

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Hotel Dafam Semarang

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Tabel 1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	Hotel Dafam Semarang
Bidang Usaha	Industri Perhotelan
Alamat	Jl. Imam Bonjol No.188, Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50132
Media Sosial	Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube
Website	https://ecard.dafam.cloud/

Hotel Dafam Semarang merupakan salah satu hotel berbintang 4 yang dikelola oleh Artotel Group sejak awal 2023, sebuah jaringan manajemen perhotelan internasional yang saat ini tengah berkembang pesat. Terletak di jantung kota Semarang, tepatnya di Jalan Imam Bonjol No.188, Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50132, hotel ini memiliki akses yang mudah ke berbagai pusat bisnis, pemerintahan, perbelanjaan, serta tempat-tempat wisata terkenal seperti Lawang Sewu dan Kota Lama. Lokasi yang strategis ini menjadikan Hotel Dafam Semarang pilihan ideal bagi wisatawan bisnis maupun rekreasi yang menginginkan kenyamanan dan efisiensi selama berada di Semarang.

Hotel Dafam Semarang mengusung konsep perpaduan antara layanan profesional berstandar internasional dengan sentuhan budaya lokal yang hangat dan ramah. Dengan total

103 kamar yang terdiri dari beberapa tipe, mulai dari 87 kamar *Deluxe*, 5 *Executive*, 5 *Junior Suite*, 5 *Suite Room*, dan 1 *Royal Suite*, hotel ini menawarkan akomodasi *modern* yang dirancang untuk kenyamanan maksimal. Setiap kamar dilengkapi dengan fasilitas lengkap seperti *AC*, *TV*, *Wifi gratis*, *minibar*, mesin kopi, *hair dryer*, serta layanan kamar 24 jam.

Selain akomodasi, Hotel Dafam Semarang juga menyediakan berbagai fasilitas menunjang, antara lain “*Canting Restaurant*” yang menyajikan hidangan khas Indonesia dan internasional, “*Piccadilly Lounge and Bar*” yang menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul serta menyediakan fasilitas karaoke dan *board games*, ruang pertemuan dan *ballroom* yang cocok untuk berbagai acara bisnis maupun sosial, pusat kebugaran, *spa*, serta layanan *laundry*. Hotel ini juga sering menjadi tempat pilihan untuk mengadakan rapat, seminar, *engagement*, dan *event* korporat lainnya.

Komitmen Hotel Dafam Semarang terhadap pelayanan terbaik tercermin di setiap aspek operasionalnya, mulai dari keramahan *staff* hingga kualitas fasilitas yang selalu ditingkatkan. Hotel ini tidak hanya berfokus pada kepuasan tamu, tetapi juga mendukung pengembangan pariwisata lokal melalui berbagai program kemitraan dan promosi budaya.

2.1.1 Visi Misi

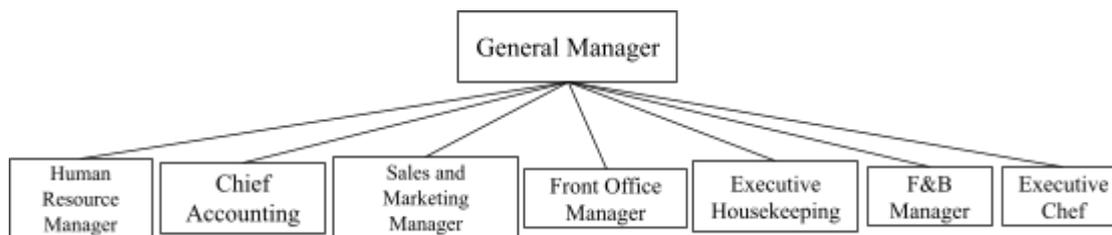
Visi dari Hotel Dafam Semarang yaitu Menjadi operator hotel terpercaya di Indonesia dengan mengedepankan pelayanan terbaik dan inovasi berkelanjutan. Sedangkan, Misi dari Hotel Dafam Semarang yaitu :

1. Memastikan kepuasan pelanggan dengan pelayanan terbaik.
2. Menyediakan lingkungan kerja terbaik dan kesempatan karir yang luas kepada karyawan.
3. Memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan; penanam modal, mitra kerja dan pemasok.
4. Melakukan inovasi berkelanjutan dan menambah nilai terhadap produk dan pelayanan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

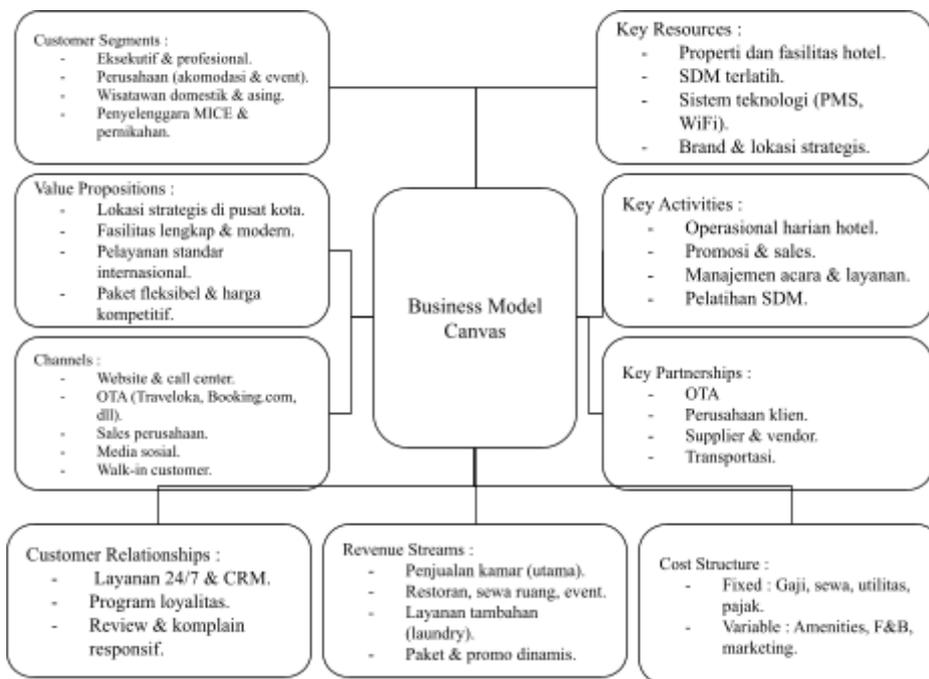
Untuk menunjang kelancaran operasional dan tercapainya tujuan perusahaan secara efektif dan efisien, Hotel Dafam Semarang memiliki struktur organisasi yang jelas dan terstruktur yang terdiri dari berbagai departemen yaitu departemen *Human Resource*

dipimpin oleh *Human Resource Manager*, departemen *Accounting* dipimpin oleh *Chief Accounting*, departemen *Sales and Marketing* dipimpin oleh *Sales and Marketing Manager*, departemen *Engineering* dipimpin oleh *Chief Engineering*, departemen *Front Office* dipimpin oleh *Front Office Manager*, departemen *Housekeeping* dipimpin oleh *Executive Housekeeping*, departemen *Food & Beverage* dipimpin oleh *F&B Manager* dan *Executive Chef*.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Hotel Dafam Semarang

2.3 Kajian Validasi Model Bisnis



Gambar 2.3 Mind Mapping Business Model Canvas

a. Customer Segments

Menyasar eksekutif, profesional, perusahaan, wisatawan, dan penyelenggara acara. Serta, memfokuskan pada kebutuhan akomodasi dan layanan untuk berbagai jenis pelanggan.

- Eksekutif dan profesional yang melakukan perjalanan bisnis ke Semarang.
- Perusahaan yang membutuhkan akomodasi untuk karyawan dan event.
- Wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Semarang.
- *Organizer meeting, incentive, convention, dan exhibition.*
- Penyelenggara acara pernikahan dan event khusus.

b. Value Propositions

Menawarkan lokasi strategis, fasilitas modern, dan layanan berkualitas. Serta, menyediakan paket yang dapat disesuaikan dan harga yang kompetitif.

- Posisi di pusat kota Semarang dengan akses mudah ke area bisnis dan wisata.
- Kamar *modern, meeting room, ballroom, restaurant, fitness center.*
- *Hospitality* berkualitas dengan standar internasional.
- *Value for money* dibandingkan kompetitor sejenis.
- *Customizable package* untuk berbagai kebutuhan.
- *WiFi* berkecepatan tinggi, *smart room features.*
- Sistem *security* 24 jam dan protokol kesehatan.

c. Channels

Menggunakan website resmi, platform pemesanan online, dan media sosial untuk promosi dan penjualan. Serta, memfasilitasi interaksi langsung dengan pelanggan.

- *Website* resmi hotel dan *call center.*
- Traveloka, Agoda, Booking.com, [Tiket.com](https://www.tiket.com), TripAdvisor, [Trip.com](https://www.trip.com).
- Tim *sales* langsung ke perusahaan.
- Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, dan LinkedIn untuk promosi.
- Tamu yang datang langsung tanpa reservasi.

d. Customer Relationships

Menjaga hubungan baik dengan layanan pelanggan yang responsif dan program loyalitas. Serta, menggunakan sistem CRM untuk personalisasi layanan.

- *Customer service* 24/7 dengan respon cepat.
- Member *rewards* dan benefit eksklusif.

- *CRM system* untuk personalisasi layanan.
- Sistem *review* dan *komplain* yang responsif.
- *Dedicated account manager* untuk klien korporat.
- Interaksi aktif melalui media sosial.
- *Follow up* kepuasan dan *repeat booking*.

e. Revenue Streams

Menghasilkan pendapatan dari penjualan kamar, restoran, sewa ruang, dan layanan tambahan. Serta, menerapkan strategi harga dinamis dan paket promosi.

- Penjualan kamar (60-70% dari total *revenue*).
- *Restaurant, room service, catering* (20-25%).
- Sewa *ballroom, meeting room, wedding package* (10-15%).
- *Laundry, spa, tour package, airport transfer* (3-5%).
- *Free parking* dan *valet* untuk tamu dan non-tamu.
- Kontrak jangka panjang dengan perusahaan.
- *Dynamic pricing* berdasarkan *demand* dan *seasonality*.
- *Package deals* untuk segment tertentu.
- *Early bird* dan *last minute promotions*.

f. Key Resources

Melakukan kegiatan operasional harian, promosi, dan pengelolaan acara. Serta, memastikan standar layanan dan pengembangan SDM.

- Bangunan hotel, kamar, fasilitas umum.
- *Staff* terlatih di berbagai departemen.
- Reputasi dan nama Hotel Dafam.
- *Property Management System, booking engine, WiFi infrastructure*.
- Lokasi strategis di pusat kota Semarang.
- Izin operasional hotel dan *restaurant*.
- Data pelanggan untuk *marketing* dan *service*.

g. Key Activities

Melakukan kegiatan operasional harian, promosi, dan pengelolaan acara. Serta, memastikan standar layanan dan pengembangan SDM.

- *Housekeeping, front office, maintenance* harian.

- Promosi, *digital marketing, corporate sales.*
- *Guest relations, concierge, complaint handling.*
- *Restaurant management, catering service.*
- *Koordinasi meeting, wedding, dan event lainnya.*
- Monitoring standar layanan dan fasilitas.
- Pengembangan SDM berkelanjutan.

h. Key Partnerships

Bekerja sama dengan platform pemesanan dan pemasok. Serta, membangun kemitraan untuk promosi dan layanan transportasi.

- Dukungan brand dan *operational standard.*
- Traveloka, Agoda, [Booking.com](https://www.booking.com), [Tiket.com](https://www.tiket.com), TripAdvisor, [Trip.com](https://www.trip.com) untuk distribusi.
- Perusahaan dengan kontrak jangka panjang.
- *Food & beverage, amenities, equipment suppliers.*
- Promosi wisata Semarang.
- Taksi, *rental car, airport shuttle.*
- *PMS provider, WiFi provider, security system.*

i. Cost Structure

Memiliki biaya tetap yang signifikan untuk gaji, sewa, dan utilitas. Serta, mengelola biaya variabel yang terkait dengan layanan dan pemasaran.

- *Fixed Costs (60-70%):*
 - Gaji karyawan dan *benefit.*
 - Sewa/cicilan properti.
 - *Utilities* (listrik, air, internet).
 - *Insurance* dan *tax.*
 - *Marketing budget.*
 - *Maintenance regular.*
- *Variable Costs (30-40%):*
 - *Amenities* dan *supplies* kamar.
 - *Food & beverage cost.*
 - *Laundry* dan *housekeeping supplies.*
 - *Commission OTA* dan *travel agents.*

- *Guest services dan activities.*
- *Seasonal marketing campaigns.*