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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB 2

GAMBARAN PRIME PLAZA HOTELS & RESORTS

2.1. Tinjauan Umum dan Sejarah Perusahaan

Pada tanggal 1 April 2003, sebuah *brand* hotel berbintang empat baru diperkenalkan di Indonesia, Prime Plaza Hotels & Resorts. *Launching* disertai juga dengan kampanye periklanan "*Same Smile, New Name & Even Better Service*", grup Prime Plaza Hotels & Resort langsung masuk ke dalam pasar perhotelan dengan membawa komitmen dan berfokus pada pengalaman yang siap disajikan kepada klien dan konsumennya.

Lima properti pertama dari Prime Plaza Hotels & Resorts merupakan lima properti yang sebelumnya berada di bawah manajemen Radisson Hotels & Resorts Indonesia. Pada 1 April 2003 kelima properti tersebut resmi berpindah ke bawah manajemen Prime Plaza Hotels & Resort. 5 properti pertama tersebut adalah:

1. Sanur Paradise Plaza Hotel (sebelumnya Radisson Bali Hotel)
2. Sanur Paradise Plaza Suites (sebelumnya Radisson Bali Suites)
3. Surabaya Plaza Hotel (sebelumnya Radisson Surabaya Plaza Hotel)
4. Jogjakarta Plaza Hotel (sebelumnya Radisson Yogya Plaza Hotel)
5. Kota Bukit Indah Plaza Hotel (sebelumnya Radisson Bukit Indah Hotel)

Tanggal 19 Juli 2007 diselenggarakan kerja sama antara Prime Plaza Hotels & Resorts dengan Metropolitan Golden Management (MGM) yang merupakan pemilik dari Horison Hotels. Persetujuan ini dilaksanakan melalui aliansi pemasaran yang dinamakan Hotel Marketing Alliance.

Sejak terjadinya perpindahan manajemen sampai sekarang, Prime Plaza Hotels & Resorts sudah menambahkan 3 properti baru, yaitu:

1. Bali Dynasty Resort
2. Amadea Resort & Villas
3. PrimeBiz Kuta

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Hingga saat ini Prime Plaza Hotels & Resorts memiliki 8 properti yang tersebar di Jawa dan Bali. Tiga properti yang terletak di Jawa adalah Kota Bukit Indah Plaza Hotel, Surabaya Plaza Hotel, dan Jogjakarta Plaza Hotel. Sedangkan lima properti lain yang terletak di Bali adalah Bali Dynasty Resort, Sanur Paradise Plaza Hotel, Sanur Paradise Plaza Suites, Amadea Resort & Villas, dan PrimeBiz Kuta.

2.2. Identitas Prime Plaza Hotels & Resorts

Gambar 2.1.

Logo Perusahaan Prime Plaza Hotels & Resorts

Seperti terlihat pada gambar, berikut adalah logo perusahaan Prime Plaza Hotels & Resorts. 2 'P' tersebut memiliki 2 warna yang berbeda yaitu biru dan hijau. Warna biru yang digunakan di 'P' yang pertama menggambarkan warna langit dan laut dalam. Warna biru juga merupakan warna yang menyimbolkan ketenangan dan mewakili profesionalisme dan ketulusan. Sedangkan warna hijau yang digunakan menyimbolkan warna alam yang mewakili kesan *well being* dan keharmonisan.

2 'P' tersebut bisa dilihat juga menyerupai 2 pohon. Pohon disini digunakan untuk menggambarkan pertumbuhan yang tiada henti untuk menuju kesempurnaan. Sedangkan penempatan 2 'P' tersebut juga memiliki arti. Penempatan P yang pertama yang berwarna biru gelap berada di belakang P yang kedua yang berwarna hijau yang warnanya lebih cerah. Maksud dari penempatan tersebut yaitu untuk menggambarkan langkah Prime Plaza untuk menuju masa depan yang lebih cerah.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Logo perusahaan yang membentuk “PP” bisa dilihat juga sebagai payung yang menaungi nama grupnya, “Prime Plaza Hotels and Resorts”. Selain logo di atas juga terdapat logo property hotel atau “Hotel Property’s Logo”.

2.3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Prime Plaza Hotels & Resorts adalah P R I M E yang merupakan kepanjangan dari *People Responsible Individually for Managing Excellence*. Melalui visinya Prime Plaza Hotels & Resorts menggambarkan kepercayaan perusahaan terhadap orang-orang yang berada di dalamnya dan berusaha memberdayakan mereka untuk mengambil tanggung jawab dalam rangka memastikan keinginan atau harapan dari setiap tamu bisa terlampaui.

Sedangkan misi dari Prime Plaza Hotels & Resorts adalah, “*Commitment to growth and expansion through its people*.” Yang menggambarkan komitmen Prime Plaza Hotels & Resorts terhadap pertumbuhan dan perluasan perusahaan melalui orang-orang di dalam lingkungan Prime Plaza Hotels & Resorts.

2.4. Filosofi

Filosofi dari Prime Plaza Hotels & Resorts adalah “*Yes, We Care*”. Dalam bahasa Indonesia berarti “Ya, Kami Peduli”, memastikan tidak hanya terhadap pencapaian dari objektif dan tujuan perusahaan, tapi juga kepada sukses dan bertumbuhnya Prime Plaza Hotels & Resort.

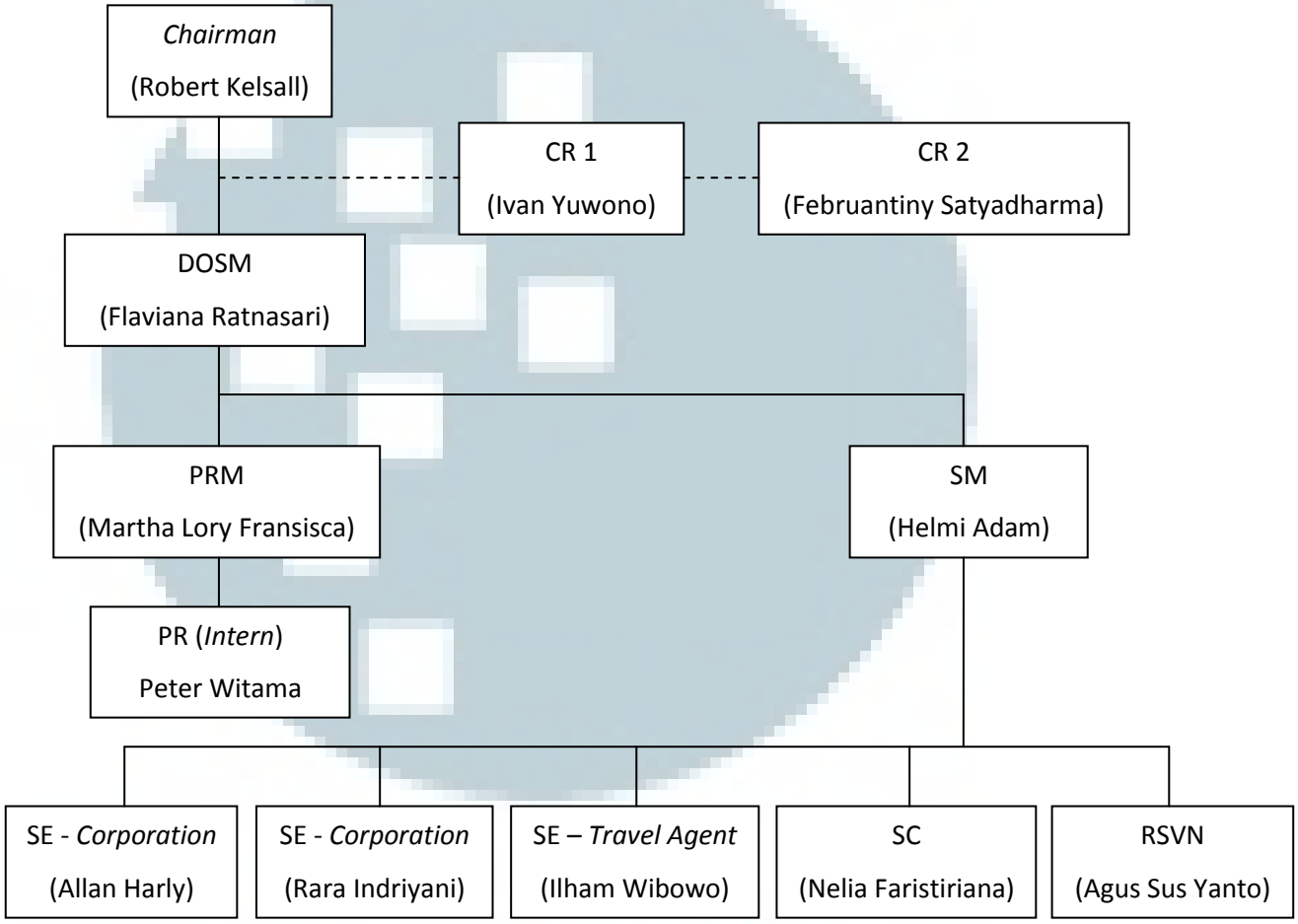
Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

2.5. Struktur Organisasi

Demikian struktur organisasi di Jakarta Sales Office, Prime Plaza Hotels & Resorts:

Tabel 2.1

Struktur Organisasi Prime Plaza Hotels & Resorts



Sumber: *Public Relation Manager*

Keterangan

CR : *Chairman Representative*

DOSM : *Director of Sales and Marketing*

PRM : *Public Relation Manager*

SM : *Sales Manager*

SE : *Sales Executive*

SC : *Sales Coordinator*

RSVN : *Reservation*

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

2.6. Job Description

2.6.1. Director of Sales and Marketing

Mengatur dan bertanggung jawab untuk mengembangkan aktivitas pemasaran dan penjualan dengan mengembangkan strategi dan mengimplementasikan program baru untuk mencapai sasaran bulanan dan tahunan.

Tugas dan tanggung jawab:

- Menyiapkan anggaran pemasukan dan pengeluaran
- Merencarakan dan merancang strategi pemasaran dan penjualan
- Membagi segmen pasar kepada *sales person*
- Menganalisa bisnis yang aktual dan potensial
- Mengontrol sistem AMP, aktivitas penjualan, dan *rate* harga
- Mengadakan pertemuan untuk peninjauan
- Mengeluarkan laporan prakiraan dan laporan bulanan
- Mengontrol aktivitas *Public Relation*
- Pengetahuan mengenai produk
- Pemecahan masalah
- Promosi dan periklanan
- Melakukan riset aktivitas kompetitor
- Mengadakan kampanye penjualan
- Mengelola peranan *Human Resource*
- Melatih dan mengembangkan karyawan
- Menganalisa pasar
- Penanganan tim

2.6.2. Public Relation Manager

Merencanakan, mengembangkan, dan menaksir informasi dan strategi komunikasi yang menyampaikan mengenai perusahaan kepada publik, rekan, klien, dan stakeholders lainnya. *Public Relation* juga menyediakan dan mendorong promosi yang positif dan alur informasi yang diperlukan di dalam Prime Plaza Hotels & Resorts.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Tugas dan tanggung jawab:

- Merespon permintaan akan informasi dari media atau menunjuk spokeperson lain maupun sumber informasi yang layak
- Melakukan riset, penulisan, dan mendistribusikan siaran pers kepada media yang ditargetkan
- Memelihara dan memperbarui *website* Prime Plaza Hotels & Resorts bagian "What's New"
- Memproduksi brosur, flyer, video promosi, foto dan program multimedia
- Membangun dan mempertahankan relasi yang kooperatif dengan para stakeholder
- Membina hubungan komunitas melalui kegiatan CSR
- Kampanye periklanan
- Memelihara database
- Menyediakan laporan bulanan dan *media impression*
- Mengkoordinasikan pengiriman *e-mail* masal untuk *newsletter* bagi internal maupun eksternal
- Mengetahui peraturan perusahaan terkait metode pembayaran kepada pemasok

2.6.3. Sales Manager

Mengembangkan bisnis dan menjalankan aktivitas penjualan di pasar yang telah ditentukan dengan kepemimpinan yang bertujuan untuk mencapai hasil yang menguntungkan dan bertumbuh sesuai dengan visi dan nilai-nilai perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab:

- Melakukan kontrak
- Menangani dan memperbarui AMP (*Account Management Program*)
- Menjaga klien potensial dengan melakukan kunjungan, telemarketing, dan lainnya
- Menindaklanjuti *leads* untuk klien dan memperbarui ke bagian penjualan properti

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

- Melakukan *entertain*
- Laporan mingguan
- Laporan bulanan
- Pemecahan masalah
- Mengadakan pelatihan ke bagian yang dibawahi
- Melatih dan mengembangkan karyawan
- Mengikuti *Domestic Trade Show*

2.6.4. Sales Executive

Bertanggung jawab untuk menciptakan ketertarikan terhadap properti yang dimiliki perusahaan. *Sales Executive* bisa mewakili satu maupun lebih *brand* maupun properti yang ada. Dengan memberikan pengetahuan dan informasi sales berupaya untuk merubah pihak tertentu manjadi prospek dan selanjutnya menjadi konsumen. Sales juga memperhatikan bagian *after-sales*.

Tugas dan tanggung jawab:

- Memahami permintaan konsumen dan menyajikan penjelasan yang layak untuk mendapatkan penjualan
- Mempertahankan dan mengembangkan hubungan dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung
- Merencanakan pertemuan dengan konsumen potensial
- Menanggapi pertanyaan melalui telepon maupun *e-mail*
- Bernegosiasi untuk mencapai persetujuan dan menutup penjualan
- Mewakili perusahaan dalam pameran maupun acara-acara
- Membuat proposal detail untuk penawaran kepada konsumen yang memiliki prospek
- Mencatat informasi penjualan dan pemesanan, mengirim ke kantor penjualan maupun memasukan di sistem komputer.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

2.6.5. Sales Coordinator

Bertugas untuk mendukung dan mengatur administrasi Tim *Sales* dan memastikan Tim *Sales* berhasil mendapatkan keterangan mengenai MICE (*Meeting, Incentives, Conferencing, Exhibitions*).

Tugas dan tanggung jawab:

- Mengatur pertemuan
- Melakukan *telemarketing*
- Melakukan *courtesy call*
- Menyiapkan *quotation*
- Melakukan *profiling*
- Memelihara *database*
- Memperbarui *contract rate*
- Mengontrol *Servicing Plan* dari Sales
- Mengontrol sistem AMP
- Mendata MICE yang diterima maupun tidak

2.6.6. Reservation

Menerima reservasi atau pemesanan dan menyampaikan ke hotel bersangkutan, begitu juga bila ada permintaan khusus. Menanggapi pertenyaan melalui *e-mail* dan membantu pelanggan yang kesulitan melakukan pemesanan *online*.

Tugas dan tanggung jawab:

- Menangani pemesanan
- Melaporkan pemesanan per hari
- Melakukan update ketersediaan ruangan dari properti – properti
- Melaporkan pemesanan per bulan
- Mempersiapkan *sales kit*
- Ketersediaan stok perlengkapan kantor dan souvenir

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013