

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kemang Jaya Raya atau kerap dikenal sebagai Grandkemang Hotel merupakan perusahaan yang beroperasi di industri perhotelan yang telah berdiri sejak 1974. Grandkemang Hotel bermula dengan kapasitas 100 kamar dengan nama Hotel Kemang yang berhasil berkembang sebagai pilihan para wisatawan bahkan hingga wisatawan mancanegara di daerah Kemang. Setelah melakukan renovasi, Hotel Kemang mengganti namanya menjadi 'Grandkemang' dengan penambahan kamar hingga 204 kamar. Hingga kini Grandkemang Hotel menjadi hotel bintang empat di salah satu daerah di Jakarta Selatan.

Nama Perusahaan	Grandkemang Hotel - PT Kemang Jaya Raya
Tahun Berdiri	1974
Alamat	Jl. Kemang Raya No.2 H, RT.14/RW.1, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730
Fasilitas	204 kamar, 12 ruang <i>meeting</i> , 1 ballroom, restoran, kolam renang, gym, dan spa
Email	Info@grandkemang.com
No Telepon	+62 21-719-4121
WhatsApp	+62 812 8300 0413
Situs	https://grandkemang.com/id/
Media Sosial	@grandkemangjkt

Tabel 2.1 Informasi PT Kemang Jaya Raya Grandkemang Hotel
Sumber: Data Olahan Pribadi (2024)

Grandkemang Hotel memiliki berbagai fasilitas yang mendorong persaingan Grandkemang Hotel di industri hotel. Saat ini Grandkemang Hotel memiliki 204 kamar yang terdiri dari berbagai tipe kamar mulai dari *Deluxe*, *Grand Deluxe*, *Executive Suite*, *Junior Suite*, *Residence One Bedroom*, *Residence Two Bedrooms*, hingga *President Suite* yang dapat disesuaikan dengan minat pengunjung.

1) Deluxe

Deluxe Room merupakan tipe kamar berukuran 22 m² dengan dekorasi kontemporer yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas lengkap di setiap kamarnya.



Gambar 2.2 Deluxe
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2) Grand Deluxe

Grand Deluxe Room merupakan tipe kamar berukuran 24 m² dengan dekorasi kontemporer yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas lengkap di setiap kamarnya.



Gambar 2.3 Grand Deluxe
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

3) Executive Suite

Executive Suite merupakan tipe kamar berukuran 48 m² dengan dekorasi kontemporer yang dilengkapi dengan kasur tipe *king* size serta berbagai fasilitas.



Gambar 2.4 Executive Suite
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

4) Junior Suite

Junior Suite merupakan tipe kamar yang menyediakan ruang tamu dengan dekorasi kontemporer yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas.



Gambar 2.5 Junior Suite
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

5) Residence One Bedroom

Residence One Bedroom merupakan tipe kamar berukuran 42 m² dengan dekorasi kontemporer yang dapat menampung 2 orang dewasa dan 1 anak kecil serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas.



Gambar 2.6 Residence One Bedroom
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

6) Residence Two Bedrooms

Residence Two Bedrooms merupakan tipe kamar berukuran 64 m² dengan 2 kamar tidur yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas.



Gambar 2.7 Residence Two Bedrooms
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

7) President Suite

President Suite merupakan tipe kamar berukuran 128 m² dengan dekorasi kontemporer yang mampu mengakomodasi hingga 4 orang dewasa serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas lainnya.



Gambar 2.8 President Suite
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Selain menghadirkan berbagai tipe kamar, Grandkemang Hotel juga memiliki 12 ruang meeting dan 1 ballroom dengan kapasitas berbeda-beda setiap ruangnya yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan.

1) Allura



Gambar 2.9 Allura I
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)



Gambar 2.10 Allura II
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)



Gambar 2.11 Allura III
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2) Aqua



Gambar 2.12 Aqua
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

3) Emita



Gambar 2.13 Emita
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

4) Rayla



Gambar 2.14 Rayla
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

5) Spinar



Gambar 2.15 Spinar
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

6) Spira



Gambar 2.16 Spira
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

7) Wiva



Gambar 2.17 Wiva I
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)



Gambar 2.18 Wiva II
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

8) Zendar



Gambar 2.19 Zendar
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

9) Magzi Ballrom



Gambar 2.20 Magzi
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Grandkemang Hotel juga menghadirkan fasilitas lainnya seperti restoran, kolam renang, gym, dan spa yang dapat menunjang kenyamanan pengunjung hotel.

1) D'Courtyard

D'Courtyard menghadirkan beragam pilihan minuman hingga roti, kue, dan kue kering yang bukan hanya dapat dinikmati oleh tamu hotel tetapi juga dapat dipesan untuk dinikmati di tempat ataupun dibawa pulang.



Gambar 2.21 D'Courtyard
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2) Sperta

Sperta menjadi restoran berkonsep *all day dining* dengan menyajikan hidangan western maupun nusantara. Konsep *all day dining* ini membuat para tamu dapat menikmati hidangan berkonsep bufet setiap harinya.



Gambar 2.22 Sperta
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

3) Sparca

Sparca menjadi area yang langsung terhubung dengan Sperta dan para tamu dapat menikmati minuman ataupun menikmati *afternoon tea* di area ini.



Gambar 2.23 Sparca
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

4) Swimming Pool

Kolam renang Grandkemang Hotel terdiri dari kolam anak-anak dan kolam dewasa, terletak tepat disamping Sperta dan Sparca, dan menjadi fasilitas yang dapat digunakan oleh seluruh tamu hotel.



Gambar 2.24 Swimming Pool
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

5) D'Workout

D'Workout menjadi area kebugaran yang dilengkapi dengan beragam peralatan olahraga.



Gambar 2.25 D'Workout
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

6) D'Spa

D'Spa menjadi fasilitas yang menyediakan perawatan lulur, pijat, hingga aromaterapi.

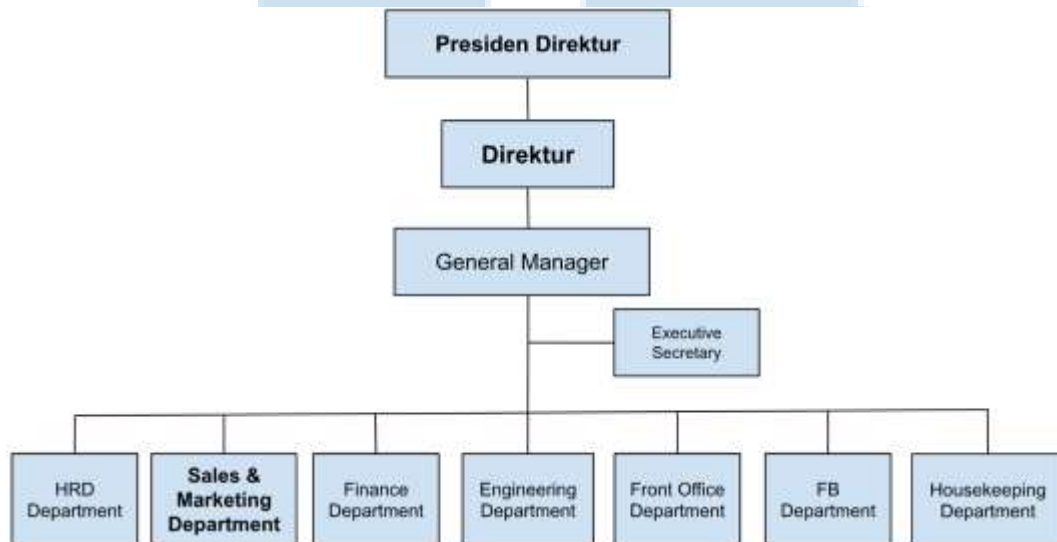


Gambar 2.26 D'Spa
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Grandkemang Hotel adalah perusahaan yang bergerak di industri perhotelan dan telah berdiri sejak 1974. Semasa bertahannya Grandkemang Hotel di indutri perhotelan, Grandkemang Hotel memiliki bentuk organisasi terstruktur agar mempermudah koordinasi dari setiap pekerjaan dan meminimalisir terjadinya

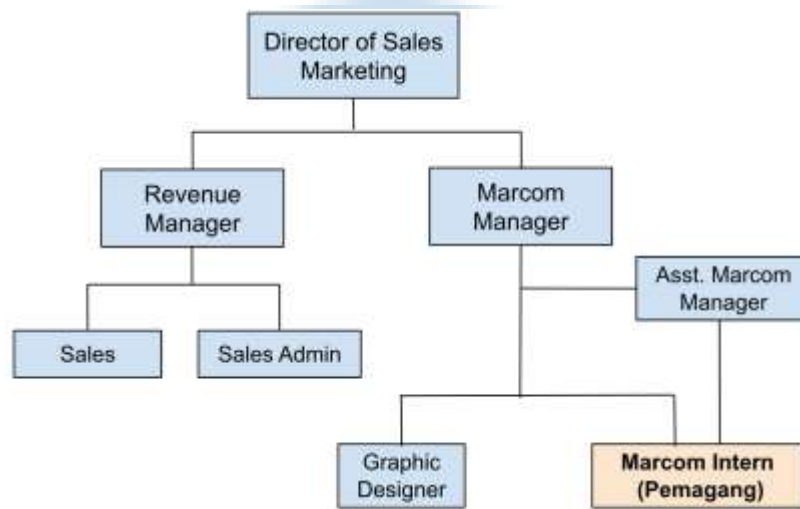
kesalahan komunikasi antardivisi. Berikut adalah struktur organisasi dari departemen-departemen di Grandkemang Hotel.



Gambar 2.27 Struktur Organisasi Grandkemang Hotel
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Struktur organisasi perusahaan PT Kemang Jaya Raya Grandkemang Hotel terdiri dari berbagai departemen yang digolongkan menjadi departemen *back office* dan juga *front office*. Departemen *back office* terdiri departemen *HRD*, *Sales and Marketing*, *Finance*, dan *Engineering*, sedangkan departemen *front office* terdiri dari *Front Office*, *FB*, dan juga *Housekeeping*. Setiap departemen di Grandkemang Hotel memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda tetapi berkesinambungan dan berkaitan erat satu sama lain untuk saling melengkapi guna mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan struktur departemen di atas, secara garis besar departemen *Sales and Marketing* terbagi menjadi tim *sales* dan juga tim *Marketing Communication*, berikut penjabaran dari tim terkait.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.27 Struktur Organisasi Departemen *Sales & Marketing*
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2.2.1. *Sales & Marketing Department*

Departemen *Sales and Marketing*, terdiri dari dua tim yang saling berkesinambungan satu sama lain untuk mencapai target perusahaan. Departemen *sales & marketing* diawasi oleh posisi *Director of Sales Marketing* yang bertugas dalam mengawasi perkembangan dan pengimplementasian strategi penjualan dan pemasaran. Sebagai pengawas departemen, *Director of Sales Marketing* turut mengidentifikasi peluang bisnis, menetapkan target penjualan dan pencapaian target, serta memastikan koordinasi antara tim penjualan (*Sales*) dan pemasaran (*Marketing Communication*) berjalan efektif.

A. *Sales*

Tim *Sales* memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan penjualan produk dan layanan yang ditawarkan dengan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dengan presentasi dan negosiasi, *sales* akan membangun hubungan jangka panjang dengan calon klien sehingga mencapai target penjualan yang ditetapkan. Sebagai tim *sales*, banyak koordinasi yang berlangsung dengan departemen operasional agar kebutuhan dan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Dalam tim *sales*, terdiri beberapa posisi untuk bekerjasama dan saling menyokong dalam tim.

i) *Revenue Manager*

Posisi *Revenue Manager* di Grandkemang Hotel berperan penting dalam pengoptimalan pendapatan perusahaan dengan pengelolaan strategi penetapan harga yang ditawarkan. *Revenue Manager* bertanggung jawab untuk melakukan analisis data penjualan dan tren pasar, memantau kinerja pendapatan para *Sales*, serta menetapkan harga yang kompetitif. Dalam posisi ini, *Revenue Manager* turut bekerja sama dengan tim *Marketing Communication* untuk mengembangkan strategi promosi yang efektif dan memastikan penggunaan maksimal dari sumber daya yang ada.

ii) *Sales*

Sales memiliki peran penting dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan perusahaan. Sebagai bagian dari tim penjualan Grandkemang Hotel, *Sales* bertanggung jawab untuk mengidentifikasi dan menjangkau calon pelanggan, membangun dan hingga memelihara hubungan dengan klien, serta melakukan presentasi produk atau layanan. *Sales* turut terjun langsung dalam negosiasi kontrak, menetapkan harga, dan menutup penjualan dengan tujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

iii) *Sales Admin*

Sales Admin berperan penting dalam mendukung operasional penjualan yang dilakukan oleh *Sales*. *Sales Admin* di Grandkemang Hotel bertugas dalam manajemen data pelanggan, penyusunan laporan penjualan, hingga penjadwalan pertemuan atau presentasi penjualan. Selain itu, *Sales Admin* bertanggung jawab atas administrasi terkait penawaran harga, hingga proses pesanan. Interaksi yang konstan dengan tim penjualan dan pelanggan Grandkemang Hotel sangat sering terjadi, sehingga *Sales Admin* memainkan peran yang sangat penting

dalam menjaga kelancaran operasional penjualan dan memastikan kepuasan pelanggan.

B. *Marketing Communication*

Divisi *Marketing Communication* memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dan merealisasikan strategi komunikasi melalui kegiatan pemasaran dan juga aktivitas baik secara dalam jaringan maupun luar jaringan. Dengan kampanye pemasaran yang terencana, divisi *Marketing Communication* dapat membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan juga mitra media melalui aktivitas pemasaran baik dalam bentuk konten media sosial maupun kegiatan yang diadakan secara langsung. Dalam tim *Marketing Communication*, terdapat beberapa posisi yang saling bekerja sama dan mendukung untuk tercapainya kesuksesan kampanye pemasaran.

i) Marketing Communication Manager

Marketing Communication Manager berperan penting dalam penyusunan serta pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran. Posisi ini bertanggung jawab dalam mengembangkan konten pemasaran, mengelola hubungan baik dengan media, melakukan koordinasi dengan departemen lain terkait kegiatan promosi, hingga memastikan bahwa pesan pemasaran yang tersampaikan konsisten di setiap platform.

ii) Assistant Marketing Communication Manager

Posisi *Assistant Marketing Communication Manager* di Grandkemang memiliki peran dalam mendukung aktivitas pemasaran serta komunikasi perusahaan. Dengan keadaan posisi *Marketing Communication Manager* Grandkemang yang tidak berada ditempat, *Assistant Marketing Communication Manager* bertanggung jawab dalam membantu pengembangan dan pelaksanaan strategi komunikasi

pemasaran dan mendukung kampanye promosi dengan mengelola hubungan dengan media, penyusunan materi promosi, serta koordinasi dengan tim internal serta eksternal untuk memastikan bahwa pemasaran berjalan dengan sesuai dengan perencanaan.

iii) *Graphic Designer*

Graphic Designer berperan penting dalam menghadirkan visual yang menarik dan efektif dalam mengemas informasi yang akan disampaikan. Posisi *Graphic Designer* di Grandkemang Hotel bertanggung jawab dalam merancang materi promosi dalam bentuk poster, brosur, flyer, serta visual iklan digital. *Graphic Designer* turut melakukan koordinasi dengan tim pemasaran lainnya untuk menyelaraskan hasil desain yang mendukung kegiatan pemasaran yang akan dieksekusi.

iv) *Marketing Communication Intern* (Pemegang)

Sedangkan sebagai *Marketing Communication Intern*, pemegang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengelola media sosial Grandkemang Hotel, menyusun perencanaan plan yang akan direalisasikan baik mengenai promosi *room package* maupun *seasonal event*, membuat konten yang terkait informasi kegiatan kepada tamu hotel, melakukan penawaran kerja sama dengan tujuan promosi dengan calon klien, melakukan komunikasi dengan tamu hotel untuk mendapatkan umpan balik dan ulasan positif mengenai hotel, menghubungi vendor, *marketing collateral* seperti *flyering*, dan turut serta dalam segala aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh divisi *Marketing Communication* baik *event* maupun *marketing activity* lainnya sesuai dengan kalender konten secara konsisten.