

### BAB 3

## PROFIL PERUSAHAAN

PT. XYZ yang didirikan pada tanggal 30 Juni 1973 merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang bergerak dalam *hospitality industry* dan berperan aktif sebagai penyedia jasa pendukung bagi induk perusahaannya. PT. XYZ memiliki berbagai divisi yaitu: bergerak di bidang catering, biro perjalanan, jasa pengiriman barang, jasa transportasi, serta Hotel dan *Resort*. Divisi-divisi tersebut pada dasarnya diadakan untuk dapat memenuhi segala kebutuhan induk perusahaan.

Seluruh aktivitas PT. XYZ dijalankan berlandaskan filosofi manajemen yang dirumuskan dengan akronim SMART:

- *Service* yang berkualitas
- Manajemen yang berjiwa *marketing*
- Antisipasi iklim bisnis
- Respek kepada pemakai jasa, pemegang saham dan karyawan; serta
- Toleransi dan keterbukaan.

Logo perusahaan merupakan gabungan gambar burung, tiga huruf, dan nama perusahaan:

Simbol burung menyiratkan keterkaitan PT. XYZ sebagai anak perusahaan salah satu maskapai penerbangan pembawa bendera (*flag carrier*) Indonesia. Posisi burung yang sedang merentangkan sayap melambangkan PT XYZ bergerak di industri pelayanan dan penunjangnya, serta keluasan wilayah operasinya. Lengkung dinamis pada simbol burung menggambarkan orientasi PT. XYZ pada pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sementara warna hijau melambangkan kesuburan dan keindahan Indonesia.

Visi dan misi PT XYZ adalah sebagai berikut:

- Visi
  - i. Mendedikasikan aktivitas bisnis untuk memajukan perekonomian Indonesia khususnya di industri keramahtamahan.

ii. Menjadi pemimpin pasar dalam industri pariwisata dan jasa di Indonesia

- Misi

Mempertahankan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Beberapa hal yang ingin dicapai oleh PT. XYZ adalah sebagai berikut:

1. **Eksternal**

- Prioritas utama adalah pencapaian kepuasan dan kepercayaan konsumen melalui pembaruan produk dan pelayanan yang bermutu
- Rencana kerja, fasilitas dan pelayanan dirancang dan dioperasikan dengan kualitas tinggi.
- Menyajikan produk berkualitas dengan harga pantas dan terjangkau sesuai permintaan konsumen

2. **Internal**

- Menyempurnakan sistem dan prosedur standar operasi yang efektif dan mengembangkan kualitas SDM.
- Menyempurnakan sistem informasi “Manajemen dan Teknologi Informasi” untuk mengantisipasi perubahan kebutuhan.
- Meningkatkan daya saing di pasar global.

PT ABC yang sebagai anak perusahaan dari PT XYZ, merupakan salah satu hotel bintang lima yang ada di Indonesia, yang hingga kini sudah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia (Bandung, Bali, Lombok, Jakarta, Denpasar, Surabaya, Medan, Yogyakarta, Semarang, Balikpapan, dan Makassar), kurang lebih terdapat 11 hotel yang telah beroperasi. Hotel yang dimiliki memiliki 8 kelas kamar, antara lain: *superior; deluxe garden; deluxe sea view; studio suite; junior suite garden; junior suite sea view; garden suite, dan sanur beach suite*. Pelayanan hotel semakin sempurna didukung dengan berbagai fasilitas yang telah tersedia, antara lain seperti:

- Restoran, terdapat 4 jenis restoran yang berbeda
- Bar, terdapat 3 jenis bar

- Beberapa lokasi yang terletak di tepi pantai, sehingga menyajikan panorama alam yang sesungguhnya.
- Kolam renang, terdapat 2 kolam
- *Jogging track*, mengelilingi salah satu pohon besar tertua di Sanur
- *Children playground*
- *Bicycle tour* ke lingkungan rumah penduduk sekitar dengan pemandu wisata
- Fasilitas olah raga air, *facilities* dengan mesin di Blue Oasis, dan nonmesin di Matahari Sport antara lain ; *wind surfing, kite surfing, berlayar, paddle canoe, snorkelling*, dll
- Spa, yang berada di sisi pantai, sangat terkenal dengan pijat peremajaan dan aromaterapi yang dilengkapi 6 ruang perawatan (2 *single*, 1 *double*) dan 3 ruang *double suite* dengan kamar mandi khusus. Juga tersedia *shower* di taman tropis, bale-bale, kolam renang dan butik spa.
- Pusat Belanja (Butik)
- Fasilitas bisnis, mulai dari fotokopi, faksimili termasuk layanan pemesanan dan konfirmasi tiket, penjadwalan meeting, pengetikan, cetak, laminasi dokumen, rental computer, penerjemahan, jasa kurir, serta layanan internet.

Salah satu strategi yang digunakan untuk menjalankan bisnis hotelnya agar menjadi yang terbaik adalah dengan membuka hampir 4000 kamar baru di Bandung, selain itu juga secara terus menerus meningkatkan dan merenovasi program-program yang ada, serta memberikan pelayanan lebih pada tamu. Peningkatan pelayanan dibuktikan dengan adanya internet di setiap kamar dengan hanya membeli voucher di Business Centre. Beberapa tamu yang sering menjadi tamu hotel adalah Belanda, Belgium, Italia, Malaysia, dan Filipina.