

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Hotel Ijen Suites berada dibawah naungan PT Agit Perkasa dimana kegiatan utamanya menjalankan bisnis perhotelan. Berdirinya PT Agit Perkasa berawal dari keinginan untuk menyukseskan rencana pembangunan nasional pada umumnya dan Jawa Timur khususnya. Pendirian perusahaan dilakukan di Malang dengan akte notaris Paulus Oliver Yoesoef, S.H. No 274 tertanggal 26 November 2014. Akte pendirian ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan HAM dengan Surat Keputusan No. AHU-64925.AH.01.01 TH 2013 tertanggal 11 Desember 2014.

Dalam menjalankan kegiatan usaha tersebut manajemen dipimpin oleh pengurus yang telah berpengalaman dalam bidang usaha *real estate, property* serta perhotelan didukung oleh *staff* yang profesional. Dilengkapi dengan aspek legalitas dan administrasi yang lengkap sebagaimana yang tercantum dalam biodata perusahaan realisasi dari maksud tersebut adalah menghadirkan hotel bintang 4 terkonsep *resort* dan akan memenuhi kebutuhan masyarakat akan kenyamanan dan kemewahan hotel di tengah Kota Malang.

Ijen Suites juga merupakan salah satu hotel *resort* terbesar di Malang. Hotel ini berada di tengah Kota Malang yang sejuk. Dibangun di atas tanah seluas 11.792 menjadikan Ijen Suites satu-satunya hotel yang mempunyai konsep *City Resort* di Malang. Ijen Suites mempunyai ruang *meeting* sebanyak 8 *meeting room* dan 1 *ballroom* yang bisa dibagi menjadi 3 bagian dengan kapasitas 2000 orang. Hotel Ijen

Suites juga memiliki 11 lantai dengan 184 kamar, yang terdiri dari kamar *Superior*, *Delux*, *Executive*, *Junior Suite*, *Royal Suite* serta *President Suite*.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. **Visi:** “Menjadi *Hotel Business Resort* terbaik di Malang Raya”
2. **Misi:** “Memberikan nilai lebih kepada *stakeholder* melalui produk berkualitas dengan pelayanan yang ramah, professional disertai inovasi dan teknologi modern.”

2.3 Core Value Positive Hotel Ijen Suites

Dalam menjalankan tugas dan perannya pada setiap departemen, Hotel Ijen Suites memiliki nilai-nilai inti perusahaan untuk membentuk karakter kerja yang selaras dengan strategi perusahaan. Berikut merupakan beberapa *Core Value* yang diterapkan oleh Hotel Ijen Suites kepada seluruh karyawannya:

1. *Professional* berarti bahwa setiap karyawan harus menguasai seluruh *product knowledge* di hotel, melayani secara benar, cepat dan akurat.
2. *Optimist* berarti mempunyai keyakinan yang kuat untuk mencapai tujuan Bersama, namun tetap harus dilengkapi dengan perencanaan yang matang.
3. *Synergy*, kemandirian adalah dasar sinergi. Tiap karyawan berusaha untuk mandiri dalam tugasnya dan tidak menjadi beban bagi rekan dan pimpinannya. Dengan kemandirian karyawan dapat memberi kontribusi pada lingkungan kerjanya yang pada gilirannya akan dapat bekerja sama

secara sinergis dan efektif.

4. *Integrity*, kejujuran adalah modal utama. Setiap insan harus mempunyai tanggung jawab atas pekerjaannya meskipun tidak ada atasan yang mengawasinya.
5. *Tough*, sifat tidak mudah menyerah dan selalu berusaha secara terus menerus harus selalu tertanam di benak seluruh karyawan.
6. *Innovative*, seluruh karyawan diharapkan mempunyai jiwa kreasi yang tinggi dan dapat menghasilkan nilai rupiah atau pemecahan masalah.
7. *Victorious*, untuk mencapai kemenangan harus menjadi yang terbaik di segala bidang baik pelayanan, produk maupun sistem kerja.
8. *Efficient*, kedisiplinan harus digalakkan karena merupakan kunci dari efisien. “*Sense of Belonging*” atau rasa memiliki sebuah perusahaan merupakan perasaan cinta terhadap perusahaan.

2.4 Budaya Kerja Perusahaan

Budaya kerja perusahaan merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap produktivitas serta kenyamanan seluruh karyawan. Lingkungan kerja yang sehat dapat mengoptimalkan kualitas kerja karyawan dan meminimalisir terjadinya kecelakaan kerja di lapangan. Berikut merupakan budaya kerja yang dilakukan Hotel Ijen Suites, yaitu:

1. 5R: Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, Rajin

2. 10 Bersih:

- a. *No Dirt* (Bersih dari Benda Asing).
- b. *No Dust* (Bersih dari Debu).
- c. *No Stain* (Bersih dari Noda).
- d. *No Rubbish* (Bersih dari Sampah).
- e. *No Fungus* (Bersih dari Jamur).
- f. *No Insect* (Bersih dari Serangga).
- g. *No Virus* (Bersih dari Virus).
- h. *No Bacteria* (Bersih dari Bakteri).
- i. *No Smell* (Bersih dari Bau).
- j. *No Noise* (Bersih dari Bising).

Budaya-budaya tersebut merupakan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh seluruh karyawan. Dengan ini, perusahaan berharap bahwa karyawan merasa aman, nyaman dan sejahtera bekerja Bersama tim Hotel Ijen Suites.

2.5 Fasilitas Hotel

Ada berbagai macam fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Ijen Suites. Berikut merupakan deskripsi tipe kamar yang dimiliki oleh Hotel Ijen Suites:

Tabel 4. Fasilitas Kamar Hotel Ijen Suites

Jenis Kamar	Deskripsi	Fasilitas	Harga	Gambar
Superior Room	Jumlah ruangan 48 kamar, ukuran ruangan 24 meter persegi, dan tipe ranjang 1 <i>King Bed</i> dan <i>Twin Bed</i> . Desain dirancang berpadu gaya klasik hingga modern dan menghadirkan suasana sederhana, bersih, dan minimalis.	Balkon pribadi, <i>security deposit box</i> , <i>spacious wardrobe</i> , <i>working spot</i> , <i>sofa</i> , <i>slipper</i> , <i>toilet premium</i> , <i>premium amenities</i> , <i>TV LED</i> , <i>Hair dryer</i> , <i>WiFi</i> , dan <i>TV channel premium</i>	Rp 900.000	 <p><i>Superior Room Twin Bed</i></p>
				 <p><i>Superior Room King Bed</i></p>

Jenis Kamar	Deskripsi	Fasilitas	Harga	Gambar
<i>Deluxe Room</i>	<p>Jumlah kamar 3, Ukuran kamar 30 meter persegi, dan tipe ranjang 1 <i>King bed</i>. Dirancang dengan konsep klasik dan modern yang menghadirkan suasana sederhana, bersih dan minimalis.</p>	<p>Balkon pribadi, <i>security deposit box, spacious wardrobe, working spot, sofa, slipper, toilet premium, premium amenities, TV LED, Hair dryer, WiFi, TV channel premium dan coffee machine.</i></p>	<p>Rp 1.200.000</p>	 <p><i>Deluxe Room King Bed</i></p>

Jenis Kamar	Deskripsi	Fasilitas	Harga	Gambar
<i>Junior Suite</i>	Jumlah kamar 8 kamar, ukuran kamar 48 meter persegi, tipe ranjang 1 <i>King bed</i> .	Ruang tamu yang sangat luas, sofa besar, ruang meja makan, pemandangan yang indah, <i>security deposit box, spacious wardrobe, working spot, slipper, toilet premium, premium amenities, TV LED, Hair dryer, WiFi, TV channel premium, dan coffee machine.</i>	Rp 1.850.000	 <p><i>Junior Suite King Bed</i></p>

Jenis Kamar	Deskripsi	Fasilitas	Harga	Gambar
<i>Executive Suite</i>	Jumlah kamar 6 kamar, ukuran kamar 36 meter persegi, tipe kamar 1 King size bed. <i>Executive Suite</i> menghadirkan konsep atmosfer yang akrab dan ramah.	Ruang tamu yang sangat luas, sofa besar, ruang meja makan, pemandangan yang indah, <i>security deposit box, spacious wardrobe, working spot, slipper, toilet premium, premium amenities, TV LED, Hair dryer, WiFi, TV channel premium, coffee machine, dan privat Jacuzzi.</i>	Rp 1.850.000	 <p><i>Executive Suite King Bed</i></p>

Jenis Kamar	Deskripsi	Fasilitas	Harga	Gambar
<p><i>Royal Suite</i></p>	<p>Jumlah kamar 6 kamar, ukuran kamar 72 meter persegi, dan tipe ranjang 1 <i>King size bed</i>. Ruang yang dirancang pada <i>Royal Suite</i> memiliki dekorasi yang <i>stylish</i>, dan pemandangan yang indah dari balkon pribadinya. Hal ini membuat <i>Royal Suite</i> menjadi pilihan yang direkomendasikan untuk kebutuhan menginap yang membawa keluarga besar atau banyak orang.</p>	<p>Ruang tamu yang sangat luas, sofa besar, ruang meja makan, pemandangan yang indah, <i>security deposit box, spacious wardrobe, working spot, slipper, toilet premium, premium amenities, TV LED, Hair dryer, WiFi, TV channel premium, privat Jacuzzi dan coffee machine.</i></p>	<p>Rp 4.000.000</p>	 <p><i>Royal Suite King Bed</i></p>

Jenis Kamar	Deskripsi	Fasilitas	Harga	Gambar
<i>President Suite</i>	Jumlah kamar 6 kamar, ukuran kamar 240 meter persegi, dan tipe ranjang 1 King size bed.	Ruang tamu yang sangat luas, sofa besar, ruang meja makan, <i>mini kitchen set</i> pemandangan yang indah, <i>security deposit box, spacious wardrobe, working spot, slipper, toilet premium, premium amenities, TV LED, Hair dryer, WiFi, TV channel premium, privat Jacuzzi dan coffee machine.</i>	Rp 21.000.000	 <p><i>President Suite King Bed</i></p>

Sumber: Data Internal Ijen Suites (2021)

Tabel 5. Fasilitas Konvensi

Fasilitas Konvensi	Deskripsi
<i>Grand Ballroom</i>	<p>Sebagai <i>Ballroom</i> terbesar dan termegah di Malang, keunggulan <i>Grand Ballroom</i> Ijen Suites mampu menampung lebih dari 2000 tamu (<i>standing style party</i>). Dengan luas total 1300 meter persegi dapat digunakan seluruhnya sebagai satu ruang serbaguna atau dibagi menjadi tiga <i>ballroom</i> terpisah.</p> <p><i>Grand Ballroom</i> Ijen Suites memiliki dekorasi mewah dengan lampu kristal sehingga membuat suasana menjadi lebih istimewa.</p>
<i>Meeting Room</i>	<p>Ijen Suites mempunyai ruang rapat yang terbagi menjadi 11 ruang pertemuan yang menawarkan fleksibilitas untuk memenuhi berbagai kebutuhan untuk berbagai pengaturan acara, baik sekolah, pemerintah atau perusahaan yang merencanakan dan mengadakan konferensi atau rapat penting. Ruang rapat Ijen Suites terinspirasi dari nama wayang Indonesia.</p> <p>Tarif yang dipasang oleh Ijen Suites: <i>Halfday (Lunch + 1 CB)</i> mulai dari Rp.350.000/pax <i>Full Day (Lunch + 2 CB)</i> mulai dari Rp.450.000/pax <i>One Day (Lunch + Dinner + 2 CB)</i> <i>Full Board (Twin Sharing)</i> mulai dari Rp.850.000/pax <i>Full Board (Single Occp)</i> mulai dari Rp.1.175.000/room</p>

Sumber: Data Internal Ijen Suites (2021)

Tabel 6. Fasilitas Bersantap

Fasilitas Bersantap	Deskripsi
<i>Landbouw Resto</i>	Hotel Ijen Suites, memiliki restoran yang menetapkan standar tertinggi dalam kualitas dan layanan. Di dalam resto ini menyajikan menu yang dibuat dan disiapkan oleh koki hotel. <i>Landbouw Resto</i> menyediakan menu masakan Indonesia maupun <i>Western</i> . Tamu hotel dapat menikmati dengan memilih tempat duduk di dalam dan luar ruangan untuk sarapan, makan siang, teh sore, dan makan malam. Jam Operasional: 06.00 AM – 06.00 PM
<i>Sky Lounge</i>	<i>Ijen Suites Sky Lounge</i> adalah salah satu tempat paling romantis di hotel ini untuk makan dan mengobrol dengan rekan kerja, pasangan, kerabat, dan keluarga. Dikelilingi oleh pemandangan kota dan pegunungan Malang yang indah. <i>Sky Lounge</i> hotel ini dibangun dengan konsep <i>semi-indoor</i> yang elegan.
<i>Mini Bar</i>	Selain <i>Landbouw Resto</i> dan <i>Skylounge</i> , Ijen Suites mempunyai fasilitas untuk tamu di area <i>lobby</i> . Fasilitas tersebut adalah <i>Mini Bar</i> . Setiap tamu yang datang, tamu dapat menikmati aneka <i>pastry</i> dan minuman yang tersedia di <i>bar</i> sembari bersantai di dekat kolam ikan.

Sumber: Data Internal Ijen Suites (2021)

Tabel 7. Fasilitas Kesehatan, Kenyamanan, Jasa dan Umum

Fasilitas Kesehatan dan Kenyamanan	Fasilitas Jasa	Fasilitas Umum
<i>Spa</i>	Layanan antar-jemput	WiFi
<i>Sauna</i>	<i>Housekeeping</i>	<i>Parking Area</i>
<i>Jacuzzi</i>	<i>Laundry</i>	Layanan 24 jam
<i>Gymnasium</i>	<i>Morning Call</i>	<i>Swimming pool</i>
Taman	Pelayanan kamar	Penyimpanan barang
	Sewa mobil	
	<i>Dry Cleaning</i>	

Sumber: Data Internal Ijen Suites (2021)

2.6 Segmenting, Targeting, Positioning (STP)

Hotel Ijen Suites telah menjadi hotel yang ternama, dan berhasil memberikan kesan yang baik di benak konsumen. Hal tersebut yang menjadikan hotel ini dikenal sebagai salah satu hotel bertemakan *resort* terbaik di Kota Malang. Untuk itu, Hotel Ijen Suites memiliki strategi pemasaran untuk memasarkan produk yang disediakan hotel.

1. *Segmenting*

- a. Segmentasi Geografis: Ijen Suites mengutamakan tamu yang datang dari dalam dan luar Malang khususnya daerah-daerah seperti Surabaya, Yogyakarta, Jakarta, dan kota Malang yang datang untuk mencari ketenangan, akomodasi bisnis yang memadai, suasana yang nyaman, dan makanan yang lezat. Ijen Suites terletak di kawasan perumahan elit Ijen Nirwana Residence. Hotel ini berlokasi yang sangat strategis karena hanya berjarak 3 km dari tempat wisata Jodipan dan 2 km dari Museum Brawijaya, Taman Alun Alun Malang, *cafe*, dan pusat perbelanjaan.

- b. Segmentasi Demografis:

- 1) Umur: Ijen Suites mencoba menarik minat tamu berusia muda berkisar 20-30 tahun yang mencari tempat untuk rekreasi, maupun *refreshing* untuk menikmati fasilitas seperti: kolam renang, *gym*, maupun *spa*. Pada usia 30-40 tahun dan 40-50 tahun mencari tempat untuk kegiatan bisnis misalnya *meeting* atau *gathering*. Di atas 50 tahun mencari tempat untuk menginap menikmati hari tua dengan suasana yang tenang.
 - 2) Jenis Kelamin: Sasaran konsumen Ijen Suites berdasarkan jenis kelamin adalah Pria dan Wanita baik yang masih *single* maupun berkeluarga, yang *booking* di Hotel untuk keperluan liburan maupun bisnis.
 - 3) Pendapatan: Bagi tamu kelas menengah ke bawah dengan nominal kurang lebih Rp 600.000 sampai Rp 1.000.000 biasanya hanya ingin menikmati fasilitas yang sudah termasuk dengan harga kamar saja. Bagi tamu kelas menengah dengan nominal > Rp 1.000.000 sampai Rp 2.500.000 menikmati fasilitas yang sudah termasuk dengan biaya kamar, tetapi juga akan mencoba fasilitas lain yang ditawarkan. Bagi tamu kelas atas dengan nominal pendapatan UMR > Rp 3.000.000 tidak akan segan untuk mencoba berbagai macam hal yang telah disediakan oleh hotel.
- c. Segmentasi Psikografis: Secara psikografis Ijen Suites menyasar konsumen dengan gaya hidup modern, hedonis, dan sehat. Dalam

mengikuti konsumen dengan gaya hidup modern, hotel Ijen Suites mengimplementasikan metode pemesanan *food and beverage* bisa melalui *smartphone* untuk dikirim ke kamar, dan metode pembayaran bisa menggunakan *e-wallet*. Konsumen hedonis disini artinya menjadikan liburan atau bisnis di hotel sebagai kebutuhan yang harus terpenuhi. Misalnya konsumen yang setiap liburan dan *meeting* bisnis lebih senang pergi ke hotel bintang 4. Sasaran bagi konsumen gaya hidup sehat, lingkungan hotel Ijen Suites terletak di perumahan yang asri, tenang, suasana udara yang sejuk karena banyak tanaman, dan menghadirkan *food and beverage* dari bahan-bahan yang premium.

- d. Segmentasi tingkah laku: Ijen Suites mengelompokkan segmen ini berkaitan dengan kebiasaan konsumen yang cenderung *staycation* atau berlibur pada musim tertentu misalnya pada libur hari besar nasional, awal bulan, dan cuti tahunan. Lalu kepada konsumen yang mencari hotel bernuansa *resort*, fasilitas mewah dan modern di dekat tengah kota Malang.

2. Targeting

Berdasarkan targeting, Ijen Suites mengelompokkan menjadi dua target pelayanan yang berbeda antara segmen *business user* (*corporate* dan *government*) dan *end user* (tamu reguler). Penjelasan strategi tersebut dipaparkan di bawah ini:

- a. *Business user*: Ijen Suites menyasarkan target jasanya dengan menawarkan fasilitas bisnis seperti *ruang meeting*, dan *grand ballroom*.

Pada saat melayani tamu *business user*, Ijen Suites menjelaskan bahwa fasilitas tersebut bersifat fleksibilitas yang dapat diatur sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, dari segi harga yang ditawarkan kepada konsumen masih bisa menyesuaikan *budget* yang dimiliki konsumen dan kebutuhan sewa fasilitas yang diinginkan. Hal ini dikarenakan kelompok pasar seperti *travel agent*, *corporate*, dan *government* lebih tertarik dan sudah menjadi kebiasaan untuk menyewa fasilitas untuk kegiatan acara formal maupun non formal. Dalam target menawarkan fasilitas tersebut, Ijen Suites juga memberikan tawaran *voucher* kamar jika tamu bisnis mengambil paket sewa ruang *meeting* atau *grand ballroom* dengan waktu yang lama. Tidak hanya mendapatkan *voucher*, tamu bisnis juga memperoleh tambahan keuntungan berupa makanan gratis untuk 3 VIP berupa *snack* atau makan siang saat diadakannya *event*.

- b. *End user*: Ijen Suites menyasarkan target jasanya ke tamu reguler atau biasa, Ijen Suites menawarkan harga promo kamar dengan fasilitas tambahan seperti kolam renang, *breakfast*, dan sebagainya. Sebab, tamu reguler Ijen Suites kebanyakan dari luar kota Malang yang suka dengan hotel semi *resort* yang nyaman dan sejuk. Sehingga di dalam penawarannya, Ijen Suites perlu menambahkan manfaat yang didapat tamu reguler jika memilih salah satu tipe promo kamar dibandingkan hotel lain. Selain itu, apabila tamu mengajak 10 atau lebih orang untuk menginap di hotel, maka konsumen tersebut akan mendapat 1 *voucher*

kamar atau *voucher* makan (bergantung pada kebijakan dari hotel).

3. *Positioning*

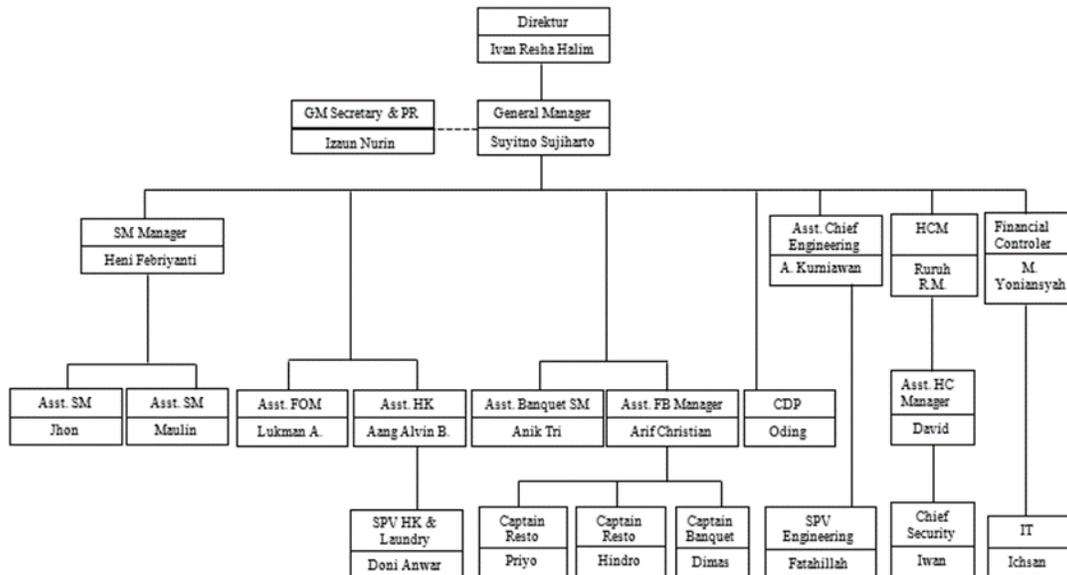
Hotel Ijen Suites memposisikan diri di benak targetnya sebagai hotel *business resort* berbintang empat yang memiliki kamar tamu dengan fasilitas yang cukup lengkap dan bersih, serta fasilitas tambahan seperti fasilitas kesehatan, kebugaran serta *relaxasi* yang dapat membuat tamu hotel merasa nyaman berada di hotel.

- a. Atribut: Hotel *business* bertema *resort* yang terletak di tengah kota. Setiap tipe kamar memiliki nuansa yang berbeda, misalnya *Deluxe Room* bergaya klasik-modern menghadirkan suasana sederhana, bersih, dan manis. *Executive Room* memiliki suasana akrab dan ramah namun tetap elegan yang membuat selalu teringat di benak konsumen.
- b. Manfaat: *Grand Ballroom* Ijen Suites sangat multifungsi yang dapat digunakan untuk acara apapun, seperti pesta pernikahan, bisnis, konferensi, dan berbagai kegiatan formal maupun informal lainnya. Sedangkan *Sky Lounge* dan *Landbouw Resto* juga multifungsi yang bisa digunakan sebagai tempat acara formal maupun *dinner* khusus menyesuaikan dengan permintaan pelanggan.
- c. Harga dengan kualitas terbaik: Bagi bisnis dari *corporate* dan *government* harga dapat dinegosiasikan tergantung dari pengambilan fasilitas paket bisnis mana dan bonus kamar yang dipilih. Sedangkan untuk konsumen dengan pembeli banyak kamar akan diberikan hadiah *voucher* (kamar atau makan).

- d. Pemakai: Dalam mengangkat citra produk hotel, Ijen Suites menggunakan *influencer* dan untuk lebih menghemat biaya biasanya memakai karyawannya sendiri yang mana juga mempunyai keahlian di bidang promosi. Dari segi kamar, penggunaanya bisa sampai pejabat, selebriti ternama, selebgram terkenal, dan ada juga pengguna biasa.
- e. Pesaing: *Competitor* hotel Ijen Suites dengan hotel bintang empat lainnya cukup ketat dan berat. Saat bersaing Ijen Suites seringkali mengeluarkan iklan-iklan di bidang *food and beverage* dengan menu yang berbeda di setiap kontennya. Selain itu, Ijen Suites gencar dalam promosi fasilitas ruang *meeting* dan *ballroom* kepada pebisnis karena fasilitas tersebut memiliki keunggulan dari segi kenyamanan, keluasan, kelengkapan, dan kapasitas yang tinggi dibanding hotel bintang 4 lainnya.

2.7 Struktur Organisasi

Bisnis perhotelan melibatkan banyak orang yang tentunya orang-orang tersebut tergabung ke dalam departemen-departemen untuk membantu operasional perhotelan. Untuk itu, perusahaan memerlukan struktur organisasi yang jelas agar dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik dan jelas. Berikut merupakan struktur organisasi Hotel Ijen Suites:



Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Hotel Ijen Suites (2021)

2.8 Job Description

1. General Manager

- a. Menjalin Kerjasama dengan pihak luar dalam penjualan produk hotel.
- b. Secara rutin memantau dan memeriksa standart servis yang telah diberikan hotel terhadap tamu.
- c. Memberikan kesan yang baik terhadap tamu, utamanya *VIP Guest*.
- d. Bertanggung jawab penuh terhadap *owner*.
- e. Menangani keluhan tamu maupun masalah yang terjadi di hotel yang tidak mampu ditangani oleh *department head/MOD (Manager of Duty)*.
- f. Membuat sistem untuk mengatur jalannya kegiatan di hotel.
- g. Membuat keputusan.
- h. Membuat aturan, kebijakan, dan keputusan dalam prosedur operasional hotel.

2. *General Manager Secretary*

- a. Menerima semua pesan dan menyampaikannya kepada *General Manager*.
- b. Mewakili dan membantu pekerjaan *General Manajer* saat *General Manager* tidak berada di tempat.
- c. Memeriksa dan menerima semua surat/pesan dan segera menindaklanjuti.
- d. Mengatur jadwal/agenda *General Manager*.

3. *Front Office Manager*

- a. Menyelesaikan pembayaran tamu hotel.
- b. Menjual fasilitas hotel kepada tamu.
- c. Menyusun riwayat kunjungan tamu.
- d. Mencatat pembayaran tamu.
- e. Menangani barang-barang bawaan tamu.
- f. Melaporkan status kamar.
- g. Menangani informasi yang diperoleh dari dalam maupun dari luar hotel yang berhubungan dengan penjualan kamar.
- h. Menangani pesan, telepon, *faximile*, serta *email*.
- i. Mengkoordinasi tim untuk melayani tamu.

4. *F&B Manager*

- a. Bertanggung jawab atas kebersihan operasional dalam penyiapan dan penyajian makanan.
- b. Mengkoordinasikan tim atas pembagian pekerjaan agar berjalan dengan baik dan lancar.

- c. Mengawasi dan mengevaluasi rencana kerja serta penampilan *staff*.
- d. Melatih dan membimbing *trainee*.
- e. Berkomunikasi serta menjalin hubungan baik dengan tamu.
- f. Menangani masalah keluhan tamu.
- g. Menetapkan menu, sistem penyajian, strategi penjualan dan penilaian atas kebersihan.
- h. Menetapkan jadwal operasional *Food and Beverage outlet*.

5. *Accounting Manager*

- a. Mengatur keluar masuknya uang dalam hotel.
- b. Menginformasikan kepada *sales & marketing manager* bahwa ada agen/pihak yang telat dalam melakukan pembayaran.
- c. Meneliti kegiatan *accounting staff* dalam melaporkan hasil kerjanya.
- d. Bertanggung jawab atas pembuatan laporan bulanan dan tahunan sesuai dengan keperluan.
- e. Membina dan memonitor seksi-seksidi dalam lingkungan *accounting*.

6. *Chef de Partie (CDP)*

- a. Melakukan pengawasan kerja setiap *section* dan bertanggung jawab atasnya.
- b. Memberikan tugas harian kepada bawahannya.
- c. Mengawasi kegiatan operasional *kitchen* pada setiap *shift*.
- d. Membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi saat proses operasional.
- e. Memberikan operasional *briefing* setiap harinya.
- f. Bertanggung jawab atas terciptanya disiplin kerja *staff* bawahannya.

7. *Assistant Executive Housekeeping*

- a. Melakukan koordinasi kerja dengan *staff section*.
- b. Menjaga ketertiban *grooming* seluruh *staff housekeeping*.
- c. Melakukan pemeriksaan standar kerja *staff housekeeping* yang sedang bekerja.
- d. Melakukan pemeriksaan daftar hadir *staff housekeeping*.
- e. Melakukan pengecekan status kamar (*EA, ED, VIP, House Used*).
- f. Mempersiapkan kesiapan kamar untuk tamu yang akan datang.
- g. Mengawasi pelaksanaan *general cleaning*.
- h. Melaksanakan *training* setiap waktu.
- i. Menangani *complaint* tamu sesuai dengan kasus yang ditemui.
- j. Mengajukan permohonan pembelian alat-alat dan bahan pembersih, lena serta *guest supplies*.
- k. Memimpin dan membuat jadwal kerja *supervisor*.
- l. Mengkoordinasi kerja *supervisor* beserta bawahannya.
- m. Mengadakan *briefing* dengan seluruh *staff Housekeeping*.

8. *Supervisor Housekeeping*

- a. Memberikan *briefing* kepada setiap *section*.
- b. Memeriksa kehadiran seluruh staff yang bertugas pada hari itu.
- c. Mengawasi standar kerja setiap *section* agar berjalan baik serta memberikan *training program*.
- d. Memastikan kesiapan kamar yang sudah dibersihkan.

- e. Memastikan bahwa kamar siap dijual atau dipakai.
- f. Bertanggung jawab atas semua kesiapan dan kebersihan area hotel.
- g. Mengarahkan staff *housekeeping* untuk bekerja sesuai dengan *job descriptionnya* masing-masing.
- h. Memeriksa kamar sesuai status kamar

9. Sales & Marketing Manager

- a. Bertanggung jawab atas bisnis hotel, baik kamar hotel maupun restoran hotel.
- b. Bertanggung jawab membuat dan mengimplementasikan rencana bisnis.
- c. Membagi tugas, memantau serta memeriksa kelangsungan pekerjaan.
- d. Memprediksi informasi *trend* dalam perkembangan industri perhotelan.
- e. Bekerjasama dengan kepala departemen untuk memastikan pencapaian target pelaksanaan seluruh *event* hotel.
- f. Menyusun rencana kerja harian, mingguan, bulanan triwulan, serta menindaklanjuti penyelesaian rencana bisnis yang telah dibentuk.
- g. Melatih dan membimbing tim penjualan untuk memastikan mereka mencapai kesuksesan dalam pekerjaannya.
- h. Memaksimalkan pendapatan dan keuntungan dari setiap kamar hotel.
- i. Meningkatkan jumlah penjualan sesuai dengan target.
- j. Membangun hubungan dengan pelanggan berbasis nilai jangka panjang untuk mencapai target penjualan.
- k. Menghubungi individu/departemen pelanggan potensial.
- l. Mempertahankan loyalitas pelanggan.

- m. Memberikan penghargaan atau hadiah untuk pelanggan setia hotel.
- n. Memelihara dan membangun hubungan kerja yang positif.
- o. Mendukung tim untuk mencapai tujuan Bersama.
- p. Menangani masalah *complaint* yang didapatkan dari pelanggan.

10. *Human Capital Manager*

- a. Merencanakan perekrutan serta wawancara bagi calon karyawan.
- b. Merekrut *staff* untuk mendukung seluruh aktivitas SDM.
- c. Memahami dan menganalisis tentang undang-undang ketenagakerjaan, terutama yang menyangkut kontrak kerja, prosedur bekerja, penggajian, hingga manajemen kehadiran karyawan di tempat kerja.
- d. Mendengar keluhan karyawan dan memberikan solusi yang terbaik tanpa adanya pemihakan.
- e. Menyiapkan serta menganalisis kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan.

11. *Assistant Chief Engineering*

- a. Membuat perencanaan kegiatan operasional *Engineering*.
- b. Mengatur kegiatan operasional *Engineering*.
- c. Melaksanakan kegiatan operasional *Engineering*.
- d. Mengontrol pelaksanaan operasional *Engineering*.

12. *Chief Security*

- a. Bertanggung jawab atas keamanan aset perusahaan serta ketertiban lingkungan perusahaan untuk memastikan kegiatan operasional berjalan

dengan lancar.

- b. Mengontrol kinerja *security* dalam menjalankan SOP *security* dan melakukan tindakan perbaikan untuk meningkatkan sistem keamanan.
- c. Memberikan pelatihan anggota *security* untuk mendukung *security* dalam menjaga stamina dalam bekerja.
- d. Melaporkan setiap barang maupun *staff* yang keluar dan masuk hotel kepada HRD.
- e. Melaksanakan pembinaan anggota *security* yang melakukan pelanggaran secara administrasi baik teguran tertulis maupun SP dengan koordinasi dengan HR.
- f. Mengatur jadwal kerja *security* dan memastikan kehadirannya.
- g. Menjalin hubungan baik dan koordinasi dengan kepolisian terdekat maupun BKO kepolisian sebagai upaya untuk mengoptimalkan pengamanan di perusahaan maupun pengawalan baik uang maupun aset perusahaan lainnya.
- h. Mengatur kendaraan yang keluar-masuk hotel agar tetap tertata dengan baik dan tidak menimbulkan kemacetan.
- i. Memastikan kendaraan yang masuk ke hotel menjalankan arahan/rambu-rambu yang telah dibuat agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

13. *Public Relation*

- a. Menjalin hubungan baik dengan mitra hotel.
- b. Menjembatani komunikasi antara pihak internal dan pihak eksternal hotel.
- c. Melakukan promosi agar jangkauan hotel lebih luas.

- d. Menangani urusan tamu hotel.
- e. Menyiapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).