

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

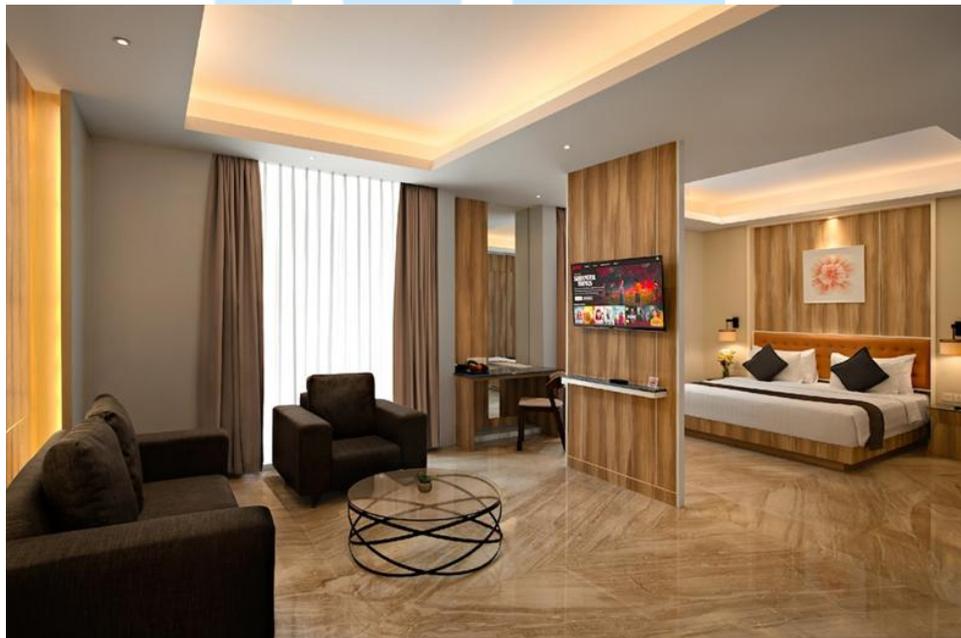
Grand Orchardz Hotel Kemayoran Jakarta adalah hotel bintang 4 yang berdiri megah di pusat ibu kota Jakarta. Resmi beroperasi sejak 25 Juli 2018, hotel ini berada di bawah naungan Kapuas Group, sebuah perusahaan yang didirikan oleh Tjemerlang Tje, pengusaha Tionghoa asal Pontianak, Kalimantan Barat. Dikenal juga dengan nama Pui Hie atau A Phui, perjalanan bisnisnya dimulai sejak tahun 1960-an sebagai pedagang kacang garing di sebuah bioskop di Pontianak. Kini, ia sukses membangun Kapuas Group yang menaungi berbagai hotel, termasuk Orchardz Hotel Gajah Mada dan Orchardz Hotel Ahmad Yani di Pontianak, serta Kapuas Palace Hotel dan Kapuas Dharma Hotel. Di Jakarta, jaringan hotel miliknya meliputi Orchardz Hotel Industri, Orchardz Hotel Jayakarta di Jalan Pangeran Jayakarta, Orchardz Hotel Bandara, dan Grand Orchardz Hotel Kemayoran.



Gambar 2.1 Grand Orchardz Hotel Kemayoran Jakarta

Sumber: Agoda.com (2025)

Dari seluruh jaringan hotel Orchardz, hanya Grand Orchardz Hotel Kemayoran yang menyandang nama "Grand" karena merupakan hotel terbaru dalam grup ini. Dibangun dengan desain paling eksklusif dan modern dibandingkan properti Orchardz lainnya, hotel ini menjadi ikon kemewahan dalam portofolio Kapuas Group. Grand Orchardz Hotel Kemayoran menawarkan layanan berkualitas tinggi dengan fasilitas modern untuk kenyamanan para tamu. Hotel ini memiliki 207 kamar yang didesain dengan konsep elegan, nyaman, dan aman. Berbagai fasilitas unggulan turut disediakan, seperti *OENA Restaurant*, *meeting room*, *gym/pusat kebugaran*, *whirlpool*, sauna, dan lain sebagainya.



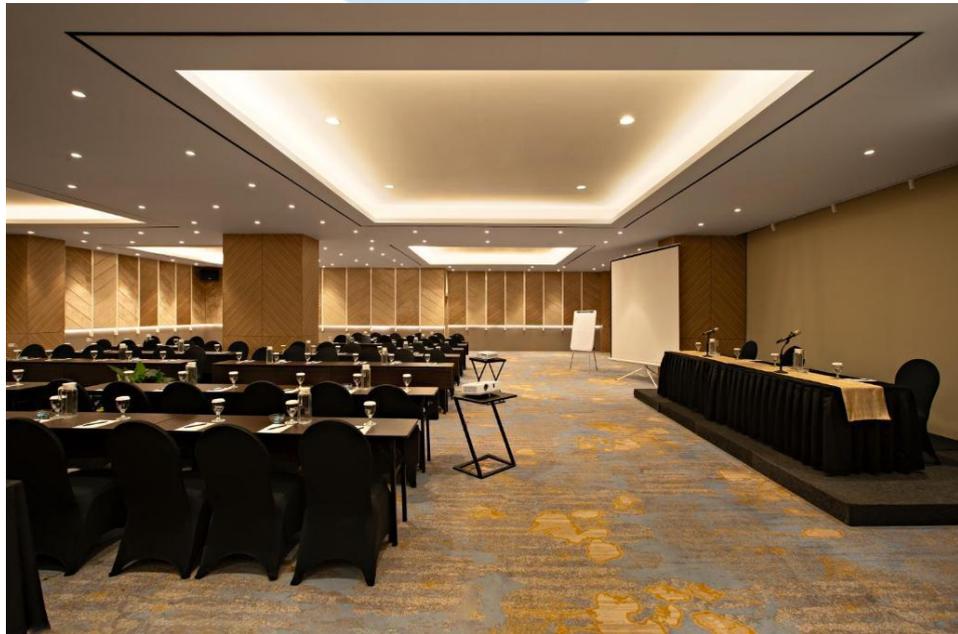
Gambar 2.2 Tipe Kamar Executive Suite Grand Orchardz Hotel Kemayoran

Sumber: Agoda.com (2025)



Gambar 2.3 Oena Restaurant Grand Orchardz Hotel Kemayoran

Sumber: Agoda.com (2025)



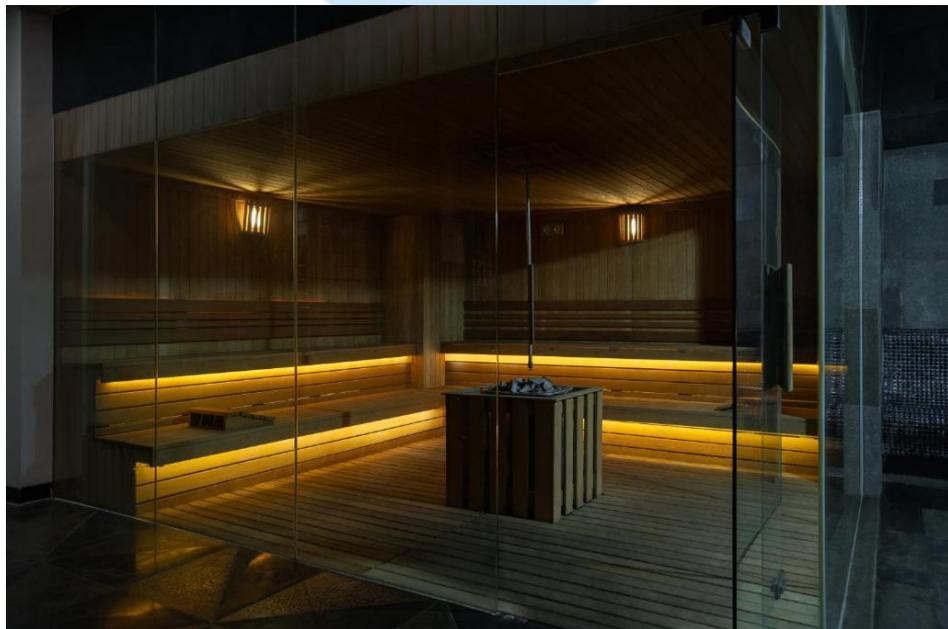
Gambar 2.4 Lily Meeting Room Grand Orchardz Hotel Kemayoran

Sumber: Agoda.com (2025)



Gambar 2.5 Whirlpool Grand Orchardz Hotel Kemayoran

Sumber: Agoda.com (2025)



Gambar 2.6 Sauna Grand Orchardz Hotel Kemayoran

Sumber: Agoda.com (2025)



Gambar 2.7 Gym Grand Orchardz Hotel Kemayoran

Sumber: Agoda.com (2025)

Berlokasi strategis, hotel ini hanya berjarak 10 menit dari Jakarta International Expo (JIExpo) Kemayoran dan kawasan wisata Ancol, 20 menit dari Monumen Nasional (Monas), serta dapat ditempuh dalam 25 menit dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Selain itu, hotel ini juga dekat dengan pusat perbelanjaan terkenal seperti Pasar Pagi Mangga Dua dan Glodok Electronic Center, menjadikannya pilihan ideal bagi wisatawan maupun pelaku bisnis yang berkunjung ke Jakarta Pusat. Sebagai nilai tambah, Grand Orchardz menyediakan layanan *free shuttle bus* khusus bagi tamu yang ingin menuju ke JIExpo, guna memberikan kenyamanan dan kemudahan akses selama menghadiri acara atau pameran.

2.2 Visi dan Misi Grand Orchardz Hotel Kemayoran Jakarta

- **Visi**

“Great Hospitality Does Not Need a Hefty Price Tag”

- **Misi**

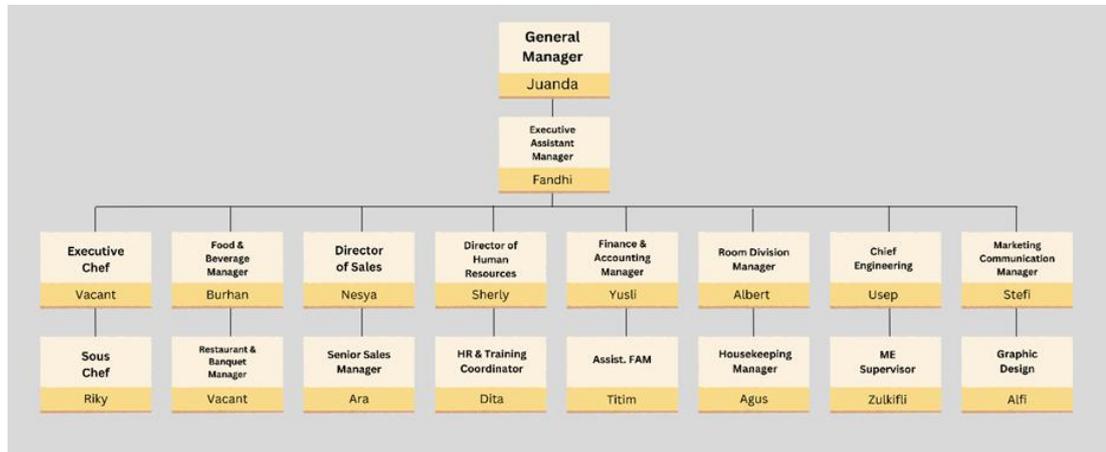
“Creating a Creative and Strong Workforce that Directly Translates to Efficient Hospitality Service that Delights the Customers”

2.3 Culture Grand Orchardz Hotel Kemayoran Jakarta

- **Participation:** *Encouragement of participation of every single individual covering all levels of hierarchy.*
- **Outreaching:** *Initiative of the team and individuals to actively contribute more to enhance customer satisfaction.*
- **Teamwork:** *Close working environment where every single individual is supporting each other towards a common goal.*
- **Nurture:** *Taking individuals with great personality and coaching them to be a leader.*
- **Discipline:** *Working in accordance to company rules and regulations.*
- **Creative:** *Brainstorming and implementing ideas which are beyond the norm with the goal of customer satisfaction and business creation.*

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Grand Orchardz Hotel Kemayoran membawahi 8 departemen dengan struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.8 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Data Olah Penulis (2025)

2.5 Konsep dan Implementasi Etika Bisnis Perusahaan

2.5.1 Konsep Etika Bisnis Perusahaan

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai moral yang membimbing perilaku individu maupun organisasi dalam menjalankan kegiatan bisnis. Nilai-nilai ini berperan sebagai acuan dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan aktivitas bisnis, dengan tujuan mempertahankan integritas, menegakkan keadilan, serta memenuhi tanggung jawab sosial (Adrai & Perkasa, 2024). Etika bisnis mengharuskan perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasional mereka. Hal ini mencakup bagaimana perusahaan berhubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, serta masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, etika bisnis juga mencakup kepatuhan terhadap peraturan hukum yang berlaku serta penerapan standar moral yang diakui secara luas (Beladiena et al., 2021; Rahayu, 2020; Siregar, 2020; Wati & Mukhlis, 2023).

2.5.2 Implementasi Etika Bisnis Perusahaan

- Pengolahan Limbah B3



Gambar 2.9 Tempat Penyimpanan Sementara Limbah B3 Grand Orchardz Hotel

Sumber: Dokumen Olah Penulis (2025)

Grand Orchardz berkomitmen untuk menerapkan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, terutama dalam menangani limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) yang dihasilkan dari operasional hotel. Limbah B3, seperti bahan kimia pembersih, minyak bekas, dan limbah medis dari fasilitas kesehatan hotel, dapat berdampak negatif terhadap lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi lingkungan dan etika bisnis, Grand Orchardz tidak membuang limbahnya secara sembarangan. Sebaliknya, perusahaan bekerja sama dengan vendor pengelola limbah resmi dan berlisensi, yang bertanggung jawab dalam mengumpulkan, mengolah, serta membuang limbah tersebut secara aman dan sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah.

- **Batas Usia Minimum Pekerja**

Berdasarkan Pasal 68 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, pengusaha dilarang mempekerjakan anak, yaitu mereka yang berusia di bawah 18 tahun. Grand Orchardz secara konsisten menerapkan kebijakan rekrutmen yang sesuai dengan ketentuan tersebut, memastikan bahwa semua karyawan yang direkrut berusia minimal 18 tahun. Dengan demikian, perusahaan tidak mempekerjakan anak di bawah umur, sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- ***Corporate Social Responsibility***

Menurut Riyanti (2014) dalam Posumah (2024), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Perusahaan merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk menjalankan bisnis secara etis serta berkontribusi terhadap pembangunan yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. CSR tidak hanya berfokus pada tanggung jawab perusahaan terhadap pemegang saham dan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan kesejahteraan sosial, keberlanjutan lingkungan, serta prinsip keadilan dalam setiap aspek operasionalnya. Hal ini mencakup berbagai inisiatif dan kebijakan, seperti menjalankan program filantropi, menerapkan praktik bisnis berkelanjutan, mengurangi dampak lingkungan dari proses produksi, mendorong keberagaman dan inklusi di lingkungan kerja, serta memastikan kesejahteraan karyawan dan komunitas sekitar (Judijanto et al., 2024).

Selama menjalani program magang di Grand Orchardz Hotel Kemayoran, penulis berkesempatan untuk terlibat langsung dalam beberapa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselenggarakan oleh hotel. Salah satu kegiatan yang penulis ikuti

adalah program penanaman pohon dalam rangka memperingati Hari Sejuta Pohon Sedunia. Kegiatan ini dilaksanakan di Grand Wisata Cibubur, Bogor, sebagai bentuk kontribusi hotel dalam menjaga kelestarian lingkungan dan mendukung penghijauan. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya lingkungan yang hijau dan sehat, tetapi juga sebagai upaya nyata dalam mengurangi jejak karbon serta meningkatkan kualitas udara di daerah sekitar.



Gambar 2.10 CSR Orchardz Hotel Group Jakarta di Grand Wisata Cibubur, Bogor

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Selain itu, penulis juga turut berpartisipasi dalam kegiatan CSR di bulan Ramadhan, yang mana Orchardz Hotel Group Jakarta mengadakan kunjungan dan donasi ke Panti Asuhan Putra Setya. Dalam kegiatan ini, hotel memberikan bantuan berupa paket sembako, serta santunan kepada anak-anak di panti asuhan. Kegiatan ini mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, khususnya bagi anak-anak yang membutuhkan. Lebih dari sekadar memberikan bantuan materi, program ini juga bertujuan untuk membangun hubungan sosial yang lebih erat antara pihak hotel dan komunitas sekitar serta memberikan kebahagiaan bagi mereka yang kurang beruntung, terutama di bulan penuh berkah.



Gambar 2.11 CSR Orchardz Hotel Group Jakarta di Pantia Asuhan Putra Setya

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

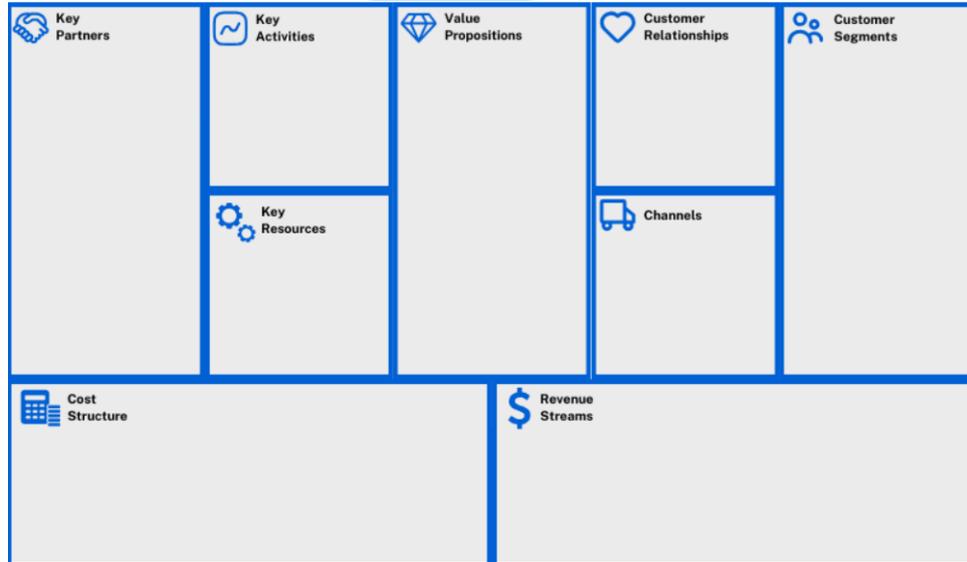
Melalui keterlibatan dalam program-program CSR ini, penulis mendapatkan wawasan langsung mengenai bagaimana Orchardz Hotel menerapkan nilai-nilai tanggung jawab sosial dalam operasionalnya. Perusahaan tidak hanya berfokus pada profitabilitas tetapi juga memiliki komitmen nyata dalam memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.6 Konsep dan Implementasi *Business Model Canvas*

2.6.1 Konsep *Business Model Canvas*

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka manajemen berbentuk *visual chart* yang terdiri dari sembilan elemen, dirancang untuk menjabarkan ide dan konsep bisnis secara sistematis agar mempermudah pemahaman dan realisasi bisnis dengan cepat (Widyawati, 2024). *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan elemen utama yang saling terhubung, memungkinkan pengguna untuk memvisualisasikan hubungan antar aspek bisnis. Kerangka ini membantu dalam memetakan, menganalisis, merancang, dan mengembangkan model bisnis baru secara lebih efektif (Septiani et al., 2023). *Business Model Canvas* juga didefinisikan sebagai alat strategis yang berfungsi untuk memvisualisasikan dan mengevaluasi ide bisnis dalam satu dokumen halaman yang terdiri dari sembilan elemen utama menurut *Impact* (2024).



Gambar 2.12 Sembilan Elemen *Business Model Canvas*

Sumber: *Impact* (2024)

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, Widyawati (2024) membagi *Business Model Canvas* ke dalam 9 elemen fundamental, yaitu:

1. *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen)

Customer Segments merupakan proses mengelompokkan pelanggan berdasarkan karakteristik tertentu, seperti demografi (usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan) dan perilaku belanja, untuk mengidentifikasi serta menargetkan individu atau organisasi yang ingin dijangkau atau dilayani. Segmen pelanggan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yaitu:

- a. **B2B (Business to Business)**, yakni bisnis yang menargetkan perusahaan lain sebagai pelanggan, seperti pemasok bahan baku atau produk yang membutuhkan peran bisnis lain dalam produksi dan distribusinya.
- b. **B2C (Business to Customer)**, yang langsung menyasar konsumen akhir sebagai pengguna produk atau layanan.
- c. **Mass Market**, yaitu bisnis yang melayani berbagai jenis pelanggan tanpa segmentasi khusus.
- d. **Niche Market**, yang berfokus pada kelompok pelanggan dengan kebutuhan spesifik.
- e. **Multi-sided Platform**, yang menghubungkan beberapa segmen pasar yang saling bergantung, seperti platform *e-commerce* Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak yang mempertemukan penjual dan pembeli.

2. *Value Proposition* (Proposisi Nilai Konsumen/Keunggulan Produk)

Value Propositions merupakan elemen yang menyoroti keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan bisnis kepada segmen pelanggannya. Elemen ini memungkinkan pengusaha untuk menampilkan keunikan dan nilai lebih yang membedakan bisnis

mereka dari kompetitor. Untuk dapat bersaing, pelaku usaha harus menonjolkan manfaat produk yang dapat menarik perhatian calon pelanggan. Keunggulan ini menjadi faktor utama yang memberikan alasan bagi konsumen untuk memilih produk atau layanan yang ditawarkan.

3. Channels (Saluran)

Channels merupakan elemen yang menggambarkan cara bisnis menjangkau segmen pelanggan, mencakup distribusi produk, komunikasi, dan media yang digunakan. Saluran ini berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan produk atau layanan kepada konsumen serta mengomunikasikan keunggulan dan nilai yang ditawarkan. Dengan memilih channels yang tepat, bisnis dapat memastikan bahwa pelanggan menerima produk atau jasa sesuai harapan, sekaligus memperkuat hubungan dan kepuasan mereka.

4. Customer Relationship (Interaksi dengan Pelanggan)

Customer Relationship menggambarkan bagaimana bisnis membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggannya. Setiap pelanggan memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga penting bagi pengusaha untuk memahami cara menarik dan mempertahankan loyalitas mereka. Pengelolaan hubungan yang baik diperlukan agar pelanggan tetap setia dan tidak beralih ke kompetitor. Dengan kemajuan teknologi, interaksi dengan pelanggan kini dapat dilakukan tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui berbagai saluran digital seperti *website*, aplikasi chat, dan bahkan sistem otomatis seperti *chatbot*.

5. Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)

Key Activities mencakup berbagai aktivitas utama yang dilakukan bisnis untuk menciptakan dan mempertahankan proposisi nilai. Pengusaha perlu mengidentifikasi serta menjaga konsistensi aktivitas ini agar tetap berjalan optimal dan kompetitif. Setiap bisnis memiliki aktivitas kunci yang berbeda, tergantung pada model bisnis yang dijalankan, dengan tujuan utama memastikan bahwa nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dapat terpenuhi secara efektif.

6. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Key Resources mencakup berbagai sumber daya yang perlu direncanakan dan dimiliki bisnis untuk mewujudkan proposisi nilai. Sumber daya ini mencakup aspek seperti pengelolaan bahan baku, pengendalian stok, manajemen sumber daya manusia, serta pengaturan proses operasional agar bisnis dapat berjalan secara optimal.

7. Key Partnersip (Kemitraan)

Key Partnership pada hubungan strategis yang dibangun dengan berbagai *stakeholder*, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam bisnis. Identifikasi *stakeholder* yang tepat sangat penting agar dapat memberikan manfaat positif bagi keberlangsungan usaha. Menjalinkan kerja sama yang kuat dan saling menguntungkan juga berperan dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas bisnis.

8. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

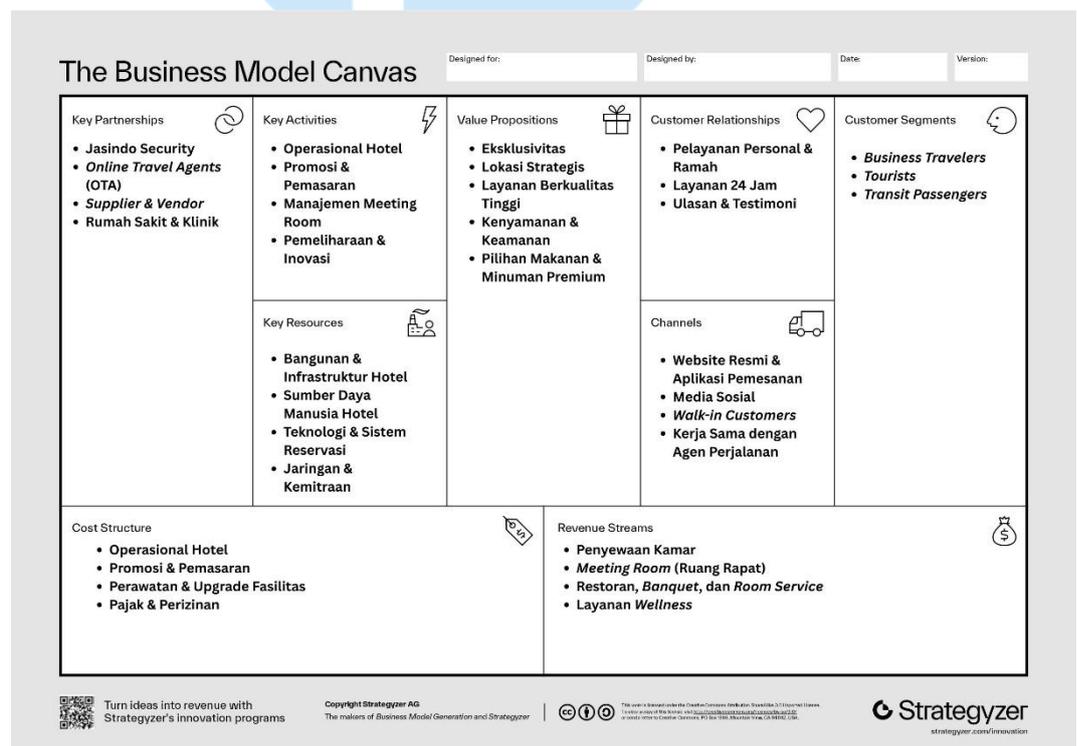
Revenue Streams merupakan sumber pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas bisnis dan harus dikelola dengan optimal untuk meningkatkan keuntungan. Pendapatan ini berasal dari pelanggan yang membeli atau menggunakan produk dan layanan perusahaan.

Elemen ini menantang pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menciptakan peluang pendapatan tambahan di luar aktivitas utama bisnis.

9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Cost Structure mencakup pemetaan dan pengelolaan biaya agar sejalan dengan proposisi nilai bisnis. Pengelolaan yang efisien dapat membantu menghemat pengeluaran serta mengurangi risiko kerugian. Elemen ini mencakup berbagai jenis biaya, seperti biaya untuk menciptakan keunggulan produk, menjaga hubungan dengan pelanggan, serta mendukung aktivitas utama bisnis.

2.6.2 Implementasi *Business Model Canvas* pada Grand Orchardz Hotel Kemayoran Jakarta



Gambar 2.13 Business Model Canvas pada Grand Orchardz Hotel

Sumber: Data Olah Penulis (2025)

1) **Customer Segments (Segmentasi Konsumen)**

- **Business Travelers:** Pelaku bisnis yang membutuhkan penginapan dengan fasilitas lengkap, termasuk ruang rapat (*meeting room*) dan layanan eksklusif.
- **Tourists:** Wisatawan domestik maupun mancanegara yang mencari akomodasi mewah di lokasi strategis dekat pusat wisata dan perbelanjaan.
- **Transit Passengers:** Pelanggan yang membutuhkan penginapan dekat dengan akses transportasi utama seperti bandara dan stasiun.

2) **Value Proposition (Keunggulan Produk/Layanan)**

- **Eksklusivitas:** Grand Orchardz Hotel Kemayoran memiliki desain yang modern, eksklusif, dan terbaru dibandingkan cabang Orchardz hotel lainnya.
- **Lokasi Strategis:** Dekat dengan Jakarta International Expo (JIExpo) Kemayoran, stasiun (Rajawali & Gambir), rumah sakit besar, dan pusat perbelanjaan.
- **Layanan Berkualitas Tinggi:** Menawarkan fasilitas premium seperti OENA Restaurant, *gym*/pusat kebugaran, *whirlpool*, sauna, dan *meeting room*.
- **Kenyamanan & Keamanan:** Desain kamar yang elegan dan nyaman serta layanan pelanggan yang ramah dan profesional.
- **Pilihan Makanan & Minuman Premium:** Mempunyai restoran dengan menu internasional dan khas Indonesia berkualitas tinggi.

3) **Channels (Saluran Distribusi dan Komunikasi)**

- **Website Resmi & Aplikasi Pemesanan:** Pelanggan dapat melakukan reservasi langsung melalui *website* Orchardz Hotel atau aplikasi pemesanan *online* seperti Agoda, Traveloka, dan Booking.com.
- **Media Sosial:** Hotel aktif mempromosikan layanan melalui Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

- **Walk-in Customers:** Melayani pelanggan yang datang langsung ke hotel untuk reservasi atau menggunakan fasilitas.
- **Kerja Sama dengan Agen Perjalanan:** Menjalin kemitraan dengan agen perjalanan dan platform *Online Travel Agent* (OTA).

4) *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

- **Pelayanan Personal & Ramah:** Staff hotel dilatih untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan responsif terhadap kebutuhan tamu.
- **Layanan 24 Jam:** Hotel menyediakan layanan pelanggan 24 jam, termasuk layanan kamar, *concierge*, dan resepsionis.
- **Ulasan & Testimoni:** Mengelola dan menanggapi ulasan pelanggan di platform pemesanan *online* serta media sosial untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5) *Key Activities* (Aktivitas Utama)

- **Operasional Hotel:** Manajemen layanan kamar, *housekeeping*, restoran, dan fasilitas lainnya untuk memastikan kenyamanan tamu.
- **Promosi & Pemasaran:** Mengelola kampanye digital, media sosial, dan kerja sama dengan agen perjalanan *online* untuk meningkatkan okupansi kamar.
- **Manajemen Meeting Room:** Menyediakan layanan bagi tamu bisnis yang membutuhkan ruang rapat.
- **Pemeliharaan & Inovasi:** Mengelola fasilitas hotel agar tetap dalam kondisi prima serta mengembangkan layanan baru.

6) **Key Resources (Sumber Daya Utama)**

- **Bangunan & Infrastruktur Hotel:** Fasilitas modern dengan 207 kamar, ruang meeting, restoran, dan layanan *wellness*.
- **Sumber Daya Manusia Hotel:** Tim profesional yang terdiri dari manajemen, resepsionis, staff *housekeeping*, *F&B Product*, *F&B Services*, *engineering*, serta *back office* yang mencakup *sales*, *marketing communications (Marcomm)*, *HRD*, *finance*, dan *accounting*.
- **Teknologi & Sistem Reservasi:** *Website* dan platform pemesanan yang mendukung operasional hotel.
- **Jaringan & Kemitraan:** Hubungan dengan agen perjalanan *online*, korporasi, serta penyedia layanan lainnya untuk mendukung bisnis.

7) **Key Partnerships (Kemitraan Utama)**

- **Jasindo Security:** Grand Orchardz bekerja sama dengan PT Jasa Sekuriti Indonesia (Jasindo Security) dalam hal penyediaan tenaga keamanan. Satpam Grand Orchardz merupakan tenaga *outsorce* yang disediakan oleh Jasindo Security, guna memastikan keamanan tamu, karyawan, dan lingkungan hotel secara profesional dan berkelanjutan.
- **Online Travel Agents (OTA):** Grand Orchardz bermitra dengan Traveloka, Agoda, Booking.com, dan Expedia dalam pemasaran kamar hotel dengan sistem berbagi komisi, di mana sebagian tarif kamar diberikan kepada OTA sebagai imbalan atas layanan pemesanan.
- **Supplier & Vendor:** Memastikan pasokan makanan, perlengkapan hotel, dan layanan lainnya tetap tersedia dan berkualitas tinggi.
- **Rumah Sakit & Klinik:** Grand Orchardz bekerja sama dengan rumah sakit untuk penanganan kecelakaan kerja. Selain itu, hotel juga bermitra dengan klinik untuk pelaksanaan *medical check-up* bagi

karyawan, guna memastikan kesehatan dan kesejahteraan tenaga kerja tetap terjaga.

8) *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

- **Penyewaan Kamar:** Merupakan sumber pendapatan utama yang berasal dari reservasi kamar dengan berbagai tipe dan harga yang ditawarkan kepada tamu.
- **Meeting Room (Ruang Rapat):** Pendapatan berasal dari penyewaan tujuh *meeting room* yang dimiliki Grand Orchardz, yang melayani kebutuhan tamu bisnis maupun korporat, dan menjadi salah satu penyumbang *revenue* terbesar.
- **Restoran, Banquet, dan Room Service:** Grand Orchardz memperoleh pendapatan dari departemen *Food and Beverage Services* (FBS) melalui tiga sumber utama, yaitu restoran, *banquet*, dan *room service*. Restoran OENA milik Grand Orchardz menghasilkan pendapatan dari penjualan makanan dan minuman yang ditujukan kepada tamu hotel maupun pengunjung umum. Layanan *banquet* memberikan kontribusi melalui penyewaan ruangan dan penyediaan konsumsi untuk berbagai acara seperti rapat, seminar, pernikahan, dan perayaan lainnya. Sementara itu, *room service* menjadi sumber pendapatan tambahan dengan menyediakan layanan pemesanan makanan dan minuman yang diantar langsung ke kamar, memberikan kenyamanan bagi tamu yang ingin menikmati hidangan secara privat.
- **Layanan Wellness:** Fasilitas tambahan seperti *gym*, sauna, dan *whirlpool* di Grand Orchardz disediakan gratis bagi tamu yang menginap sebagai bagian dari layanan kenyamanan selama masa tinggal. Sementara itu, bagi tamu dari luar yang tidak menginap di hotel dan hanya ingin menggunakan fasilitas tersebut, akan dikenakan biaya sesuai ketentuan yang berlaku.

9) *Cost Structure (Struktur Biaya)*

- **Operasional Hotel:** Biaya listrik, air, pemeliharaan bangunan, dan gaji karyawan.
- **Promosi & Pemasaran:** Anggaran untuk pemasaran digital, iklan, dan kerja sama dengan OTA.
- **Perawatan & Upgrade Fasilitas:** Pengeluaran untuk menjaga kualitas fasilitas agar tetap modern dan nyaman.
- **Pajak & Perizinan:** Biaya administrasi serta perizinan usaha yang harus dipenuhi.

