

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk merupakan salah satu hotel berbintang empat yang beroperasi di bawah jaringan internasional ternama, Accor Group. Hotel ini berdiri pada tanggal 28 Januari 2018 dengan nama badan usaha PT Citra Kirana Pantai. Meskipun dikelola oleh Accor Group, kepemilikan hotel ini tetap berada di tangan PT Agung Sedayu Retail Indonesia (ASRI), sebuah perusahaan besar yang memiliki reputasi kuat dalam bidang pengembangan properti dan industri ritel di Indonesia. ASRI dikenal sebagai salah satu anak perusahaan dari Agung Sedayu Group, yang telah mengembangkan berbagai kawasan elite dan pusat perbelanjaan terkemuka di Tanah Air.

Accor Group sendiri merupakan perusahaan multinasional yang berbasis di Prancis dan telah lama dikenal sebagai salah satu pemimpin global dalam industri perhotelan. Hingga saat ini, Accor telah mengelola lebih dari 5.500 hotel yang tersebar di 105 negara di seluruh dunia. Keunggulan jaringan global ini memberi manfaat besar bagi hotel-hotel di bawah naungannya, termasuk Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Melalui dukungan dari Accor, Mercure dapat mengakses sistem distribusi internasional, standar operasional global, hingga strategi pemasaran yang telah terbukti efektif, sehingga mampu meningkatkan kualitas layanan dan daya saing di pasar perhotelan yang semakin kompetitif.

Accor Group memiliki berbagai lini merek hotel yang mencakup semua segmen pasar, mulai dari kelas ekonomi hingga premium dan mewah. Beberapa merek ternama yang berada di bawah naungan Accor antara lain adalah Ibis, Novotel, Pullman, Sofitel, Fairmont, Raffles, Swissôtel, dan tentu saja,

Mercure. Setiap merek memiliki karakteristik tersendiri yang disesuaikan dengan gaya hidup dan preferensi pelanggan di berbagai segmen.

Sebagai bagian dari jaringan global *Accor Group*, Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk mendapatkan keuntungan dari berbagai inisiatif strategis yang telah diterapkan oleh induk perusahaannya. Salah satu langkah signifikan yang diambil oleh *Accor* adalah transformasi digital besar-besaran yang dimulai pada tahun 2013 di bawah kepemimpinan CEO Sébastien Bazin. Transformasi ini bertujuan untuk menjadikan *Accor* sebagai pemain aktif dalam ekonomi perhotelan baru yang didorong oleh digitalisasi, dengan fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan melalui teknologi digital.

Dalam konteks pemasaran, *Accor* telah mengadopsi strategi branding yang mencakup distribusi online, pemasaran digital, program loyalitas, dan pengembangan berkelanjutan. Studi yang dilakukan oleh DergiPark menyoroti bagaimana strategi-strategi ini berperan penting dalam membangun ekuitas merek dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan tamu hotel. Implementasi strategi ini memungkinkan hotel-hotel di bawah naungan *Accor*, termasuk Mercure, untuk tetap kompetitif di pasar global yang semakin digital dan dinamis.

Secara khusus, Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk dapat memanfaatkan pendekatan ini dengan mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional sehari-hari, seperti penggunaan platform media sosial untuk promosi, sistem reservasi online yang efisien, dan program loyalitas yang terintegrasi. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas tamu.

Dengan demikian, pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital yang telah terbukti efektif di tingkat global oleh *Accor Group* menjadi aspek

penting dalam pengembangan dan keberhasilan Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk di pasar perhotelan Indonesia yang kompetitif.

Mercure sendiri merupakan merek hotel yang ditujukan untuk segmen pasar menengah atau *midscale*, yang menawarkan pengalaman menginap nyaman dengan layanan berkualitas tinggi namun tetap dengan harga yang kompetitif. Mercure dikenal karena menggabungkan standar internasional dengan sentuhan lokal, sehingga setiap hotel Mercure memiliki identitas khas yang mencerminkan budaya dan keunikan lokasi tempat hotel tersebut berada. Konsep ini memungkinkan tamu tidak hanya menikmati kenyamanan, tetapi juga merasakan pengalaman lokal yang autentik.

Merek Mercure pertama kali diperkenalkan di Prancis pada tahun 1973, dan kemudian diakuisisi oleh *Accor* pada tahun 1975 sebagai bagian dari strategi ekspansi mereka di segmen menengah. Sejak saat itu, Mercure terus berkembang pesat dan menjadi salah satu jaringan hotel yang paling dikenal di dunia. Pada tahun 1989, Mercure telah membuka hotel ke-100-nya dan terus memperluas jangkauannya secara global. Hingga saat ini, jaringan Mercure telah mencakup lebih dari 1.030 hotel di lebih dari 60 negara, dengan sejumlah hotel baru yang masih dalam tahap pembangunan.

Dengan latar belakang kuat tersebut, Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk memanfaatkan keunggulan dari dua sisi: kekuatan lokal dari PT Agung Sedayu Retail Indonesia yang memahami dinamika pasar Indonesia, serta jaringan global dan sistem manajemen modern dari Accor Group. Kolaborasi ini menjadikan Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk sebagai hotel yang tidak hanya unggul dalam pelayanan, tetapi juga inovatif dalam hal pemasaran, pengalaman tamu, dan adaptasi terhadap tren industri perhotelan.

Hotel ini terletak di kawasan strategis Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta Utara — sebuah area yang saat ini sedang berkembang pesat sebagai pusat gaya hidup, bisnis, dan kuliner. Lokasinya yang premium menjadi nilai tambah

tersendiri, memungkinkan hotel ini untuk menarik segmen wisatawan lokal maupun internasional, pelaku bisnis, hingga keluarga yang ingin menikmati suasana *staycation* modern. Seluruh elemen ini menjadikan Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk sebagai pilihan ideal untuk menikmati keramahan khas Indonesia dalam balutan standar global.



Gambar 2.1 Logo Mercure secara universal

Pada Gambar 2.1 ditampilkan logo resmi Mercure Hotels yang digunakan secara universal oleh seluruh jaringan hotel Mercure di bawah naungan *Accor* Group. Logo ini menjadi identitas visual utama yang merepresentasikan brand Mercure secara konsisten di berbagai negara.

Secara tampilan, logo ini terdiri dari dua elemen utama: teks “Mercure” yang ditulis dengan huruf berwarna ungu tua (plum) dan kata “HOTELS” di bawahnya dengan font kapital yang lebih kecil serta berwarna abu-abu keunguan. Di latar belakang kata “Mercure,” terdapat ilustrasi artistik berbentuk huruf “M” besar dengan gaya kaligrafi yang mengalir dan elegan, menggunakan warna krem atau abu-abu muda transparan. Bentuk “M” ini seperti kuas atau sapuan tinta lembut

yang menambahkan unsur dinamis dan anggun, menciptakan kesan merek yang *sophisticated* namun tetap bersahabat.

Warna ungu tua pada teks “Mercure” melambangkan keanggunan, kepercayaan diri, dan kreativitas—cocok dengan posisi Mercure sebagai hotel kelas menengah atas yang tetap menawarkan sentuhan eksklusif tanpa kehilangan nuansa lokal. Sementara huruf “M” latar belakang yang samar memberi kesan kelembutan, kenyamanan, dan sentuhan seni, menunjukkan bahwa Mercure tidak hanya fokus pada fungsionalitas, tetapi juga pengalaman estetika yang dirasakan para tamu.

Tipografi yang digunakan terlihat modern namun tetap klasik, dengan jarak antar huruf yang seimbang dan desain huruf yang bersih. Elemen ini mencerminkan karakter brand yang profesional, terpercaya, dan inklusif. Penggunaan dua layer huruf (*foreground dan background*) juga menunjukkan konsep dualitas yang menarik—kombinasi antara globalitas dan sentuhan lokal, antara standar internasional dan pengalaman personal yang khas di setiap lokasi Mercure.

Secara keseluruhan, logo ini bukan hanya lambang identitas, tetapi juga simbol dari komitmen Mercure untuk menghadirkan pengalaman menginap yang konsisten, nyaman, dan berkelas di berbagai penjuru dunia. Konsistensi penggunaan logo ini memperkuat persepsi publik terhadap Mercure sebagai brand hotel yang kredibel, estetik, dan tetap dekat dengan kearifan lokal.



Gambar 2.2 Logo Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk

Pada gambar 2.2 merupakan logo dari Mercure Hotel Jakarta Pantai Indah Kapuk dimana logo tersebut telah mengalami beberapa perubahan yang cukup signifikan dari versi yang sebelumnya. Logo ini sendiri ingin memberikan kesan percaya diri dan profesionalisme, serta memberikan cerminan bahwa Mercure adalah hotel yang terus berprogres.

Dalam menjalankan operasional hotel, Mercure memiliki 3 aspek *Personality*, yaitu Penasaran, Semangat dan Lokal. Mercure memulai dengan kepribadian penasaran yang ditandai dengan slogan “*Engaging*”, “*Spontaneous*”, dan “*Enquiring*”, yang berarti bahwa Mercure Hotel berbicara kepada tamu sebagai pembaca dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang memicu pemikiran tamu. Mercure berupaya untuk menggabungkan beberapa fakta menarik untuk dapat memikat dan mengejutkan anda sehingga memberikan pengalaman yang lebih variatif serta interaktif dengan anda sebagai tamu.

Kemudian kepribadian Mercure yang kedua adalah “Semangat” dengan slogan “*Uplifting*”, “*Witty*”, “*Stimulating*”. Ketiga nya memiliki arti untuk memberikan komunikasi dengan taburan kecerdasan dalam setiap komunikasinya dengan tamu. Dimana Mercure sendiri berkomunikasi dengan energi yang berdampak positif kepada tamu nya.

Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk sendiri memiliki slogan yaitu “*Discover local*”, dari slogan ini Mercure mengharapkan bahwa para tamu dapat menjelajahi serta mengenal lebih dalam akan kebudayaan lokal yang ada di sekitar hotel. Dengan slogan ini juga Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk memiliki komitmen untuk memberikan pengalaman yang unik kepada tamu dengan terinspirasi dari kebudayaan lokal dalam setiap kegiatannya.

Komitmen Mercure dalam menyajikan kebudayaan lokal tidak hanya tergambar pada suasana, bentuk ruangan dan desain nya saja tetapi Mercure juga menyajikan kuliner yang berdasarkan kepada kebudayaan lokal. Pada awalnya Mercure

memiliki restoran yang bernama NUSANTARA dimana restoran ini menyajikan menu-menu lokal seperti Rujak, Gado-Gado, Sop Janda dan berbagai makanan lokal lainnya. Tetapi dengan adanya diversifikasi menu dan juga pengembangan konsep maka Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk mengubah nama restoran tersebut menjadi NSNTR Bistro & Bar sekaligus memberikan penawaran referensi makan baru. Restoran Mercure menawarkan makanan internasional yang di adaptasi dan di kolaborasi dengan kebudayaan lokal, selain itu bahan-bahan yang digunakan juga didatangkan langsung dari Indonesia sehingga dapat memberikan pengalaman kuliner yang unik dengan memadukan kelezatan internasional dengan cita rasa lokal Indonesia.

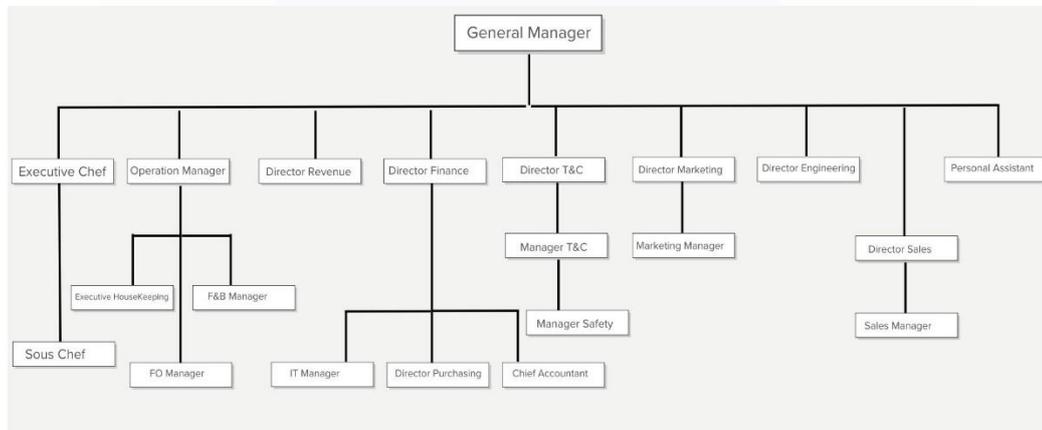
2.1.1 Visi Misi

Visi Misi yang dipegang oleh Mercure sendiri adalah sebagai berikut:

VISI: Menjadi portal menuju destinasi yang dihidupkan oleh para pelaku bisnis perhotelan dengan kepribadian dan kehangatannya sendiri.

MISI: Memberikan pengalaman lokal yang mendalam kepada para tamu kami

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada Gambar 2.3 ditampilkan struktur organisasi dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, yang menggambarkan bagaimana susunan kepemimpinan dan pembagian tanggung jawab dijalankan secara sistematis dalam operasional hotel. Struktur ini menunjukkan bahwa posisi tertinggi dalam manajemen hotel dipegang oleh seorang *General Manager*, yang memiliki peran sangat krusial dalam memastikan seluruh aspek manajerial dan operasional hotel berjalan dengan efektif dan efisien.

Sebagai pemimpin tertinggi, *General Manager* bertanggung jawab penuh terhadap pembuatan kebijakan, pengambilan keputusan strategis, pengelolaan dan distribusi anggaran, pengawasan terhadap seluruh aktivitas operasional hotel, serta evaluasi kinerja karyawan. Tidak hanya itu, *General Manager* juga berperan dalam memastikan bahwa seluruh layanan yang diberikan kepada tamu hotel telah memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Ia menjadi pusat dari seluruh sistem kerja yang ada, dan memiliki tanggung jawab untuk menyusun serta menegakkan standar pelayanan yang harus diikuti oleh seluruh staf di berbagai divisi, demi menciptakan pengalaman menginap yang unggul dan konsisten bagi para tamu.

Dalam menjalankan peran besar tersebut, *General Manager* tidak bekerja sendirian, melainkan didukung oleh sembilan divisi utama yang masing-masing memiliki fungsi dan tanggung jawab tersendiri. Koordinasi antar divisi ini sangat penting agar seluruh kegiatan operasional dapat berjalan selaras dengan visi dan misi perusahaan.

Salah satu peran pendukung terdekat dari *General Manager* adalah posisi *Personal Assistant (PA)*. Meskipun secara struktur terlihat sebagai posisi pendukung, namun peran PA memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi. *Personal Assistant* bertindak sebagai penghubung langsung antara *General Manager* dengan seluruh kepala divisi maupun pihak eksternal lainnya. PA memastikan bahwa komunikasi, baik internal maupun eksternal, berlangsung secara lancar, efisien, dan tanpa hambatan.

Tugas lainnya dari *Personal Assistant* termasuk menyusun dan mempersiapkan jadwal harian maupun agenda rapat, memastikan bahwa semua pertemuan terlaksana sesuai rencana, dan memastikan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam rapat atau diskusi telah menerima informasi yang tepat waktu serta materi yang relevan. Dalam hal ini, PA juga turut menjaga keteraturan administratif serta mendukung efektivitas *General Manager* dalam pengambilan keputusan strategis.

Dengan demikian, struktur organisasi ini mencerminkan sistem kerja yang profesional dan terorganisir, di mana setiap posisi, termasuk *General Manager* dan *Personal Assistant*, memiliki kontribusi penting dalam mewujudkan layanan berkualitas tinggi yang menjadi ciri khas dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk.

“*Cluster Executive Chef*” Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga seluruh kestabilan pekerjaan dan tugas untuk dapat berjalan dengan sebaik mungkin dan telah sesuai dengan SOP yang berlaku, tidak hanya itu “*Cluster Executive Chef*” juga turut berkontribusi untuk memberikan inovasi-inovasi baru dalam menu restoran, juga turut memberikan kontribusinya dalam acara kolaborasi dengan beberapa chef dari luar Mercure

Hotel Jakarta Pantai Indah Kapuk ataupun inovasi menu baru dalam acara-acara tertentu seperti Ramadan, Natal dan acara lainnya. Sebagai Executive Chef ia juga dibantu oleh “*Sous Chef*” yang memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan serta memastikan seluruh pekerjaan yang telah diminta oleh “*Cluster Executive Chef*” dapat berjalan dengan baik dan dengan semestinya.

“*Operation Manager*” yang bertugas untuk memastikan seluruh kegiatan operasional hotel dapat berjalan dengan baik dalam aspek departemen front office, housekeeping, pelayanan, keuangan, keamanan, dan sumber daya manusia. Dalam menjalankan tugas nya ia tidak sendiri tetapi juga dibantu oleh “*Executive Housekeeper*” dimana ia bertanggung jawab sebagai manajemen dari departemen housekeeping yang memiliki tugas utama untuk memastikan kebersihan, kerapihan, serta kenyamanan dari kamar hingga area-area umum hotel, ia juga bertanggung jawab untuk merekrut, melatih, dan mengelola staff housekeeping. “*Front Office Manager*” bertanggung jawab untuk membantu manajemen operasional departemen front office, hal ini juga termasuk dalam pelayanan untuk tamu yang check in dan check out, ia juga perlu memastikan bahwa proses pendaftaran tamu dapat berjalan dengan baik, kesiapan kamar yang telah siap untuk dihuni serta melayani apabila terdapat keluhan atau masalah dari tamu. “*F&B Manager*” yang bertanggung jawab untuk memastikan seluruh operasional yang terdapat di restoran mulai dari kelengkapan makanan, kebersihan serta rasa makanan, ia juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh bagian dari restoran dapat berjalan sesuai dengan SOP yang berlaku, serta Room Division Manager yang saat ini posisi nya sedang kosong.

“*Cluster Director of Finance*” yang bertanggung jawab atas manajemen keuangan dan akuntansi hotel yang meliputi pembuatan laporan keuangan setiap pergerakan hotel, ia juga bertanggung jawab dalam mengawasi laporan arus kas juga memastikan setiap prosedur keuangan telah berjalan dengan baik sesuai aturan yang telah ditetapkan. Ia juga bertanggung jawab atas laporan keuangan setiap hari, minggu, bulan dan tahun nya, ia juga harus memberikan analisis keuangan yang relevan kepada manajemen. Dalam perannya ini ia juga memiliki 3 bidang yang

berbeda yaitu ada “*Cluster IT Manager*” yang bertugas untuk memelihara dan juga mengelola departemen IT, tugasnya juga meliputi untuk pemeliharaan dan pengembangan infrastruktur IT. Selain itu “*Chief Accountant*” yang bertanggung jawab untuk mengawasi bagian akuntan sehingga dapat memberikan laporan keuangan yang akurat, pemantauan anggaran yang telah diberikan kepada setiap bagian, proses penggajian seluruh karyawan serta bagian perpajakan baik pajak operasional hotel juga syarat pajak bagi seluruh karyawan hotel. Kemudian ada “*Cluster Purchasing*” yang bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan pembelian dalam cluster juga memastikan bahwa terdapat kepatuhan terhadap proses pembelian.

“*Cluster Director of Talent & Culture*” yang bertanggung jawab untuk pengembangan SDM dan juga budaya perusahaan, ia juga bertanggung jawab untuk membuat peraturan, memberikan pelatihan serta merekrut SDM hotel. Kemudian ada “*Cluster Talent & Culture Manager*” bertanggung jawab untuk merekrut, seleksi dan pelatihan karyawan yang efektif juga membuat laporan yang efektif sesuai dengan keputusan strategis manajemen Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Kemudian ada “*Cluster Chief Security*”.

“*Cluster Director of Sales*” yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap penjualan mengenai hotel mulai dari *room meeting, wedding package, f&b product* ia juga memimpin pelatihan strategi penjualan dan pengelolaan penjualan agar dapat mencapai target yang melebihi anggaran. Tidak hanya itu, ia juga membangun hubungan relasi dengan mitra perusahaan, agen perjalanan untuk memperluas jangkauan penjualan produk mereka,

“*Cluster Director of Marketing*” yang memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan strategi dalam memasarkan dan mempromosikan hotel. Mereka juga turut menganalisis tren pasar serta merancang tindakan yang perlu dilakukan untuk mempromosikan hotel. Tidak hanya itu, mereka juga mengadakan event dalam launching suatu produk baru, mereka juga menjalin hubungan yang baik dengan para influencer dan media yang turut membantu mempromosikan produk

hotel. “*Cluster Marketing Communication Manager*” dari Mercure memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan promosi, mencari konsep promosi, mengembangkan materi promosi, sekaligus berkomunikasi dengan para tamu secara langsung melalui sosial media yang tersedia, kemudian ada “*Cluster Graphic Designer*” yang bertanggung jawab atas seluruh design yang ada di Mercure mulai dari *banner, amenities, flyer, poster, LED Promotion, LED Lobby Mall* serta materi materi iklan lainnya, “*Cluster Digital Marketing*” yang bertugas untuk membangun *impression* melalui *google ads, instagram ads*, mengelola website Mercure agar materi yang ada di website tetap sesuai dengan keadaan Mercure tetapi juga tetap mengikuti tren yang sedang ramai di pasar, ia juga bertugas untuk mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang ada di Mercure kemudian membuat video promosi dan teaser dari suatu acara. Mereka sebagai kesatuan yang turut berkontribusi dalam tim Marketing untuk menjalankan bahwa seluruh pesan pemasaran yang konsisten dan efektif dapat tersampaikan dengan baik kepada target pasar hotel.

