

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel merupakan sebuah hotel berbintang lima yang berada di kawasan Jakarta Selatan, yang mana hotel ini berhubungan secara langsung dengan Gandaria City Mall. Pada awalnya, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel berada dibawah naungan Marriott International. Marriott International merupakan sebuah perusahaan perhotelan yang didirikan pada tahun Mei 1927 di Amerika Serikat oleh *J. Willard Marriott dan Alice Sheets Marriott*, Di mana Marriott International dimulai sebagai waralaba *A&W Stan Root Beer* dengan menawarkan sembilan kursi di Washington, D.C dan bekerjasama dengan rekannya yang bernama Hugh Colton. Selama tiga puluh tahun, tepatnya di tahun 57's hingga 76's, Marriott telah mengembangkan sayapnya ke dalam bisnis penginapan dengan Twin Bridges Hotel yang berada di Arlington, Virginia (Marriott International, 2015).

Seiring berjalanya waktu, di tahun 2016 Marriott International memberikan pemberitahuan bahwa perusahaan telah mengakuisisi Starwood Hotels dan Resort Worldwide yang dapat menciptakan perusahaan hotel terbesar di dunia, tepatnya di Amerika Serikat. Perusahaan mengadakan perayaan dengan menyajikan videotron tentang merayakan akuisisi International Marriott dari Starne 23 September 2010 di *Time Square, New York*. Dengan adanya, akuisisi Marriott dengan Starwood hotel & Resorts telah berhasil membawa 11 brand baru, mulai dari *Westin hotel & resorts, Le Meridien, St. Hotel & Resor Regis, Hotel W, dan Sheraton Hotels*. (Marriott International, 2015). Sebelumnya di tahun 1937, Sheraton hotels yang didirikan oleh Ernest Henderson dan Robert Moore yang berakar dari pembelian Hotel Stonehaven di Springfields, Massachusetts.



Gambar 2. 1 Sheraton Springfield Monarch Place Hotel

Sumber : www.wikimapia.org

Di hotel tersebut, mereka pun memutuskan untuk mengganti nama hotel dari Stonehaven menjadi Sheraton. Keputusan ini diambil karena salah satu properti yang mereka beli telah memiliki papan nama elektrik yang bertuliskan “Sheraton Hotel.” Mengingat biaya penggantian papan nama elektrik perlu mengeluarkan biaya tinggi, mereka akhirnya memilih untuk mempertahankan nama Sheraton Hotel sebagai identitas secara resmi untuk seluruh jaringan hotel yang mereka miliki.

Sebagai bagian dari Starwood Hotel & Resorts, Sheraton Corporation of America menjadi jaringan hotel pertama yang tercatat di Bursa Efek New York pada tahun 1947. Setelah pencatatan tersebut, Sheraton mulai melakukan ekspansi internasional dengan mengalami pertumbuhan global secara pesat, yang dimulai dengan mengakuisisi dua jaringan hotel Kanada. Di tahun 1960, Sheraton pun mengembangkan sayapnya dengan memperluas jangkauannya ke wilayah internasional, termasuk kawasan Timur Tengah, Tel Aviv, dan Amerika latin. Perluasan ini menandai langkah penting dalam strategi global perusahaan. Lima tahun kemudian, tepatnya di tahun 1965, Sheraton merayakan pencapaian penting dengan membuka hotelnya yang ke-100 yang berlokasi di Boston, Massachusett

Perjalanan panjang tersebut semakin berkembang saat Sheraton diakuisisi oleh Starwood Hotel & Resort Worldwide, Inc pada tahun 1998, sehingga mereka menandai langkah baru dalam perjalanan ekspansi global mereka dengan memperkuat kehadirannya di pasar internasional. Dengan pencapaian tersebut, di tahun 2025 Sheraton telah mengelola sebanyak 435 properti hotel dan 80 *resort* yang tersebar di 70 negara di seluruh dunia. Salah satunya di Indonesia, yaitu Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel.



Gambar 2. 2 Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel
Sumber : Data perusahaan

Pada 15 Oktober 2015, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel telah diresmikan oleh perusahaan PT Pakuwon Jati Tbk. Perusahaan Pakuwon Jati merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di sektor bisnis properti, mulai dari apartemen, pusat perbelanjaan, kantor, hotel dan sebagainya. Di mana, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel hadir dengan dedikasi tinggi dalam menyuguhkan pengalaman artistik yang istimewa dan meninggalkan kesan mendalam bagi para tamu

Dengan pelayanan unggul dan fasilitas yang mewah, hotel ini menjadi destinasi bagi kalangan tamu, mulai dari pelaku bisnis, wisatawan yang mencari kenyamanan, *influencer*, dan perusahaan yang sedang menjalankan aktivitas usahanya di wilayah Jakarta selatan. Pencapaian ini komitmen para karyawan yang secara konsisten menerapkan nilai - nilai atau *core values* dari Marriott International untuk menghadirkan pelayanan yang sempurna dan menciptakan pengalaman menginap yang tak terlupakan bagi setiap tamu. Terdapat *core value* yang diberikan oleh Marriott International, sebagai berikut (Core Value, 2015) :

1. We put People First

Dalam nilai ini, marriott International telah beroperasi selama 95 tahun lebih, Di mana perusahaan memberikan penjelasan terkait filosofi “*take care of associates and they will take care the customer.*” Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memberikan dedikasi yang penuh kepada para karyawan yang ingin berkembang dan meraih kesuksesan bersama. Melalui nilai inti tersebut, dapat terlihat jelas bahwa Marriott International berkomitmen untuk membangun lingkungan kerja yang positif, serta mendorong terciptanya kolaborasi yang produktif.

2. We Pursue Excellence

Dalam nilai ini, Marriott International, khususnya Willard Marriott menyebutkan bahwa “*good food and good service at a fair price*”. Oleh karena itu, Marriott International berupaya untuk mengutamakan pelayanan yang unggul sebagai wujud komitmen untuk senantiasa memberikan yang terbaik di setiap aspek industri perhotelan.

3. We Embrace Change

Dalam nilai ini, Marriott International menyebutkan bahwa “*Innovation has always been part of the Marriott Story*”, Di mana perusahaan bergotong - royong dengan keluarga besar Marriot untuk ikut serta membantu dalam membentuk industri perhotelan secara *modern*. Hal ini menunjukkan semangat berinovasi dengan memahami perubahan dari kebutuhan para pelanggan, mulai dari merek baru, pengalaman tamu dan sebagainya untuk diimplementasikan oleh Marriott International sehingga kami mampu

beradaptasi dengan perkembangan zaman.

4. **We Act With Integrity**

Dalam nilai ini, Marriott International menjelaskan tentang “*How we do business is as important as the business we do*”, menunjukkan bahwa perusahaan menekankan pentingnya kejujuran dan tanggung jawab, Di mana setiap individu diharapkan berperilaku sesuai dengan prinsip moral dan etika yang berlaku didalam sosial.

5. **We Serve Our World**

Dalam nilai ini, Marriott International menyatakan bahwa “*Marriott strives to be a force for good*”, Di mana perusahaan menunjukkan fokusnya terhadap pembangunan berkelanjutan dan dampak sosial. Melalui kerjasama bersama Serve 360, Marriott menjalin kolaborasi untuk menjalankan berbagai kegiatan yang mendukung pelestarian lingkungan dan kesejahteraan global. Hal ini menjadi landasan bagi perusahaan dalam menciptakan dampak positif dan berkelanjutan di berbagai wilayah tempat Marriott International menjalankan usahanya.

Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel ini menawarkan berbagai pilihan kamar dan fasilitas yang dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi para tamunya. Hotel ini memiliki total kamar sebanyak dua ratus sembilan puluh empat kamar dengan berbagai tipe, seperti *Deluxe Guest Room King, Deluxe Guest Room Double, Large Guest Room, Deluxe King Club Access, Deluxe Double Club Access, Large Room Club Access, Junior Suite, Executive Suite, Ambassador Suite*, dan *Presidential Suite* (Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2022). Bagi para tamu yang memilih kamar dengan *access club* dan *suite*, mereka akan mendapatkan akses eksklusif ke Sheraton club lounge, sebuah fasilitas premium yang menyediakan berbagai layanan tambahan mulai dari hidangan *special, buffet*, ruang bersantai yang nyaman, ruang rapat yang eksklusif untuk menunjang kebutuhan bisnis maupun pribadi.

Pada fasilitas hotel ini menghadirkan beragam fasilitas lengkap yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi para tamu. Di mana, fasilitas utamanya adalah Anigre Restaurant, sebuah restoran elegan dan mewah yang menyajikan berbagai hidangan khas internasional dengan kualitas terbaik. Selain itu, Lobby Lounge milik Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel ini memberikan tempat yang nyaman sehingga mereka dapat bersantai sembari menikmati aneka pilihan minuman dan makanan ringan, serta Arterie menyediakan hidangan penutup dengan menyajikan cake dan es krim yang dapat menggoda lidah mereka. Bagi para tamu yang ingin relaksasi dan menjaga kebugaran, hotel ini menyediakan kolam renang dan spa yang terletak di area taman yang luas dan asri sehingga menciptakan suasana tenang dan menyegarkan, tentunya pusat kebugaran ini memberikan peralatan yang lengkap dan dapat diakses selama 24 jam guna mendukung gaya hidup aktif para tamu kapanpun mereka butuhkan. Untuk keperluan bisnis atau acara berkapasitas besar, hotel ini menawarkan ballroom dan meeting room yang luas dan representatif sehingga mendukung untuk menyelenggarakan berbagai acara penting, mulai dari konferensi bisnis, seminar, hingga pesta pernikahan.

2.2 Visi dan Misi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

1. VISI

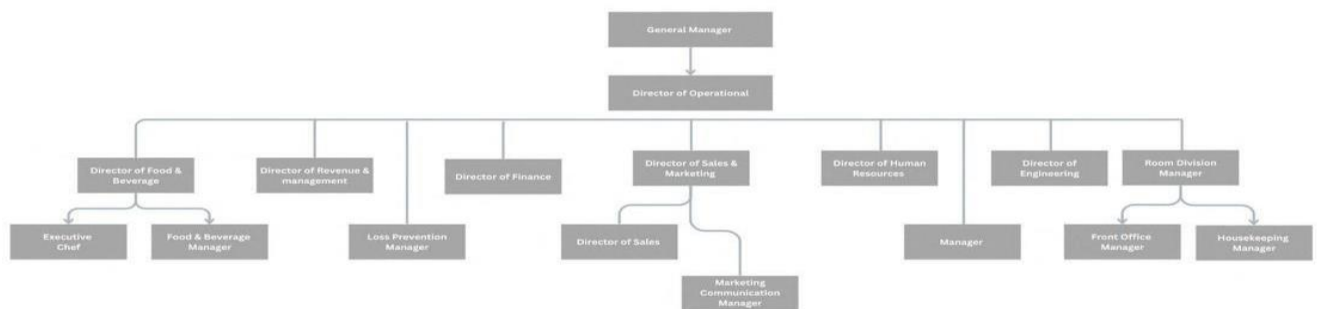
Pada bagian Visi dari Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yakni *“Marriott International aspires to be the world’s most distinguished global travel company”* yang memiliki arti bahwa seluruh properti yang berada dibawah Marriott International berkomitmen untuk memberikan pelayanan, pengalaman dan hubungan emosional yang mendalam kepada para tamu.

2. MISI

Pada bagian Misi dari Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yakni *“Connect cultures and inspires discovery around the world”*, Di mana misi tersebut mengatakan bahwa Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel ingin menghubungkan tamu - tamu dengan keunikan budaya di berbagai destinasi pada properti - properti Marriott International di seluruh dunia.

2.3 Struktur Organisasi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Pada data struktur perusahaan tahun 2025, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel ini memiliki struktur organisasi perusahaan, sebagai berikut :



Gambar 2. 3 Struktur organisasi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber : Data perusahaan

Berdasarkan gambar diatas, struktur organisasi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel menunjukkan sistem secara terstruktur. Di mana, posisi tertinggi terdapat General Manager yang memegang peran utama dalam mengawasi seluruh kegiatan operasional hotel serta memastikan bahwa setiap divisi menjalankan tugasnya dengan efektif sesuai standar Marriott International. Langsung di bawah General Manager, terdapat sejumlah kepala divisi yang memiliki tanggung jawab masing-masing. Director of Revenue bertugas mengelola strategi pendapatan hotel melalui pengaturan harga dan analisis pasar. Director of Finance menangani aspek keuangan, termasuk akuntansi dan pengawasan anggaran. Sementara itu, Director of Sales Marketing dan Director of Sales fokus pada kegiatan pemasaran dan penjualan untuk meningkatkan tingkat hunian dan pendapatan. Director of Food & Beverage mengatur seluruh operasional makanan dan minuman, termasuk restoran dan layanan kamar.

Kemudian, untuk mendukung upaya komunikasi merek, terdapat Marketing Communication Manager yang bertanggung jawab atas promosi dan hubungan media, dengan bantuan dari Assistant Marketing Communication Manager, Graphics Design, dan Digital Marketing. Di sisi pengelolaan sumber daya manusia, Director of Human Resources bertanggung jawab terhadap rekrutmen, pelatihan, dan kesejahteraan karyawan. Selain itu, Director of Engineering memastikan seluruh fasilitas teknis dan infrastruktur hotel berjalan dengan baik. Terakhir, Division Room Manager mengelola semua hal terkait kamar tamu dan layanan pendukung, seperti front office dan concierge.



Gambar 2. 4 Struktur bagian departemen Marketing Communication Sumber : Data perusahaan

Dalam struktur organisasi divisi Marketing Communication di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel tahun 2025, ini menggambarkan sistem kerja yang terkoordinasi antara berbagai peran yang saling mendukung dalam mencapai tujuan komunikasi dan promosi hotel. Sebagai departemen Marketing Communication secara aktif memproduksi berbagai konten pemasaran yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar tertarik menggunakan layanan maupun produk yang ditawarkan oleh hotel.

Konten-konten tersebut dibuat dengan standar kualitas tinggi dan dikemas secara kreatif agar dapat menarik minat pasar.

Selain itu, penyebaran konten dilakukan melalui berbagai platform komunikasi seperti media sosial, televisi di kamar tamu, situs resmi hotel, serta media digital lainnya, guna menjangkau *audiens* yang lebih luas dan memperkuat citra merek hotel secara konsisten.

Pada posisi tertinggi dalam divisi ini ditempati oleh Marketing Communication Manager, yang bertanggung jawab dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran secara menyeluruh, mengawasi pelaksanaan program promosi, pemasaran secara digital, membuat acara - acara menarik, pembuatan konten pemasaran dengan kualitas terbaik dan menjaga konsistensi citra merek hotel. Di bawah tanggung jawabnya, terdapat Asisten Marketing Communication yang bertugas membantu menjalankan aktivitas harian dan mengkoordinasikan implementasi rencana yang telah ditetapkan. Posisi ini juga menjadi penghubung antara manajer dengan anggota tim lainnya, serta memastikan seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan arahan dan target yang telah ditetapkan. Selanjutnya, Digital Marketing Executive yang memiliki peran dalam mengelola seluruh platform digital hotel, termasuk media sosial, website, dan online travel agent (OTA) seperti Tripadvisor, Agoda, Ticket.com, Booking.com, Expedia, Ctrip, dan Traveloka serta kampanye pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan *audiens*.

Lalu, Graphics Designer yang bertugas memproduksi berbagai kebutuhan visual, mulai dari konten media sosial hingga materi promosi yang mencerminkan identitas visual hotel. Materi atau konten ini berupa, brosur, *flyer*, konten promosi, iklan dan lainnya. Serta, Asisten Marketing Communication Manager, yang merancang dan mendukung pelaksanaan kegiatan promosi, pembuatan konten, pembuatan pr writing, digital marketing, dan menjalin kerjasama dengan *influencer*, serta membantu dalam pelaksanaan event promosi yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran merek hotel di kepada konsumen. Dengan begitu, seluruh anggota tim ini bekerja sama secara sinergis dalam menciptakan strategi komunikasi yang efektif dan berdampak untuk mendukung posisi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City sebagai hotel berkelas internasional dengan layanan terbaik.