

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan, 2021

Hotel Santika Premiere ICE – BSD City merupakan hotel bintang 4 yang terletak pada ICE BSD City kota Tangerang, Banten. Hotel Santika Premiere ICE – BSD City merupakan salah satu hotel yang termasuk kedalam grup Santika Indonesia Hotels & Resorts. Grup tersebut merupakan salah satu grup hotel di Indonesia yang dikelola oleh PT. Grahawita Santika (Kompas Gramedia, perusahaan media terbesar di Indonesia). Hotel pertama yang didirikan oleh PT Grahawita Santika adalah Hotel Santika Bandung pada tahun 1981.

Santika Indonesia Hotels & Resorts ini menyediakan keramahan khas Indonesia di setiap kota yang terdapat cabang hotel. Hotel Santika Premiere ICE – BSD City ini berdiri sejak tahun 2015 tepatnya pada tanggal 18 Desember 2015. Pada awalnya PT Grahawita Santika berdiri untuk memulai dengan membeli perusahaan hotel kemudian melakukan renovasi dan menjadi rantai Hotel Santika.

Hotel Santika Premiere ICE – BSD City tidak hanya menawarkan penyewaan kamar, tentunya hotel ini juga menyediakan layanan penyewaan ruang meeting. Salah satunya adalah Santika 1, Santika 2, Santika 3, *Board Room*, dan juga *Ananta Lounge*. Sedangkan, Hotel Santika Premiere ICE – BSD City ini memiliki 285 ruang kamar yang siap disediakan untuk para tamu. Contoh-contoh ruangan yang disediakan bagi tamu adalah *Deluxe*, *Premiere*, *Executive Suite*, *Premiere Suite*, dan juga *Presidential Suite*.

## **2.2 Profil Perusahaan**

### **2.2.1 Lokasi Perusahaan**



Gambar 2. 2 Gedung Hotel Santika Premiere ICE - BSD City

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2021

Hotel Santika Premiere ICE – BSD City berlokasi di ICE, Jalan BSD Grand Boulevard, Tangerang Banten – Indonesia.

### **2.3 Visi dan Misi Perusahaan**

#### **2.3.1 Visi Perusahaan**

Hotel Santika ingin menjadi jaringan hotel pilihan utama yang terbesar di Indonesia dan tersebar di Asia Tenggara.

#### **2.3.2 Misi Perusahaan**

Menciptakan nilai lebih bagi Stake Holders dengan menyajikan produk bermutu, disertai pelayanan professional yang ramah dalam mewujudkan “Sentuhan Indonesia” sebagai citra Santika.

## 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

### 2.4.1 Struktur Perusahaan

Berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa Hotel Santika Premiere ICE – BSD City memiliki struktur organisasi yang dapat menjelaskan garis koordinasi tersebut. Maka dari itu, struktur organisasi dari Hotel Santika Premiere ICE – BSD City dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Hotel Santika Premiere ICE - BSD City

**Sumber: Data Perusahaan, 2021**

## 2.5 Landasan Teori

### 2.5.1 Manajemen

Menurut Harold Koontz dan Heinz Weihrich (2012) , Manajemen adalah sebuah proses penyusunan dan pemeliharaan lingkungan dimana individu-individu, bekerja secara bersama dalam suatu kelompok. Dengan upaya untuk memenuhi suatu tujuan secara efisien. Sedangkan menurut James A.F Stoner (2006), Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan juga pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Gordon (1976), Manajemen adalah sebuah metode yang digunakan oleh administrator untuk melakukan tugas-tugas tertentu dan mencapai tujuan tertentu. Manajemen menurut Sawaldjo Puspoprano (2006) adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi dengan bekerja bersama orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya.

Manajemen memiliki 4 fungsi dasar. Berikut adalah 4 fungsi dasar dari Manajemen:

1. *Planning* atau Perencanaan

Merupakan fungsi dasar dari Manajemen yang digunakan untuk menentukan apa tujuan dari organisasi tersebut dan memberikan keputusan untuk mendapatkan tujuan tersebut.

2. *Organizing* atau Pengorganisasian

Merupakan fungsi yang dilakukan dengan melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pekerjaan tersebut. Tentunya dalam melakukan fungsi ini, dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya adalah menentukan tugas apa yang harus dikerjakan dan divisi-divisi apa saja yang terlibat dalam pengerjaan tugas tersebut.

3. *Leading* atau Kepemimpinan

Fungsi ini merupakan sebuah fungsi yang digunakan untuk memberikan arahan kepada bawahan atau karyawan, memberikan pengawasan agar tugas-tugas atau goals yang direncanakan akan mencapai goals tersebut.

#### 4. *Controlling* atau pengawasan

Fungsi ini merupakan sebuah fungsi yang dilakukan untuk mengawasi segala proses bisnis yang ada agar sesuai dengan rencana pada awal serta sesuai dengan strategi yang telah dibuat pada awal.

### **2.5.2 Manajemen Pemasaran**

Manajemen Pemasaran atau *Marketing Management* adalah sebuah seni serta ilmu yang digunakan untuk melakukan pemilihan atau pemilahan sebuah *market* atau sasaran, mempertahankan, dan juga menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan *customer value* yang unggul (Kotler dan Keller, 2016).

Manajemen pemasaran adalah sebuah proses analisis, perencanaan, implementasi, dari sebuah perwujudan produk, harga, distribusi, serta promosi untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran sehingga dapat memenuhi tujuan dari pelanggan dan perusahaan (Tjahjaningsih & Soliha, 2015).

Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk melakukan perencanaan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (gurupendidikan, 2021).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran atau *Marketing Management* merupakan sebuah proses yang dilakukan atau sebuah usaha yang dilakukan untuk melakukan analisa terhadap pemilihan target *market* dari sebuah organisasi, melakukan perencanaan dan mengimplementasikan cara-cara yang sudah ditentukan untuk memenuhi sebuah tujuan dan membangun *customer value*.

### **2.5.3 Public Relation**

*Public Relation* menurut Coulsin-Thomas adalah sebuah usaha yang sudah direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, yang bertujuan untuk membangun serta mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakat. Coulsin-Thomas menyatakan bahwa *Public Relation* adalah sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi (gurupendidikan,2021).

Menurut (Cutlip dan Center,2019), *Public Relation* atau *PR* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap public, lalu mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, *PR* juga melakukan perencanaan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian serta dukungan dari publik.

*Public Relation* menurut (Edy Sahputra Sitepu,2011) adalah proses tatap muka atau hubungan antara kelompok-kelompok dalam suatu tatanan masyarakat. *Public Relation* merupakan sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

### **2.5.3 Tujuan Public Relation**

Menurut Jefkins (2003), tujuan dari adanya *public relation* adalah untuk mengubah citra umum yang ada pada mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Tujuan utama dari seorang *public relation* adalah untuk mempengaruhi perilaku orang secara individu ataupun kelompok saat saling berhubungan dengan cara melakukan dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap serta opini penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan (Kompasiana, 2014).