas hotel serta menginformasikan kepada tamu mengenai suatu hotel sehingga tamu dapat memilih berdasarkan kebutuhan dan keinginannya (Walker, 2016).

Berdasarkan harga jual, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *European Plan Hotel*, yaitu hotel dengan perencanaan biaya untuk kamar saja.
- b. *American Plan Hotel*, yaitu hotel dengan perencanaan biaya termasuk harga kamar dan harga makan.
 - 1) *Modified American Plan*, yaitu hotel dengan perencanaan biaya termasuk harga kamar, harga makan pagi dan harga makan siang atau makan malam.

- 2) *Full American Plan*, yaitu hotel dengan perencanaan biaya termasuk harga kamar, harga makan pagi, harga makan siang dan harga makan malam.
- c. *Continental Plan Hotel*, yaitu hotel dengan perencanaan biaya sudah termasuk dengan *Continental Breakfast* (lebih sederhana dibanding *American Breakfast*)
- d. *Bermuda Plan Hotel*, yaitu hotel dengan perencanaan biaya yang sudah termasuk dengan *American Breakfast*.

Berdasarkan ukuran hotel, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *Small Hotel*, yaitu hotel dengan jumlah kamar dibawah 150 kamar.
- b. *Medium Hotel*, yaitu hotel dengan jumlah kamar antara 150-299 kamar (*average hotel*) dan 300-600 kamar (*above hotel*).
- c. *Large Hotel*, yaitu hotel dengan jumlah kamar minimal 600 kamar.

Berdasarkan tipe tamu hotel, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *Family Hotel*, yaitu hotel untuk tamu yang menginap bersama keluarga.
- b. *Business Hotel*, yaitu hotel untuk tamu berupa pengusaha.
- c. *Tourist Hotel*, yaitu hotel untuk tamu berupa wisatawan.
- d. *Transit Hotel*, yaitu hotel untuk tamu yang singgah sementara.
- e. *Cure Hotel*, yaitu hotel untuk tamu yang menginap dalam proses penyembuhan penyakit.
- f. *Convention Hotel*, yaitu hotel untuk tamu yang akan melakukan MICE (*meeting, incentive, conference/convention, exhibition*).

Berdasarkan sistem bintang, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. Hotel bintang satu, yaitu hotel dengan minimal 15 kamar standar, kamar mandi di dalam, dan luas kamar standar minimum 20 m².
- b. Hotel bintang dua, yaitu hotel dengan minimal 20 kamar standar dan 1 kamar *suite*, kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 22 m², dan luas kamar *suite* minimum 44 m².
- c. Hotel bintang tiga, yaitu hotel dengan minimal 30 kamar standar dan 2 kamar *suite*, kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 24 m², dan luas kamar *suite* minimum 48 m².
- d. Hotel bintang empat, yaitu hotel dengan minimal 50 kamar standar dan 3 kamar *suite*, kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 24 m², dan luas kamar *suite* minimum 48 m².
- e. Hotel bintang lima, yaitu hotel dengan minimal 100 kamar standar dan 4 kamar *suite*, kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 26 m², dan luas kamar *suite* minimum 52 m².

Berdasarkan lama tamu menginap, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *Transit hotel/transient hotel*, yaitu hotel dengan rata-rata lama tinggal semalam, maksimal 2 hari.
- b. *Semi-residential hotel*, yaitu hotel dengan rata-rata lama tinggal dua minggu, tiga bulan sampai dengan maksimal satu tahun.
- c. *Residential hotel*, yaitu hotel dengan rata-rata lama tinggal diatas satu tahun.

Berdasarkan lokasi, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *City hotel*, merupakan hotel yang terletak di dalam kota.
- b. *Urban hotel*, merupakan hotel yang terletak di dekat kota.

- c. *Suburb hotel*, merupakan hotel yang terletak di pinggiran kota.
- d. *Resort hotel*, merupakan hotel yang terletak di daerah wisata dan jauh dari pusat kota.

Berdasarkan aktivitas tamu, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *Sport hotel*, merupakan hotel yang berada pada kompleks kegiatan olahraga.
- b. *Ski hotel*, merupakan hotel yang menyediakan tempat bermain ski.
- c. *Conference hotel*, merupakan hotel yang menyediakan fasilitas lengkap untuk konferensi.
- d. *Convention hotel*, merupakan hotel yang bagian dari komplek kegiatan konvensi.
- e. *Pilgrim hotel*, merupakan hotel yang sebagian tempatnya berfungsi sebagai tempat ibadah.
- f. *Casino hotel*, merupakan hotel yang sebagian tempatnya berfungsi untuk kegiatan judi.

Berdasarkan waktu operasional, hotel dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. *Seasonal hotel*, yaitu hotel yang beroperasi pada saat-saat tertentu, contohnya hanya ada pada saat musim dingin, panas, semi maupun gugur. *Seasonal hotel* biasanya tidak memiliki karyawan tetap.
- b. *Year around operating hotel*, yaitu hotel yang beroperasi setiap hari selama satu tahun penuh.

6. *Boutique Hotel*

a. Pengertian dan Keunikan

Menurut (Ismail et al., 2014), hotel butik adalah:

“Boutique hotels are small in size, cozy, personal and unique hotels that mainly in attractive areas.”

Berdasarkan pengertian di atas, butik hotel adalah hotel yang berukuran kecil, nyaman, pribadi, dan unik yang biasanya berada di area yang menarik. Hotel butik juga berbeda dari hotel lain dalam hal keunikannya melalui desain, bangunan dan furnitur yang diekspresikan (Rogerson & Kotze, 2011). (Macintosh & Siggs, 2005) juga mencatat bahwa keunikan, penataan alam, karakter dan kekhasan atmosfer yang diberikan tampak membuat hotel butik berbeda dari penginapan yang lainnya. (Brennan, 2011) mengklaim bahwa sebagian besar hotel butik memiliki ide dan konsep yang berbeda di setiap kamar tamu, membuat setiap kamar tetap unik, bahkan untuk tamu tetapnya. Alasan lain mengapa wisatawan lebih memilih untuk menginap di hotel butik yaitu karena ukuran hotel butik yang kecil namun memiliki penambahan layanan yang sangat penting dalam menghasilkan sebuah pengalaman yang baik. Melalui pengalaman unik, hotel butik dapat memanfaatkan pelanggannya sebagai alat pemasaran untuk menghasilkan bisnis dan juga loyalitas.

Hotel butik memiliki karakteristik tertentu yang membuatnya menonjol dari hotel pada umumnya. Menurut (Ismail et al., 2014), hotel butik memiliki ukuran yang terbatas, meskipun tidak ada kesepakatan yang jelas mengenai jumlah kamar yang ada di dalamnya. Umumnya, hotel

butik lebih besar dari *bed and breakfast* dan menawarkan tidak lebih dari 150 kamar. Ukuran hotel butik sangat penting, karena tujuan akhirnya adalah memberikan pengalaman pribadi yang intim bagi para tamu. Perbedaan ukuran hotel butik dari hotel-hotel pada umumnya memiliki sejumlah implikasi yang membuat konsep butik menonjol, mulai dari tingkat layanan yang diberikan hingga efisiensi operasional hotel. Itulah mengapa dulu hotel bintang lima teratas menjadi pilihan, tetapi saat ini orang mengubah preferensi mereka untuk sebuah keunikan (Ismail et al., 2014).

b. Layanan yang Personal

Hotel butik pada umumnya merupakan *non-chain-affiliated*, memiliki penampilan yang *stylish*, dan menyediakan fasilitas yang unik. Hotel butik biasanya juga membedakan dirinya dalam beberapa bidang seperti desain, layanan, dan target pasar. Menurut (Rogerson & Kotze, 2011), hotel butik juga mulai sukses luar biasa ketika banyak hotel besar di Eropa dan Amerika telah kehilangan pasar akibat gaya layanan dan fasilitas yang hotel butik sediakan. Ada juga bukti lainnya bahwa orang-orang datang ke hotel butik untuk mencari keintiman dan layanan pribadi yang berkualitas dan tentunya membuat bisnis hotel butik terus meningkat. Selain itu, dalam hal ciri khas, titik referensi hotel butik yaitu kombinasi dari desain dan layanan. Ketika seorang tamu memasuki hotel butik, tamu akan langsung merasa seperti di rumah sendiri dan menemukan orang-orang yang sangat ramah (Balekjian &

Sarheim, 2012). Menciptakan ciri khas merupakan kunci serta penting untuk kesuksesan hotel butik.

c. Ukuran

Menurut artikel ke-43 dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Turki tanggal 2005 yang berjudul “*Regulation for the Certification and Characterization of Tourism Facilities*”, menyatakan bahwa hotel butik setidaknya harus terdiri dari sepuluh kamar. Kemudian hotel butik harus memenuhi standar tertentu, unik di bidang struktural properti, desain arsitektur, dekorasi, mempekerjakan karyawan yang kompeten, berpengetahuan luas, berpengalaman di bidangnya dan dapat melayani secara personal (Kurgun, Bagiran, Ozeren & Maral, 2011). Menurut (Aggett, 2007), ukuran hotel butik yang relatif kecil memberikan situasi yang ideal dimana layanan yang diberikan lebih bersifat personal. Oleh karena itu, disarankan agar jumlah kamar di hotel butik diminimalkan untuk memastikan layanan yang lebih baik serta bersifat personal.

7. Pelayanan

Menurut (Cook et al., 2017, h. 29), *service* adalah:

“The performance of actions or efforts on behalf of another.”

Berdasarkan pengertian di atas, *service* berarti tindakan atau upaya yang dilakukan untuk orang lain. Menurut (Kotler, 2003), pelayanan atau juga lebih dikenal dengan *service* bisa diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

a. *High contact service*

Sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak di antara konsumen dan juga penyedia jasa yang sangatlah tinggi, konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.

b. *Low contact service*

Sebuah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak di antara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. *Physical contact* dengan konsumen hanyalah terjadi di *front desk* yang termasuk ke dalam klarifikasi *low contact service*.

Sedangkan menurut (Cousins et al., 2014), *services* dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

a. *Table service*

Dimana pelanggan dilayani di meja makan. Jenis layanan ini termasuk *plated service* atau *silver service*. Ditemukan di berbagai jenis restoran, seperti *cafe* dan *banquet*.

b. *Self-service*

Dimana pelanggan diminta untuk membantu dirinya sendiri dari konter atau *buffet*. *Self-service* ditemukan di kafetaria. Pelanggan mengumpulkan nampan dari awal konter layanan, bergerak di sepanjang konter untuk memilih makanan mereka, membayar, dan mengambil peralatan makan sendiri. Menu harus ditampilkan dengan jelas di pintu masuk ke kafetaria atau area layanan makanan agar pelanggan dapat memutuskan makanan apa yang akan mereka beli sebelum tiba di titik layanan guna menghemat waktu dan memastikan pergantian pelanggan secepat mungkin.

c. *Assisted service*

Ditemukan di *carvery-type operations*. Pelanggan melakukan kegiatan *self-service* untuk mengambil makanan yang mereka inginkan dalam

bentuk prasmanan. Kemudian bila memerlukan bantuan akan dilayani di meja oleh pelayan. Bentuk layanan ini biasanya digunakan pada saat *breakfast*, terutama di hotel.

d. *Single point service*

Bentuk layanan ini dapat ditemukan pada saat *takeaways* yaitu dimana pelanggan akan dilayani dari satu titik di konter. *Food court* dimana pelanggan memesan makanan dari sejumlah konter dan makan di tempat makan terpisah. *Kiosks* digunakan untuk menyediakan layanan di lokasi tertentu. *Vending* dimana penyediaan layanan makanan dan minuman dengan cara ritel otomatis. *Bars* dimana ada titik pemesanan, layanan, pembayaran, dan area konsumsi di tempat yang berlisensi.

e. *Specialised service* (atau *service in situ*)

Dimana makanan dan minuman dibawa ke tempat pelanggan. Jenis layanan ini dapat ditemukan di rumah sakit, pesawat, *home delivery*, *lounge*, dan *room service*.

8. Covid-19

Menurut (World Health Organization, 2020), Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis *coronavirus* yang baru ditemukan. Covid-19 ini sekarang menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia. Siapa pun dapat terinfeksi Covid-19 dan mengalami sakit yang serius. Riset mengatakan sebagian besar (sekitar 80%) orang yang terinfeksi berhasil pulih tanpa perawatan khusus, namun sekitar 1 dari 5 orang yang terinfeksi menderita sakit parah dan kesulitan bernafas. Covid-19 dapat menular ke suatu individu dari orang yang

terinfeksi, terutama dari percikan-percikan yang keluar dari hidung atau mulut. Percikan-percikan ini juga dapat menempel di benda dan permukaan lain. Suatu individu juga dapat tertular apabila tidak sengaja menyentuh benda atau permukaan tersebut kemudian menyentuh mata, hidung, atau mulutnya.

Oleh sebab itu, penting untuk selalu mencuci tangan dengan sabun, dan menggunakan antiseptik berbahan alkohol. Saat ini WHO masih terus mengkaji perkembangan penelitian tentang cara penyebaran Covid-19 dan akan terus menyampaikan temuan-temuan terbaru. WHO juga menganjurkan untuk berjaga-jarak dengan orang lain minimal 1 meter terutama jika berada di dekat orang yang sedang batuk atau bersin. Ini adalah upaya terbaik yang dapat dilakukan jika sedang berada di daerah dimana Covid-19 tersebar. Selain itu hal yang paling penting untuk diketahui tentang *coronavirus* pada permukaan benda adalah bahwa *coronavirus* mudah dibersihkan menggunakan disinfektan rumah tangga biasa. Selalu menjaga kebersihan tangan maupun benda-benda di sekitar akan mengurangi risiko terkena Covid-19.

Selain itu, isolasi mandiri adalah tindakan yang tidak kalah penting yang harus dilakukan oleh orang yang memiliki gejala Covid-19 untuk mencegah penularan ke orang lain di masyarakat, termasuk anggota keluarga. Isolasi mandiri adalah ketika seseorang yang mengalami demam, batuk, atau gejala Covid-19 lainnya tinggal di rumah dan tidak pergi bekerja, sekolah, atau ke tempat-tempat umum (World Health Organization, 2020). Isolasi mandiri dilakukan secara sukarela atau berdasarkan rekomendasi dari penyedia

layanan kesehatan. Selama melakukan isolasi mandiri, wajib bagi seseorang untuk selalu memantau gejala-gejala yang dialami. Isolasi mandiri berbeda dengan karantina mandiri. Karantina mandiri berarti memisahkan diri dari orang lain karena seseorang telah terpajan dengan orang yang terinfeksi Covid-19 meskipun seseorang tersebut tidak memiliki gejala. Tujuan dari karantina mandiri adalah untuk mencegah penularan, karena orang yang terinfeksi Covid-19 dapat menularkannya secara cepat ke orang lain.

Dari penjelasan-penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Utopia *Boutique Hotel* adalah bagian dari pariwisata yang bergerak di bidang akomodasi dan termasuk sebagai *Boutique Hotel*. Sedangkan menurut harga jualnya, Utopia *Boutique Hotel* termasuk *full american plan* karena harga kamar sudah termasuk tiga kali makan mulai dari *breakfast, lunch* dan *dinner*. Utopia *Boutique Hotel* juga termasuk sebagai *small hotel* dan hotel bintang tiga karena ukurannya yang tidak besar dan hanya memiliki 32 kamar. Sedangkan berdasarkan tipe dan lama tamu menginap, Utopia *Boutique Hotel* termasuk sebagai *business hotel* dan *semi-residential hotel* karena tamu yang menginap bukanlah turis dan untuk paket karantina mandiri, tamu akan menginap selama dua minggu. Utopia *Boutique Hotel* juga dapat disebut sebagai *city hotel* dan *year around operating hotel* karena terletak di kota dan beroperasi setiap hari.

Melihat masih banyak orang-orang yang melakukan *travelling* pada masa pandemi ini, Utopia *Boutique Hotel* dibentuk dan dirancang untuk memberikan akomodasi sekaligus menyediakan paket karantina mandiri dengan memberlakukan prosedur layanan kesehatan dan kebersihan sesuai standar yang ditetapkan pemerintah. Karena sedang pandemi, maka jenis pelayanan yang

digunakan oleh *Utopia Boutique Hotel* yaitu *low contact service* dimana tamu akan meminimalisir kontak langsung dengan *staff* dimulai dari saat *check-in*, menerima makanan dan minuman, menerima pelayanan *housekeeping*, serta saat *check-out*. Sedangkan untuk jenis pelayanan yang akan digunakan dalam *F&B service*-nya yaitu *specialised service* atau *service in situ*.

Pada umumnya, penilaian bintang pada hotel diukur berdasarkan jumlah kamar yang disediakan, struktur dari bangunan hotel, perlengkapan dan fasilitas yang disediakan, serta mutu pelayanan. Fasilitas pada *Utopia Boutique Hotel* sudah disesuaikan dengan standar hotel bintang tiga yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Daerah yaitu jumlah kamar standar minimal 30 kamar (luas minimal 24 m²), memiliki minimal 2 kamar suite (luas minimal 48 m²), serta fasilitas kamar mandi, telepon, televisi, dan AC di dalam kamar. Karena sedang pandemi, maka fasilitas umum yang dapat digunakan bersama seperti fasilitas olahraga, rekreasi, restoran, dan bar untuk sementara ditiadakan terlebih dahulu. Namun fasilitas-fasilitas umum ini nantinya akan dipertimbangkan pembuatannya di beberapa tahun mendatang saat pasca pandemi.