

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Aryaduta Lippo Village adalah salah satu hotel bertaraf bintang 5 di kota Tangerang, perusahaan ini merupakan bagian dari Lippo Group yang bergerak di di bidang properti meliputi kota satelit, perumahan, kondominium, perkantoran kelas A, pusat industri, pusat belanja, hotel, golf dan rumah sakit. Selain di Indonesia Lippo Group juga memiliki properti sejenis di China dan Singapura. Group Lippo adalah sebuah perusahaan besar di Indonesia yang didirikan oleh Mochtar Riady. Grup ini memulai usaha dengan Bank Lippo yang telah berganti nama dan berubah posisi sahamnya menjadi Bank CIMB Niaga. Perusahaan ini kemudian mengembangkan diri di usaha properti yang kemudian berkembang di Indonesia, Cina dan beberapa negara lainnya. Selain di usaha properti, perusahaan ini juga melakukan pengembangan bisnis eceran, telekomunikasi, dan berbagai jenis usaha lainnya. Didirikan oleh Dr. Mochtar Riady pada tahun 1950-an. Kemudian berkembang menjadi perusahaan pribadi dan publik di Cina, Hong Kong dan Makau, Indonesia, Filipina, Singapura dan Korea Selatan dengan total aset senilai US\$11 miliar. Juga terdaftar di berbagai bursa saham di Hong Kong, Indonesia dan Singapura dengan setidaknya 15 jenis perusahaan.

Imperial Aryaduta Hotel and Country Club dibangun sejak tahun 1993, dan selesai pada bulan September 1994. Hotel ini beroperasi pada tanggal 20 September 1994. Hotel ini diberi nama Imperial Century Hotel & Resort dan dimiliki oleh PT. Lippo Karawaci Tbk. Hotel ini dikelola oleh Century



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

International Hotels. PT. Lippo Karawaci Tbk, pemilik Imperial Century Hotel and Country Club dengan bangga mengumumkan telah mengambil alih manajemen menyusul berakhirnya kontrak dengan Century International Hotels yang dimulai dari bulan Maret 2001 dan berakhir pada bulan Desember 2002. Pemilik telah menamakan kembali propertinya menjadi Imperial Aryaduta Hotel and Country Club sejak permulaan tahun 2003. Seluruh alamat Hotel maupun Club masih tetap sama kecuali web site URL akan diubah menjadi www.aryaduta.com

Perubahan ini menjadikan empat hotel di Indonesia dibawah naungan Aryaduta Hotel, yaitu Aryaduta Hotel Jakarta yang dikelola oleh Hyatt International, Aryaduta Pekanbaru, Imperial Aryaduta Makasar, dan Imperial Aryaduta Hotel and Country Club. Selain Hotel – Hotel tersebut, Shima Japanese Restaurant dan Shima-ya Japanese Restaurant juga termasuk dalam group Aryaduta. PT. Lippo Karawaci Tbk. tidak hanya bergerak dalam manajemen Hotel Berbintang 5 namun juga menangani manajemen golf course dan manajemen business leisure lainnya.

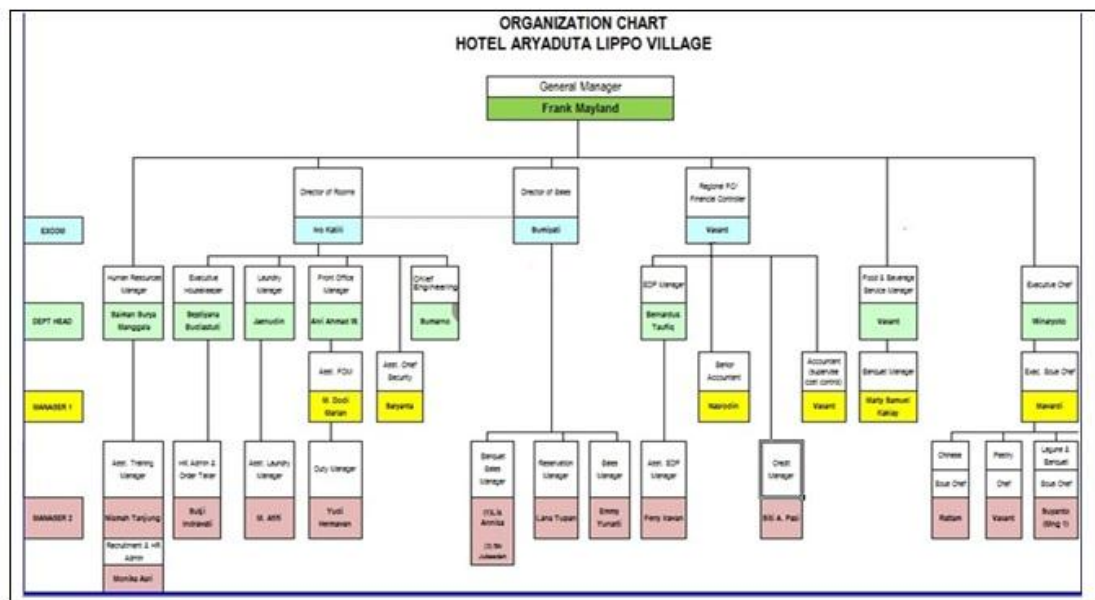
2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Hotel Aryaduta Lippo Village ini memiliki visi dan misi perusahaan sebagai pedoman dalam pelaksanaan sehari-harinya. Berikut adalah visi dan misi Hotel Aryaduta Lippo Village :

“ Turn Every Moment into Beautiful Memory “

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi tempat penulis melakukan praktek kerja magang, di *Hotel Aryaduta and Country Club* , ini adalah *General Organization Chart* , dimana *chart* ini menjelaskan keseluruhan posisi kerja *Manager*, *Supervisor*, dan *Staff* di dalam *Hotel Aryaduta Lippo Village* , berikut adalah susunannya :



Gambar 2.1 Struktur organisasi Hotel Aryaduta Lippo Village

Sumber : Hotel Aryaduta Lippo Village

Tugas dan kewajiban masing masing jabatan (Excom dan Dept.Head) :

1. General Manager

- Mengatur dan meneliti pemesanan, penerimaan, pelayanan kamar, dan kegiatan pengurus/pelayan hotel.
- Mengawasi persiapan keamanan, kebun dan pemeliharaan barang-barang.

- Merencanakan dan mengawasi bar/tempat minum, restaurant, dan tempat/ruangan untuk konferensi.
- Mengamati minuman keras, permainan dan peraturan hukum yang terkait dengannya.
- Menilai dan memeriksa kepuasan tamu.
- Memeriksa pembukuan dan kegiatan pembelian.
- Menetapkan pembuatan anggaran.
- Mengawasi pemilihan, pelatihan dan pengawasan terhadap staff.
- Menyediakan informasi wisata lokal dan mengatur transportasi untuk kunjungan/wisata kepada tamu.

2. Director of Room

Memimpin dan mengendalikan semua kegiatan pada Hotel Aryaduta Lippo Village, membina pegawai, mengurus dan mengelola penjualan dan mengontrol pemasukan dan pengeluaran, menyampaikan laporan berkala mengenai seluruh kegiatan kepada dewan komisaris.

3. Director of Sales

Mengawasi jalannya pekerjaan di *Department Sales and Marketing* untuk dilaporkan kepada Director of Room dan General Manager, jika terjadi kesalahan dalam melakukan pekerjaan maka bagian pengawasan ini yang akan meneliti dan mengoreksinya serta memimpin dan mengendalikan semua kegiatan pada Hotel Aryaduta Lippo Village, serta membina pegawai, mengurus dan mengelola penjualan dan mengontrol pemasukan dan pengeluaran terutama di divisi Sales and Marketing.

4. HR Manager

Menetapkan sistem rekrutmen karyawan, menetapkan dan melaksanakan sistem pendidikan dan pelatihan, menetapkan program kesejahteraan, dan menetapkan sistem *survey* kepuasan karyawan.

5. Executive House Keeper

Executive Housekeeper bertugas merencanakan program kerja, mengkoordinir pelaksanaan tugas pekerjaan di *housekeeping*, memimpin para *supervisor* maupun bawahan *housekeeping*, mengontrol kerja bawahan, bertanggung jawab atas standar kebersihan, membuat evaluasi kerja bawahan setiap tahun, menangani keluhan tamu, membuat laporan pada *room division manager* dan *general manager*.

6. Laundry Manager

- Implementasi *strategic marketing plan* yang sudah ada
- Monitoring terhadap implementasi strategi plan yang tengah berjalan
- Evaluasi terhadap pekerjaan dalam tim kerja
- Pengembangan pasar-pasar potensial pelanggan laundry

7. Front Office Manager

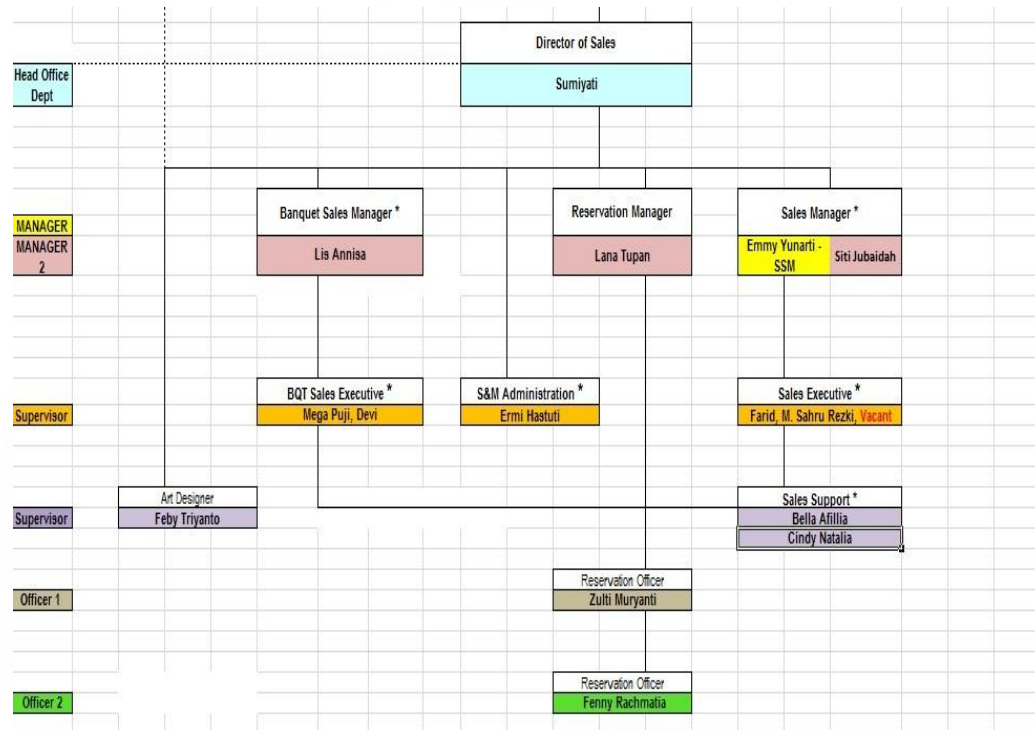
- Menyeleksi, menempatkan, melatih dan mengevaluasi karyawan front office.
- Memastikan bahwa semua staff di front office menguasai sistem komputer hotel, etika menerima telepon dan standar operasional yang ada di hotel.

- Menjaga keharmonisan kerja dengan penjualan dan pemasaran tentang harga kamar.
- Menyambut tamu VIP.
- Menangani keluhan tamu yang tidak bisa diselesaikan oleh bawahannya.
- Membuat laporan bulanan tentang daftar tamu, tingkat hunian maupun untung/rugi di bagian kantor depan.
- Menjaga kedisiplinan petugas kantor depan dengan memberikan peringatan dan sanksi bagi yang melanggar ketentuan.
- Meningkatkan kualitas dan prestasi karyawan yang berprestasi dengan memberikan penghargaan.
- Membuat budget tahunan, menganalisis operasi dan pendapatan hotel secara harian dari sisi pendapatan, rata-rata harga kamar.

8. Chief Engineering

- Mencegah agar investasi yang dimiliki oleh pemegang saham tidak sia-sia. Oleh karena itu harus dicegah agar jangan sampai terjadi bangunan yang diterlantarkan, biaya pemeliharaan yang terlalu tinggi, perawatan yang tidak sebagaimana mestinya.
- Mendukung, menyediakan, dan membuat sedemikian rupa agar semua berfungsi untuk kepuasan tamu – tamu hotel.
- Mengawasi agar kegiatan operasi hotel dapat berjalan seefisien mungkin.
- Memperkecil kemungkinan terjadinya masalah – masalah yang dapat menimbulkan kerugian, kecelakaan, dan kekacauan dalam operasi kegiatan hotel.

Berikut adalah salah satu struktur yang ada di departemen Sales and Marketing dimana penulis melakukan praktek kerja magang :



Gambar 2.2 Kedudukan Penulis di Departemen Sales and Marketing

Sumber : Hotel Aryaduta Lippo Village

Tugas dan kewajiban masing-masing jabatan :

1. Director of Sales

Mengawasi jalannya pekerjaan di *Department Sales and Marketing* untuk dilaporkan kepada Director of Room dan General Manager, jika terjadi kesalahan dalam melakukan pekerjaan maka bagian pengawasan ini yang akan meneliti dan mengoreksinya serta memimpin dan mengendalikan semua kegiatan pada Hotel Aryaduta Lippo Village, serta membina pegawai, mengurus dan mengelola

penjualan dan mengontrol pemasukan dan pengeluaran terutama di divisi Sales and Marketing

2. Banquet Sales Manager

- Bertanggung jawab atas banquet section yang dipimpinnya.
- Mengkoordinir seluruh staff yang berada di bawahnya serta memberikan pembinaan secara rutin agar pelayanan dibanquet selalu memuaskan tamu.
- Harus selalu erat hubungannya dengan , Public Relation Manager, Sales Manager, Restaurant Manager, Chief Engineering, Exc Chef, F&B Manager, Chief Security dan Executive Housekeeper.
- Melaksanakan tugas-tugas administrasi.
- Memeriksa kesiapan tugas dan seluruh bawahannya. Harus memperhatikan dan mendengarkan keluhan-keluhan tamu serta menyelesaikan masalah yang harus dipecahkan.
- Mengawasi operasionalbanquet sampai selesai.

3. Reservation Manager

Mencatat dan memproses seluruh pemesanan kamar secara akurat sekaligus mempromosikan produk hotel serta menciptakan dan menjaga citra hotel yang baik melalui pemberian pelayanan yang maksimal. Adapun rincian tugas Reservation Manager yaitu :

- Mempromosikan produk dan fasilitas hotel.
- Mempertahankan pengetahuan tentang produk dan pelayanan yang ada di hotel seperti harga & fasilitas promosi, harga khusus dll.
- Menjalin hubungan yang baik dengan tamu serta mengantisipasi kebutuhan tamu.
- Mencatat dan memproses pemesanan yang dilakukan dengan berbagai macam media.
- Menerima pemesanan kamar yang ada dalam daftar tunggu (waiting list).
- Memproses perubahan pemesanan kamar.
- Mencatat metode pembayaran yang sudah di atur khusus untuk tamu rombongan dan konvensi.
- Membuat laporan reservasi
- Mengarsip data pemesanan kamar secara akurat.

4. Sales Manager

- Menentukan harga jual, produk yang akan dilaunching, jadwal kunjungan serta sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.
- Memonitor perolehan order serta merangkumkan forecast untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal.
- Menganalisa, mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.
- Menganalisa dan memberikan arah pengembangan design & warna, untuk memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

- Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey seluruh sales team untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan.
- Menerapkan budaya, sistem, dan peraturan intern perusahaan serta menerapkan manajemen biaya, untuk memastikan budaya perusahaan dan sistem serta peraturan dijalankan dengan optimal.

5. *Banquet Sales Executive*

- Mengkoordinir segala kegiatan, mulai dari menyiapkan kebutuhan acara sampai pelayanan kepada tamu.
- Memiliki kerjasama yang baik dengan divisi *kitchen, bar*, atau bagian lain demi terciptanya suasana kerja yang baik.
- Menangani segala keluhan dari para tamu atau permintaan yang dibutuhkan tamu, juga mengecek segala peralatan yang ada.
- Membantu Banquet Manager jika membutuhkan bantuan.

6. *S&M Administration*

Sales and Marketing Administration merupakan orang yang bertugas untuk mendukung aktifitas salesman terutama dalam hal administrasi pada suatu organisasi perusahaan. Tugas pokok dari seorang S&M Admin adalah :

- Memasukkan data base dari konsumen setiap sales.
- Membantu seluruh aktifitas sales, terutama dalam bidang administrasi seperti monitoring sejauh mana produk siap untuk diserahkan kepada konsumen.

- Membuat report aktifitas sales setiap hari, setiap minggu bahkan setiap bulan.
- Kadangkala S&M Admin bisa juga sebagai Humas, apabila konsumen ingin menyampaikan keluhan.

Bisa dikatakan bahwa S&M Admin merupakan orang yang dibelakang meja untuk membantu para sales dan marketing, sehingga seluruh proses administrasi dalam penjualan produk dapat berjalan dengan baik.

7. Sales Executive

- Mengidentifikasi produk yang dibutuhkan pasar dan mengembangkannya.
- Mengidentifikasi potensi bisnis dan pemeliharaan kontak dekat dengan calon – calon yang potensial melalui kunjungan pribadi, panggilan telepon dan korespondensi dalam penandatanganan kontrak.
- Membangun dan memelihara serta memonitor produktivitas.
- Menguasai pengetahuan produk di Hotelier dengan baik.
- Bertanggung jawab untuk menemukan dan mengamankan pelanggan baru.
- Memantau, memelihara dan meningkatkan hubungan dengan hotel dan pelanggan.
- Mengembangkan dan memelihara hubungan dengan key account yang berpotensi.

8. Art Designer

- Mengoperasikan curriculum yang berkaitan dengan pembuatan desain sampai dengan finalisasi (closing honest art).

- Terbiasa dengan pengoperasian aplikasi pengeditan foto, memiliki hand depiction cleverness.
- Memelihara peralatan dan melakukan upgrade sistem atau software sesuai kebutuhan.
- Melakukan pemesanan properti yang diperlukan untuk mencetak materi desain.
- Memahami proses mencetak materi jadi tidak hanya sekedar menguasai desain.

9. Sales Support

- Menyusun strategi dan rencana pemasaran produk yang menjadi tanggung jawabnya.
- Melakukan survey, riset dan analisa pasar, memantau pergerakan kompetitor. Contoh : Melakukan survey ruang meeting yang akan digunakan oleh *client* yang penulis handle, serta melakukan riset dan analisa pasar seperti melakukan promosi secara langsung ke perusahaan atau membuat janji di area hotel dengan *client* dan memantau pergerakan kompetitor dengan melakukan update dengan hotel lain yang menjadi saingan aryaduta.
- Membantu Sales Executive untuk menangani tamu dari *office* ketika Sales Executive yang bersangkutan sedang tidak *in-charge* / ditugaskan untuk *Sales Call*.

- Merencanakan dan melaksanakan promosi/periklanan.
- Membina hubungan kerja yang berkesinambungan dengan pihak-pihak terkait terutama dengan produsen (principal).

10. Reservation Officer

Tugas utama reservation staff adalah mencatat dan memproses seluruh pemesanan kamar secara akurat sekaligus mempromosikan produk hotel serta menciptakan & menjaga citra hotel yang baik melalui pemberian pelayanan yang maksimal.

Adapun rincian tugas reservation officer yaitu:

- Menjual produk hotel dengan cara melakukan tehnik penjualan.
- Mempromosikan produk dan fasilitas hotel.
- Mempertahankan pengetahuan tentang produk dan pelayanan yang ada di hotel seperti harga & fasilitas promosi, harga khusus dll.
- Menjalin hubungan yang baik dengan tamu serta mengantisipasi kebutuhan tamu.
- Mencatat dan memproses pemesanan yang dilakukan dengan berbagai macam media.
- Menerima pemesanan kamar yang ada dalam daftar tunggu (waiting list).
- Memproses perubahan pemesanan kamar.
- Mencatat metode pembayaran yang sudah di atur khusus untuk tamu rombongan dan konvensi.
- Meminta persetujuan FOM atau finance manager untuk pemesanan kamar yang menginginkan pembayaran kredit.

- Membuat laporan reservasi
- Mengarsip data pemesanan kamar secara akurat.
- Membantu dan saling bekerjasama dengan Reservation Manager.

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*. Kata *marketing* biasa dikatakan telah diserap dalam bahasa kita, namun juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran. Asal kata pemasaran ialah pasar = *market*. Apa yang dipasarkan itu ialah barang dan jasa. Dalam Buchari (2009, p1) dikatakan, memasarkan tidak hanya menawarkan atau menjual saja, namun lebih luas dari itu. Didalamnya terdapat berbagai kegiatan seperti membeli, menjual, dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan, mensortir, dan sebagainya. Didalam *marketing* usaha ini kita kenal sebagai fungsi-fungsi *marketing*.

Marketing mix terdiri dari empat komponen dalam pemasaran yang lebih dikenal dengan 4P yaitu:

- *Product* (produk)

Produk itu sendiri memiliki definisi sebagai segala jenis bentuk barang fisik, jasa ataupun ide yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan yang dapat meningkatkan produk di mata konsumen, seperti *brand*.

- *Price* (harga)

Setelah memutuskan produk dan servis apa yang akan ditawarkan ke konsumen, kita harus merancang harga yang sesuai. Harga yang dirancang itu tergantung dari beberapa faktor. Selain itu, kita harus mempertimbangkan biaya seperti biaya produksi, distribusi dan promosi.

- *Place* (tempat, termasuk juga distribusi)

Definisi dari *place* ini sendiri adalah lokasi dimana konsumen dapat menemukan produk atau jasa secara mudah. Mendapatkan produk ke konsumen kapan dan dimana mereka inginkan adalah hal yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan.

- *Promotion* (promosi)

Promosi memiliki definisi sebagai semua teknik yang digunakan oleh penjual untuk memotivasi orang membeli produk atau jasa.

Salah satu bentuk promosi adalah *personal selling* yang akan dijelaskan lebih rinci pada bagian selanjutnya.

2.4.2 *Personal Selling*

Menurut Michael R. Solomon (2009;463), *personal selling* merupakan komunikasi pemasaran dimana seorang perwakilan perusahaan berinteraksi langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan untuk berkomunikasi tentang suatu barang atau jasa.

Menurut William G. Nickels (2008:438), pengertian lain dari *personal selling* adalah presentasi tatap muka dan promosi barang dan jasa. Ini juga melibatkan bagaimana kita mencari prospek baru dan menindak lanjuti layanan setelah penjualan. Penjualan yang efektif tidak hanya masalah membujuk orang lain untuk membeli. Pada kenyataannya, itu lebih tepat disebut sebagai membantu orang lain untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Salah satu bentuk *personal selling* adalah *telemarketing* yang akan dijelaskan lebih rinci pada bagian selanjutnya.

2.4.3 Direct Selling

Menurut Kotler (2007:320) “Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media untuk mempengaruhi suatu tanggapan atau transaksi terukur pada lokasi mana pun”.

Direct Selling terbagi menjadi, dua jenis, yaitu :

1. Single Level Marketing (Pemasaran Satu Tingkat), yang maksudnya adalah pemasaran barang dan jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukannya sendiri.
2. Multi Level Marketing (Pemasaran Multi Tingkat), yang maksudnya adalah metode pemasaran barang atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran yang terbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil

penjualan barang atau jasa yang dilakukannya sendiri dan dari anggota jaringan di dalam kelompoknya.

2.4.4 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut :

- Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya

- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Pertumbuhan Media Sosial

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Peran dan Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti blog, facebook, twitter, youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain :

- Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar TI pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.

- Membangun Hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah feedback langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

- Jangkauan Global

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

- Terukur

Dengan *system tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

<http://jayaputrasbloq.blogspot.com/2011/02/definisi-atau-pengertian-istilah-social.html>

2.4.5 Pengetahuan Tentang Ilmu Perhotelan dan Pariwisata

Pengertian hotel menurut Hotel Proprietis Act, 1956 adalah : Suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makan, minum dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Pengertian hotel yang dimuat oleh Grolier Electronic Publishing INC, 1995 adalah: Usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk tamu. Menurut SK Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Pengelolaan Hotel. Bab I, Pasal 1, ayat (b) hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil (dikelola dengan memperhitungkan untung atau ruginya). Dari pengertian di atas hotel dapat diartikan sebagai suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersil disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan (kamar) berikut makan dan minum serta jasa lainnya.

Maka yang tidak termasuk dalam pengertian hotel adalah :

- a. Bangunan instansi pemerintah maupun swasta yang digunakan sebagai tempat tinggal pegawai dan karyawannya.

b. Wisma instansi pemerintah maupun swasta yang digunakan sebagai tempat peristirahatan pegawai/ karyawan dan tidak untuk mencari keuntungan.

Hotel berfungsi sebagai suatu sarana untuk memenuhi kebutuhan tamu (wisatawan atau pelancong), sebagai tempat tinggal sementara selama berada jauh dari tempat asalnya.

Dalam menunjang pembangunan Negara, usaha hotel berperan aktif dalam berbagai hal seperti :

- a. Meningkatkan industri dan penghasilan masyarakat.
- b. Menciptakan lapangan kerja sekaligus alih teknologi.
- c. Meningkatkan pendapatan daerah.
- d. Meningkatkan devisa Negara dan hubungan antar bangsa.

UMN