

BAB III

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum

1. Profil Perusahaan

Pada hari Kamis, 6 Desember 2012 Aston International dan PT. Saraswanti Graha Indah melakukan *topping off* pembangunan The Alana Hotel Surabaya. Yang dihadiri oleh Bapak Norbert Vas – Wakil Presiden Penjualan & Pemasaran Aston International, Bapak Ir. Y. N. Hari Hardono – CEO PT. Saraswanti Graha Indah, Mr. A. Adhi Harsanto, S.Pd. – Presiden Direktur Saraswati Graha Indah serta seluruh jajaran Direksi PT. Saraswati Graha Indah.

The Alana Surabaya akan menjadi hotel bintang empat moderen terbaru yang terletak di Jalan Achmad Yani tidak jauh dari Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya dan wilayah perindustrian Rungkut. Hotel ini akan menghadirkan 162 kamar tamu dan *Suite* yang nyaman serta berbagai macam fasilitas sesuai Standar Bisnis Internasional termasuk beberapa ruang pertemuan, *Coffee Shop*, *Lobby Lounge* yang mewah, kolam renang dalam ruangan satu – satunya di Surabaya, fasilitas spa dan pusat kebugaran.

The Alana Hotel Surabaya mulai beroperasi pada tanggal 7 Juli 2013 dengan luas 2217, 89 sqm yang memiliki 18 lantai dan jumlah kamar 162.

2. Bidang Usaha

The Alana Hotel Surabaya bergerak dalam usaha yang menyediakan jasa penginapan dan disertai dengan adanya fasilitas *restaurant*, ruang pertemuan, dll.

a. Lokasi

The Alana Hotel beralamat di Jl. Ketintang Baru I No 10 – 12 Surabaya 60231, Jawa Timur, Indonesia. Telp: 031 – 828 6818, Fax: 031 – 829 6818.

b. Perincian kamar dan fasilitas

Room Facilities, total 162 kamar yang terdiri dari:

- 1) 40 *Superior* (30 m²)
- 2) 78 *Deluxe* (31 m²)
- 3) 20 *Club Room* (31 m²)
- 4) 24 *Suite Room* (60 m²).

Di setiap kamar dilengkapi oleh *40" LED TV with International Channels, Rain Shower & Bath Up, WiFi Internet Access, Mini Bar, Tea & Coffee Maker, Hair Dryer, Safe Deposit Box, IDD Telephone.*

1) *Superior Room*

Kamar *superior* dengan luas 30m² tersedia dengan pilihan satu atau dua tempat tidur. Menggunakan lantai kayu.

a) *8th Floor : 20 Rooms -> 12 Double + 8 Twin Bed*

(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)

b) *9th Floor: 20 Rooms -> 12 Double + 8 Twin Bed*

(Smoking Floor with 2 connecting rooms)



Gambar 3.1 Superior Room

2) Deluxe Room

Kamar deluxe room tersedia dengan pilihan satu atau dua tempat tidur juga. Menggunakan lantai karpet.

- a) *10th Floor: 20 Rooms -> 12 Double + 8 Twin Bed*
(Smoking Floor with 2 connecting rooms)
- b) *11th, 12th Floor: @ 20 Rooms -> 12 Double + 8 Twin Bed*
(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)
- c) *16th Floor: 10 Rooms -> 8 Double + 2 Twin Bed*
(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)
- d) *17th Floor: 6 Rooms -> 4 Double + 2 Twin Bed*
(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)
- e) *18th Floor: 2 Rooms -> Twin Bed*
(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)



Gambar 3.2 Deluxe Room

3) Club Room

Club Room memiliki desain elegan dan segar. Dengan pelayanan *check-in* dan *check-out* pribadi, gratis mini bar, sarapan *a'la carte* gratis, fasilitas *turn-down service*, pelayanan *evening High-tea*, gratis super cepat *bandwidth Internet access* dan layanan eksklusif. Dilengkap perlengkapan kamar yang sangat elegan dan fasilitas eksklusif.

a) *15th Floor: 20 rooms Double (All No Smoking)*



Gambar 3.3 Club Room

4) Suite Room

Suite Room dengan luas 60m², kamar Suite didesain sempurna untuk VIP dan dirancang untuk memenuhi kenyamanan pribadi. Dilengkapi dengan ruang tamu luas, ruang makan, *free minibar*, *evening High- tea* dan *bathub*.

a) *16th Floor: 6 Rooms*

(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)

b) *17th Floor: 8 Rooms*

(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)

c) *18th Floor: 10 Rooms*

(No Smoking Floor with 2 connecting rooms)



Gambar 3.4 Suite Room

c. Restaurant

1) Oryza Coffe Shop

Type of Outlet : Coffee Shop

Location : Mezanine Floor

Seating Capacity : 148 seats

Opening Hour : Hours



Gambar 3.5 Oryza Coffee Shop

2) Phoenix Lounge

Type of Outlet : Lounge

Location : Mezanine Floor

Seating Capacity : 54 seats

Opening Hour : Daily from 11.00 – 00.00



Gambar 3.6 Phoenix Lounge

3) Cinnamon Cake Shop

Type of Outlet : Cake Shop & Lounge

Location : Lobby Floor

Seating Capacity : 20 seats

Opening Hour : Daily from 6am – 10pm

Menu : Cookies, Bread, Cakes and Pralines



Gambar 3.7 Cinnamon Cake Shop

d. Pusat Kebugaran

Bodhi Wellness Center & Spa terletak di lantai 6, *Swimming pool indoor open 07.00 – 20.00* dengan luas 124.20 M kedalaman 70cm – 1.17 Meter dan *Fitness Center open 07.00 – 22.00. SPA / Massage open 07.00 – 24.00 (Last Order 23.00).*



Gambar 3.8 Bodhi Wellness Center & Spa

e. Meeting Room

FUNCTION ROOM CONFIGURATION														
No.	Name of Room	Size			Total Area (in m ²)	CAPACITY								REMARKS
		L	W	H		Cocktail	Theater	Classroom	Banquet	Boardroom	Hollow	U - Shape	Double U Shape	
						with stage / head table	with stage / head table	with stage / head table	with stage / head table	with stage / head table	with stage / head table	with stage / head table	with stage / head table	
1	Cendana	23	9	2,8	207	300	210	135	120	78	78	72	111	
2	Darrar	8	6,8	2,8	54,4		50	42	24	24	24	18	39	
3	Angsana	7,5	6,8	2,8	51		55	42	24	24	24	18	27	
3	Albasia	7,5	6,8	2,8	51		55	42	16	24	24	18	27	
4	Gandaria	6	6,8	2,8	40,8		33	27	24	18	18	12	24	
5	Tanjung Board Room													

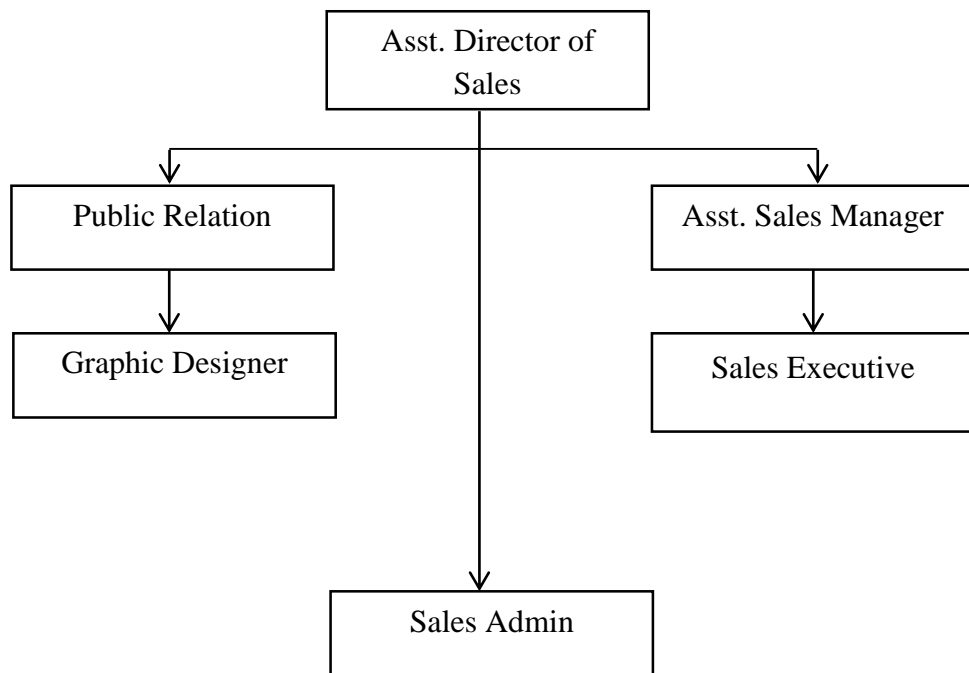
Gambar 3.9 Fuction Room Configuration



Gambar 3.10 Meeting Room

3. Struktur Organisasi

Sales Marketing Department merupakan departemen yang bertanggung jawab atas penjualan dan promosi dari sebuah hotel melalui *personal selling*, *direct marketing*, dan *sales promotion*. Dalam pelaksanaannya, *Sales Department* dikepalai oleh seorang *Assistant Director Of Sales*, *Asst. Sales Manager*, *Asst. Banquet Sales Manager*, 2 orang *Sales Executive* dan *Sales Admin*.



Gambar 3.11 Struktur Organisasi

4. Job Description

a. Assistant Director Of Sales

- 1) Bertanggung jawab atas semua kegiatan penjualan serta bekerja sama dengan bawahannya dan tentunya juga mengetahui semua kegiatan yang direncanakan maupun yang sedang berjalan

- 2) Mengkoordinir, mengontrol serta membina semua bawahannya untuk mencapai kinerja optimal agar tujuan perusahaan tercapai, terutama dalam mencapai target penjualannya.
- 3) Menyiapkan dan menyusun rencana dan program kerja untuk setiap bulannya.
- 4) Bekerjasama dengan *Public Relations* dalam merencanakan dan menjalankan program promosi yang ada.
- 5) Mengeluarkan kebijakan-kebijakan guna mendukung kegiatan Sales & Marketing, seperti kebijakan harga, potongan harga dan lainnya untuk tetap memuaskan kepentingan tamu.
- 6) Melakukan dan mengevaluasi kegiatan yang dilakukan bawahannya serta mempertanggungjawabkan seluruh kegiatan dan tugas-tugasnya kepada General Manager.

b. Sales Executive

- 1) Menginformasikan atau memberitahukan keberadaan suatu hotel beserta jenis dan macam kamar yang ada serta fasilitas yang tersedia.
- 2) Merangsang dan mendorong kebutuhan orang – orang yang semula tidak mengetahui, acuh tak acuh atau tidak berminat menjadi berminat untuk datang atau menggunakan fasilitas hotel yang tersedia.
- 3) Mengubah pola permintaan calon tamu hotel sedemikian rupa sehingga sesuai dengan penawaran yang dilakukan hotel.
- 4) Memelihara tingkat penjualan yang telah dicapai.

- 5) Melakukan persuasi untuk mendapatkan konsumen yang baru ataupun mempertahankan konsumen lama.
- 6) Melayani penawaran kerjasama dari perusahaan lain (*cooperation*).

c. *Sales Admin*

- 1) Membuat dan menyiapkan format surat *contract rate* dan *corporate rate*.
- 2) Menginput data perusahaan yang telah menjalin kontrak maupun yang dalam taraf prospek kedalam data base perusahaan.
- 3) Menjawab telepon dan memberikan keterangan yang jelas bagi konsumen yang ingin menanyakan tarif ataupun ketentuan melalui telepon.

d. *Public Relations*

- 1) Mempromosikan semua kegiatan dan fasilitas yang ada di hotel melalui media cetak maupun elektronik.
- 2) Membina hubungan baik dengan relasi-relasi perusahaan sekaligus memberikan citra positif mengenai perusahaan.
- 3) Menciptakan dan memelihara citra yang baik dan menguntungkan bagi perusahaan, baik itu yang berkenaan dengan kebijakan, produk, jasa, maupun dengan personelnya (para pegawai).
- 4) Membalas surat-surat komplain dan menyelesaikan komplain.
- 5) Melayani permintaan sponsorship dan penawaran kerjasama (*barter*).
- 6) Menyusun dan mendistribusikan sajian berita (*news release, press release*), foto-foto, dan berbagai artikel untuk konsumsi kalangan

publik dan media massa sekaligus untuk menjalin hubungan baik dengan media melalui media visit ataupun *hampers*.

e. Graphic Designer

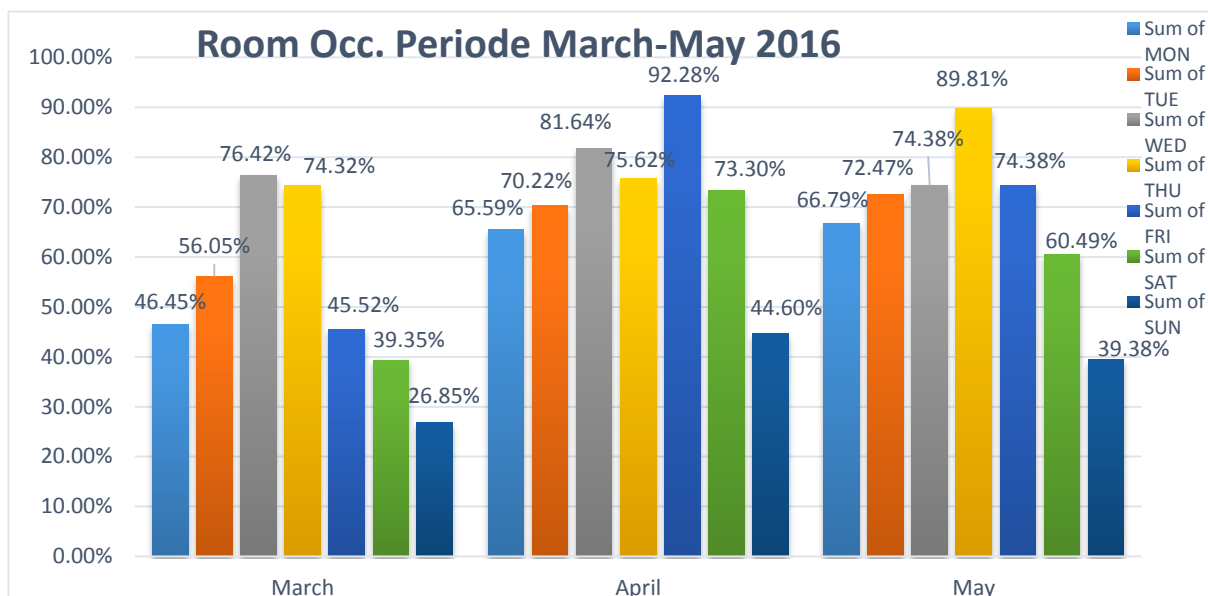
- 1) Memvisualisasikan event/promo yang dimiliki The Alana Hotel Surabaya.
- 2) Menjadi fotografer untuk dokumentasi kegiatan The Alana Hotel Surabaya.
- 3) Meminta persetujuan *Public Relations Manager* untuk diajukan kepada Asst. Director of Sales dan melakukan revisi apabila dibutuhkan.

B. Pembahasan

The Alana Hotel Surabaya merupakan salah satu hotel bintang empat yang Brand Archipelago International yang lebih dikenal dengan nama Aston, berlokasi di Surabaya Selatan.

Dengan lokasi yang berada di kawasan Surabaya Selatan dimana banyak perusahaan dan perindustrian yang berdiri dekat dengan hotel, menjadikan The Alana Hotel sebagai Business Hotel. Tingkat hunian kamar di The Alana Hotel Surabaya rata-rata lebih tinggi pada hari kerja (*weekday*) dibandingkan pada hari libur (*weekend*).

Tingkat hunian kamar The Alana Hotel Surabaya pada periode bulan Maret – bulan Mei 2016:



Grafik 3.1 Presentase tingkat hunian kamar pada bulan Maret-Mei 2016.

Sumber Data: Dari *Front Office Department The Alana Hotel Surabaya*.

Berdasarkan tiga grafik diatas dapat dilihat presentanse tingkat hunian di The Alana rata-rata pada *weekday* lebih tinggi dibandingkan *weekend* yang lebih menurun.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh *sales department* The Alana Hotel periode bulan Maret smpai bulan Mei 2016, yaitu:

1. *Personal Selling*

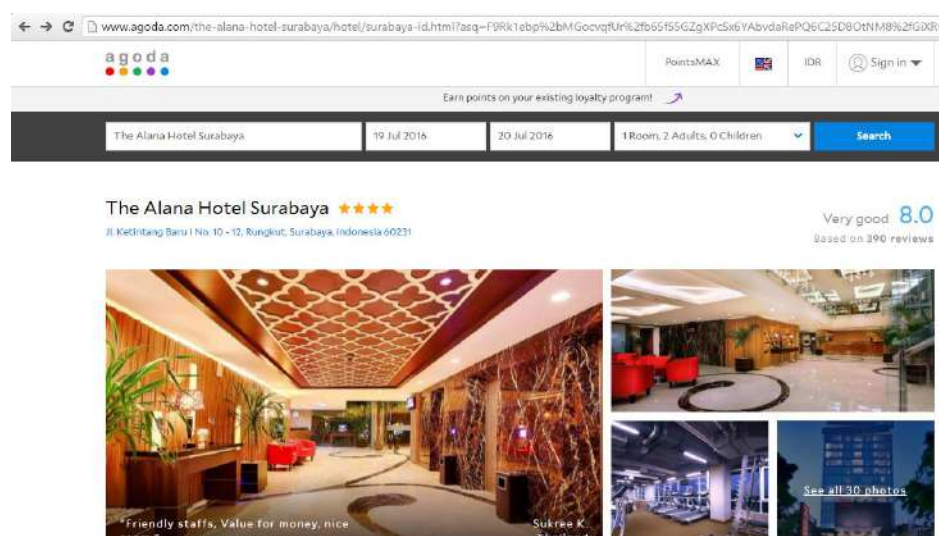
Mengadakan kunjungan kepada perusahaan, perkantoran, dan perbankan.

Untuk hal ini *sales marketing* melakukan kunjungan atau *sales call* ke empat sampai lima perusahaan setiap harinya yang dilakukan pada hari efektif senin sampai jumat dengan tujuan untuk mempererat kerjasama perusahaan dan menjaring perusahaan-perusahaan baru yang mampunya dapat meningkatkan calon pembeli maupun pelanggan baru. Ketika berkunjung ke sebuah instansi

atau perusahaan negeri maupun swasta yang dituju pihak *sales marketing* meninggalkan brosur di perusahaan tersebut, sehingga perusahaan tersebut diharapkan mengetahui produk yang ada di The Alana Hotel dan tertarik untuk menggunakan fasilitas di The Alana Hotel.

2. Advertising

The Alana Hotel Surabaya bekerjasama dengan Online Reservation dengan Bookingbutton, Booking.Com, Agoda, Traveloka, Tiket.Com. Dengan tujuan produk dapat dilihat, dikenal seluruh dunia yang dapat diakses melalui internet. Mempromosikan melalui media elektronik, media sosial yang dimiliki The Alana Hotel seperti *facebook, path, instagram, twitter*. *Direct mail* langsung kepada pelanggan yang dianggap potensial dengan menggunakan *customer data base*. Dengan upaya-upaya promosi yang dilakukan bertujuan supaya semua lapisan masyarakat mengetahui dan tertarik untuk menikmati produk kamar yang ada di The Alana yang tentunya mempunyai diferensiasi produk yang berbeda dengan hotel lain.



Gambar 3.12 Contoh Online Reservation by Agoda



Gambar 3.13 Contoh Promosi melalui *Twitter*

3. *Sales Promotion*

The Alana Hotel melakukan kegiatan *sales blitz* dengan membagikan brosur ke masyarakat untuk mengenal suatu produk yang baru dan yang dilaksanakan pada waktu-waktu tertentu. Kegiatan ini dilakukan seperti pergantian tahun, Natal, Lebaran atau hari libur lainnya, seperti tarif akhir pekan. Pada saat ini The Alana memiliki promo Alana *weekend deal* yang berlaku mulai hari jumat-minggu dan *public holiday* dengan memberikan *special price* berbeda dengan hari biasa. Promo Alana *weekend deal* memberikan banyak *benefit* diantara lain *one way airport transfer*, *kids movie for 2 kids on Saturday*, *late check out to 4 PM based on availability*, *free shuttle service to House of Sampoerna*. Dengan promo Alana *weekend deal* diharapkan dapat meningkatkan *room occupancy* pada akhir pekan.

The Alana
SURABAYA
BY ASTON

ALANA WEEKEND DEAL
Welcome and feel the different atmosphere only at The Alana Hotel Surabaya

Accommodation	One Night	Two Nights
Superior	Rp. 875.000	Rp. 1.280.000
Deluxe	Rp. 775.000	Rp. 1.480.000
Club	Rp. 850.000	Rp. 1.600.000
Family Suite	Rp. 1.250.000	Rp. 2.300.000

*Terms & Condition Applied

Your Benefits & Privileges :

- Welcome Drink Upon Arrival
- Daily Buffet Breakfast at Croya Restaurant for 2 Adults & 2 Kids maximum 10 Years
- Complimentary Use Swimming Pool And Fitness Center
- Free Entrance To Edelecto or Forplay or RUI for 2 Person
- Enjoy Our In Room Minibar at Free During Your Stay
- 20% Discount to Join Cooking Class For Kids
 - 20% off PB outlet and Spa Treatments
- Kids Movie For 2 Kids On Saturday
- Super Bandwidth Internet Access
- Free Shuttle Service to House Of Bamboema for Heritage Track based on reservation
- Complimentary one way airport transfer service based on reservation
- Late Check-Out To 4 PM Based On Availability

Terms & Condition
Based on advance reservation and room availability
Rate quoted in Indonesian Rupiah
For Indonesian and kim's holder only
Until 31 July 2016 for Weekend (Friday to Sundays) and Public Holiday Only

Jl. Koning Blimp No. 10-12, Surabaya 60231, East Java, Indonesia
T: +62-31-829 6618 F: +62-31-829 6618
e: SurabayaInfo@AlanaHotels.com
www.AlanaHotels.com

Gambar 3.14 Contoh Brosur Alana Weekend Deal

4. *Publicity*

Kegiatan *publicity* ini lebih berhubungan dengan bagian PR Manager, dimana The Alana hotel bekerjasama dengan beberapa media massa dan para wartawan. Dimana kegiatan yang akan diadakan di The Alana maupun kegiatan yang sedang berlangsung yang hasilnya diulas oleh seorang reporter. Seperti event *Experience The Solar Eclipse* pada tanggal 9 Maret 2016 yang menyaksikan bersama Gerhana Matahari di rooftop, The Alana bekerjasama dengan Trans 7 untuk mempromosikan event tersebut. Kegiatan *publicity* dapat memberikan publisitas yang berarti untuk menciptakan posisi suatu hotel dalam pasar.

Dari kegiatan promosi *Weekend Deal* yang dimiliki The Alana Hotel Surabaya mulai terlihat peningkatannya. Hal itu dapat terlihat pada grafik room occupancy dari bulan Maret ke bulan April 2016 yang rata-rata pada hari jumat 45,52% naik menjadi 92,28 %, hari sabtu 39,35% naik menjadi 73,30%, hari minggu 26,85 naik menjadi 44,60%, namun pada bulan Mei 2016 cukup turun untuk room occupancy rata-rata hari jumat 74,38%, hari sabtu 60,49%, hari minggu 39,38%.

Dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan The Alana Hotel Surabaya tersebut belum terlihat hasil maksimal pada kenaikan *room occupancy* pada hari jumat sampai minggu. Jadi dalam city hotel yang mempengaruhi *room occupancy* hotel adalah *low season* dan *high season*. *Low season* adalah periode dimana permintaan untuk berpergian ke suatu tempat rendah, sehingga destinasi wisata menjadi lebih sepi pada umumnya. Sementara itu, *high season* adalah periode dimana permintaan untuk berpergian ke suatu tempat tinggi, yang juga mengakibatkan ramainya arus wisatawan. *High season* biasanya terjadi di saat-saat seperti musim liburan musim panas, liburan Natal/akhir tahun, tanggal merah, dan long weekend. Sementara itu, *low season* seringkali berlaku diluar hari-hari tersebut.