



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.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah singkat perusahaan

Swiss-Belhotel merupakan perusahaan yang mengelola operasional dari hotel, *resort*, pelayanan *residences*, *condotel*, serta properti lainnya. Didirikan semenjak tahun 1987, grup ini telah berkembang pesat di Indonesia, Malaysia, Filipina, Australia, Vietnam, dan kawasan Timur Tengah. Kini Swiss-Belhotel telah mendunia mengelola lebih dari 80 hotel dan *resort* mulai dari kelas atas maupun menengah ke bawah.

Peningkatan pengembangan hotel ini didukung oleh filosofi "*Passion and Professionalism™*" yang selalu diterapkan pada semua tingkat dari hotel tersebut. Hal ini juga didukung oleh komitmen dari perusahaan yang selalu menawarkan kenyamanan dan daya jual yang baik terhadap semua hotelnya.

Setiap properti dari PT Swiss-Belhotel International menawarkan keunikan sendiri dengan standarisasi kualitas internasional yang dikombinasikan dengan pelayanan dan nilai lokal. Perpaduan yang unik ini dipadukan dengan filosofi dari PT Swiss-Belhotel International yang membantu menciptakan kerjasama yang positif antara perusahaan, pemilik properti, dan investor.

Meskipun setiap hotel memiliki *owner* yang berbeda, namun manajemen dan operasional tetap dikelola diluar dari investor. PT Swiss-Belhotel International bekerja secara independen. Tujuan dari hal ini adalah agar hotel tetap berjalan secara profesional sehingga manajemen dan investor dapat bekerja sama dengan baik dalam mengoperasikan properti.



Gambar 2.1. Logo Swiss-Belhotel International

Logo dari Swiss-Belhotel memiliki filosofi serta nilai yang memproyeksikan perusahaan ini. Nama “Swiss” digunakan untuk merefleksikan asal dari pendiri perusahaan ini. Selain itu, negara Swiss selama ini menjadi kiblat dari industri perhotelan. Dengan ini diharapkan, Swiss-Belhotel dapat menjadi kiblat dari hotel-hotel dunia yang selalu berkomitmen profesional dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Belhotel merupakan singkatan dari “*Beautiful Hotel*”. Lewat singkatan ini, Swiss-Belhotel memiliki tujuan untuk menjadikan setiap proyeknya menjadi hotel yang indah serta menciptakan lingkungan yang tenang. Bentuk logo tersebut juga merefleksikan huruf S dan B sebagai huruf awal dari Swiss-Belhotel.

Warna merah dipilih untuk menggambarkan logo tersebut. Ini dikarenakan warna merah merupakan simbolisasi dari kesuksesan, kemakmuran, kebahagiaan, dan juga komitmen pelayanan bagi budaya Asia dan internasional. Sedangkan kombinasi warna putih dan merah merupakan kombinasi warna dari simbol negara Swiss.

Berikut visi dari Swiss-Belhotel International:

To be a leading international hotel and hospitality management group with a global reputation for commitment to management and service excellence, and where our Passion and Professionalism is the essence of the Swiss-Belhotel International brand.

Misi dari Swiss-Belhotel International adalah

To strengthen our goal to be the field leader in international management of hotels, resorts and serviced residences with our unique fusion of Swiss hospitality, professionalism and Asian passion and service. To maintain our policy of consulting with the property owners and investors in the day to day operation of the properties in order to ensure a harmonious and long-lasting partnership between the owners and Swiss-Belhotel International.

Berikut delapan nilai dasar yang dipegang oleh Swiss-Belhotel yaitu,

- *Passion & Professionalism*TM : selalu berlandaskan *passion* dan bersifat profesional dalam bekerja,
- *Exceeding Expectations* : memenuhi harapan dari semua *stakeholder*,
- *Multi-Domestic Network* : menjaga hubungan antara manajemen lokal dan manajemen internasional,
- *Transparency / Strong Communication / Accessibility* : mengutamakan komunikasi yang jujur, terbuka, dan selalu terhubung dengan semua *stakeholder*,
- *Affordability and Value* : menyesuaikan nilai dari produk dengan permintaan pasar,
- *Local Cultural Appreciation* : turut mengembangkan lingkungan lokal,
- *Environmental / Sustainable Focus* : turut mengembangkan lingkungan hidup,
- *Partnership* : bekerja sama selayaknya tim.

Esensi nilai yang menjadi prinsip dari Swiss-Belhotel International yakni:

- *Quality* : Swiss-Belhotel International selalu memberikan kualitas terbaik,
- *Hospitality* : memberikan pelayanan yang ramah dan hangat,
- *Simplicity* : mendapatkan kesenangan secara sederhana lewat Swiss-Belhotel International,
- *Discretion* : memberikan privasi dan kenyamanan kepada pengunjung,
- *Safety* : pengunjung berada di lingkungan yang selalu aman,

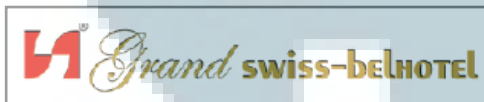
- *Wellness*: pengunjung akan selalu merasa santai, nyaman, dan *relax*,
- *Efficiency*: Swiss-Belhotel menawarkan efisiensi dengan membuat kelas-kelas yang detail.



Gambar 2.2. Corporate Brand Swiss-Belhotel International

Swiss-Belhotel memiliki *brand* yang mewakili basis operasional dari Swiss-Belhotel International. Logo tersebut merupakan logo dari operasional dan *collateral* perusahaan yang digunakan merupakan *brand* utama dari Swiss-Belhotel International.

Berikut *brand* yang dikelola oleh PT Swiss-Belhotel International:



Gambar 2.3. Logo Grand Swiss-Belhotel

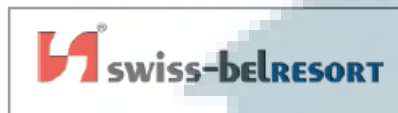
Grand Swiss-Belhotel merupakan hotel dengan segmen pasar kelas atas dengan klasifikasi standar bintang 5. Untuk proyek *brand* ini, hotel ditempatkan di pusat kota ataupun pusat tujuan wisata. Hotel ini menawarkan pelayanan personal yang bersifat mewah didukung oleh *design interior* serta perabotan yang mewah. Saat ini, *brand* Grand Swiss-Belhotel berjumlah sembilan dengan lima hotel yang telah beroperasi.



Gambar 2.4. Logo Swiss-Belhotel

Dengan standarisasi hotel bintang 4, Swiss-Belhotel berlokasi di pusat kota maupun daerah-daerah besar. Swiss-Belhotel mengukung arsitektur dengan kombinasi desain modern yang dipadukan dengan estetika lokal. Dengan didukung oleh desain *interior* dan perabotan yang kontemporer, *brand* hotel ini menawarkan kenyamanan dan keamanan kepada pengunjungnya. Saat ini

jumlah brand Swiss-Belhotel terdiri dari 22 hotel yang telah beroperasi dan 28 proyek.



Gambar 2.5. Logo Swiss-Belresort

Swiss-Belresort merupakan *brand* dari Swiss-Belhotel yang menjadikan konsep *resort* sebagai perkembangan dari produknya. Berbeda dengan Swiss-Belhotel, esensi *brand* ini lebih fokus kepada lokasi-lokasi yang merupakan kota wisata. Dengan kualifikasi hotel setaraf bintang 4, *brand* hotel ini menawarkan pengalaman kenyamanan dan keamanan.



Gambar 2.6. Logo Swiss-Belresidences

Dengan standar pelayanan hotel bintang 4, Swiss-Belresidence mengelola manajemen *residences*. Berbeda dengan konsep dari Swiss-Belhotel maupun Swiss-Belresort, brand ini mengelola konsep kediaman, seperti apartemen ataupun *condotel*. Hal lain yang membedakannya adalah fasilitas pelayanan makanan dan rekreasi yang terbatas.



Gambar 2.7. Logo Swiss-Belinn

Swiss-Belinn merupakan *brand* hotel dari Swiss-Belhotel International dengan klasifikasi hotel bintang 3. Hotel ini ditunjukan untuk kelas ekonomi dengan fasilitas hiburan yang terbatas. Konsep utama dari hotel ini adalah menjadi alternatif hotel yang praktis untuk pengunjung dengan pergerakan yang tinggi. Saat ini sebanyak 11 Swiss-Belinn beroperasi dan 10 proyek *brand* ini.

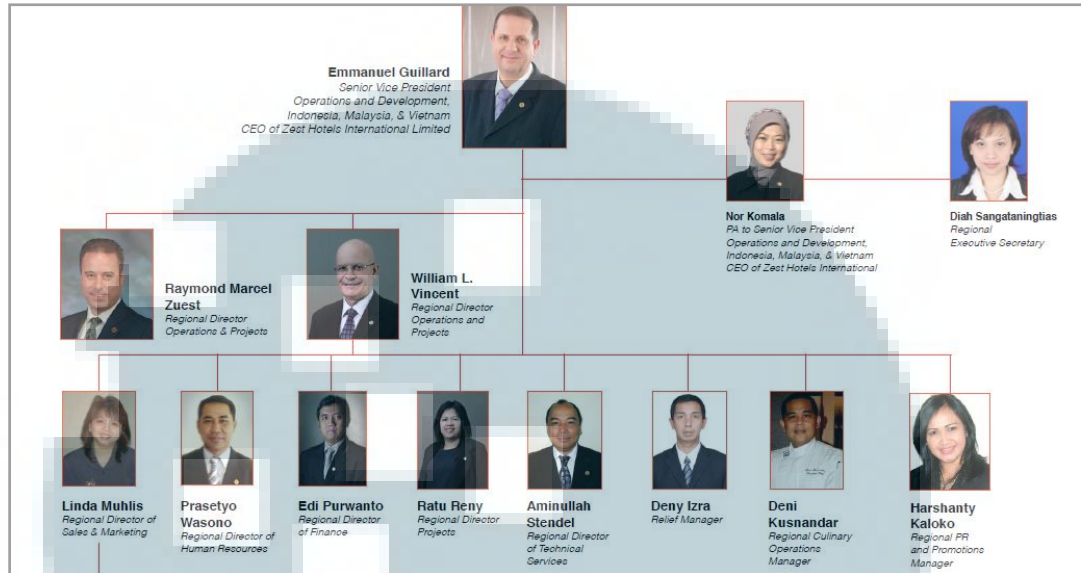


Gambar 2.8. Logo Zest Hotel

Dengan kualifikasi standar hotel bintang 2, Zest Hotel yang merupakan *brand* baru dari Swiss-Belhotel ini dikelola secara modern dan mengikuti perkembangan zaman. Meskipun fasilitas hiburan di hotel terbatas, Zest Hotel tetap mengusung nilai kenyamanan dan keamanan dengan harga yang relatif terjangkau. Saat ini jumlah proyek Zest Hotel sebanyak sembilan.



2.2. Struktur Perusahaan



Gambar 2.9. Struktur Perusahaan SBI regional Indonesia

Dalam struktur *top management* di Swiss-Belhotel International secara global, pembagian manajemen eksekutif dilakukan secara regional maupun lewat manajemen terpusat. Untuk divisi regional, pembagian dilakukan dengan membagi divisi pengembangan regional Indonesia, Malaysia, Vietnam; regional China dan Taiwan; regional Timur Tengah, dan regional Hongkong.

Untuk divisi-divisi tertentu terbagi menjadi manajemen terpusat seperti bagian manajemen dari kantor pusat Hong Kong, bagian finansial; bagian edukasi dan pelatihan; bagian *sales, marketing*, dan *communication* pusat; dan bagian teknologi informasi.

Penulis mendalami struktur perusahaan secara regional Indonesia (Gambar 2.3.) mengingat kerja magang ini dilakukan di wilayah tersebut. Posisi tertinggi dalam ruangan tersebut dipegang oleh *Senior Vice President Operations and Development*, dengan dibantu oleh *Regional Director Operations and Development*.

Manajemen dari Swiss-Belhotel International untuk regional Indonesia terbagi menjadi delapan divisi. Divisi-divisi tersebut antara lain:

- *Sales & Marketing* : menangani dalam bagian penjualan dan pemasaran dari properti.
- *Human Resources* : bertanggung jawab atas pengembangan sumber daya manusia dari SBI.
- *Finance* : bertanggung jawab atas pengelolaan finansial perusahaan.
- *Projects* : menangani bagian pengembangan atau ekspansi dari properti SBI.
- *Technical services* : bertanggung jawab dalam mendukung pelayanan teknis baik untuk proyek maupun properti yang sudah berjalan.
- *Relief manager* : bertanggung jawab untuk mengisi kekosongan jabatan GM untuk properti selama berberapa waktu.
- *Culinary Operations manager* : bertanggung jawab atas F&B dari operational hotel.
- *PR & Promotional* : bertanggung jawab dalam aktivitas PR maupun kegiatan promosi dari properti.

PT Swiss-Belhotel International memberikan pelayanan dalam berbagai aspek manajemen operasional hotel, *resort, condotel, serviced residences*, maupun manajemen properti. Pelayanan ini mencakup manajemen pengembangan proyek dan pelayanan teknis (*project development management – technical service*), manajemen hotel (*hotel management*).

Pelayanan lain yang diberikan sebagai penunjang operasional hotel antara lain *sales support, sales representation*, pelayanan reservasi (*reservation services*), pelayanan finansial (*financial services*), auditorial hotel (*hotel auditing*), teknik & pelayanan teknis (*engineering & technical services*), edukasi dan pelatihan (*education, training & learning development*), pelatihan berbasis pelayanan kamar (*training and development services housekeeping*).

Dalam *Project Development Management and Technical Services*, PT Swiss-Belhotel International membantu dalam mengoordinasikan dan mengimplementasikan aktivitas teknis dan *design* selama pengembangan properti maupun fase pra pembukaan. Dalam proses perencanaan, pemilik hotel serta investor akan berdiskusi membahas mengenai perancangan proyek yang akan ditangani oleh tim *project*.

PT Swiss-Belhotel sebagai perusahaan manajemen hotel menyediakan semua pendukung dari operasional dan teknis hotel. Hal ini termasuk program *marketing* dan *sales*, finansial, *Public Relations*. PT Swiss-Belhotel turut serta berpartisipasi mulai dari proses pembangunan sampai dengan operasional hotel tersebut berlangsung.

Dalam *marketing services*, PT Swiss-Belhotel International mengatur proses perencanaan, implementasi, serta pengawasan aktivitas pemasaran. Aktivitas pemasaran ini termasuk reservasi, *Public Relations*, periklanan, produksi *collateral*, serta penelitian mengenai pasar. Aktivitas pemasaran ini dilakukan demi menunjang *brand* hotel agar sesuai dengan *brand* perusahaan.

Dalam membantu proses penjualan (*sales support*), PT Swiss-Belhotel International turut serta dalam proses perencanaan, pengawasan, serta implementasi dari aktivitas penjualan tersebut. Hal ini termasuk membentuk tim *sales*, turut serta dalam konferensi *sales*, maupun merekrut *sales* dan mengawasi hasil penjualan dari setiap hotel.

Dalam mewakili aktivitas penjualan, PT Swiss-Belhotel International mendukung dengan cara menyediakan *sales executives* untuk melakukan penawaran kerjasama dengan biro perjalanan (*travel agencies*), perusahaan, dan maskapai penerbangan. Penawaran kerja sama ini dengan tujuan melakukan kontrak kerja sama dengan pihak-pihak tersebut yang akan menunjang proses penjualan. Untuk menunjang proses penjualan tersebut, Swiss-Belhotel International memberikan pelayanan reservasi.

PT Swiss-Belhotel International juga menyediakan pelayanan finansial. Hal ini termasuk proyeksi finansial, sistem akuntansi, pemeriksaan keuangan internal, proses pengelolaan data, manajemen keuangan serta pengawasannya.

Hal lain adalah *hotel auditing* yang dilakukan untuk mengawasi operasional dari setiap departemen dari hotel, termasuk kebijakan maupun prosedur pelayanan dari hotel. Hal ini dilakukan untuk memastikan operasional hotel tersebut berjalan sesuai dengan standar yang berlaku.

Swiss-Belhotel International juga memberikan edukasi, pelatihan, dan pendidikan (*Education, Training & Learning Development*) yang membantu dalam mengembangkan sumber daya manusia yang menunjang operasional hotel.

Hal ini termasuk juga pelatihan terhadap personel operasional hotel (*Housekeeping Training and Development Services*) agar tetap sesuai dengan standarisasi operasional dari Swiss-Belhotel International.

Dari struktur organisasi tersebut terlihat bahwa PR berdiri secara independen (memiliki divisi sendiri). Namun, dalam pelayanan yang diberikan oleh Swiss-Belhotel, PR termasuk sebagai bagian dari pendukung aktivitas *Sales & Marketing*. Ini berarti esensi dari kegiatan PR tersebut memang ditunjukkan untuk mendukung aktivitas penjualan dan pemasaran perusahaan.

Bila ditelaah dari struktur organisasinya, PR berada di bawah pengawasan *Vice President* secara langsung. Ini berarti perusahaan telah menyadari peran PR akan membantu aktivitas dari perusahaan. Meskipun berberapa pihak kerap melihat tumpang tindih dari peran PR dan *marketing*, namun *overlap* tersebut dapat diselesaikan dengan berkoordinasi bersama untuk mencapai tujuan perusahaan.

Alur bisnis dari perusahaan ini diawali lewat *project* yang telah disepakati lewat berberapa negosiasi dari *owner*, *Vice President*, dan divisi *project* maupun *engineering*. Berberapa pertemuan dan perundingan perlu dilakukan antara pihak perusahaan dan *owner* untuk membicarakan properti tersebut.

Keikut-sertaan PR dalam proses perencanaan dimulai ketika *project* secara resmi diterima oleh perusahaan. Sebagai tanda resminya *project* dipercayakan kepada Swiss-Belhotel International sebagai pengelola, *owner* dan *Vice President* sebagai wakil perusahaan akan menyepakati kontrak (MOU). Dalam kesempatan ini, PR turut serta dalam memberikan *souvenir* resmi dari SBI sebagai tanda kerjasama.

Setelah kesepakatan kontrak telah didapatkan, PR turut serta dalam proses perencanaan. Dalam proses perencanaan ini, PR turut serta dalam membuat strategi komunikasi, baik strategi komunikasi untuk operasional maupun dalam perumusan perencanaan pembukaan properti (*launching*), merekomendasi *corporate identity*, serta merumuskan iklan dari properti.

Strategi komunikasi untuk operasional tersebut diartikan sebagai pengenalan alur komunikasi antara *regional office* dengan operasional dari hotel dan pelatihan terhadap PR pada properti baru tersebut. Setiap *Public Relations* dan *General Manager* untuk properti baru tersebut perlu diberikan pelatihan untuk lebih memahami kerangka kerja dan alur komunikasi dari Swiss-Belhotel International.

Strategi yang termasuk dalam proses perencanaan lainnya adalah merumuskan perencanaan pembukaan properti (*launching*). Dalam hal ini, PR menyiapkan beberapa strategi, seperti menyiapkan *collateral* maupun *releases*, serta *event* untuk *launching* tersebut. *Collateral* (seperti brosur maupun *factsheet*) tersebut bermanfaat sebagai media komunikasi pemasaran yang menyediakan informasi tentang properti. Sedangkan *releases* berfungsi sebagai media komunikasi kepada media massa untuk mendapatkan publikasi lewat acara *launching* tersebut.

Perencanaan lain yang perlu dirumuskan oleh PR adalah rekomendasi untuk *corporate identity* dari proyek tersebut. *Corporate identity* ini termasuk pada nama, logo, lambang, warna serta *collateral* yang menjadi pengenal dari

properti. Hal ini perlu diperhatikan mengingat identitas merupakan faktor pembeda dari properti milik Swiss-Belhotel International dengan hotel lain.

Hal lain yang juga menjadi fokus perencanaan dari *pre-operational* hotel adalah terkait dengan iklan. Iklan yang menjadi salah satu strategi dari komunikasi pemasaran untuk *launching* diserahkan oleh PR. Materi iklan tersebut diciptakan dengan standarisasi dari CIM (*corporate identity manual*). Pesan dari materi iklan tersebut harus menceritakan ciri khas dari proyek tersebut dan menciptakan *awareness* terhadap pembukaan properti baru.

Setelah operasional dari properti telah berlangsung, tugas PR adalah menjalankan pengawasan terhadap properti tersebut. Pengawasan dilakukan agar praktik komunikasi baik secara tertulis maupun lisan tetap berjalan sesuai dengan standarisasi dan nilai dari perusahaan. Hal lain adalah menguatkan identitas perusahaan lewat bentuk komunikasi tertulis dari properti, seperti iklan, *flyer*, maupun publikasi.

Meskipun divisi PR secara independen berada di divisi sendiri, namun dalam praktiknya peran PR di perusahaan ini adalah sebagai penunjang kegiatan penjualan dari perusahaan. Berbeda dengan strategi penjualan dari *sales & marketing* yang bersifat *hard selling*; strategi dari PR tersebut membantu peningkatan angka penjualan dari properti lewat pendekatan yang lebih halus, misalnya saja lewat proyeksi citra perusahaan.

Lewat struktur organisasi maupun fungsi dan peran *Public Relations* dari kantor perwakilan Swiss-Belhotel International regional Indonesia, peran *Public Relations* bermanfaat dalam mendukung aktivitas penjualan dan pemasaran dari properti-properti Swiss-Belhotel International.