



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil The Papandayan

Gambar 2.1 The Papandayan



The Papandayan Bandung terletak di Jalan Gatot Subroto 83 Bandung. Nama Hotel Papandayan diambil dari nama jalan Papandayan yang saat ini sudah berubah menjadi Jalan Gatot Subroto. Hotel Papandayan Bandung merupakan hotel berbintang empat dengan fasilitas yaitu : jumlah kamar 245, *restaurant*, bar, kolam renang, pusat kebugaran, balai konferensi, binatu, kolam “Jacuzzi”, dan lapangan *tennis*. Pemilik Hotel Papandayan yang pertama adalah Bapak Abdul Kadir, hotel ini dibangun pada tanggal 18 Juli 1982, dengan nama PT Yasmin Interbuana Hotels dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 28 Maret 1989 dan Grand Openingnya pada tanggal 30 Januari 1990 yang diresmikan oleh MENPARPOSTEL Bapak Soesilo Soedarman (alm). Pada awalnya, Management Hotel Papandayan Bandung masih bergabung dibawah salah satu group perusahaan Management Company yang bernama Fairmont International Hotels yang berkantor pusat di Singapore. Dalam perjalanannya hak kepemilikan beralih kepada PT Kanindo Group dan pada saat itu PT Yasmin Interbuana Hotel diganti nama menjadi PT Citra Graha Nugratama sekaligus

memutuskan kontrak pengelolaannya dengan Fairmont International Hotels pada bulan Desember 1991. Pada bulan Desember 1992, PT Kanindo Group menjual hotel ini kepada Detta Marina (PT Artie Wibawa).

Dibawah kepemilikan PT Detta Marina, hotel ini makin berkembang dengan melakukan renovasi terhadap seluruh kamar-kamar dan lobby dan membangun Grand Ballroom (Balai Konferensi) terbesar di Bandung dan peresmian operasionalnya pada tanggal 18 November 1993 oleh Gubernur Jawa Barat, Bapak Nuriana. Di bulan Juni 1996, Hotel Papandayan Bandung kembali dikelola oleh manajemen hotel yang bernama Park Plaza International yang berkantor pusat di Amerika Serikat sampai dengan bulan Januari 1997. Pada tanggal 9 September 1996, PT Citra Nusa Bangun Persada (Media Indonesia Group) membeli Hotel Papandayan Bandung dari PT Detta Marina/ PT.Artie Wibawa sampai saat ini. Pada bulan Oktober 2001, dilakukan pembongkaran pada Gedung Residence, Annex, Lapangan Tenis dan Coffee House untuk memperluas area parkir dan meningkatkan fasilitas tamu sehingga merubah jumlah kamar dari 245 menjadi 188 kamar dan menambah ruang rapat dan pameran. Pada Desember 2009 Hotel Papandayan melakukan renovasi secara total sehingga operasional hotel ditutup. Pada 30 April 2011, Hotel Papandayan Bandung buka kembali dengan nama baru yaitu The Papandayan Hotel. Pembukaan The Papandayan Hotel dilakukan oleh Bapak Surya Paloh. The Papandayan Hotel menjadi hotel dengan klasifikasi bintang 5 mempunyai tampilan yang lebih eksklusif dengan beberapa fasilitas yaitu 172 kamar, Pago Restaurant, Cantigi Fine Dining, Mirten Lounge dan The Deli. Fasilitas lain adalah Swimming Pool, Edelweiss Spa dan TP Stage. Saat itu Richard Sun Kee Mau menjabat sebagai General Manager The Papandayan Hotel sampai dengan September 2012.

Kemudian digantikan oleh Jean Paul Riby sampai dengan April 2013. Sejak April 2013, R. Bobby Renaldi menjabat sebagai General Manager The Papandayan Hotel sampai dengan saat ini. Untuk lebih meningkatkan pelayanan The Papandayan Hotel terus menambah fasilitas yaitu Hurubatu Grill Garden dibuka April 2016 dan TP Stage dibuka Oktober 2016. Hingga saat ini, The Papandayan memiliki 5 tipe kamar yaitu The Classic, The Premier, The Ambassador, The Suite dan President Suite. Dilengkapi dengan beberapa restaurant

yakni Pago Restaurant, Cantigi, Mirten Lounge, dan Hurubatu Pool and Garden. Selain itu juga ada Edelweiss Spa dan Fitness, *meeting rooms*, TP Stage dan lainnya.

The Papandayan memiliki nilai perusahaan sebagai berikut:

1. *Team Work* : Sebagai anggota tim, Anda harus memprioritaskan tim Anda
2. *Discipline* : Mengikuti aturan main The Papandayan
3. *Respect Others* : Rekan kerja adalah keluarga, hormati sebagaimana Anda ingin dihormati
4. *Creativity* : Kreatifitas dalam mengeksplorasi dan mengungkapkannya

2.1.1 Visi dan Misi The Papandayan

The Papandayan memiliki visi untuk menjadi hotel butik bintang 5 di Bandung dengan karakter yang unik seperti kehangatan, kepedulian hotel dan kepercayaan pada pelayanan kualitas dan memiliki produk yang inovatif dan unik. Sedangkan, misinya adalah untuk memberikan pengalaman keramahan yang luar biasa, di lokasi kota yang unik, dengan memberikan layanan berkualitas dalam suasana profesionalisme, kenyamanan, keterbukaan, dan keramahan. Kami akan mematuhi prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan sambil memberikan pengembalian yang sangat baik kepada investor dan pemangku kepentingan kami.

2.1.2 Logo The Papandayan

Gambar 2.2 Logo The Papandayan



Sumber : www.thepapandayan.com

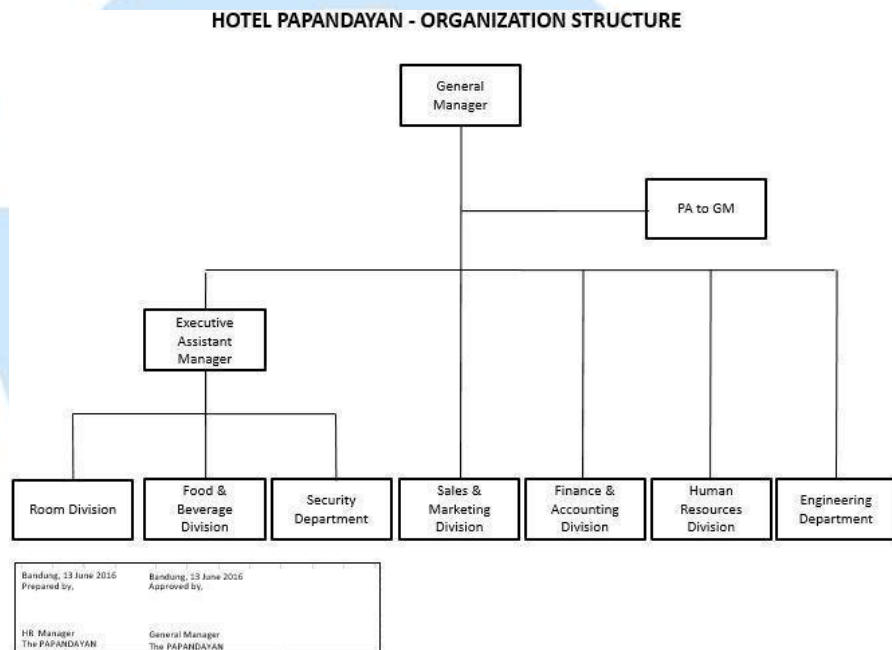
Keseluruhan tarikan garis dalam lambang tidak ada yang terputus, melambangkan keutuhan seluruh elemen (karyawan, pemilik, tamu, supplier) yang terlibat di dalam hotel ini. Segitiga luar melambangkan Gunung Papandayan sesuai dengan nama hotel. Kaki yang kokoh dan stabil menunjukkan kokohnya posisi hotel ini di masyarakat. Dua ulir terkait didalam segitiga melambangkan 'value' dan 'service culture' dari elemen hotel ini. Ulir dimulai dari dalam keluar dan menyatu ditengah, melambangkan bahwa sikap, perilaku, nilai dan budaya kerja seluruh unsur yang ada di hotel ini dimulai dari dalam keluar dan dipersembahkan bagi para tamunya.

Di ujung pertemuan dua garis ulir tersebut diatas muncullah pucuk bunga mekar sebagai perlambang atas 'customer experience' dari para tamu. Pengalaman konsumen yang selalu sangat baik akan menghasilkan kesetiaan (loyalty) para tamu kepada hotel ini. Mangkuk daun dengan dua garis keluar yang seimbang dan simetris, menopang pucuk bunga mekar dilambangkan sebagai 'A Balance in Life' yang mana hotel ini harus menjadi tempat dimana para tamu mendapatkan pengalaman yang sangat baik dan seimbang antara bekerja dan beristirahat.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

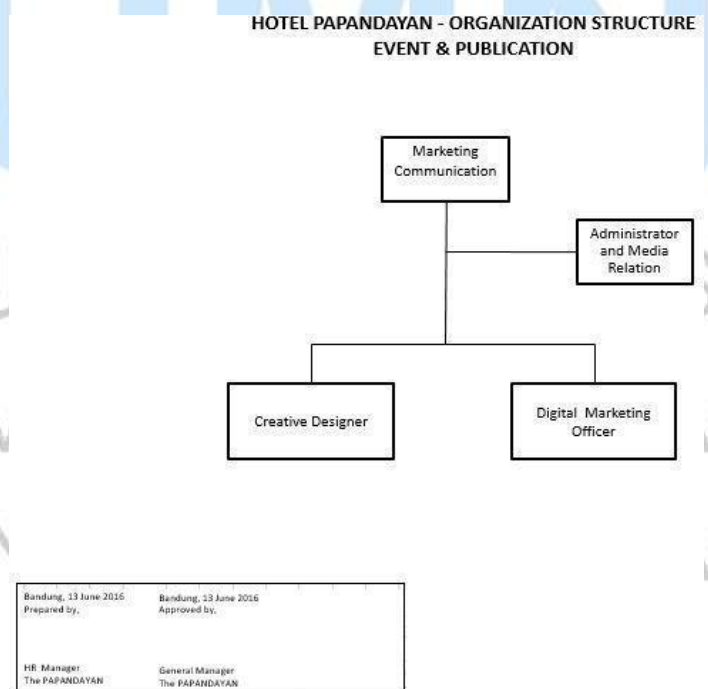
2.2 Struktur Organisasi The Papandayan

Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi The Papandayan



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021

Gambar 2.4 Bagan Struktur Divisi Event & Publication



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021

Struktur Organisasi The Papandayan memiliki beberapa departemen dan divisi diantaranya General Manager, Public Affairs to General Manager, Executive Assistant Manager, Room Division, Food & Beverage, Security Department, Sales & Marketing, Finance & Accounting, Human Resources dan Engineering. Penulis berada di Sales & Marketing Department pada divisi Marketing Communication. Penulis sering berkoordinasi dengan Departemen Room Division untuk memberikan *voucher* kamar dan Food & Beverage untuk mengetahui makanan dan minuman apa yang sedang tersedia atau mengusung tema tertentu juga kebutuhan konten-konten yang akan ditampilkan pada media sosial. Selama pandemi, The Papandayan tidak pernah mengurangi karyawan-karyawannya karena The Papandayan mencoba untuk tetap bertahan di tengah pandemi dengan melakukan beberapa inovasi baru yang memanfaatkan teknologi. Hal tersebut dikarenakan perilaku konsumen yang berubah seiring dengan perubahan gaya hidup, misalnya The Papandayan mengadakan The Papandayan International Jazz Competition dan The Papandayan Online Wedding Fair yang dilakukan secara daring. Situasi yang tidak memungkinkan untuk dilakukan di tengah pandemi, tetapi The Papandayan tetap berusaha memberikan yang terbaik kepada para konsumen dan calon konsumennya.

Struktur Organisasi The Papandayan pada Departemen Event & Publication yaitu Marketing Communication, Administrator & Media Relations, Creative Designer dan Digital Marketing Officer. Penulis berada di divisi Marketing Communication dengan tugas *Media Monitoring* beserta tugas tambahan lainnya yang berkorelasi dengan Digital Marketing dan Creative Designer. Tugas dan tanggungjawab masing-masing departemen berbeda-beda dan menjadi dua bagian yaitu *Back Office* dan *Front Office*. *Back Office* memiliki jam operasional kerja dari Senin – Jumat (Pukul 08.00 – 17.00 WIB) sedangkan *Front Office* ada yang 5 hari kerja dan 2 hari libur tetapi kemungkinan masuk di hari libur dan jam kerjanya lebih dinamis. *Front office* memakai seragam yang telah ditentukan sesuai dengan divisinya sedangkan *Back office* memakai batik, celana bahan/rok span dan sepatu pantofel.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis berada pada Departemen Sales & Marketing, divisi Marketing Communication. Di dalam Divisi Marketing Communication, terdapat 3 (tiga) bagian Marketing Communication, Creative Design dan Digital Marketing Officer. Masing-masing memiliki tugas dan tanggungjawab sebagai berikut:

1. Marketing Communication

Divisi Marketing Communication memiliki tugas dan tanggungjawab dalam mengomunikasikan pemasaran seperti kampanye, promosi, *event*, mempertahankan dan membangun reputasi dan bekerjasama yang baik dengan media. Sebelum melakukan komunikasi pemasaran, biasanya melakukan analisa/riset target market lalu dimasukkan ke dalam database dan dikomunikasikan. Selain itu, memiliki tanggungjawab untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen loyal sehingga tercipta Customer Loyalty yang mendatangkan profit perusahaan. Lalu, apabila terdapat masukan/kritik/saran yang masuk ke dalam Online Reputation Management, Marketing Communication yang akan menanganinya.

2. Creative Design

Creative Design memiliki tugas dan tanggungjawab untuk mendesain keperluan The Papandayan seperti *flyer*, *thumbnail*, *logo*, *video shoot/editing*, *photoshoot/editing* dan sebagainya sesuai kebutuhan dan permintaan dari mitra kerja The Papandayan.

3. Digital Marketing

Digital Marketing memiliki tugas dan tanggungjawab dalam melakukan pemasaran The Papandayan di media digital, iklan berbayar, dan pembuatan konten pemasaran di media sosial.