

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Aryaduta Lippo Village dan Aryaduta Country Club adalah dua fasilitas unggulan yang berlokasi di kawasan Lippo Village, Tangerang, Indonesia. Keduanya telah berperan penting dalam industri perhotelan dan rekreasi selama lebih dari tiga dekade. (Margaretta, 2025)



Gambar 2.1. Aryaduta Lippo Village

Sumber: Website Aryaduta Hotels

Sebagai salah satu bagian dari pengembangan kawasan Lippo Village, Hotel Aryaduta Lippo Village memiliki peran penting dalam mendukung sektor pariwisata dan perhotelan di wilayah Tangerang, Banten. Kawasan Lippo Village sendiri dirancang sebagai kota mandiri modern yang mengintegrasikan fasilitas pemukiman, bisnis, pendidikan, dan gaya hidup, sehingga kehadiran hotel berbintang menjadi salah satu elemen penunjang yang strategis. (Margaretta, 2025)

Pembangunan hotel dimulai pada tahun 1993 dan secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 20 September 1994. Pada awal pendiriannya, hotel ini

dikenal dengan nama Imperial Century Hotel & Resort, dan dikelola oleh jaringan manajemen internasional Century International Hotels (Margaretta, 2025). Sebagai hotel berbintang lima, kehadiran Imperial Century Hotel & Resort saat itu menjadi simbol modernisasi kawasan Lippo Karawaci, serta menjadi salah satu pusat akomodasi utama bagi para pebisnis, wisatawan, hingga keluarga yang berkunjung ke Tangerang.

Seiring berjalannya waktu dan peningkatan permintaan akan fasilitas gaya hidup terpadu, pada bulan Maret tahun 2001, manajemen hotel memperluas cakupan operasionalnya dengan ditunjuk untuk mengelola Imperial Country Club, yaitu fasilitas rekreasi dan kebugaran yang berada tepat di samping hotel. Integrasi ini menjadikan kedua entitas tersebut dikenal dengan nama baru yaitu Imperial Aryaduta & Country Club. Langkah ini memperkuat posisi hotel sebagai destinasi tidak hanya untuk menginap, namun juga untuk relaksasi dan aktivitas gaya hidup sehat, yang sejalan dengan tren kebutuhan pasar saat itu.

Pada awal tahun 2003, kontrak kerja sama dengan Century International Hotels berakhir. Sejak saat itu, pengelolaan hotel dan country club sepenuhnya berada di bawah naungan PT Aryaduta Hotel Tbk., perusahaan yang merupakan bagian dari Lippo Group, salah satu konglomerasi terbesar di Indonesia. Perubahan ini juga menandai babak baru dalam strategi branding dan operasional hotel yang lebih berorientasi pada nilai-nilai lokal, keramahan khas Indonesia, serta pengembangan layanan yang lebih personal dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan domestik maupun internasional.

Kemudian pada tahun 2009, nama resmi hotel diubah menjadi Aryaduta Lippo Village, yang hingga saat ini menjadi identitas utama dari properti tersebut. Nama ini tidak hanya mencerminkan afiliasi brand dengan jaringan Aryaduta Hotels yang telah dikenal luas di Indonesia, tetapi juga menekankan keterikatan geografis dan budaya dengan kawasan Lippo Village sebagai lokasi strategis yang terus berkembang.

Aryaduta Lippo Village tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan akomodasi berbintang lima, tetapi juga menghadirkan pengalaman gaya hidup yang lebih komprehensif melalui fasilitas eksklusif yang dimiliki oleh Aryaduta Country Club. Fasilitas ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat urban modern serta para tamu hotel yang menginginkan keseimbangan antara relaksasi dan aktivitas fisik. Mengutip Margaretta (2025), Aryaduta Country Club menyediakan beragam sarana rekreasi dan kebugaran premium yang menunjang kualitas hidup para penggunanya.

Salah satu daya tarik utamanya adalah kolam renang bergaya laguna yang dikelilingi pepohonan hijau dan lanskap tropis, menciptakan suasana seperti sedang berada di pantai pribadi yang tenang dan menyegarkan. Selain itu, terdapat pusat kebugaran (gym) dengan peralatan modern serta berbagai kelas kebugaran seperti yoga, *cardio dance*, hingga zumba yang dipandu oleh instruktur profesional, memungkinkan anggota maupun tamu untuk tetap aktif dan bugar selama menginap. Country club ini juga dilengkapi lapangan tenis outdoor yang dapat dimanfaatkan baik oleh anggota maupun tamu hotel, menjadikannya tempat ideal untuk aktivitas olahraga ringan hingga pertandingan santai.



Gambar 2.2. Lobby Aryaduta Country Club

Bagi mereka yang menginginkan akses penuh dan keuntungan tambahan, tersedia pula program keanggotaan eksklusif yang memberikan berbagai kemudahan dan layanan prioritas. Kehadiran seluruh fasilitas ini mencerminkan komitmen Aryaduta Lippo Village untuk menjadi lebih dari sekadar tempat menginap, tetapi juga pusat gaya hidup sehat dan aktif yang relevan dengan tren konsumen masa kini yang semakin menekankan pentingnya keseimbangan antara kesehatan fisik dan mental, atau yang dikenal dengan konsep wellness dan work-life balance.



Gambar 2.3. Lagoon Pool

Sumber: Website Aryaduta Hotels

Pada Januari 2024, Aryaduta Lippo Village dan Aryaduta Country Club meluncurkan program kesehatan eksklusif bernama "Tjakap Djiwa". Program ini berlangsung selama empat bulan dan mencerminkan komitmen Aryaduta Group dalam meningkatkan kesejahteraan, mengajak para pengunjung untuk memulai perjalanan perubahan dalam kesehatan dan ketenangan. Inisiatif ini menekankan hubungan antara fisik dan mental, dengan berbagai kegiatan dan promosi di bawah tema "WELLNESS". (Sujana, 2024)

Sebagai bagian dari pengembangan fasilitas terpadu di kawasan Lippo Village, Aryaduta Lippo Village menghadirkan Aryaduta Country Club sebagai

sarana penunjang gaya hidup sehat dan kenyamanan tamu. Aryaduta Country Club dilengkapi dengan berbagai fasilitas olahraga dan rekreasi, seperti Lagoona Pool yang dirancang dengan nuansa tropis dan dilengkapi seluncuran, pusat kebugaran dengan peralatan modern serta personal trainer, lapangan tenis indoor dan outdoor berstandar internasional, lapangan badminton, squash room, lapangan basket, serta Panda Club sebagai area bermain dan belajar untuk anak-anak.

Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya dapat dinikmati oleh tamu hotel, tetapi juga oleh anggota tetap yang berasal dari komunitas sekitar. Kehadiran Country Club ini menjadi salah satu upaya manajemen dalam menghadirkan pelayanan menyeluruh, menyatukan akomodasi premium Hotel Aryaduta dengan fasilitas rekreasi kelas dunia di lingkungan Lippo Village.



Gambar 2.4. Logo Perusahaan

Sumber: (Margaretta, 2025)

Logo Aryaduta Lippo Village merupakan salah satu elemen visual penting yang merepresentasikan citra dan nilai-nilai yang dipegang oleh hotel tersebut. Logo ini menampilkan huruf "A" dengan desain yang modern, elegan, dan minimalis, menggambarkan kesan eksklusif, profesional, serta kemewahan yang menjadi ciri khas brand Aryaduta. Bentuk tipografi yang bersih dan tegas mencerminkan komitmen terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi dan standar internasional yang diterapkan dalam setiap aspek layanan, mulai dari akomodasi hingga fasilitas pendukung seperti country club. Warna yang digunakan dalam

logo—yang biasanya didominasi oleh warna-warna netral atau monokrom—juga berperan penting dalam memperkuat kesan premium dan sophisticated yang ingin ditonjolkan. Selain itu, konsistensi penggunaan desain logo ini di seluruh media komunikasi, baik cetak maupun digital, menunjukkan keseriusan Aryaduta dalam membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh publik. Seperti yang dijelaskan oleh Margareta (2025), logo tersebut tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga membawa makna filosofis tentang komitmen terhadap kualitas, kenyamanan, serta pengalaman menginap yang berkelas.

Dengan mengusung logo yang merepresentasikan nilai-nilai modernitas dan profesionalisme, Aryaduta Lippo Village berhasil mempertahankan posisi mereka sebagai salah satu hotel ternama yang mampu bersaing di tengah maraknya industri perhotelan yang dinamis. Terlebih lagi, hotel ini tidak hanya fokus pada pelayanan internasional, tetapi juga berupaya memadukannya dengan sentuhan budaya lokal. Hal tersebut tercermin dari berbagai kegiatan dan kolaborasi dengan komunitas lokal, seperti perayaan ulang tahun ke-30 melalui acara “Harmoni Batik Gala Night” yang menampilkan karya UMKM dan peragaan busana batik khas Tangerang. Upaya ini menunjukkan bahwa Aryaduta Lippo Village dan Aryaduta Country Club terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan, tanpa melupakan akar budaya Indonesia yang menjadi kebanggaan nasional. Dengan pendekatan seperti ini, Aryaduta tidak hanya menjadi destinasi menginap, tetapi juga simbol perpaduan antara kemewahan modern dan kekayaan budaya lokal.

2.1.1 Visi Misi

Visi Aryaduta Lippo Village dan Aryaduta County Club adalah menciptakan merek hotel Indonesia yang ikonis dan berdaya saing global. Aryaduta berkomitmen untuk menghadirkan standar layanan perhotelan yang berkualitas tinggi, menggabungkan keunikan budaya lokal dengan standar internasional. Mereka berupaya menjadi simbol keramahtamahan khas Indonesia yang dapat bersaing secara kompetitif di kancah global, dengan menawarkan pengalaman menginap yang tidak hanya nyaman, tetapi juga mencerminkan kehangatan budaya

lokal. Aryaduta Lippo Village menempatkan nilai-nilai keramahan, pelayanan personal, dan estetika Indonesia sebagai bagian penting dari identitas mereknya. Dalam setiap aspek pelayanannya, mulai dari penyambutan tamu, fasilitas kamar, hingga layanan restoran dan country club, Aryaduta berusaha memberikan pengalaman yang berkesan dan berstandar internasional, namun tetap terasa otentik.

Melalui kombinasi antara inovasi berkelanjutan, profesionalisme sumber daya manusia, serta komitmen tinggi terhadap kepuasan pelanggan, Aryaduta Lippo Village terus beradaptasi dengan perubahan tren industri perhotelan dan harapan konsumen modern. Mereka tidak hanya mempertahankan standar pelayanan yang tinggi, tetapi juga melakukan berbagai peningkatan layanan, digitalisasi komunikasi pemasaran, dan kolaborasi dengan komunitas lokal untuk memperkuat posisi sebagai salah satu hotel terbaik di kawasan. Upaya ini menunjukkan bahwa Aryaduta Lippo Village tidak hanya fokus pada aspek komersial, tetapi juga ingin menjadi representasi hospitality Indonesia yang relevan, adaptif, dan unggul secara global. (Margaretta, 2025)

Untuk mencapai visi tersebut, Aryaduta Lippo Village & Aryaduta Country Club menetapkan beberapa misi utama, yaitu, menjunjung tinggi integritas seperti bertindak dengan jujur, transparan, dan bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional, baik kepada tamu maupun mitra bisnis.

Mengutamakan inovasi dan perkembangan terkait tren terbaru dalam industri perhotelan, Aryaduta Lippo Village selalu bertekad untuk tetap yang terdepan dalam menerapkan inovasi baru serta mengikuti perkembangan terbaru di dunia perhotelan, baik dalam aspek teknologi maupun layanan.

Dengan rasa empati yang tinggi, Aryaduta Lippo Village mengedepankan pelayanan yang hangat, penuh perhatian, dan peka terhadap kebutuhan serta harapan tamu, di samping berusaha untuk memahami dan merespons setiap situasi yang dihadapi oleh para tamu dengan baik.

Memberikan pengalaman yang berbeda dan konsisten kepada semua tamu, tujuan ini adalah untuk menawarkan pengalaman menginap yang unik, berkesan,

dan stabil bagi setiap tamu, dengan memadukan keunikan budaya Indonesia serta standar layanan internasional yang tinggi.

Menciptakan suasana kerja yang positif untuk semua karyawan, Aryaduta Lippo Village berkomitmen untuk membangun lingkungan kerja yang positif, inklusif, dan mendukung bagi setiap karyawan, dengan menyadari bahwa kesejahteraan dan kebahagiaan karyawan merupakan kunci untuk mencapai pelayanan yang luar biasa bagi para tamu. (Margaretta, 2025)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di Hotel Aryaduta Lippo Village disusun secara hierarkis untuk memastikan setiap divisi dapat bekerja secara terarah dan saling berkoordinasi dengan baik. Hotel Aryaduta Lippo Village merupakan salah satu hotel bintang lima yang memiliki berbagai unit kerja, seperti Front Office, Housekeeping, Food and Beverage, Sales and Marketing, Human Resources, Accounting, serta Engineering, yang semuanya berada di bawah koordinasi General Manager. General Manager memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi seluruh kegiatan operasional hotel dan melaporkan kinerja hotel kepada pihak manajemen pusat. Setiap divisi kemudian dipimpin oleh seorang Department Head atau Manager yang bertugas mengatur aktivitas sehari-hari di bidangnya, memberikan instruksi kepada supervisor, serta memastikan pekerjaan staf berjalan sesuai standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku.

Namun, dalam laporan magang ini saya memperkecil pembahasan struktur organisasi tersebut dengan berfokus pada lingkup divisi tempat saya melaksanakan kegiatan magang, yaitu Marketing Communications, agar penjelasan yang disampaikan lebih mendalam dan sesuai dengan pengalaman kerja yang saya alami secara langsung selama magang.



Gambar 2.5. Bagan Struktur Organisasi

Selama mengikuti program magang di perusahaan ini, penulis menempati posisi sebagai *Marketing Communications Intern* yang berfokus pada kegiatan komunikasi pemasaran dan promosi. Dalam pelaksanaannya, penulis banyak belajar mengenai sistem kerja yang terstruktur melalui pengamatan terhadap struktur organisasi yang diterapkan di perusahaan. Struktur organisasi ini bersifat

hierarkis dan cukup jelas dalam pembagian tugas serta tanggung jawab antar posisi. Posisi tertinggi dalam struktur ini dipegang oleh *Cluster General Manager Java Area*, yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi seluruh kegiatan dan operasional di wilayah Jawa. *Cluster General Manager* berperan dalam pengambilan keputusan strategis, pengawasan kinerja seluruh tim, serta memberikan arahan besar terkait target dan kebijakan perusahaan.

Di bawah kepemimpinan *Cluster General Manager* terdapat *Operational Manager* yang berperan dalam mengatur dan mengawasi jalannya kegiatan operasional sehari-hari. *Operational Manager* menjadi penghubung antara manajemen tingkat atas dan pelaksana teknis di lapangan. Posisi ini memiliki peran penting dalam menjaga kestabilan operasional dan memastikan bahwa setiap divisi menjalankan tugasnya secara efisien dan sesuai prosedur. Selanjutnya, *Duty Manager* berada di bawah *Operational Manager* dan bertugas lebih dekat dengan tim pelaksana. *Duty Manager* bertanggung jawab langsung dalam mengoordinasi tim sales dan administrasi, mengatur jadwal kerja, serta menjadi pengawas pelaksanaan aktivitas operasional harian.

Tim pelaksana terdiri dari dua *Sales Executive* yang bertugas melakukan penjualan produk atau jasa perusahaan, menjalin dan menjaga relasi dengan pelanggan, serta mencapai target-target penjualan yang telah ditentukan oleh manajemen. Dalam pekerjaannya, *Sales Executive* juga melibatkan kegiatan presentasi produk, negosiasi dengan klien, dan melakukan follow up terhadap prospek penjualan. Kedua *Sales Executive* ini didukung oleh seorang *Sales Administrator* yang menangani berbagai pekerjaan administratif seperti pencatatan data penjualan, pembuatan laporan, serta pengarsipan dokumen penting yang berkaitan dengan aktivitas penjualan.

Di luar jalur utama operasional dan penjualan, terdapat posisi penulis sebagai *Marketing Communications Intern*. Secara struktur, posisi ini langsung berada di bawah pengawasan *Operational*, namun dalam praktik sehari-hari penulis juga berinteraksi dan berkoordinasi dengan tim sales maupun manajemen

operasional. Tugas penulis meliputi pembuatan materi promosi, pengelolaan konten media sosial, mendukung pelaksanaan event promosi, serta membantu menyusun strategi komunikasi yang tepat untuk menjangkau target audiens. Penulis juga berkesempatan untuk mengamati bagaimana koordinasi antar divisi berjalan, serta memahami pentingnya kerja sama lintas fungsi dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Melalui struktur organisasi ini, penulis belajar bahwa setiap posisi memiliki peran yang saling melengkapi. Komunikasi yang baik antar posisi menjadi kunci utama dalam menjaga produktivitas dan efisiensi kerja. Pengalaman ini memberikan penulis pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana sebuah organisasi dijalankan secara profesional, serta memperluas wawasan penulis dalam bidang komunikasi dan *marketing communications*.