

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Framework



Gambar 1.1 Framework LH Hotel

1.2. Latar Belakang

Bekasi merupakan salah satu Kota penyangga Ibu kota Jakarta yang menjanjikan untuk investasi. Bisnis properti di wilayah Bekasi memperlihatkan tren yang cukup bagus terbukti dengan adanya pembangunan seperti Hotel berbintang, Mall Summarecon Bekasi, Stadion Patriot Candrabraga, Stadion Wibawa Mukti, Rumah Sakit, Kawasan Industri MM2100, Kawasan Industri Jababeka, *East Jakarta Industrial Park*, Kantor Kepegawaian Negeri, dan BUMN sampai dengan pembangunan yang paling menghebohkan di Cikarang yaitu Meikarta.

Pada tahun 2016 data Badan Pusat Statistik Indonesia merilis bahwa usaha yang tumbuh dan berkembang mencapai angka 203.056 di 15 kategori lapangan usaha sesuai dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2015 yang terdiri dari 93,35 % berskala oleh UMK dan 4,65% berskala UMB.



Gambar 1.2. Jumlah Usaha menurut Kategori Lapangan Usaha dan Skala Usaha Kota Bekasi Tahun 2016

Tingkat mobilitas pekerja yang tinggi, mendorong pertumbuhan industri produk dan jasa. Naiknya nilai investasi ini dikarenakan adanya pembenahan dari pemerintah yang melakukan perbaikan infrastruktur dan penyederhaan regulasi pelayanan perizinan. Proyek pemerintah dalam membangun infrastruktur, beberapa diantaranya yang masih dikerjakan adalah Patimban *Deep Seaport* (daerah Subang, Jawa Barat) untuk membantu aktivitas ekspor dan impor sehingga kapal besar dapat langsung merapat dan tak lagi perlu melalui Pelabuhan Tanjung Priok, Kertajati *International Airport*, kereta api cepat Jakarta-Bekasi-Cikarang-Bandung yang membuat durasi perjalanan Jakarta-Bandung hanya 39 menit, *Light Rail Transport (LRT)* Cawang – Bekasi Timur - Cikarang dan *Automated People Mover* (monorail).

Realisasi investasi di Kota Bekasi tembus mencapai angka 17 triliun rupiah pada tahun 2017. Angka yang melebihi dari target pemerintah yang hanya menargetkan 10 triliun rupiah. Hal ini mendorong banyak pengembang yang tertarik membangun hotel dan apartemen di Bekasi sebagai target investasi mereka. Peningkatan ini perlu juga untuk diimbangi dengan peningkatan penyediaan kamar hotel maupun akomodasi sehingga tidak menimbulkan kesenjangan antara permintaan dan penawaran atas kamar atau akomodasi tersebut.

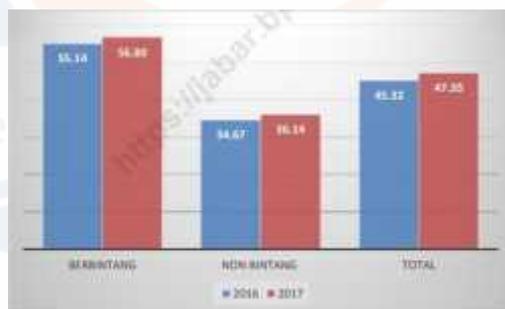
Tabel 1.1 Jumlah Skala Unit Usaha di Bekasi Tahun 2016

Skala Unit Usaha di Bekasi			
Unit Skala Usaha	Besar	Kecil	Total
Jumlah	9.437	193.619	203.056

Notes :

Dibandingkan dengan Sensus Ekonomi 2006 (SE06) jumlah usaha/perusahaan meningkat 15,77 persen dari 175.398 unit menjadi 203.056 unit.

Tingkat hunian kamar hotel juga berperan penting sebagai indikator kesuksesan hotel dalam menjual kamarnya. Semakin tinggi tingkat hunian berarti semakin banyak jumlah kamar yang bisa dijual. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang tahun 2017 secara keseluruhan mencapai 56,80 persen. Angka tersebut lebih tinggi 1,66 poin jika dibandingkan dengan keadaan tahun 2016 yang mencapai 55,14 persen.



Gambar 1.3. Grafik Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Jawa Barat 2016-2017

Kebutuhan SDM di wilayah Jawa Barat, khususnya wilayah Bekasi mempunyai murid yang cukup banyak dengan total murid untuk Sekolah Menengah Kejuruan Swasta sebanyak 48.866 pada tahun 2013. Sedangkan jumlah murid SMK Negeri di Kota Bekasi pada tahun 2013 sebanyak 9.046. Total murid yang sekolah di SMK Bekasi sebanyak 57.912 orang, dengan simulasi jumlah jurusan pada SMK sebanyak 8 jurusan, maka didapatkan besaran jumlah lulusan jurusan pariwisata pada SMK di Kota Bekasi sebanyak sekitar tujuh ribu orang. Hal ini memberikan potensi yang besar kepada proses rekrutmen karyawan Hotel berbintang di Wilayah Bekasi yang notabene jumlah Hotel di Kota Bekasi sebanyak 13 pada tahun 2013 yang mempunyai rasio supply dan demand dari jumlah lulusan jurusan pariwisata SMK Bekasi dengan banyaknya hotel yaitu sebanyak 556 lulusan untuk tiap hotel. (Lampiran 1.1)

1.3. Permasalahan Bisnis

Hotel yang identik sebagai tempat singgah sementara atau jangka pendek dengan menjual pelayanan, pengalaman atas kenyamanan yang ditawarkan melalui fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel, serta keamanan yang terjaga.

Tabel 1.2 Permasalahan Bisnis PT. Levina Heldi Gemilang

No	Permasalahan Bisnis
1	Proses <i>check in</i> pada hotel selalu diatas pukul 12.00 dan <i>check out</i> maks jam 12.00 hari berikutnya.
2	Proses <i>check in</i> untuk mendapatkan kamar lama (lebih dari 5 menit per orang)
3	Hotel di Bekasi memiliki pelayanan dan fasilitas yang standar Hotel pada umumnya, seperti: <ul style="list-style-type: none"> - Persamaan warna amenities pada setiap kamar. - Jarang adanya fasilitas guling dimana masyarakat Indonesia mempunyai kebiasaan tidur disertai guling. - Stop kontak listrik yang minim - Penerangan yang pada umumnya redup. - Makanan yang lebih memprioritaskan bentuk dan variasi daripada rasa. - Harga laundry yang mahal - Minuman yang disediakan kurang cukup untuk kebutuhan 1 hari - Tidak adanya jam dinding di dalam kamar
4	Belum terdapat teknologi pembayaran yang mempermudah konsumen

In dept interview 30 karyawan yang terdiri dari 10 BUMN, 5 swasta, 10 PNS dan 5 wirausaha dengan rentang usia 25-35 tahun (male 21 dan female 9) dengan pekerja wilayah Jakarta dan Bekasi terkait permasalahan hotel bintang 3:

Tabel 1.3. In dept interview

No	Item	Permasalahan
1	Kamar	Kurang bersih, bau, amenities kurang lengkap, warna handuk sama, AC berisik dan kurang dingin, water heater tidak panas, lampu kurang terang, Kasur dan bantal tidak sesuai struktur leher
2	Ballroom	Projector kurang tajam, sound kurang merata, kursi keras
3	Mushola	Kurang bersih, bau dan panas
4	Parkir	Susah dan terbatas
5	Fasilitas tambahan	Tidak ada fasilitas print, copy
6	Pelayanan	Senyum, salam, sapa kurang. Baju/ seragam karyawan lusuh, makanan kurang enak, proses check in lama

1.4. Solusi Bisnis

PT. Levina Heldi Gemilang menawarkan solusi bisnis sebagai berikut:

Tabel 1.4 . Solusi Bisnis PT. Levina Heldi Gemilang

No	Solusi Bisnis
1	Proses <i>check in</i> dan <i>check out</i> selama 24 jam
2	Proses <i>check in</i> mendapatkan kamar kurang dari 1 menit
3	Fasilitas yang lebih (antithesis) dan dapat diakses 24 jam. <ul style="list-style-type: none"> - Membedakan warna amenities pada setiap kamar - Memberikan optional fasilitas guling - Stop kontak dengan quantity lebih dibandingkan Hotel pada umumnya - Penerangan yang cukup dengan warna putih - Free laundry - Mengganti volume minuman mineral dari 600 ml menjadi 1.5 ml - Menambah jam dinding pada setiap kamar - Kualitas rasa makan restoran yang baik serta harga yang ramah
4	Memberikan kemudahan sistem pembayaran dengan bekerjasama dengan fintech

Proses *check in* dan *check out* 24 jam dilakukan untuk memudahkan tamu. Tamu dapat melakukan proses *check in* jam berapa pun sesuai dengan permintaan. Proses mendapatkan kamar dilakukan dengan cara *scan barcode / ID booking*, *scan* wajah dan KTP untuk verifikasi pada mesin *check in* yang kemudian mesin akan mengeluarkan keycard sesuai dengan kamar yang dipilih.

Tabel 1.5 Competitive Advantage dari Pelayanan dan Fasilitas LH Hotel

No.	Competitive Advantage Pelayanan dan Fasilitas
1.	Kemudahan proses <i>check in</i> dan <i>check out</i>
2.	Proses <i>check in</i> kurang dari 1 menit
3.	<i>Check in</i> 24 jam dan penggunaan kamar 24 jam
4.	Memiliki SOP yang baku dengan <i>quality control</i> yang unggul
5.	Fasilitas kamar yang memiliki stop kontak dengan <i>multiple type</i> (Europe, Asian, dan US) dengan jumlah yang lebih banyak daripada hotel pada umumnya
6.	Fasilitas kamar yang memiliki pengaturan pencahayaan yang lebih memadai
7.	Fasilitas kamar yang memiliki fasilitas optional guling tambahan

No.	Competitive Advantage Pelayanan dan Fasilitas
8	Fasilitas <i>Laundry</i> gratis untuk 1 kg dan untuk selebihnya dikenakan tarif yang relatif murah dengan syarat lama tinggal minimal 2 hari
9	Fasilitas Restoran dengan cita rasa dan kualitas terjamin, menu yang variatif, serta harga yang terjangkau
10	Penggantian air minum mineral dari 600 ml menjadi 1.5 lt
11	<i>Ballroom</i> dengan kapasitas 500 orang yang dapat disewakan sebagai tempat <i>meeting</i> dan acara pernikahan / ulang tahun
12	Model <i>ballroom</i> yang dapat di <i>split</i> menjadi 3 dengan projector dan sound yang memadai

Metode pembayaran yang bekerjasama dengan fintech seperti: Gopay, OVO, Dana dan lain-lain untuk mempermudah dan memberikan cash back atau discount dari fintech tersebut sehingga konsumen dapat menikmati makanan resto dengan harga yang lebih terjangkau.

1.5. Definisi Bisnis

Hotel adalah tempat singgah sementara berupa kamar dalam satu ruangan yang mempunyai fasilitas hunian yang nyaman. Standar Usaha bintang 3 harus sesuai dengan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No PM.53/ HM.001/ MPEK/ 2013.

LH Hotel berdiri diatas lahan 3000 m² di Kota Bekasi, Jawa Barat yang merupakan Kota bisnis dan daerah yang memiliki gaya hidup modern. Dengan luasan untuk bangunan kamar hotel yang mencapai 2000 m², LH Hotel mempunyai beberapa tipe kamar diantaranya *standar room*, *deluxe room*, *executive room* dan *premiere room*. Luasan dan jumlah masing-masing kamar bervariasi menyesuaikan tipe:

Tabel 1.6 Tipe Kamar LH Hotel

No	Tipe Kamar	Keterangan
1	<i>Standard room</i>	Luasan ruangan 5 meter x 4 meter sebanyak 40 kamar yang terbagi menjadi 2 tempat diantara <i>main</i> hotel dengan tipe kamar <i>king</i> dan <i>twin</i> .
2	<i>Deluxe room</i>	Luasan ruangan 5.5 meter x 4 meter sebanyak 40 kamar yang terbagi menjadi 2 tempat diantara <i>main</i> hotel dengan tipe kamar <i>king</i> dan <i>twin</i> .
3	<i>Executive room</i>	Luasan ruangan 6 meter x 4 meter sebanyak 40 kamar yang terbagi menjadi 2 tempat diantara <i>main</i> hotel dengan tipe kamar <i>king</i> dan <i>connecting room</i> .
4	<i>Premiere room</i>	Luasan ruangan 6 meter x 5 meter sebanyak 10 kamar yang berada pada <i>main</i> hotel.

Selain sewa akomodasi kamar, LH Hotel juga mengembangkan sewa *ballroom* sebagai tempat rapat sebanyak 3 ruangan dengan susunan meja yang dapat di request oleh pengunjung, jumlah tampungan per *ballroom* yang dapat mencapai 30 orang dan *connecting room* antar *ballroom* sehingga mempunyai luasan yang dapat menampung 90 orang.

LH Hotel yang memiliki kelebihan lain daripada hotel pada umumnya sehingga menjadikan pilihan utama visitor untuk bersinggah karena alasan:

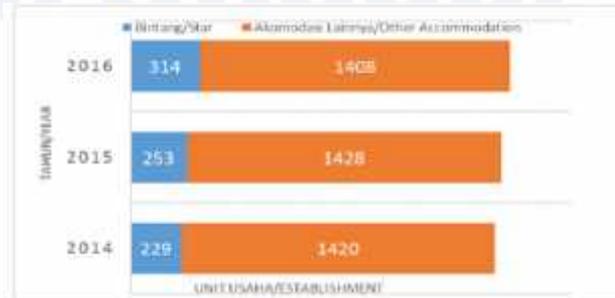
Tabel 1.7 Antithesis Pelayanan dan Fasilitas LH Hotel

No	Antithesis	Keterangan
1.	Sistem <i>check in</i> 24 jam	Okupansi hotel yang relatif 60% menjadikan peluang untuk menarik minat konsumen untuk mendapatkan hotel dengan sistem <i>check in-check out</i> 24 jam.
2.	Desain kamar <i>luxury modern</i>	Model kamar <i>luxury modern</i> dengan kualitas <i>premium furniture</i> .
3.	Konsep <i>digital based</i>	Menggunakan <i>barcode machine</i> untuk proses <i>check in</i> hotel sehingga proses hanya memakan waktu < 1 menit dan monitor online untuk reservasi hotel secara langsung saat visit ke hotel
4.	Stop kontak yang lebih	Untuk membantu karyawan untuk tetap produktif bekerja di dalam kamar.
5.	Penerangan yang memadai	Penerangan yang memadai pada setiap sudut dan ruang hotel agar tidak menimbulkan pemikiran hotel yang negative dengan menggunakan full LED light untuk berpartisipasi sebagai perusahaan <i>go green</i> .
6.	Jaminan kelezatan dan karakteristik segmentasi	Menjaga rasa dari makanan dan variasi menu serta karakteristik makanan dengan segmentasi Indonesia
7.	Guling	Fasilitas tambahan bagi konsumen dalam menyediakan guling di dalam kamar
8.	<i>Free laundry</i>	Fasilitas <i>free laundry</i> dengan maksimum 1 kg.
9.	Jaminan ketersediaan makanan menu kamar	Menu makanan yang dijamin ketersediaan 24 jam.
10.	Kendaraan antar jemput	Kendaraan antar jemput dengan jam operasi 08.00 – 16.00 dengan radius maks 5 km dari Hotel. Sewa jasa antar jemput dari Bandara
11.	<i>Amenities</i> , handuk dan gelas dengan warna yang berbeda	Untuk memberikan tanda beda pemakaian.
12.	Ruang kerja	Ruangan dengan fasilitas 3 PC, 1 mesin <i>fotocopy</i> , 1 <i>printer</i> yang disewakan untuk kebutuhan kerja atau kebutuhan <i>browsing</i> .
13.	<i>Ballroom</i>	Mempunyai kapasitas 90 orang yang dibagi menjadi 3 ballroom dengan connecting room dengan kualitas projector dan sound yang memadai

Segmentasi LH Hotel dengan presentase terbesar adalah karyawan perusahaan area Jabodetabek, Karawang dan Cikarang dimana lokasi tersebut merupakan kawasan modern dengan banyaknya industri besar maupun instansi pemerintahan. Lebih dari 200 perusahaan besar berada pada kawasan Bekasi seperti BUMN, Kantor Pegawai Negeri, perusahaan multinasional dan internasional. Psikografis perilaku pada konsumen LH Hotel adalah masyarakat menengah kebawah.

Supply and demand LH Hotel berdasarkan jumlah kamar dengan jumlah pengunjung kamar Hotel di Wilayah Jawa Barat mempunyai kekurangan pada tingkat hunian kamar, sehingga hal ini menjadikan potensi bisnis sewa akomodasi sewa kamar hotel di Wilayah Jawa Barat. Perbandingan tersebut dapat dilihat dari jumlah hotel yang ada di Wilayah Jawa Barat sebanyak 314 Hotel dengan jumlah kamar sebanyak 29.503 kamar sedangkan permintaan dari tamu hotel jika dalam setiap skala

usaha mengirimkan 4 karyawan untuk pelatihan, rapat dan gathering di Hotel dimana jumlah skala usaha wilayah Jawa Barat mencapai 9437 usaha sehingga mempunyai total potensi tamu menginap sebesar 37.748. Hal ini membuktikan bahwa adanya gap kebutuhan sewa kamar disbanding dengan pengunjung.



Gambar 1.4 Grafik Usaha Akomodasi di Jawa Barat Tahun 2014-2016 (BPS)

Segmentasi LH Hotel merupakan karyawan yang berada di wilayah Bekasi dan sekitarnya. Berdasarkan data BPS pada tahun 2014, jumlah karyawan / pekerja aktif sebesar 1.120.471 orang. Supply karyawan berasal dari Sekolah Menengah Kejuruan di wilayah Bekasi. (**Lampiran 1.1**) dan data kependudukan Bekasi dengan umur diatas 15 tahun (**Lampiran 1.2**).

LH Hotel bekerjasama dengan beberapa distributor terkait kebutuhan *amenities*, *linen*, handuk, bahan makanan dan kebersihan hotel. Ketersediaan *amenities* dan bahan makanan terjamin karena mempunyai sistem kerjasama dengan sedikitnya 3 distributor yang berada di wilayah Jabodetabek. Pemasok makanan bekerjasama dengan Gary's seafood, buah dan sayur, dan agen atau distributor besar yang dapat menjamin ketersediaan dan kualitasnya.

LH Hotel memberikan diferensiasi terhadap pengunjung dengan jenis kelamin yang sama bertujuan untuk rapat atau training atau singgah sementara dengan memberikan aksen pada *amenities*, handuk, bantal, guling dan selimut dengan warna yang berbeda.

1.6. Visi dan Misi

1.6.1. Visi dan Misi

Visi dan misi perusahaan merupakan wujud dari arah masa depan sebuah perusahaan untuk menggambarkan akan dibawa ke arah mana bisnis ini dan biasanya dibuat untuk pencapaian jangka panjang. Visi merupakan tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Sedangkan misi adalah cara untuk mewujudkan visi tersebut. Berikut visi dan misi LH Hotel:

Tabel 1.8 Visi dan Misi LH Hotel

Visi LH Hotel	Misi LH Hotel
Menjadikan LH Hotel sebagai hotel pilihan utama yang memiliki inovasi dalam pelayanan dan unggul dalam operasional pelayanan serta berorientasi pada kepuasan pelanggan.	1. Mengembangkan merek hotel dengan menerapkan pelayanan sistem <i>check in-check out</i> 24 jam untuk menjadi hotel pilihan utama.
	2. Memiliki konsep kamar <i>luxury modern</i> , fasilitas yang inovatif, disertai pelayanan profesional.
	3. Melakukan quality control terhadap operasional untuk menjaga standar pelayanan dan kerja karyawan yang sesuai dengan SOP.
	4. Menciptakan nilai lebih dalam pelayanan dan fasilitas sehingga memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

1.6.2. Profil Perusahaan

PT Levina Heldi Gemilang merupakan perusahaan yang berdiri pada konsep bisnis akomodasi sewa kamar berbintang. Asal nama PT. Levina Heldi Gemilang berdasarkan gabungan nama pendiri dan pemilik perusahaan yang terdiri dari Lelly, Alfina, Rona, Helmy dan Jodi serta ditambahkan Gemilang dengan harapan perusahaan yang dibangun bersama ini memiliki masa depan yang gemilang.

1.6.3. Logo Perusahaan



Gambar 1.5 Logo PT. Levina Heldi Gemilang dan LH Hotel

Tabel 1.9 Definisi arti dari logo Perusahaan

No	Logo	Arti
1		Untuk logo perusahaan PT. Levina Heldi Gemilang memiliki gambar seperti atap rumah dengan perpaduan warna merah, hijau dan kuning. Gambar seperti atap rumah mencerminkan bahwa perusahaan ini bergerak dibidang properti yang menciptakan hunian sementara yang nyaman serta menyenangkan bagi konsumen. Warna merah melambangkan bahwa perusahaan kami memiliki keberanian untuk mengubah sistem yang sudah ada dengan inovasi baru yang dapat menjadi daya saing bagi perusahaan sejenis yang sudah ada serta daya tarik bagi konsumen. Warna hijau melambangkan bahwa perusahaan kami tetap mengutamakan konsep penghijauan dalam menjalankan proses bisnis, agar

No	Logo	Arti
		dapat memberikan keseimbangan antara pembangunan dengan lingkungan sekitar. Serta warna kuning melambangkan perusahaan kami yang memiliki lingkungan kerja dan sumber daya manusia yang ceria, bahagia, energik, serta optimis dalam menjalankan segala proses bisnis yang ada.
2		Gambar perisai melambangkan kepercayaan diri, ketangguhan, dan keberanian bergerak bagi LH Hotel dengan menerapkan sistem pelayanan dan fasilitas baru. Gambar sayap melambangkan kemenangan, keberhasilan, dan dengan harapan LH Hotel dapat dikenal secara luas dan dapat melakukan pembangunan diseluruh Indonesia. Gambar mahkota melambangkan sesuatu yang sangat berharga dengan harapan konsumen mendapatkan pengalaman yang sangat berharga sehingga terus memilih LH Hotel sebagai tempat menginap, serta merupakan hiasan kepala untuk raja dengan harapan LH Hotel dapat menjadi pilihan utama konsumen dan menguasai pasar hotel. Gambar 3 bintang melambangkan bisnis hotel yang kami bangun merupakan hotel berbintang 3. Sedangkan warna emas yang melambangkan prestasi, kesuksesan, kemewahan, kemenangan, kemakmuran, kejayaan, prestige, dan intelektualitas dengan harapan LH Hotel dapat memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik serta memiliki konsep modern minimalis, dan dapat menjadi hotel nomor satu di Indonesia

1.6.4. Tagline Perusahaan

LH Hotel memiliki tagline yaitu *“Stay with us, discover the difference”* karena LH Hotel melakukan inovasi seperti memiliki sistem *check in – check out* 24 jam, memberikan fasilitas guling di dalam kamar, warna amenities dengan standar warna yang berbeda, standar colokan kamar yang lebih dan memadai untuk mendukung karyawan tetap produktif, memberikan kemudahan pembayaran fintech seperti Ovo, Go-Pay dan Dana, memberikan fasilitas *free* laundry dan ruang kerja yang dapat diakses 24 jam serta penerangan yang mendukung karyawan untuk tetap produktif.