

## BAB II

### GAMBARAN HOTEL MERCURE JAKARTA KOTA

#### 2.1. Profil Perusahaan

Tabel 2.1  
Profil Perusahaan

No.	Profil	
1.	Name	Hotel Mercure Jakarta Kota
2.	Core Industry	Hospitality
3.	Address	Jl. Hayam Wuruk No.123, Jakarta Barat, Indonesia 11160
4.	Telephone	(+6221) 624 8680
	Fax	(+6221) 600 8441
5.	Email	<a href="mailto:reservation@mercure-jakarta-kota.com">reservation@mercure-jakarta-kota.com</a>
6.	Website	<a href="http://www.mercure-jakarta-kota.com">www.mercure-jakarta-kota.com</a>

##### 2.1.1. Sejarah Hotel Mercure Jakarta Kota

Berawal dari Hotel Chiao Tung berdiri pada 1950, berlokasi di Jl. Hayam Wuruk No.123 Jakarta Barat. Hotel berkapsitas 90 kamar dengan arsitektur bangunan tua zaman Hindia Belanda ini memiliki ciri khas tersendiri di kawasan Jakarta Kota. Pada 1966 Hotel Chiao Tung diganti namanya menjadi Hotel Wisata Djaja.

Tahun 1989, Hotel Wisata Djaja dibeli oleh Sosro Group (Teh Botol Sosro) dan pada 1990 dilakukan renovasi dengan wajah baru. Tahun 1996 diadakan perubahan secara keseluruhan baik bentuk bangunan maupun manajemen hotel.

Keluarga Sosro Djoyo selaku pemilik hotel berinisiatif menjadikan hotel berbintang empat berstandar internasional. Pada 1996 dimulailah pembangunan hotel dan selesai pada 18 November 1997. Hotel yang sebelumnya bernama Wisata Djaja kini memiliki 16 lantai dengan 243 kamar dan bergabung dengan manajemen Accor International dan menjadi Hotel Mercure Jakarta Kota.

Hotel Mercure Jakarta Kota terletak di Jl. Hayam Wuruk No.123 yang merupakan lokasi strategis di wilayah Jakarta Barat karena berdekatan dengan pusat kegiatan bisnis, berlokasi di *Chinatown* dan pusat perbelanjaan. Hotel Mercure Jakarta Kota menyediakan fasilitas yang lengkap untuk keperluan bisnis dan liburan karena memiliki 243 kamar yang terdiri dari 95 kamar *superior twin*, 66 kamar *superior deluxe*, 38 kamar *deluxe king*, 8 kamar *deluxe twin*, 30 kamar *executive deluxe*, 1 kamar *executive suite* dan 2 kamar *presidential suite*. Berbagai macam kegiatan pertemuan, dari bisnis, pesta perkawinan dan pesta ulang tahun dapat disediakan karena Hotel Mercure Jakarta Kota memiliki 5 ruang pertemuan dan memiliki 1 ruangan yang berkapasitas 1000 orang yang telah dilengkapi dengan layanan jaringan internet (*WIFI dan Broadband*).

Mercure Jakarta Kota memiliki 3 restoran dan bar sebagai fasilitas pendukung yaitu Chiao Tung Restaurant yang menyediakan berbagai macam masakan *Chinese*, Spice Restaurant menyediakan berbagai macam masakan Asia

dan Kirana Cafe yang menyediakan berbagai jenis minuman. Selain itu, Mercure Jakarta Kota dilengkapi juga dengan fasilitas olahraga dan reflexology.

Mercure Jakarta Kota dikelola di bawah naungan *Accor Hotels*. *Accor Hotels* adalah perusahaan yang telah memimpin pangsa Internasional di bidang perhotelan (*hospitality*), pariwisata dan pelayanan korporat dengan jumlah karyawan sebanyak 168.000 orang yang tersebar di 140 negara dengan dua aktivitas internasional utama yaitu:

1. Hotel : Lebih dari 4.000 hotel (466.000 kamar) di 92 negara ( termasuk 240 hotel dan resort di Asia Pasifik dengan brand Sofitel, Novotel, Mercure, All Seasons, Ibis, dan Formule 1.
2. Jasa : Pelayanan untuk klien korporat dan institusi publik.

Sembilan belas juta orang di 34 negara yang menggunakan pelayanan lebih luas (voucher makanan, jasa dan pelayanan, program intensif, program loyalty dan even) dirancang dan dikelola oleh *Accor Hotels*.

U  
M  
M  
N

### 2.1.2. Visi dan Misi

Mercure Hotel Jakarta Kota tidak memiliki visi dan misi tersendiri melainkan visi dan misi yang dimiliki oleh Accor Hotels mengingat Hotel Mercure Jakarta Kota merupakan anak perusahaan dari Accor Hotels.

#### 1. *Vision*

Prioritas utama kita adalah untuk membuat pelanggan kita tersenyum setiap hari serta menjadi pemimpin terbesar di bidang *hospitality* di Asia Pasifik.

#### 2. *Values*

*The principles (guidelines) that help you to decide what is right and wrong, and act in various situations* (Pedoman yang dapat membantu anda untuk memutuskan mana benar dan salah, dan cara anda bertindak dalam berbagai situasi).

#### 3. *Trust*

- a) Mendukung inisiatif dan kemampuan individu dalam menghadapi risiko dalam menciptakan kondisi yang mendukung pengembangan kemampuan tiap individu, dengan pendelegasian yang disertai dengan pemahaman bahwa orang dapat melakukan kesalahan.
- b) Selalu bersikap terbuka dan tanggap, menghargai kemampuan karyawan dan memberikan apresiasi terhadap keberhasilan yang dicapai
- c) Kepercayaan adalah pondasi dari manajemen.

#### **4. *Respect***

Kita menghargai dan memberikan nilai yang tinggi kepada wanita dan pria di seluruh dunia dengan segala keanekaragaman, baik terhadap mereka yang ada di dalam, maupun di luar Group *Accor Hotels*.

#### **5. *Innovation***

- a) Mendukung, mengidentifikasi, dan menguatkan ide-ide baru sehingga kita dapat melayani tamu-tamu dengan baik, memberikan dukungan kepada karyawan, dan melindungi lingkungan kita, baik saat ini maupun dimasa yang akan datang.
- b) Menciptakan, mencoba dan meluncurkan produk dan pelayanan baru sehingga kita dikenal selalu satu langkah didepan dan berbeda dari pesaing kita.
- c) Mengembangkan pengetahuan kita, baik mengenai group kita atau hal lain diluar group, dengan cara mendengarkan, mengobservasi, mendorong diri sendiri, menyebarkan ide-ide, dan saling bertukar pengalaman.

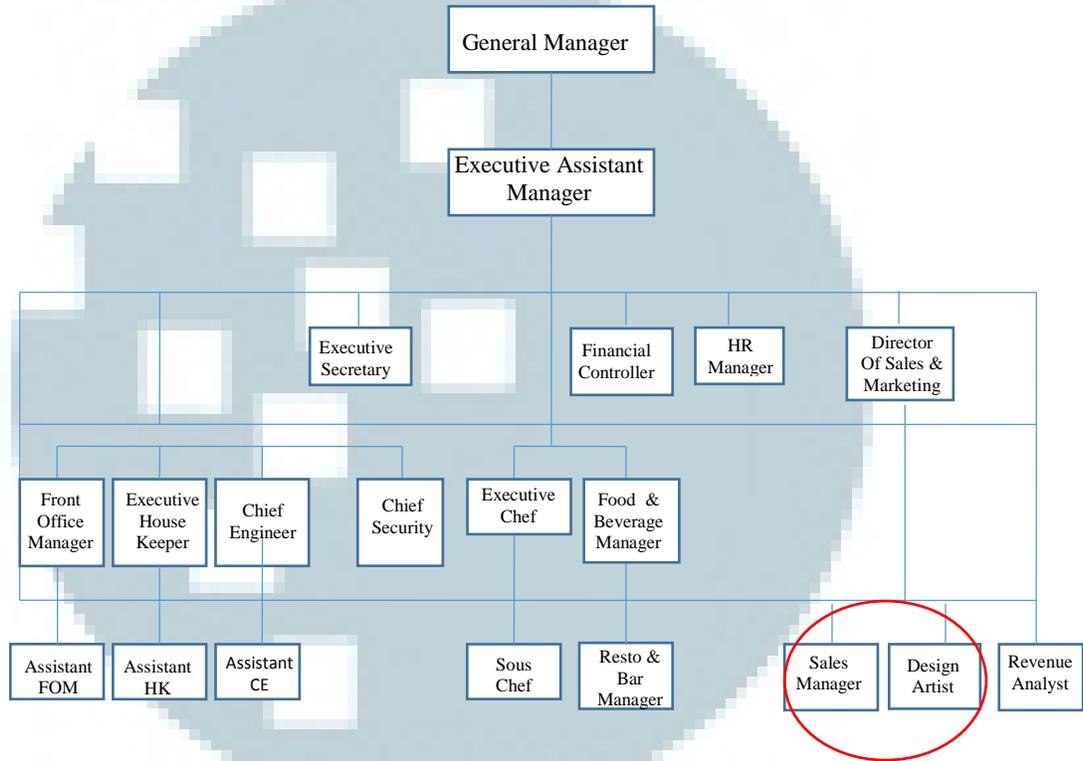
#### **2.1.3. Logo Perusahaan**

Gambar 2.1 Logo Mercure Hotels Jakarta Kota



## 2.1.4. Struktur Organisasi

Gambar 2.2  
Struktur Organisasi Hotel Mercure Jakarta Kota



Penulis ditempatkan di bawah divisi Sales and Marketing adalah karena di hotel Mercure Jakarta Kota tidak ada divisi Public Relations dan kegiatan implementasi PR paling banyak dikerjakan di bawah divisi ini. Sehingga selama penulis melakukan praktik kerja magang, penulis berkoordinasi paling banyak dengan Sales Manager dan Design Artist. Namun dalam hal *media relations* dan manajemen *event*, penulis juga berkoordinasi dengan Executive Secretary.



UMMN

Memiliki luas kamar 29 m<sup>2</sup> dengan ukuran tempat tidur king size bed (180 x 200). Jenis kamar ini merupakan jenis kamar kedua terbanyak yang disediakan oleh hotel

- Deluxe Room

Gambar 2.5

*Deluxe Room*



Deluxe memiliki luas kamar 35m<sup>2</sup> dengan ukuran tempat tidur king size bed. Kamar dengan tipe Deluxe berjumlah 38.

UMMN

- Executive Deluxe

Gambar 2.6  
*Executive Deluxe*



- Luas kamar 56m<sup>2</sup>
- Ukuran tempat tidur King Size
- Terdapat 1 meja dan 3 kursi untuk bersantai, safe deposit box, amenities, free internet cable dan minibar.
- Bathrope sudah tersedia

- Executive Suite

Gambar 2.7  
*Executive Suite*



- Luas kamar 78m<sup>2</sup>

- Dengan ukuran tempat tidur king size
  - Terdapat ruang tamu yang dilengkapi dengan pintu (batas) untuk menuju ke bed
  - Terdapat meja untuk bersantai, safe deposit box, mini bar, internet cable dan amenities
  - Bathrope sudah tersedia
- President Suite

Gambar 2.8

*President Suite*



- President Suite adalah jenis kamar terbesar dan memiliki fasilitas kamar terlengkap. President Suite juga dilengkapi dengan meeting room.
- Luas kamar 137m<sup>2</sup>
- Ukuran tempat tidur Double/King
- Terdapat ruang tamu, Jacuzzi dan termasuk dengan meeting room
- Terdapat meja untuk bersantai, safe deposit box, mini bar, internet cable dan amenities
- Bathrope sudah tersedia

### 2.2.2. *Restaurant*

- **Chiao Tung Restaurant**

Chiao Tung means traffic, the 80% is Chinese and 20% are Western and Asian culinary.

Gambar 2.9  
*Chiao Tung Restaurant*



Location : 2<sup>nd</sup> Floor

Operational Hours : Monday to Friday 06.00 AM- 22.00 PM

: Saturday & Sunday 06.00 AM- 23.00 PM

Capacity : 110 seats

Services : Buffet Breakfast at 06.00-10.00 AM

Buffet Brunch at 10.00 – 15.00 PM

- Spice Restaurant

Gambar 2.10

*Spice Restaurant*



Location : 2<sup>nd</sup> Floor

Operational Hours : Monday to Friday 06.00 AM- 22.00 PM  
: Saturday & Sunday 06.00 AM- 23.00 PM

### 2.2.3. *Meeting Room*

- REKSO GRADHIKA, Ballroom

Rekso berarti semangat dan Gradhika berarti Rumah yang bagus dan besar.

Pada ruangan Ball room dapat digunakan untuk meeting, gathering, pelatihan, acara table manner, graduation, wedding, anniversary, birthday party, dan lain sebagainya. Ruangan juga bisa di set up sesuai request dan kapasitas. Berukuran 680m<sup>2</sup> dan terletak di lantai satu hotel Mercure Jakarta Kota

Gambar 2.11

*Rekso Gradhika Ballroom*



Kapasitas : Theatre 700, Classroom 250,  
Banquet 300, Boardroom 150, U Shape 200

- SUBHAYA, Meeting Room

Subhaya berarti Persetujuan yang sesungguhnya. Subhaya terletak di lantai dua dengan ukuran 72m<sup>2</sup>

Gambar 2.12

*Subhaya Meeting Room*



Kapasitas : Theatre 50, Classroom 50, Banquet 30,  
Reception 50, Boardroom 20, U Shape 30

- ABHIMATA, Meeting Room

Abhimata berarti Harapan yang sesungguhnya / tujuan. Abhimata terletak di lantai tiga dengan ukuran 72m<sup>2</sup>

Gambar 2.13

*Abhimata Meeting Room*



Kapasitas : Theatre 50, Classroom 50, Banquet 30, Boardroom 30,  
U Shape 30

UMMN

- LA TIGA, Meeting Room

La Tiga berarti Lantai Tiga. La tiga berukuran 50m<sup>2</sup>

Gambar 2.14

*Latiga Meeting Room*



Kapasitas : Theatre 30, Classroom 20, Banquet 20, Reception 80,  
Boardroom 15

#### 2.2.4. Lounge

- Kirana Lounge Bar

Gambar 2.15

*Kirana Lounge Bar*



Location : 1<sup>st</sup> Floor, Lobby Ground Floor

Operational Hours : 07.00 AM- 01.00 AM

### 2.2.5. *Business Center*

Gambar 2.16

*Business Center*



Location : 1<sup>st</sup> Floor, Lobby Ground Floor  
Operational Hours : 07.00 AM- 23.00 PM  
Services : Professional Secretary Services, Internet Services,  
Photocopy Services, Ticketing, Courier &  
Package, Telephone & Facsimile

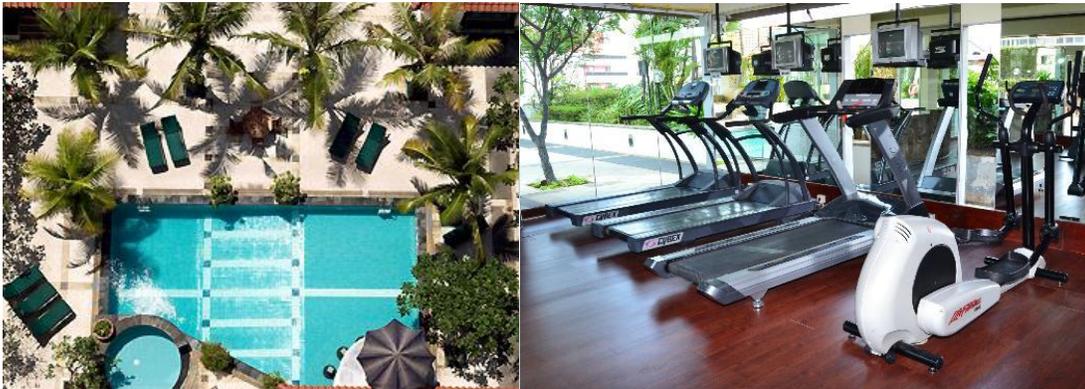
### 2.2.6. *BODY GYM Fitness & Sauna*

Location : 3<sup>rd</sup> Floor  
Operational Hours : 06.30 AM – 09.00 PM (Week day)  
07.00 AM – 07.00 PM (Weekend / Holiday)  
Services : Fitness, Sauna and Swimming pool

UMMN

Gambar 2.17

*Swimming Pool and Fitness Center*



2.2.7. *NATUR ALAMI Massage, Spa & Body Treatment*

Location : 3<sup>rd</sup> Floor

Operational Hours : 09.00 AM – 12.00 PM, last order at 11.00 PM

2.2.8. *Car Rental*

Services & Prices : Drop or Pick Up Service to Airport VIA-  
GOLDEN BIRD City Tour VIA - GOLDEN  
BIRD Drop or Pick Up Service to Gambir  
Station VIA – BLUE/SILVER/GOLDEN BIRD

UMMN

## 2.3. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

### 2.3.1. Lingkup Kerja Divisi Sales & Marketing:

- Bertanggung jawab untuk mempromosikan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan
- Mengembangkan dan menyelenggarakan kegiatan promosi; berkoordinasi dengan departemen terkait
- Bergabung dalam pelatihan yang dilakukan oleh manajemen dan departemen yang bersangkutan
- Wajib menjaga kerahasiaan ketat semua perusahaan dan usaha terkait
- Menginformasikan departemen lain dari kegiatan di dalam dan di luar hotel dan informasi lain yang mungkin berguna dalam berurusan dengan tamu hotel dalam bentuk pengiriman pesan melalui e-mail internal maupun Banquet Event Order (BEO)
- Mengkoordinasikan kegiatan seperti *sales call* dan *sales blitz* dengan Sales Manager untuk menjaga hubungan baik dengan *existing customer* maupun *potential customer*
- Menerima permintaan dan pertanyaan pelanggan maupun media atas nama Sales Manager dan General Manager untuk pemerintahan, bertanggung jawab atas semua kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan yang sedang melakukan kegiatan di dalam perusahaan
- Mengikuti acara yang diselenggarakan oleh Accor Group, seperti *sales mission* di dalam kota maupun luar kota

### 2.3.2. Lingkup Kerja Design Artist :

- Mengedit atau membuat brosur, *flyer*, poster menjadi menarik
- Mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
- Mengambil foto makanan dan minuman untuk promo setiap bulan atau dua bulan sekali. Foto tersebut akan dibuat semenarik mungkin untuk dijadikan brosur, *flyer* dan poster.
- Melakukan *upload* materi promosi di media sosial

Adapun batasan PR dan Marketing adalah di mana peran PR hanya sampai pada citra dan reputasi dari hotel, sedangkan marketing adalah sampai terjadinya transaksi penjualan. Selain itu, pengukuran bagi PR bukanlah pada berapa jumlah pelanggan yang akhirnya menginap dan berapa *revenue* yang didapatkan hotel seperti tanggung jawab divisi Sales and Marketing. Pengukuran PR adalah mengenai kesan pelanggan terhadap kualitas hotel, yang bisa mereka sampaikan secara langsung maupun melalui *channel* tertentu (*media sosial hotel, website, dan online travel agent*). Namun peran PR tetap diperlukan untuk menunjang peran marketing supaya mendapatkan loyalitas dari pelanggan sehingga terjadi pembelian berulang (*repeat buying*) dan menambah profit perusahaan.