

## PERKEMBANGAN HOTEL INNA GARUDA YOGYAKARTA SEBAGAI HOTEL MICE DI KOTA PARIWISATA YOGYAKARTA

Benyamin Adi Gunawan dan Wisnu Hadi  
Program Studi Perhotelan  
Akademi Pariwisata Perhotelan BSI Yogyakarta  
Jl. Ringroad Barat Ambar Ketawang Gamping Sleman Yogyakarta  
Email: wisnu.wsh@bsi.ac.id

### ABSTRACT

*Entering the era of globalization, many people do travel no longer just for fun. There have been many people who do travel along with business interests. People not only use the room to rest but also take advantage of the hotel meeting room is available for business purposes. Because it is considered to have good prospects in the future, then started a lot of hotels are starting to break MICE business is no exception Hotel Inna Garuda Yogyakarta which is now established as a 4 star business hotel.*

*Inna Garuda Hotel Yogyakarta was originally established as a regular tourist hotel but finally decided to switch to the world of business and optimize its function as a MICE hotel. As MICE Hotel Inna Garuda Hotel often have ups and downs in terms of occupancy rates. Therefore the management should be able to find a way to offset income from services provided MICE Hotel Inna Garuda Yogyakarta.*

*Since 1995 Hotel Inna Garuda Yogyakarta began to explore MICE business and build a meeting room that continues to grow to this day and there are 17 meeting rooms. And the hotel is also said to have a high enough level of development seen from the hectic day-to-day activities.*

*Key words: MICE, Income, Development*

### PENDAHULUAN

Indonesia adalah suatu negara yang kaya akan sumber daya alam dan budaya sehingga banyak tempat yang bisa dijadikan daerah tujuan wisata. Akan tetapi memasuki era globalisasi ini orang-orang melakukan perjalanan wisata tidak hanya untuk keperluan bersenang-senang saja. Tidak jarang pula mereka melakukan perjalanan wisata untuk kepentingan bisnis. Mereka berpergian dan menginap di suatu hotel kemudian memanfaatkan fasilitas hotel yang berupa *meeting room* untuk dijadikan tempat berkumpul dengan rekan bisnisnya untuk membahas kepentingan mereka untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini didukung pula oleh pemerintah maupun swasta dengan melakukan banyak pengembangan untuk memajukan bisnis pariwisata di Indonesia. Mulai dengan memugar dan memperbaiki daerah tujuan wisata, membangun hotel untuk meningkatkan kualitas wisata di Indonesia di bidang akomodasi dan mulai merambah dunia *Meeting, Incentive, Conference, Exhibition* atau yang lebih dikenal dengan istilah *MICE*.

Dewasa ini Indonesia telah mulai diperhitungkan oleh pasar wisata *MICE* sebagai salah satu tempat diselenggarakannya event *MICE*. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah kegiatan besar bertaraf internasional yang mulai diselenggarakan di Indonesia sebagai bentuk kepercayaan masyarakat dunia terhadap Indonesia. Wisata *MICE* di Indonesia semakin berkembang karena keadaan pertumbuhan ekonomi, stabilitas politik dan keamanan yang kian membaik. Keadaan ini menyebabkan meningkatnya ketertarikan investor

asing maupun lokal untuk berinvestasi dalam menyelenggarakan *event* maupun hanya sekedar berpartisipasi sebagai peserta dalam suatu *event MICE* (DitjenPen, 2011).

Industri *MICE* di Indonesia sudah berkembang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya aktivitas *MICE* dan banyaknya gedung-gedung konvensi maupun hotel-hotel yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas *meeting room* untuk menunjang terlaksananya aktivitas *MICE* tersebut. Di Indonesia kegiatan *MICE* ini lebih dikenal dengan istilah wisata konvensi karena banyak sekali menggunakan fasilitas pariwisata dalam pelaksanaannya sehingga di Indonesia industri *MICE* merupakan kegiatan yang berkarakteristik padat karya karena banyak menyerap tenaga kerja dan menambah pemasukan negara.

Menurut Noor (2007:4) menyatakan bahwa "*MICE* merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama."

Menilik dari ramainya aktivitas *MICE* di kota-kota besar dan larisnya gedung-gedung konvensi untuk mengeliat acara tersebut maka banyak hotel mulai ambil bagian dalam pengadaan jasa *MICE* tersebut. Tanpa terkecuali Hotel Inna Garuda Yogyakarta yang memang merupakan hotel bisnis bintang 4 dan terletak di tempat yang sangat strategis di Jl. Malioboro No. 60, Yogyakarta. Sebagai hotel yang bergerak di bidang *MICE*, Hotel

Inna Garuda Yogyakarta sering mengalami pasang surut dalam jumlah hunian kamar dan masalah ini juga cukup berpengaruh dalam pendapatan hotel karena sebagian besar tamu yang menginap berasal dari rombongan *group meeting*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Pengertian Hotel

Menurut Bagyono (2007:63) hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum, serta pelayanan lainnya. Sedangkan menurut Surat Keputusan Menteri Perjalan Wisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 37/PW.340/MPPT-86 adalah suatu bentuk akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial (Bagyono, 2007:63).

Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa hotel adalah sebuah sarana penting dalam industri perjalanan wisata dimana tersedia tempat dan jasa untuk menginap, makan dan minum, serta jasa lainnya dan untuk mendapatkannya kita diharuskan untuk membayar.

### B. Departemen Hotel

Departemen yang ada di hotel menurut Bagyono(2007:80)

#### *Front Office*

Bagian ini sering disebut “jantung hotel” dan merupakan penghubung langsung antara tamu dan manajemen hotel. Fungsi utamanya adalah menjual kamar.

#### *Housekeeping*

Bagian yang bertugas menangani kebersihan, kerapihan dan kelengkapan kamar tamu, area umum dan ruangan-ruangan kantor dalam hotel.

#### *Food and beverage*

Bagian ini mutlak perlu dalam organisasi hotel. Hasil dari penjualan makanan dan minuman merupakan pendapatan terbesar kedua setelah pemasukan dari penjualan kamar.

#### *Accounting*

Bagian yang bertanggung jawab atas kelancaran serta pengendalian sistem administrasi keuangan hotel, termasuk segala pengeluaran dan pemasukan keuangan.

#### *Engineering*

Bagian ini merupakan tulang punggung hotel karena langsung bertanggung jawab atas pembuatan, pemeliharaan, perawatan dan perbaikan ataupun renovasi sarana lingkungan hotel.

#### *Sales and Marketing*

Tanggung jawab dari departemen ini adalah mengadakan pemasaran terhadap seluruh fasilitas dan produk hotel seperti kamar, bar, restoran,

*banquet*, dan lain-lain sesuai target yang telah ditentukan.

#### *Human Resources*

Bertugas untuk menerima dan mengangkat pegawai baru, meyelenggarakan semua administrasi kepegawaian dan kegiatan karyawan, membina hubungan antara karyawan dan manajemen, serta mengadakan pelatihan ketrampilan karyawan.

#### *Security*

Bertugas untuk menjaga keamanan seluruh area hotel.

#### *Recreation and Sport*

Bertugas menangani dan mengelola fasilitas serta sarana rekreasi dan olahraga.

### C. MICE

*MICE* adalah singkatan dari *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. *MICE* merupakan kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya merupakan perpaduan antara *LEISURE* dan *BUSINESS*, dan biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama yang rangkaian kegiatannya meliputi *Meeting, Incentive Travels, Conventions, Congresses, Conferences*, dan *Exhibition-Exposition*.

Menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 108/HM.703/MPPT-91 adalah: Kongres, konferensi atau konvensi merupakan suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama (Kesrul, 2004:3).

Ismayanti (2010:116) mengungkapkan bahwa bisnis *MICE* adalah usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang yang menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasi, serta menyelenggarakan pameran untuk menyebarluaskan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional.

Noor (2007:4) menyatakan bahwa *Meeting* adalah rapat, pertemuan, atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam suatu asosiasi, perkumpulan, atau serikat dengan adanya tujuan yang hendak dicapai dalam organisasi.

*Incentive Trip* menurut Surat Keputusan Menparpostel No. KM. 108/HM. 703/MPPT-91, Bab I Pasal I Ayat b merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan (Noor, 2007:4).

*Conference* menurut (Surat Keputusan Menteri pariwisata Pos dan Telekomunikasi No. KM. 108/HM. 703/MPPT-91) merupakan suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang untuk

membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama (Noor, 2007:5).

*Exhibition* menurut Surat Keputusan Menparpostel No. KM. 108/HM. 703/MPPT-91 Pasal 1c merupakan suatu kegiatan untuk menyebarluaskan suatu informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata (Noor, 2007:5).

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa *MICE* adalah salah satu kegiatan kepariwisataan yang mengutamakan empat hal penting yaitu *Meeting*, *Incentive Travels*, *Conferences*, dan *Exhibition* dan dilakukan secara bersama-sama baik itu oleh organisasi, perusahaan, perkumpulan, dan sejenisnya untuk mencapai kepentingan bersama.

#### **D. Tujuan MICE**

Adapun tujuan *MICE* menurut Kesrul (2004:4)

##### *Meeting*

Sebagai wadah untuk memberi informasi baru tentang suatu produk perusahaan.

Sebagai sarana pertemuan dengan orang-orang diluar kantor.

Sarana pertemuan untuk tukar menukar ide.

Sarana untuk mencari dan menemukan pemecahan masalah.

Sarana pelatihan.

##### Koorporat *event*

Apresiasi karyawan, klien, dan supplier.

Mempresentasikan produk.

Menaikkan citra perusahaan.

Menggalang dana

Menggalang dana untuk riset.

Perhatian media.

Menarik sponsor baru.

##### Konvensi

Menggiring pemikiran masyarakat akan informasi perubahan dan ide-ide.

Presentasi produk baru.

Menyadari akan penjualan.

Kesempatan membawa staff, klien, dan supplier secara bersama-sama.

##### Insentif

Presentasi produk baru.

Menciptakan suatu jenis event untuk menambah penjualan.

Membawa penjual secara bersama dalam diskusi strategi masa depan.

##### *Event* khusus

Perhatian media.

Kesadaran masyarakat.

Menarik klien baru.

#### **D. Kegiatan yang terkait dengan MICE**

Kegiatan-kegiatan yang terkait dengan *MICE* menurut Kesrul (2004:7) adalah

##### Debat

Pertemuan tentang suatu hal dengan saling memberi alasan untuk mempertahankan pendapat.

##### Forum

Pertemuan yang menampilkan diskusi terbuka untuk masalah yang sedang menjadi pembicaraan umum dan menarik untuk dikaji bagi peserta.

##### *Incentive tour*

Kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk karyawan / mitra usaha sebagai penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan.

##### *Press conference*

Pertemuan khusus yang dihadiri oleh insan media dengan sosok publik figur atau wakil organisasi dalam memberikan informasi yang berkembang dalam masyarakat.

##### *Conference*

Pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk tata krama, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum.

##### *Congress*

Pertemuan besar yang sering diadakan secara rutin dan dihadiri ratusan atau ribuan anggota dari suatu lembaga untuk mencapai suatu mufakat.

##### *Convention*

Pertemuan sekelompok orang untuk membahas masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

##### *Workshop*

Sejenis seminar dengan presentasi dari pakar dan dilengkapi dengan demo sesuai dengan presentasi makalah terkait dan dilanjutkan dengan diskusi kelompok

##### Seminar

Pertemuan untuk membahas materi pelajaran di bawah bimbingan profesor / guru.

##### Simposium

Pertemuan yang dihadiri para ahli, panelis dan moderator sebagai pimpinan sidang dan mengangkat topik-topik hangat dalam masyarakat.

##### *Meeting*

Pertemuan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan SDM, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, dan sebagainya.

#### **E. Karakteristik Industri MICE**

Kesrul (2004:9) menyatakan bahwa industri *MICE* memiliki karakteristik, yaitu Jumlah peserta *MICE* yang mengikuti konvensi dan pameran umumnya cukup besar atau grup.

Status tingkatan golongan dari peserta biasanya menengah keatas (*businessman*)

Biaya pengeluaran yang dikeluarkan jauh lebih besar, baik peserta atau penyelenggara.

Menciptakan potensi kesempatan dan lapangan kerja baru yang jauh lebih besar sehingga menyerap sumber daya manusia yang besar.

Sebagai media promosi yang efektif, apalagi bila diselenggarakan secara nasional atau internasional. Kesempatan pelaksanaannya dilakukan pada musim sepi (*low season*), mengingat pada musim ramai (*high season*) peserta dihadapkan pada bisnisnya sendiri.

Membuka dan menciptakan tujuan wisata mejadi pusat bisnis.

Peserta hampir dipastikan membawa sponsor.

#### **F. Segmentasi Industri MICE**

Segmentasi industri MICE menurut Kesrul (2004:11) adalah

*A group of people*

Sekelompok orang yang bisa saja merupakan karyawan dari sebuah perusahaan, anggota dari asosiasi, organisasi, lembaga, atau peserta dari suatu bisnis yang sama.

*Similar Interest*

Terdapat suatu nilai yang dapat mendorong mereka untuk saling bertemu, seperti topik yang akan dibicarakan yang menyangkut kepentingan bersama, atau paling tidak hampir sama.

*Accomplish some predetermined goals*

Semua pihak yang merupakan individu-individu yang berbeda terdorong untuk menghadiri pertemuan tersebut karena ingin belajar atau saling bertukar informasi atau pengalaman untuk menyatukan sikap dalam mencapai suatu tujuan.

#### **G. Ruang Lingkup MICE**

Ruang lingkup *Meeting* menurut Kesrul (2004:13)

Berdasarkan Letak Geografis

*Local Meetings*

Pertemuan yang diselenggarakan oleh suatu asosiasi / kelompok sosial di daerah tertentu, yang dihadiri oleh anggota dan mereka yang berdomisili di daerah tersebut. Biasanya pertemuan tersebut berlangsung singkat, jarang memerlukan akomodasi, mungkin saja untuk kesekretariatan saja disamping makan pagi, siang dan malam, hiburan dan perlengkapan *meeting*.

*State Meetings*

Pertemuan yang dilakukan suatu asosiasi /kelompok sosial yang dihadiri oleh beberapa perwakilan dari negara bagian atau propinsi di suatu negara.

*Regional Meetings*

Pertemuan yang diselenggarakan oleh perwakilan kawasan dari asosiasi / organisasi di suatu negara yang dihadiri oleh peserta dari negara-negara di wilayah kawasan tersebut.

*National Meetings*

Pertemuan berkala nasional yang diselenggarakan oleh suatu asosiasi dari suatu negara, biasanya secara rotasi. Namun memungkinkan di suatu tempat lain karena peserta diasumsikan lebih banyak berasal dari kota / tempat tersebut.

*International Meetings*

Pertemuan yang dilaksanakan oleh suatu asosiasi atau organisasi atau kelompok sosial yang beranggotakan lebih dari dua kawasan. Dengan kata lain dihadiri oleh lebih dari dua negara dan menggunakan lebih dari satu bahasa pengantar.

*Offshore Meetings*

Pertemuan yang dihadiri oleh anggota-anggota dari suatu asosiasi dari sebuah kawasan / negara yang dilaksanakan di negara / kawasan lain.

### **III. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian dalam penulisan jurnal ini dengan mengumpulkan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Pengamatan (*observasi*)

Adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung kepada suatu obyek yang diteliti dalam waktu yang singkat dan bertujuan untuk mendapat gambaran mengenai objek yang telah diteliti. Observasi dilakukan oleh penulis dengan cara mengamati secara langsung kegiatan yang dilakukan di hotel, khususnya mengenai bagaimana perkembangan hotel inna Garuda Yogyakarta sebagai Hotel Mice di kota Yogyakarta

Wawancara (*interview*)

Adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada informan atau seorang otoritas (seorang ahli yang berwenang dalam suatu masalah). Penulis menerapkan metode ini dengan cara mengadakan tanya jawab secara sistematis yaitu dengan cara membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu, kemudian menanyakan pertanyaan tersebut secara langsung kepada manajer hotel atau petugas yang terkait guna mendapatkan keterangan yang berkaitan dengan masalah yang akan ditulis.

Studi Pustaka (*literature*)

Adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi melalui buku-buku, koran, majalah dan literatur lainnya. Studi ini dilakukan oleh penulis dengan cara meneliti langsung dan mengumpulkan data teoritis dari sumber tertulis yang diperoleh dari buku-buku yang ada hubungannya dengan topik yang akan dibahas.

Dokumentasi

Adalah metode pengumpulan data dengan cara melihat formulir-formulir, surat-surat, arsip-arsip yang ada di hotel

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah Hotel Inna Garuda Yogyakarta**

Hotel Inna Garuda dibangun oleh pemerintah Hindia Belanda, pada masa penjajahan di Indonesia. Bertempat di lokasi yang sangat strategis, yaitu Jalan Malioboro yang merupakan jantung kota Yogyakarta, hotel yang dulunya sebuah *Cottages* ini dibangun pada tahun 1908 dan merupakan hotel yang terbesar dan termewah di Yogyakarta. Karena kemewahan dan besarnya

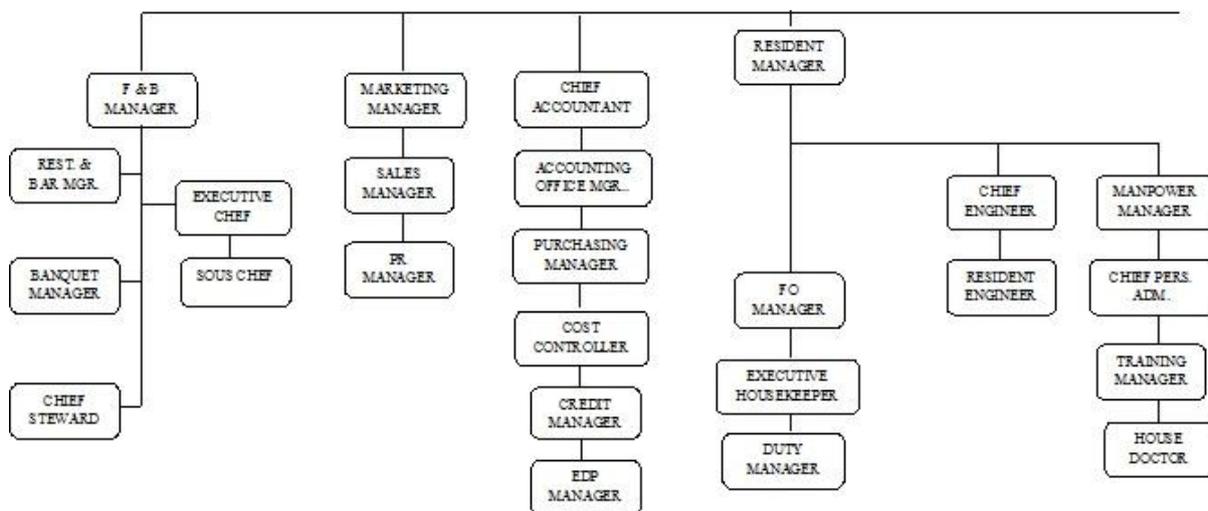
hotel pada masa itu, maka pemerintah Hindia Belanda memberi nama *Grand Hotel de Djogja*. Indonesia tidak tinggal diam. Pada tanggal 17 Agustus 1945 dengan segenap pengorbanan dan titik darah penghabisan, para pejuang memproklamasikan kemerdekaan Indonesia. *Hotel Asahi* langsung diambil alih oleh bangsa Indonesia. Sesuai dengan jiwa semangat pada saat itu, hotel tersebut diganti namanya menjadi "Hotel Merdeka". Tahun 1946 karena keadaan politik yang tidak aman, untuk sementara Yogyakarta dijadikan sebagai Ibu Kota Republik Indonesia. Hotel Merdeka menjadi perkantoran oleh para Menteri Kabinet. Sejak Desember 1945 hingga Maret 1964, kamar 911 dan 912 "Hotel Merdeka" digunakan sebagai kantor MBO(Markas Besar Oemoem) Tentara Keamanan Rakyat pimpinan Panglima Besar Jenderal Soedirman. Pemerintah Indonesia mengganti nama "Hotel Merdeka" menjadi "Hotel Garuda" pada tahun 1950. Tahun 1975 pemerintah menyerahkan pengelolaan hotel kepada PT. NATOUR. Kemudian PT. NATOUR merenovasi "Natour Garuda" dan menjadikan hotel tersebut yang awalnya berbintang satu menjadi hotel berbintang empat. Pelaksanaan renovasi berakhir pada tahun 1984 dan menelan biaya hampir 9 milyar. Untuk mempertahankan citra sebagai hotel yang kaya akan sejarah, maka bangunan sayap utara dan sayap selatan tetap dipertahankan, serta bangunan utama yang ditengah dijadikan tingkat tujuh. Diawal tahun 1985 "Natour Garuda" yang berstatus BUMN melaksanakan *Trial Opening* sebanyak 120 kamar. Pelaksanaan agung *Grand Opening Ceremony* dilaksanakan pada tanggal 29 juni 1985

(tepatnya pada hari sabtu pahing yang merupakan hari baik, yaitu hari kelahiran Sri Sultan Hamengku Buwono IX), yang diresmikan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX (GubernurDIY). Pada tahun 1987 secara resmi "Natour Garuda" dikukuhkan oleh pemerintah melalui Depparpostel sebagai hotel berkategori bintang empat.

Tahun 1993 PT. NATOUR bergabung dengan PT. Hotel Indonesia Internasional, dan menjadi PT.HII – Natour melalui Departemen Keuangan Pasal 108 UU No. 1 tahun 1995 tentang perseroan terbatas. Secara legalitas PT. HII – NATOUR berubah menjadi PT. HIN (Hotel Indonesia Natour) pada tanggal 19 Maret 2001. Pada akhir tahun 2002 hingga sekarang hotel-hotel, *restaurant*, dan *catering* dibawah naungan PT. HIN menyandang nama INNA sebagai nama bisnis korporat sekaligus nama komersial. PT. HIN yang dahulu menyandang nama hotel dan natour telah resmi menyandang nama INNA yang menaungi 13 hotel dan *restaurant*, antara lain: Inna Putri Bali, Inna Grand Bali *Beach*, Inna Garuda, Inna Kuta *Beach*, Inna Samudra *Beach*, Inna Simpang, Inna Tretes, Inna Sindu *Beach*, Inna Bali, Inna Dibya Putri, Inna Muara, Inna Adi Sucipto *Restaurant and Catering*.

**B. Struktur Organisasi Hotel Inna Garuda Yogyakarta**

Struktur organisasi yang ada pada Hotel Inna Garuda Yogyakarta merupakan struktur organisasi garis, maksudnya wewenang dan kekuasaan berasal dari atas kemudian mengalir kebagian-bagian di bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggung jawab penuh pada atasannya



**C. Pelaksanaan Kegiatan Mice Di Hotel Inna Garuda Yogyakarta**

Hotel Inna Garuda Yogyakarta tidak ada bedanya dengan hotel-hotel lain saat sudah mulai mapan dalam beroperasi. Selayaknya hotel pada umumnya Hotel Inna Garuda Yogyakarta sering

dimanfaatkan oleh para wisatawan baik itu wisatawan asing maupun wisatawan lokal sebagai tempat menginap saat sedang berlibur. Hal ini ditunjang pula dengan lokasi hotel yang dapat dikata sangat strategis mengingat terletak di Jl. Malioboro.

Secara internal awalnya manajemen Hotel Inna Garuda Yogyakarta melihat bahwa perkembangan pasar di kota Yogyakarta masih mengunggulkan resort dan bukanlah *MICE*. Tetapi secara perlahan industri *MICE* mulai berkembang dan terlihat oleh manajemen Hotel Inna Garuda Yogyakarta bahwa industri *MICE* memiliki prospek yang cerah untuk ke depannya.

Berbagai peristiwa yang sangat mengejutkan mulai melanda Bangsa Indonesia. Sekitar tahun 1997-1998 terjadilah peristiwa krisis moneter, dimana kondisi perekonomian Bangsa Indonesia mengalami penurunan yang cukup drastis bahkan mencapai kondisi minus, dan bahkan kurs rupiah melemah terhadap mata uang asing. Dengan munculnya kondisi ini banyak sektor industri yang terkena imbasnya termasuk sektor pariwisata juga mengalami perguncangan. Manajemen Hotel Inna Garuda Yogyakarta yang mencoba untuk terus bertahan hidup mulai mencari berbagai alternatif agar hotel ini tidak mengalami kebangkrutan. Pihak manajemen mulai menilik Industri *MICE* dan mulai mencoba untuk menjalankan Industri *MICE* ini dengan melakukan beberapa perombakan dengan membangun sejumlah ruang *meeting*.

Beberapa tahun berselang terjadi sebuah kasus yang cukup menggemparkan di Indonesia, kasus yang saling berkaitan dengan jangka waktu yang tidak terlalu jauh yaitu Peristiwa Bom Bali 1 yang terjadi pada tahun 2002 dan Peristiwa Bom Bali 2 pada tahun 2005. Peristiwa ini sangat mengguncang sektor pariwisata di Indonesia. Walaupun Bali adalah tempat dimana Bom itu meledak tetapi hal ini mempengaruhi semua sektor pariwisata di Indonesia. Banyak sekali wisatawan asing maupun wisatawan dalam negeri yang meninggal dalam tragedi ini sehingga membuat banyak orang takut untuk melakukan perjalanan wisata. Semenjak peristiwa tersebut pasar wisatawan asing di Indonesia langsung menurun drastis dan hal ini juga mempengaruhi kota Yogyakarta.

Dengan adanya kejadian yang cukup merusak pasar wisatawan asing, maka Hotel Inna Garuda Yogyakarta tidak dapat terus menerus mengandalkan sektor pariwisata sebagai tulang punggung kehidupan hotel. Maka Hotel Inna Garuda menjadi semakin serius menggeluti bisnis *MICE* dengan kembali menambah jumlah ruang *meeting* yang ada. Dan akhirnya sekarang Hotel Inna Garuda Yogyakarta sudah memiliki 17 ruang *meeting*. Bahkan Hotel Inna Garuda Yogyakarta bisa dikatakan menjadi pelopor Hotel *MICE* yang ada di kota Yogyakarta. Tetapi Hotel Inna Garuda Yogyakarta tidak memiliki divisi khusus yang menangani operasional *MICE*. Semua divisi yang ada di hotel ini ikut terlibat dalam penyelenggaraan aktifitas *MICE*.

#### **D. Tingkat perkembangan Hotel Inna Garuda Yogyakarta sebagai Hotel MICE di kota pariwisata Yogyakarta**

Sektor pariwisata bisa dikatakan sektor yang tidak stabil karena ada banyak hal yang dapat mengganggu kelancaran pariwisata. Pada suatu kondisi saat pasar pariwisata sedang ramai, sektor ini dapat menjadi penyumbang devisa terbesar bagi suatu negara. Faktor politik suatu negara, keamanan, kesehatan, kebudayaan, dan banyak faktor yang lainnya bisa sangat mempengaruhi.

Indonesia merupakan sebuah negara yang kaya akan budaya sehingga banyak wisatawan asing yang senang berlibur di Indonesia. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki budaya yang menarik dan sejarah yang luar biasa sehingga mendapat keistimewaan dan disebut sebagai Daerah Istimewa Yogyakarta. Umumnya para wisatawan pasti akan mencari penginapan yang strategis untuk memudahkan mereka dalam menikmati sebuah daerah wisata.

Hotel Inna Garuda Yogyakarta merupakan salah satu hotel yang sangat strategis dan terletak di jantung kota Yogyakarta di jalan Malioboro. Sebagai Hotel bisnis bintang 4 Hotel Inna Garuda Yogyakarta tidak melulu diisi oleh tamu-tamu yang datang untuk menjalankan aktivitas *MICE*. Pasti ada sejumlah wisatawan asing yang menghuni kamar Hotel Inna Garuda Yogyakarta.

Hotel Inna Garuda Yogyakarta menjalankan bisnisnya dengan sangat baik. Aktivitas *MICE* sebagai sektor utama dapat dipadukan dengan sektor pariwisata. Sudah 18 tahun Hotel Inna Garuda Yogyakarta mulai menggeluti bisnis *MICE*. Mulai dari hanya memiliki satu ruang *meeting* yaitu Borobudur *Hall* dan bertambah hingga sekarang memiliki 17 ruang *meeting* dengan kelengkapan fasilitas yang sangat menunjang seperti *screen*, *LCD*, *white board*, *sound system*, dan berbagai kelengkapan lainnya. Sampai sejauh ini Hotel Inna Garuda Yogyakarta menjadi Hotel yang sangat diperhitungkan oleh para konsumen dalam pemilihan tempat untuk mengadakan aktivitas *MICE* maupun tempat menginap dalam berparwisata. Hal ini dapat penulis buktikan berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis selama 5 bulan di Hotel Inna Garuda Yogyakarta, penulis dapat mengatakan bahwa Hotel Inna Garuda Yogyakarta memiliki intensitas yang cukup tinggi. Berikut adalah data statistik tentang *guest night* selama 5 bulan periode Maret-Juli 2013.

Tabel. *Guest night* periode Bulan Maret-Juli 2013

Bulan	Jumlah tamu yang menginap
Maret 2013	9.582 pax
April 2013	9.109 pax
Mei 2013	9.479 pax
Juni 2013	11.074 pax
Juli 2013	9.551 pax

**E. Upaya Hotel Inna Garuda Yogyakarta dalam meningkatkan pemasukan di luar usaha jasa MICE**

Selain sebagai tempat penginapan yang nyaman, Hotel Inna Garuda Yogyakarta juga menyediakan fasilitas 17 ruang konvensi untuk kegiatan *MICE* (*meeting, incentive, conference, and exhibition*), yaitu: Borobudur Hall, Mendut Room, Prambanan Room, Sambisari Room, Kalasan Room, Bima Room, Arjuna Room, Yudhistira Room, Sadewa Room, Asean Rooms (Indonesia, Malaysia, Philipine, Singapore, Brunei, Thailand) dengan keterangan sebagai berikut.

Tabel Jenis *Conventions Room*

<i>Convention Room</i>	<i>Size (m<sup>2</sup>)</i>	<i>Theatre</i>	<i>Classes</i>	<i>U-Shape</i>
Borobudur Hall	25 x 25	600	300	300
Nakula-Sadewa Room (2 Rooms)	18 x 32	350	200	150
Mendut Room	20 x 16	200	150	75
Prambanan Room	20 x 8	100	75	40
Kalasan Room	20 x 8	100	75	40
Sambisari Room	20 x 8	100	75	40
Bima Room	10 x 8	75	40	25
Arjuna Room	8 x 8	50	30	20
Kresna Room	6 x 4	25	15	10

Bisnis *MICE* adalah bisnis yang memiliki prospek sangat cerah dan dapat memberikan pemasukan yang besar bagi suatu hotel. Tetapi ada kalanya bisnis ini mengalami fase penurunan yaitu pada musim liburan. Dengan adanya libur maka secara otomatis berbagai aktivitas bisnis pun ikut libur. Dan tentunya siklus ini sudah dapat diantisipasi oleh pihak manajemen Hotel Inna Garuda Yogyakarta dengan baik.

Walaupun menyandang predikat sebagai hotel bisnis, Hotel Inna Garuda Yogyakarta tetap mengembangkan fungsi utama sebuah hotel pada umumnya yaitu menjual kamar disertai beberapa fasilitas yang dimiliki hotel. Dalam meningkatkan pemasukan hotel, manajemen menerapkan dua karakter yang dijalankan oleh Hotel Inna Garuda Yogyakarta dalam menjalankan bisnisnya. Yang pertama Hotel Inna Garuda Yogyakarta berdiri sebagai Hotel *MICE*. Dan yang kedua Hotel Inna

Garuda Yogyakarta dapat menjadi tempat yang nyaman untuk liburan. Dengan menjalankan sistem seperti ini, prosentase pemasukan yang didapatkan oleh Hotel Inna Garuda Yogyakarta mencapai 90% untuk *MICE* dan 10% untuk diluar *MICE*.

Pada hari Senin sampai Jumat akan banyak tamu dari grup *MICE* yang menggunakan fasilitas *MICE* dan menginap di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Sedangkan di akhir pekan, Sabtu dan Minggu terlihat banyak tamu diluar grup *MICE* yang menginap di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Akan tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan jika ada tamu yang mau menginap untuk berlibur pada hari aktif (Senin-Jumat).

Untuk menunjang program *MICE* yang dijalankan Hotel Inna Garuda Yogyakarta, pihak Hotel memiliki 4 macam pilihan paket. Mulai dari *Halfday Package, Fullday Package, Halfboard Package, dan Fullboard Package*. Sebagai hotel pemerintah, mayoritas tamu pengguna jasa meeting di Hotel Inna Garuda Yogyakarta berasal dari kementerian. Seperti Kemenpu, Kemendagri, Kemenag, Kementan, DPRD, dan sebagainya. Selain sebagai tempat yang sering digunakan untuk *meeting*, Hotel Inna Garuda Yogyakarta juga sering dimanfaatkan oleh para konsumen untuk mengadakan konvensi, acara pernikahan, dan yang tidak kalah sering juga acara seperti *table manner* dan wisuda.

Sedangkan untuk mendapatkan tamu diluar grup *MICE* ini, pihak Hotel Inna Garuda Yogyakarta melakukan berbagai macam promosi melalui SMS, BBM, memasang informasi di web resmi Hotel Inna Garuda Yogyakarta (<http://www.innagaruda.com>), dan melalui email ([sales@innagaruda.com](mailto:sales@innagaruda.com)). Hotel Inna Garuda Yogyakarta juga menawarkan paket seperti paket wisata dengan tujuan wisata ke Candi Borobudur dan Candi Prambanan, acara *Table Manners*, dan Paket Pernikahan. Bahkan untuk Bulan Ramadhan di tahun 2013 ini pihak Hotel Inna Garuda Yogyakarta sudah menyiapkan berbagai promosi.

**V. PENUTUP**

Hotel Inna Garuda Yogyakarta mulai mengoptimalkan Industri *MICE* dikarenakan pasar wisatawan baik asing maupun lokal sering mengalami fase naik turun. Beberapa hal yang jadi pertimbangan adalah saat Indonesia mengalami krisis moneter 1997-1998 dan peristiwa Bom Bali 1 dan 2 yang menyebabkan turunnya jumlah wisatawan asing. Selain itu dengan menjalankan Industri *MICE* sampai sekarang ini pemasukan Hotel juga lebih besar sekitar 90% pemasukan Hotel berasal dari *MICE*.

Hotel Inna Garuda Yogyakarta terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu semenjak fokus terhadap bisnis *MICE*. Mulai dari satu ruang *meeting* hingga akhirnya memiliki 17 ruang

*meeting* yang siap dipakai untuk mendukung terselenggaranya bisnis *MICE*.

Dalam meningkatkan pemasukan untuk mengimbangi jasa *MICE*nya, manajemen memberlakukan pembedaan tamu menginap. Hari senin sampai jumat untuk mayoritas rombongan tamu *group meeting* dan hari sabtu sampai minggu untuk mayoritas tamu individual. Disamping itu manajemen juga memberlakukan beberapa promosi seperti promosi paket wisata, paket wisuda, paket pernikahan, dan lain sebagainya.

#### DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, I. A. 2009. *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Bagyono. 2007. *Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: Alfabeta.

Inna Garuda. 2013. *Service and Facilities*. Diambil dari:

<http://www.innagaruda.com/Service & Facilities.php> (28 Juni 2013)

Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia.

Kesrul, M. 2004. *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Noor, Any. 2007. *Globalisasi Industri MICE*. Yogyakarta: Alfabeta.

PENTINGNYA MENJAGA HIGIENE DAN SANITASI DI LINGKUNGAN THE SAHID RICH HOTEL  
YOGYAKARTA

Emmita Devi Hari Putri  
Program Studi Perhotelan  
Akademi Pariwisata BSI Yogyakarta  
Jl. Ringroad barat, Ambarketawang, Gamping, Sleman, Yogyakarta  
Email: emmita.evr@bsi.ac.id

Abstrak

The Sahid Rich Jogja is a new hotel in the city of Yogyakarta, standing in 2011 and managed by the Hotel Sahid Group. This hotel is the 27th which is managed by the Sahid Group Indonesia. The founders of this hotel is the native city of Yogyakarta. It is a tribute of the founders of The Rich Sahid Yogyakarta to their home town. The hotel has 9 floors which stands majestically. Still located in the city center, The Rich Sahid Yogyakarta competitor comes into the hotel stands in the city of Yogyakarta. The development of Rich Sahid Yogyakarta itself takes approximately one year. In the tourism industry hotel industry is a sector that is engaged in and is very influential on the development of tourism, which are required to provide the hotel guest satisfaction to both of the facilities provided to meet the needs of guests. Therefore, the hotel should be able to create the atmosphere needed by the guests, one way to improve hygiene and sanitation in all department. Hygiene is a business that focuses on preventive health activities to the efforts of individual health, personal health and human effort. Sanitation means business while emphasizing preventive health activities to the business environment of human health.

Keyword : Hygiene, Sanitation, Environment

**PENDAHULUAN**

Dewasa ini pemerintah telah berusaha meningkatkan pendapatan negara pada sektor non migas. Sejalan dengan itu, pemerintah terus melaksanakan pembangunan di berbagai sektor antara lain sektor pertanian, industri dan pariwisata. Pembangunan sektor pariwisata merupakan bagian dari pembangunan nasional yang terkait dengan pembangunan sektor-sektor lainnya yang terus diupayakan peningkatan dan pengembangannya sebagai salah satu sektor yang dapat diandalkan dalam perolehan devisa.

Sejalan dengan perkembangan pembangunan pada umumnya maka dunia usaha ikut berkembang pula. Konsekuensi dari meningkatnya usaha ini lahirnya persaingan yang semakin ketat, sehingga tiap-tiap perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan-keunggulan dalam bersaing. Sebab jika tidak maka perusahaan tersebut akan tersungkur dari persaingan-persaingan yang semakin ketat dalam menghadapi otonomi daerah.

Pariwisata sebagai salah satu sektor andalan yang terpenting bagi penerimaan devisa non migas sejak dekade terakhir diperkirakan memberikan sumbangan sekitar 15 % dari penerimaan devisa negara dengan jumlah wisatawan mancanegara yang diproyesikan pada tahun 1997 sebanyak 5 juta orang pengunjung. Keberadaan sektor pariwisata pada saat ini merupakan salah satu sektor industri yang memegang peranan penting dalam kehidupan perekonomian Indonesia, dikarenakan sektor pariwisata di Indonesia merupakan sumber devisa negara.

Karena sebagai salah satu penerimaan devisa negara dan penunjang suksesnya kepariwisataan di Indonesia, maka industri perhotelan merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan bagi para wisatawan. Hal ini dianggap sangat penting bagi setiap hotel karena semuanya dapat terpenuhi bila didukung dengan adanya kelancaran operasional yang mencerminkan kualitas hotel tersebut dalam perkembangannya di masa mendatang.

Sejalan dengan hal tersebut maka kebutuhan akan jasa perhotelan akan semakin meningkat dan penting, seiring dengan peningkatan arus wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Perkembangan usaha perhotelan di daerah dipengaruhi oleh perkembangan kota dan mobilitas masyarakat. Hal ini menyebabkan dibutuhkannya tempat penginapan yang cukup memadai baik dari segi fasilitas pelayanan, transportasi yang lancar, kenyamanan lingkungan serta didukung oleh masyarakat yang ramah dan peduli terhadap lingkungan.

Ada pepatah yang mengatakan "*Men Sana In Corpore Sano*", yang artinya dalam tubuh yang sehat, akan terdapat jiwa yang sehat. Akan tetapi masih banyak juga orang yang sakit dan biasanya karena pola hidup mereka sendiri yang kurang baik dan kebiasaan yang kurang baik sehingga dapat melemahkan dan merusak tubuh. Perihal kesehatan cukup mudah untuk dipahami, akan tetapi masih banyak orang yang sakit karena kurangnya pengetahuan tentang arti kesehatan ataupun karena lalai.

Dalam pelayanan segala kebutuhan yang diperlukan telah siap sedia, seperti pelayanan akomodasi, restoran, bar, fitness center,

transportasi, dan sebagainya. Semua fasilitas ini tidak hanya menampilkan mutu, citarasa masakan, kenyamanan saja, akan tetapi faktor yang sangat penting adalah menyangkut kenyamanan dan kepastian atau jaminan kebersihan untuk kesehatan sesuai tujuan orang menikmati fasilitas tersebut demi kelangsungan hidupnya yaitu “*hygiene dan Sanitasi*” (kesehatan dan kebersihan). Untuk itu dalam mengelola seluruh fasilitas yang ditawarkan secara professional haruslah sesuai dengan aturan kesehatan yang berlaku, sehingga pengguna jasa mendapatkan kenikmatannya sendiri dengan jaminan kesehatan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pariwisata

Menurut Nyoman S. Pandit (2006:3) Istilah pariwisata terlahir dari bahasa sanskerta yang komponen-komponennya terdiri dari

Pari : penuh, lengkap, berkeliling  
Wis (man) : rumah, properti, kampung, komunitas  
Ata : pergi terus menerus, mengembara

Sehingga pariwisata dapat diartikan pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling terus menerus. Menurut Richard Sihite (2000:46-47) Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

### Perhotelan

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Hotel adalah bangunan yang dikelola secara komersil dengan memberikan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum dengan fasilitas sebagai berikut :

Jasa penginapan

Pelayanan makanan dan minuman

Pelayanan barang bawaan

Pencucian pakaian

Penggunaan fasilitas perabot dan hiasan-hiasan yang ada di dalamnya. (Endar Sri, 1996:8)

Perbedaan antara hotel dengan industri lainnya adalah :

Industri hotel tergolong industri yang padat modal serta padat karya yang artinya dalam

pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.

Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.

Menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanannya dihasilkan.

Beroperasi selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya.

Memperlakukan pelanggan seperti raja selain juga memperlakukan pelanggan sebagai patner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.

Banyak hotel yang terdapat dalam industri pariwisata, dari berbagai hotel yang kita kenal ada beberapa jenis hotel yang tidak asing terdengar ditelinga masyarakat. Penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat dari lokasi dimana hotel tersebut dibangun, sehingga dikelompokkan menjadi:

### 2.2.1 City Hotel

Hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya diperuntukkan bagi masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). City Hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut.

### Residential Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama. Dengan sendirinya hotel ini diperlengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

### Resort Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pengunungan (mountain hotel) atau di tepi pantai (beach hotel), di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.

### Motel (Motor Hotel)

Hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini diperuntukkan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan

perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri. Oleh karena itu hotel ini menyediakan fasilitas garasi untuk mobil.

### Hygiene

Kata "hygiene" berasal dari bahasa Yunani yang artinya ilmu untuk membentuk dan menjaga kesehatan (Streeth, J.A. and Southgate, H.A, 1986, dalam Richard Sihite, S.Sos.) Dalam sejarah Yunani, Hygiene berasal dari nama seorang Dewi yaitu Hygea (Dewi pencegah penyakit). Arti lain dari Hygiene ada beberapa yang intinya sama yaitu:

Ilmu yang mengajarkan cara-cara untuk mempertahankan kesehatan jasmani, rohani dan social untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi.

Suatu pencegahan penyakit yang menitikberatkan pada usaha kesehatan perseorangan atau manusia beserta lingkungan tempat orang tersebut berada.

Keadaan dimana seseorang, makanan, tempat kerja atau peralatan aman (sehat) dan bebas pencemaran yang diakibatkan oleh bakteri, serangga, atau binatang lainnya.

Menurut Brownell dalam Richaerd Sihite hygiene adalah bagaimana caranya orang memelihara dan melindungi kesehatan (Sanitation & Hygiene, hal.3)

### Sanitasi

Pengertian sanitasi ada beberapa yaitu:

Sanitasi adalah suatu usaha pencegahan penyakit yang menitikberatkan kegiatan pada usaha kesehatan lingkungan hidup manusia.

Upaya menjaga pemeliharaan agar seseorang, makanan, tempat kerja atau peralatan agar higienis (sehat) dan bebas pencemaran yang diakibatkan oleh bakteri, serangga, atau binatang lainnya.

Menurut Dr.Azrul Azwar, MPH, sanitasi adalah cara pengawasan masyarakat yang menitikberatkan kepada pengawasan terhadap berbagai faktor lingkungan yang mungkin mempengaruhi derajat kesehatan masyarakat.

Hopkins dalam Richard Sihite S.Sos, bahwa :“Sanitasi adalah cara pengawasan terhadap factor lingkungan yang mempunyai pengaruh terhadap lingkungan”. ( Sanitation & Hygiene hal. 4 )

Saniter adalah suatu istilah yang secara tradisional dikaitkan dengan kesehatan terutama kesehatan manusia. Oleh karena kesehatan manusia dapat dipengaruhi oleh semua faktor dalam lingkungan, maka dalam prakteknya, implikasi saniter meluas hingga kesehatan semua organisme hidup (Jenie, 1998).

Ehlers dan Steele 1958 mendefinisikan sanitasi sebagai pencegahan penyakit dengan cara menghilangkan atau mengatur faktor-faktor lingkungan yang berkaitan dalam rantai perpindahan penyakit tersebut (Jenie, 1998).

Dari beberapa pengertian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan sanitasi adalah suatu usaha pencegahan penyakit yang menitikberatkan kegiatannya kepada usaha-usaha kesehatan lingkungan hidup manusia. Sedangkan hygiene adalah bagaimana cara orang memelihara dan juga melindungi diri agar tetap sehat. Jadi dalam hal ini sanitasi ditujukan kepada lingkungannya, sedangkan hygiene ditujukan kepada orangnya.

### METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif diskriptif, mendiskripsikan atas suatu fenomena alam secara sistematis, faktual, dan akurat. Menjelaskan atau mendiskripsikan variabel penelitian tanpa mencari jalinan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Artinya penelitian ini hanya terbatas pada usaha pengungkapan masalah dan keadaan sebagaimana adanya sehingga hanya merupakan penyingkapan fakta.

#### 3.1 Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data menurut I Gede Bagus Rai ada beberapa metode, yaitu:

##### 3.1.1 Metode Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.

##### 3.1.2 Metode Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan. Tehnik wawancara ini banyak dilakukan sebab tehnik ini merupakan salah satu bagian terpenting dalam setiap penelitian. Tanpa wawancara penelitian akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan bertanya langsung kepada responden.

### PEMBAHASAN

#### Latar Belakang The Rich Hotel

The Sahid Rich Jogja adalah hotel baru di Kota Yogyakarta, berdiri di 2011 lalu dan dikelola oleh Sahid Group Hotel. Hotel ini merupakan hotel yang ke 27 yang dikelola oleh Sahid Group Indonesia. Para pendiri hotel ini adalah orang-orang asli Kota Yogyakarta. Hal tersebut merupakan penghargaan para founder The Sahid Rich Jogja kepada kota asal mereka. Hotel ini memiliki 9 lantai yang berdiri megah. Masih berlokasi di tengah kota, The Sahid Rich Jogja hadir menjadi pesaing para hotel yang berdiri di Kota Yogyakarta. Pembangunan The Sahid Rich Jogja sendiri memakan waktu kurang lebih satu tahun.

Pada awalnya didirikan The Sahid Rich Jogja adalah hasil reongan para pengusaha Kota Yogyakarta yang prihatin karena hotel-hotel yang

berdiri bukan milik orang asli Yogyakarta. Dengan kata lain The Sahid Rich Jogja adalah hotelnya Ngayogyakarta.

Hotel ini memiliki desain yang mengusung tema Jawa tradisional dipadu dengan arsitektur kolonial yang merupakan keunikan tersendiri. Interior nya pun sengaja di tata sangat klasik, selain itu pernak-pernik dan ornamennya banyak yang berasal dari Yogyakarta tempo dulu. Tapi , beragam fasilitas moderen pun akan anda nikmati, karena hotel ini memiliki standar internasional sebagaimana hotel-hotel Sahid Group Indonesia lainnya.

The Sahid Rich Jogja berada di Jalan Magelang. Dekat dengan Jalan Ring Road Utara, sehingg dengan mudah anda dapat bepergian ke pesisir Kota Yogyakarta, sangat membantu parapelancong yang mobile. Transportasi di sektiar hotel tergolong mudah untuk didapatkan. Anda bisa mencari taksi 24 jam disekitar sini, tukang ojeg pun banyak. Jadi bagi anda yang tidak membawa kendaraan, bisa dengan bebas bepergian.

Lokasi hotel pun dekat dengan MONJA( Monumen Jogjakarta. Salah satu landmark historic Kota Yogyakarta. Di sekitar kawasan MONJA banyak penjual makanan, bila anda sedang senggang, anda bisa berjalan-jalan kesini dan mengobrol dengan warga sekita. Menuju Candi Borobudur pun bisa dengan mudah. Hal ini dikarenakan dekatnya dengan ring road yang menghubungkan jalan antar kota, bagi anda yang membawa kendaraan pribadi bisa mengikuti jalan ring road tersebut, perjalanan kurang lebih 2 jam. Sementara itu , pihak hotel pun menyediakan tur untuk rombongan kecil.

Layaknya hotel bintang empat, banyak fasilitas yang ditampilkan hotel. The Sahid Rich Jogja memiliki 180 kamar, dengan tipe paling rendah adalah deluxe room yang berukuran 32m<sup>2</sup>( sangat luas untuk ukuran kamar deluxe) dengna harga Rp. 725.000 per malam \*. Hotel ini memiliki konsep MICE, grand ballroom yang ada di dalam hotel memiliki kapasitas 2500 orang. Hal tersebut untuk men support kebutuhan para tamu yan kebanyakan memakai hotel ini untuk urusan bisnis. Selain hal tersebut, hotel memiliki fasilitas hotel bintang 4 yang sangat lengkap.

### **Definisi Hotel**

Hotel dapat diartikan sebagai tempat menginap bagi umum yang dikelola secara komersil, terdiri dari beberapa kamar dan menyediakan juga makanan/minuman. Selain itu, kebersihan dan kesehatan hotel juga sangat mempengaruhi minat para wisatawan. Karenanya, kebersihan ini akan dapat membantu meningkatkan kepariwisataan di Indonesia. Di Indonesia dikenal juga tempat yang sejenis dengan sebutan yang berbeda tapi mempunyai fungsi yang sama hanya agak berbeda dalam fasilitas dan pelayanaannya

misalnya, Losmen, Penginapan, Wisma,dan lain-lain.

Dalam industri kepariwisataan hotel merupakan sektor industri yang bergerak dalam bidang jasa dan sangat berpengaruh terhadap perkembangan kepariwisataan, dimana hotel dituntut dapat memberikan kepuasan kepada tamu baik dari fasilitas yang disediakan dalam memenuhi kebutuhan tamu. Oleh sebab itu, pihak hotel harus mampu menciptakan suasana yang di butuhkan oleh tamu, salah satu caranya meningkatkan Higiene dan Sanitasi pada semua department.Higiene merupakan usaha kesehatan preventif yang menitikberatkan kegiatannya kepada usaha kesehatan individu, maupun usaha kesehatan pribadi manusia. Sedangkan Sanitasi berarti usaha kesehatan preventif yang menitikberatkan kegiatannya kepada usaha kesehatan lingkungan hidup manusia.

Penerapan Higiene dan Sanitasi perlu dilakukan diantaranya penerapan Higiene Sanitasi Kitchen Department, peralatan dapur, karyawan dapur, serta penerapan Higiene Sanitasi makanan dan minuman karena dapur adalah tempat mengolah suatu makanan, untuk itu para juru masak yang bertugas harus benar-benar memperhatikan segala sesuatu yang akan dikerjakan dan dihasilkan, sehingga segala sesuatu yang dijual kepada tamu baik berupa makanan dan minuman adalah hasil pilihan dan olahan yang baik.

Jasa pelayanan hotel disamping mempunyai dampak positif sebagai tempat istirahat yang baik dan kesenangan hidup juga dapat menimbulkan dampak terhadap masalah kesehatan masyarakat misalnya, para wisatawan juga dapat membawa penyakit yang belum ada didaerah yang dikunjungi, misalnya penyakit AIDS. Oleh karena itu perlu sekali dilakukan usaha desinfeksi semua peralatan bekas pakai, seperti tempat tidur, kamar mandi, jamban, perlatan makan dan minum.

Hotel yang saniter akan sangat menunjang dalam memberikan kepuasan kepada para pengunjung. Dalam hal ini sanitasi dapat mempunyai peranan Phisik dan Psikologi.

#### **Peranan Pisik**

Sanitasi diharapkan dapat memberikan jaminan kebersihan umum di luar atau di dalam bangunan hotel. Pengertian kebersihan disini dalam arti luas yang meliputi : kebersihan air, makanan-minuman, kuman – kuman dapur, WC, peralatan serta bebas dari gangguan serangga dan binatang pengerat (Tikus).

#### **Peranan Psikologis**

Peranan sanitasi hotel disini adalah dapat menjamin rasa kepuasan dari para tamu/pengunjung hotel tersebut maupun para karyawan/pengelolaan hotel. Kepuasan tersebut dalam arti memberikan rasa “relax”, comfort, security, safety dan Privacy.

### **Manfaat Sanitasi Hotel**

Beberapa manfaat sanitasi dalam industri perhotelan adalah:

Manfaat dari segi kesehatan

Menjamin lingkungan kerja yang saniter.

Melindungi tamu maupun karyawan hotel dari gangguan faktor lingkungan yang merugikan kesehatan fisik maupun mental

Mencegah terjadinya penularan penyakit dan penyakit akibat kerja

Mencegah terjadinya kecelakaan.

Manfaat dari segi “Business Operational’ Hotel

Keadaan hotel yang saniter sangat berguna untuk “Sales Promotion” yang secara tidak langsung dapat meningkatkan jumlah tamu.

Meningkatkan nilai peringkat dari hotel tersebut.

Ruang Lingkup Hygiene dan Sanitasi

Masalah hygiene tidak dapat dipisahkan dari masalah sanitasi, dan pada kegiatan pengolahan makanan masalah sanitasi dan hygiene dilaksanakan bersama-sama. Kebiasaan hidup bersih, bekerja bersih sangat membantu dalam mengolah makanan yang bersih pula. Ruang lingkup hygiene meliputi:

Hygiene perorangan

Hygiene makanan dan minuman

Klasifikasi

Pada Umumnya sasaran sanitasi hotel menyangkut dua hal yaitu sanitasi “Lodging” dan sanitasi “Catering”.

Sanitasi Lodging adalah pengawasan sanitasi yang menyangkut urusan kerumahaan ( House Keeping) hotel, yang meliputi bangunan dan fasilitasnya seperti halaman, sampah, pembuangan air kotor, dan lain- lain Ruang lingkup sanitasi “lodging” meliputi :

Wilayah luar bangunan hotel (external hotel area) yang terdiri dari : halaman, tempat parkir, pertamanan, pembuangan sampah, pembuangan air kotor.

Wilayah di dalam hotel (Internal hotel area) yang terdiri dari : sanitasi umum, sanitasi kamar, sanitasi toilet, sanitasi ornament

Sanitasi Catering

Catering dalam kegiatan hotel adalah segala sesuatu yang ada hubungannya dengan makanan yang diolah dan dihidangkan dalam sebuah hotel. Kegiatan catering ini bisa berupa penyediaan makanan dan minuman untuk keperluan hotel sendiri dan penyediaan makanan untuk diluar hotel (Outside catering). Pada umumnya pengawasan ini diperlukan untuk mencegah tersebarnya bermacam – macam penyakit lewat makanan, hal ini dapat ditujukan pada keadaan bahan makanan, dengan persyaratan :

Sayur–mayur, buah–buahan harus segar dan tidak busuk.

Bahan makanan kaleng harus dicek kemungkinan ada kebocoran.

Bahan pembuat kue(tepung, pewarna) bebas dari serangga dan disimpan dengan baik.

Cara menyajikan

Gunakan alat makanan yang bersih.

Meja makan dan lantai ruang makan bersih, terlihat tidak ada lalat.

Cukup pencahayaan alam /buatan.

Pengambilan makanan melalui jendela khusus dari tempat penyimpanan makan masuk agar bebas lalat/serangga.

Dinding ruang berwarna terang.

Pintu ruangan dapat menutup sendiri sebagian tertutup dengan kawat kasa.

Persyaratan yang lainnya

Karyawan catering harus mempunyai sertifikat kesehatan yang masih berlaku.

Pakaian karyawan catering harus bersih dan ganti setiap dan ini disediakan oleh perusahaan/hotel dengan dilengkapi penutup kepala.

Harus ada WC dan urinoir tersendiri bagi karyawan catering dan tidak berhubungan langsung pintunya dengan dapur.

Dianjurkan hotel menyediakan almari locker untuk menyimpan pakaian atau peralatan pribadi dari setiap karyawan. Untuk meyakinkan tamu hotel akan kebersihan dari fasilitas yang ada dalam hotel seperti : Lap makan, kamar, bowl wc dan dapat digunakan semacam segel sanitasi kertas.

### **PENUTUP**

Mengingat akan pentingnya kesehatan maka sebagai manusia harus memperhatikan akan kebersihan baik kebersihan makanan atau pun lingkungan di sekitar. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas kebersihan maka sebagai hotel bintang empat The Sahid Rich Hotel Yogyakarta sangat memperhatikan akan hygiene dan sanitasi lingkungan hotel. Hal ini bertujuan agar para tamu yang menginap di hotel tersebut dapat terjamin kesehatannya dan apa bila tamu membutuhkan hotel tamu akan kembali menginap di hotel tersebut, hal ini di lakukan tidak hanya untuk para tamu saja akan tetapi bagi karyawan hotel pun diwajibkan untuk selalu menjaga kesehatan diri sendiri. Para karyawan The Sahid Rich Hotel diwajibkan untuk selalu menjaga kebersihan diri mau pun kebersihan lingkungan hotel.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azwar, Azrul.1986.Pengantar Ilmu Kesehatan Lingkungan.Jakarta:Mutiarasumber Widya.  
Jenie, dkk .1998. Sanitasi Dalam Industri Pangan:IPB  
Pitana, I Gde. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.

Purnawijayanti, Hiasinta A.2001.Sanitasi, Higiene dan Keselamatan Kerja dalam pengolahan Makanan. Yogyakarta: Kanisius  
Sihite, Richard.2000.Sanitation & Hygiene.Surabaya:SIC

Sugiarto, Endar.2003. Pengantar Akomodasi Dan Restoran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Utama, I Gusti Bagus Rai.2012. Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan. Yogyakarta: Andi Offset.

