



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 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Aryaduta Jakarta adalah sebuah hotel berbintang lima taraf lokal yang berada di pusat ibukota Jakarta. Hotel ini dibangun pada tahun 1971 dengan maksud untuk menarik investor dari luar dan mendorong perekonomian Indonesia. Dengan masa konstruksi selama tiga tahun lamanya, hotel mulai dibuka pada tahun 1974, di sahkan oleh mantan Presiden Soeharto dan diberi nama “*The Ambassador Hotel*”. Hotel yang pada saat itu memiliki total kamar sebanyak 216 kamar, merubah namanya dari “*The Ambassador Hotel*” menjadi menjadi “*Hyatt Aryaduta Hotel*” diikuti dengan tanda tangan kontrak kerjasama antara PT Aryaduta Tbk dengan *Hyatt International* dimana kontrak tersebut memberikan izin kepada pihak *Hyatt International* untuk mengelola Hotel untuk beberapa tahun kedepan.



Pada tahun 1985 bangunan baru di buat disebalah barat bangunan utama dan diberi nama “*The Ambassador Wing*” dan memiliki total 115 unit kamar hotel dengan tipe yang berbeda. Pembangunan gedung sayap baru ini kemudian diresmikan pada tahun 1986 (dalam jangka waktu satu tahun konstruksi) dan dihadiri oleh Ibu Tien, istri dari mantan presiden Soeharto. Dengan adanya penambahan gedung sayap tersebut, *Hyatt Aryaduta Hotel* memiliki total 331 unit kamar hotel.

Pada tahun 1990, *Hyatt Aryaduta Hotel* mendapatkan *rating* Hotel Bintang Lima dan AAA *One-Diamond Rating*. Mengikuti puncak karirnya, dan dengan beberapa pertimbangan, Hotel bersepakat untuk mengganti namanya menjadi “*The Aryaduta Jakarta*” pada tahun 1991. Setelah melayani publik dan pelanggannya selama hamper 10 tahun lamanya, pada tahun 1995,

Hotel mendapatkan penghargaan “Adikarya Wisata Award 1994” atas pelayanan terbaiknya dan fasilitas nya. Menyusul di tahun yang sama, *The Aryaduta Jakarta* bersepakat untuk mengganti namanya menjadi “*Aryaduta Hotel Jakarta*”.

Pada tahun 1997, Lippo Group membeli saham dari *The Aryaduta Hotel Jakarta* yang dimiliki oleh PT. Hotel Prapatan Tbk. Di tahun 2000, Lippo Group membeli saham dari PT Hotel Prapatan Tbk, dan atas pembelian saham ini Lippo Group memegang kendali penuh terhadap Hotel Aryaduta Jakarta. Pergantian kepemilikan dan penyelesaian kontrak menjadikan perubahan nama PT Aryaduta Hotel Tbk menjadi PT Lippo Karawaci Tbk. Sampai pada tahun 2011, selama delapan tahun lamanya, hotel ini menamai dirinya “*The Aryaduta Hotel Jakarta*”. Dan kembali mengganti namanya menjadi “*Hotel Aryaduta Jakarta*”. Pada pertengahan tahun 2016, hingga saat ini, Hotel pun mengganti namanya sekali lagi menjadi “*Aryaduta Jakarta*”.

Perubahan nama dari Hotel ini sendiri tentunya juga merubah beberapa unsur yang ada didalamnya, seperti : desain dan logo perusahaan. Beberapa pergantian logo yang terjadi, dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Nama	Logo
<p style="text-align: center;">Aryaduta Hotel Jakarta</p>	
<p style="text-align: center;">The Aryaduta Hotel Jakarta</p>	

<p>Hotel Aryaduta Jakarta</p>	<p style="text-align: center;">HOTEL ARYADUTA JAKARTA <small>A Touch of Luxury</small></p>
<p>Aryaduta Jakarta</p>	<p style="text-align: center;">HOTEL ARYADUTA JAKARTA ARYADUTA JAKARTA</p>

Tabel 2.1 Perubahan Logo Aryaduta Jakarta
Sumber : Aryaduta Jakarta

2.1.2 Visi Perusahaan

Visi dari Aryaduta Jakarta adalah “*to create globally competitive, Iconic Indonesian Hotel Brand*”. Aryaduta Jakarta ingin menjadikan dirinya sebuah hotel brand yang menjadi ikon bagi Indonesia dan dapat bersaing di dunia perhotelan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Aryaduta Jakarta sebagai salah satu hotel yang memiliki visi menjadi hotel ikonik di Indonesia, tentunya memiliki nilai dasar dari pelayanan dan perusahaan yang dapat mendorong hotel untuk mewujudkan visinya. Ada lima nilai utama yang dianut oleh Aryaduta Jakarta dan Aryaduta Hotels dalam pelayanannya, antara lain :

1. *Integrity above all*

Aryaduta Jakarta menjunjung tinggi nilai integritas yang ada di dalamnya, terutama integritas informasi dan komunikasi baik antar departemen ataupun sesama kolega.

2. *Invest in Knowledge & Innovation to drive value to all stakeholders*

Aryaduta Jakarta selalu memberikan pengetahuan lebih kepada para *stakeholder*-nya baik internal ataupun eksternal. Aryaduta Jakarta juga ingin menanamkan pengetahuan dan inovasi yang dapat bermanfaat bagi seluruh karyawannya. Aryaduta Jakarta juga melakukan inovasi baik kepada sistem ataupun pelayanan yang diberikan.

3. *Show Empathy to All*

Aryaduta Jakarta tidak sekedar memberikan simpati kepada pelanggan, rekan kerja dan masyarakat sekitar, tetapi merasakan empati. Dengan begitu pelayanan yang diberikan tetap berkualitas dan memuaskan.

4. *Consistency deliver a Unique Experience to our guests and patrons*

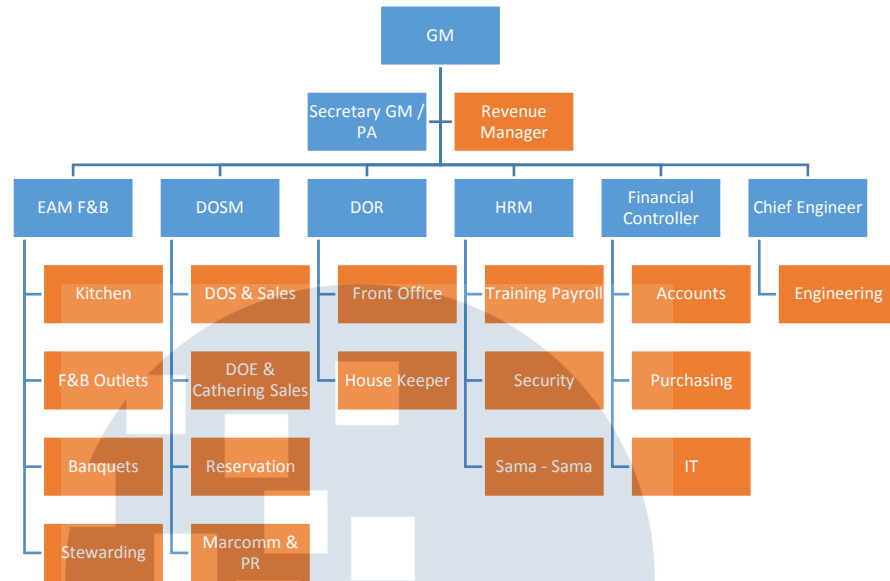
Aryaduta Jakarta selalu menjanjikan dan konsisten untuk memberikan pengalaman unik di setiap pelayanan yang diberikannya.

5. *Create Friendly and Fun Environments for our teams and guests*

Aryaduta Jakarta selalu berusaha menciptakan lingkungan yang bersahabat dan menyenangkan untuk pelanggannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.4 Struktur Organisasi Keseluruhan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

Sumber : Aryaduta Jakarta

Struktur organisasi Aryaduta Jakarta dapat dilihat pada **Gambar 2.1** diatas. Dapat dilihat ada gambar, terdapat enam departemen berbeda yang memiliki peran dan tanggung jawab sebagai berikut :

a. Departemen *EAM F&B*

Departemen *F&B* bertanggung jawab atas segala kualitas dan jenis makanan yang ada di Aryaduta Jakarta. Mulai dari bahan masakan, proses pembuatan, hingga pada rasa makanan yang disajikan. Selain itu, direktur *F&B* saat ini juga merangkap sebagai *Executive Assistant Manager* (EAM) yang bertanggung jawab untuk menggantikan posisi sementara ketika posisi *General Manager* tidak ada.

b. Departemen *Sales & Marketing*

Departemen *Sales & Marketing* bertanggung jawab atas segala bentuk perencanaan sampai pada penjualan jasa serta produk yang disediakan dan ditawarkan oleh hotel. Selain itu, departemen ini juga bertanggung jawab atas pembuatan dan berjalannya promosi, pembuatan iklan dan publikasi, pembuatan *event* dan *special event*, peningkatan *revenue*, serta peningkatan *occupancy* setiap harinya.

c. Departemen *House Keeping & Room*

Departemen ini bertanggung jawab atas berjalannya semua kelancaran operasional dari pelayanan pelanggan, pelayanan *valet*, *concierge*, serta pelayanan yang bersangkutan dengan kamar pelanggan seperti *housekeeping*, *laundry*, dan seragam.

d. Departemen *Human Resources*

Departemen *Human Resources* bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia seperti perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan sumber daya manusia termasuk pengembangan kualitasnya dengan pedoman peraturan perusahaan. Selain itu, *HR* juga bertanggung jawab atas kegiatan *hiring* dan *firing*.

e. Departemen *Finance*

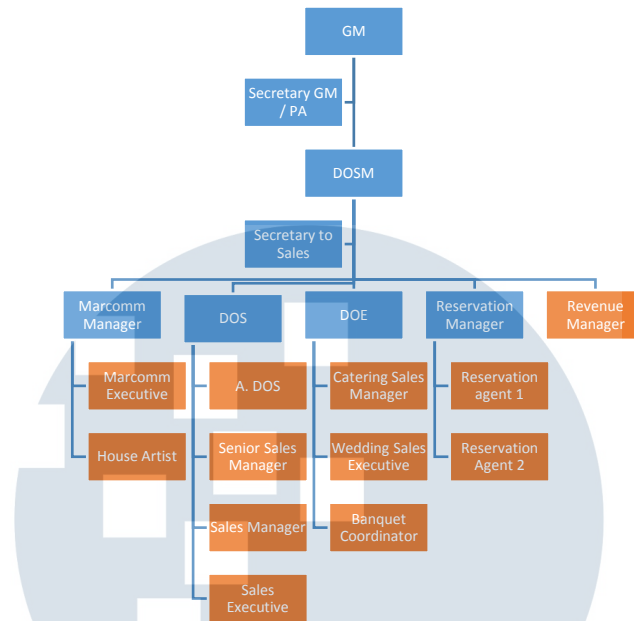
Departemen *finance* bertanggung jawab untuk mengatur pemasukan dan pengeluaran uang dari hotel. Selain itu, departemen *finance* juga bertugas untuk menganalisis, melaporkan, dan meng-*audit* segala sesuatu yang berhubungan dengan performa perusahaan terutama masalah finansial.

f. Departemen *Engineering*

Departemen *engineering* bertanggung jawab mengatur jalannya sistem dan fasilitas perusahaan. Mulai dari AC, ketersediaan air, mesin-mesin yang ada di hotel, dan kesempurnaan fasilitas di tiap kamar.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Divisi Terkait

Sumber : Aryaduta Jakarta

Divisi Departemen *Sales & Marketing* di bagi menjadi 4 bagian besar, yaitu : Divisi *Marketing Communication*, *Sales*, *Event*, dan *Reservation*. Sedangkan *Revenue Manager* di Aryaduta Jakarta seharusnya memiliki divisi tersendiri, tetapi untuk saat ini, berada di bawah naungan divisi *sales & marketing* dengan arus pelaporannya tetap diserahkan langsung kepada *GM*.

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Communications*. *Marketing Communications* bertugas untuk memberikan informasi kepada konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung agar sesuai dengan target sasaran dengan tujuan meningkatkan nama *brand* atau *profit*.

Divisi *Marketing Communications* dapat dibagi lagi menjadi 2 sub divisi, yaitu *marketing communications* dan *house artist* atau yang lebih sering disebut dengan *graphic designer*. *Marketing communications* bertanggung jawab untuk melakukan promosi untuk melakukan penjualan produk yang sifatnya jangka pendek ataupun jangka panjang. Selain itu, pembuatan iklan, pemasaran langsung melalui telepon atau e-mail, penjualan

pribadi atau bertatap muka langsung dengan pelanggan, dan menjalin hubungan dengan pihak lain seperti pembuatan kerja sama atau sponsorship, merencanakan desain pembuatan *flyer*, *e-card*, dan sebagainya juga menjadi fungsi dari *marketing communications*. Beberapa fungsi *marketing communications*, dalam pelaksanaannya dibantu oleh *sales*.

Sub divisi *house artist* atau *graphic designer* bertanggung jawab untuk membuat segala macam bentuk desain yang diminta baik oleh divisi *marketing communications* itu sendiri ataupun divisi dari departemen lainnya termasuk proses pencetakannya. *House artist* juga memiliki tanggung jawab atas pembuatan promosi online dan offline bersama dengan *Marketing Communications* dan mengembangkan semua material desain melalui online, media iklan cetak, logo dan website seperti yang tertera pada *guideline* dan diselesaikan dengan detail dan ketentuan waktu yang ada.

