



**Pendidikan dan Pelatihan Menghubungkan Teori dan Praktik Mahasiswa
sebagai *Guest Experiment Business Luxury Hotel* di Jakarta**

¹⁾ Ida Ayu Nyoman Yuni Devi Antari, ²⁾ Cok Istri Tenisia Iswari Dewi,
³⁾ Ni Made Maya Arya Yulisa
^{1,2,3)} Politeknik Pariwisata Bali

Email: dayudeviiantarii@gmail.com *



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0
International License

Align Text Left atau rata kiri, book antiqua 11 spasi 1)

Keywords:

*Training, hotel
guests, business
hotels, luxury
hotels.*

Abstract

The main purpose of a Business Luxury Hotel is to provide a comfortable and safe place to stay for guests who are travelling on business or leisure. Business travellers, executives and professionals often require exclusive, luxurious accommodation equipped with high-quality facilities and services for business meetings, conferences and corporate events. This activity uses a qualitative method of descriptive analysis. This activity aims to connect the theory and practice of Business Luxury Hotel services. From this activity has the results of Business Luxury Hotel Services in Jakarta need to be improved, especially in guest experience activities and guest activities need to be given extra services in accordance with the standards set by the world hotel business.

Kata kunci:

*Diklat, tamu
hotel, hotel bisnis
,hotel mewah.*

Abstrak

Tujuan utama *Business Luxury Hotel* adalah untuk menyediakan tempat menginap yang nyaman dan aman bagi para tamu yang sedang melakukan perjalanan bisnis atau liburan. Pelaku bisnis, eksekutif, dan profesional seringkali membutuhkan akomodasi yang eksklusif, mewah, dan dilengkapi dengan fasilitas dan layanan berkualitas tinggi untuk keperluan pertemuan bisnis, konferensi, dan acara korporat. Kegiatan ini menggunakan metode kualitatif analisis deskriptif. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk menghubungkan teori dan praktik dari pelayanan *Business Luxury Hotel*. Dari kegiatan ini memiliki hasil Pelayanan *Business Luxury Hotel* di Jakarta perlu ditingkatkan terutama pada kegiatan *guest experience* dan *guest activity* perlu diberikan pelayanan yang lebih ekstra sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh bisnis hotel dunia.

(Diterima : 14 April 2023, Direvisi : 17 Mei 2023, Diterbitkan : 15 Juni 2023)

PENDAHULUAN

Hotel adalah sebuah tempat yang menyediakan pelayanan akomodasi, biasanya untuk jangka waktu yang singkat, kepada para tamu yang membayar. Hotel biasanya memiliki sejumlah kamar tidur yang dilengkapi dengan fasilitas seperti tempat tidur, kamar mandi pribadi, televisi, telepon, dan akses internet (Putri, 2018). Selain itu, hotel juga biasanya menyediakan layanan tambahan seperti restoran, bar, kolam renang, pusat kebugaran, layanan kamar, ruang pertemuan, dan fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan para tamu. Hotel dapat memiliki berbagai tingkat pelayanan dan fasilitas (Hermawan, 2018). Ada hotel bintang lima yang menawarkan pelayanan mewah dan fasilitas yang lengkap, sedangkan ada juga hotel dengan tingkat pelayanan yang lebih sederhana dan fasilitas yang lebih terbatas. Selain itu, ada juga jenis hotel lain seperti hotel butik yang menawarkan pengalaman yang unik dan khas, serta hotel budget yang menawarkan harga yang lebih terjangkau. Hotel biasanya dikelola oleh perusahaan atau pemilik yang memiliki banyak properti hotel di berbagai lokasi. Tujuan utama hotel adalah untuk menyediakan tempat menginap yang nyaman dan aman bagi para tamu yang sedang melakukan perjalanan bisnis atau liburan. Beberapa hotel juga dapat menyediakan layanan tambahan seperti layanan *concierge*, penjemputan bandara, tur, dan aktivitas lainnya untuk membantu tamu merencanakan dan mengatur kegiatan selama mereka tinggal di hotel (Saputro Putri, 2014).

Di dunia, hotel-hotel biasanya diberi peringkat berdasarkan standar dan tingkat pelayanan yang mereka tawarkan (Sambodo, 2020). Salah satu sistem peringkat yang umum digunakan adalah sistem bintang, dimana hotel-hotel dinilai berdasarkan kualitas dan fasilitas yang disediakan (Asrul & Zuhriyah, 2020). Berikut adalah beberapa tingkatan hotel yang umum ditemui:

1. Hotel Bintang Lima (5 Stars): Hotel bintang lima adalah yang tertinggi dalam kategori peringkat bintang. Mereka menawarkan pelayanan mewah, fasilitas lengkap, dan kualitas yang sangat tinggi dalam segala hal, mulai dari kamar tidur yang luas dan elegan hingga restoran, bar, kolam renang, SPA, pusat kebugaran, dan layanan *concierge* yang sangat baik.
2. Hotel Bintang Empat (4 Stars): Hotel bintang empat juga menawarkan pelayanan yang berkualitas tinggi dan fasilitas yang baik. Mereka biasanya memiliki kamar tidur yang nyaman dan luas, restoran dan bar yang berkualitas, kolam renang, pusat kebugaran, dan beberapa fasilitas tambahan lainnya.
3. Hotel Bintang Tiga (3 Stars): Hotel bintang tiga menawarkan pelayanan dan fasilitas yang lebih sederhana dibandingkan dengan hotel bintang empat atau lima. Mereka biasanya memiliki kamar tidur yang nyaman dengan fasilitas

dasar, restoran atau kafe, dan fasilitas tambahan seperti kolam renang atau pusat kebugaran yang lebih terbatas.

4. Hotel Bintang Dua (2 Stars) dan Hotel Bintang Satu (1 Star): Hotel bintang dua dan satu umumnya menawarkan pelayanan dasar dengan fasilitas yang terbatas. Kamar tidur mungkin lebih sederhana dan fasilitas seperti restoran atau bar mungkin tidak tersedia di hotel ini.

Selain sistem peringkat bintang, ada juga hotel butik yang menawarkan pengalaman yang unik dan khas dengan jumlah kamar yang relatif sedikit. Hotel budget atau hotel ekonomi adalah pilihan yang lebih terjangkau dengan fasilitas dasar untuk para wisatawan yang mencari pilihan hemat biaya (Adiati, 2011). Peringkat dan tingkatan hotel dapat berbeda di setiap negara atau wilayah. Ada juga organisasi atau lembaga independen seperti *Forbes Travel Guide* atau AAA (American Automobile Association) yang memberikan peringkat dan sertifikasi khusus untuk hotel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan (Syahrul et al., 2022).

Perkembangan hotel di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia merupakan salah satu destinasi pariwisata terkemuka di Asia Tenggara (Anggraini, 2022). Wisatawan domestik dan mancanegara yang datang ke Indonesia meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal ini mendorong permintaan akan akomodasi hotel yang berkualitas dan beragam di seluruh wilayah Indonesia (Simanjuntak et al., 2017). Investasi dalam sektor pariwisata, termasuk pembangunan hotel, telah meningkat pesat. Pemerintah Indonesia dan sektor swasta aktif dalam membangun hotel-hotel baru dan mengembangkan properti pariwisata di berbagai daerah di Indonesia. Baik perusahaan nasional maupun internasional telah berinvestasi dalam hotel-hotel besar, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Bali, Yogyakarta, dan Bandung. Perkembangan hotel di Indonesia juga ditandai dengan munculnya berbagai konsep hotel yang menarik dan unik (Saraswati & Prihadini, 2020). Selain hotel bintang lima dan empat, terdapat juga hotel butik, resort mewah, vila eksklusif, dan hotel budaya yang menawarkan pengalaman yang berbeda bagi para wisatawan (Dharmaputra, 2013).

Hotel-hotel di Indonesia semakin fokus pada peningkatan kualitas dan standar pelayanan. Banyak hotel berusaha memenuhi standar internasional dalam hal fasilitas, kebersihan, keramahan staf, dan kenyamanan tamu (Mantolas, 2022). Beberapa hotel juga memperluas fasilitas dengan menawarkan SPA, restoran mewah, pusat konferensi, dan fasilitas lainnya untuk meningkatkan pengalaman tamu. Hotel di Indonesia juga semakin mengadopsi teknologi dalam operasional mereka. Ini termasuk sistem reservasi online, *check-in* dan *check-out* mandiri, akses internet cepat, dan aplikasi seluler untuk memudahkan tamu dalam mengakses informasi dan layanan hotel. Perkembangan hotel di Indonesia terus berlanjut sejalan dengan pertumbuhan pariwisata yang terus meningkat. Pemerintah Indonesia juga aktif dalam mempromosikan sektor pariwisata dan mengembangkan infrastruktur yang mendukung pertumbuhan industri perhotelan (Sayekti, 2019).

Perkembangan pembangunan *Business Luxury Hotel* (hotel mewah untuk bisnis) telah menjadi tren yang signifikan dalam industri perhotelan di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Permintaan akan akomodasi bisnis mewah meningkat seiring dengan pertumbuhan sektor bisnis dan pariwisata. Para pelaku bisnis, eksekutif, dan profesional seringkali membutuhkan akomodasi yang eksklusif, mewah, dan dilengkapi dengan fasilitas dan layanan berkualitas tinggi untuk keperluan pertemuan bisnis, konferensi, dan acara korporat. *Business Luxury Hotel* menawarkan fasilitas dan layanan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan profesional. Ini termasuk pusat konferensi dan pertemuan dengan ruang rapat, auditorium, dan fasilitas audiovisual yang canggih. Hotel ini juga menyediakan akses internet cepat, pusat bisnis, layanan sekretaris, layanan kamar 24 jam, restoran dan lounge eksklusif, serta fasilitas kebugaran dan SPA (Thirumaran, 2021).

Business Luxury Hotel biasanya terletak di pusat bisnis atau pusat perkantoran yang penting. Lokasinya yang strategis memudahkan akses bagi tamu bisnis ke perusahaan, pusat konvensi, pusat perbelanjaan, dan tempat-tempat penting lainnya di kota tersebut. *Business Luxury Hotel* menonjolkan desain dan interior yang elegan, dengan sentuhan mewah dan modern. Ruang tamu, kamar tidur, dan fasilitas umum dikonsep untuk memberikan suasana yang profesional, nyaman, dan bergaya kepada tamu bisnis. *Business Luxury Hotel* juga mengadopsi teknologi terkini untuk memenuhi kebutuhan tamu bisnis. Ini termasuk akses *internet broadband*, sistem komunikasi yang canggih, peralatan presentasi mutakhir, dan layanan kamar yang ditingkatkan dengan penggunaan aplikasi seluler (Kucukusta, 2014). Perkembangan pembangunan *Business Luxury Hotel* didorong oleh permintaan yang kuat dari para pelaku bisnis yang mencari akomodasi yang menyediakan fasilitas dan layanan eksklusif untuk keperluan bisnis. Hal ini memberikan kesempatan bagi pengembang dan pemilik hotel untuk berinvestasi dalam segmen pasar ini dengan menawarkan pengalaman menginap yang mewah dan profesional. Dalam kegiatan ini peneliti ingin mendapatkan pengalaman secara langsung terkait pengalaman layanan yang diberikan oleh *Business Luxury Hotel* di Jakarta dengan menginap langsung di hotel dengan standar *Luxury*.

METODE

Dalam kegiatan ini kelompok kami menggunakan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif yang berlokasi di *NEO Hotel Mangga Dua Square*, *Hilton Garden Inn Taman Palem & Swissotel Jakarta PIK Avenue* yang khusus melayani *Business Luxury Hotel*. Dengan teknik pengumpulan data studi dokumentasi, wawancara dan observasi. Dengan kegiatan ini kami mendapatkan pembelajaran secara nyata dalam mempelajari Strategi pemasaran, standar perawatan, pengurusan izin operasional, perbedaan pelayanan, serta kualifikasi staf atau pegawai *Business Luxury Hotel*. Berikut langkah - langkah dalam pelaksanaan kegiatan Pendidikan dan Pelatihan *Business Luxury Hotel* di Jakarta sebagai penggalan teori dan praktik mahasiswa sebagai *guest experiment*.



Gambar 1. Diagram pelaksanaan kegiatan Pendidikan dan Pelatihan *Business Luxury Hotel*

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Luxury Hotel atau biasa disebut dengan hotel besar menawarkan layanan kelas dunia dengan fasilitas restoran dan *lounge*, layanan serbaguna, ruang pertemuan, dan fasilitas makan. Dalam jajaran bintang empat dan lima, hotel-hotel ini memiliki label harga yang lebih tinggi dan memberikan desain, kualitas, kelapangan, dan layanan luar biasa dengan perhatian pada detail. Para tamu memiliki layanan penuh, termasuk layanan kamar 24 jam, fasilitas seperti SPA, *concierge* bahkan pelayan pribadi. Pangsa pasar utama hotel jenis ini adalah selebritas, eksekutif bisnis, dan tokoh politik berpangkat tinggi. *Business Luxury Hotel* dapat dikatakan sebagai sebuah hotel atau akomodasi yang diperuntukan bagi orang-orang yang sedang melakukan perjalanan bisnis seperti dari *Corporate* atau perusahaan, *Government* dan masih banyak lagi dengan menyediakan fasilitas pendukung yang mewah dan megah.

Sedangkan, *city hotel* merupakan jenis hotel yang berada di kawasan pusat perkotaan dan umumnya lebih banyak ditemukan di kota-kota besar. *City Hotel* biasanya berukuran besar dengan gedung bertingkat dengan fasilitas-fasilitas bisnis dikarenakan tamu yang menginap di hotel jenis ini kebanyakan merupakan *business traveler*. Hal ini membuat jenis hotel ini juga kerap disebut sebagai *business hotel* atau hotel bisnis. *City hotel* hadir untuk memberikan *alternative* pada para wisatawan untuk menginap. Gaya hidup masyarakat *modern* sekarang tidak bisa dilepaskan dari kafe, pusat oleh-oleh, tempat hiburan untuk melepas penat menjadi alasan pembangunan *City Hotel* berbintang ini. Pada *City hotel* ini akan ditunjang dengan fasilitas-fasilitas tambahan untuk menunjang gaya hidup eksekutif muda yang penat untuk mencari hiburan. *City hotel* akan menjadi solusi yang bagus untuk memenuhi tuntutan kebutuhan gaya hidup para wisatawan-wisatawan untuk mendapatkan hiburan pada satu tempat mengingat mobilitas mereka yang sangat tinggi.

Hilton Garden Inn Jakarta Taman Palem terletak di jantung kawasan pusat bisnis Jakarta Barat dan berjarak 20 menit berkendara dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Terhubung ke Green Sedayu Mall yang memiliki berbagai gerai ritel, restoran dan bar serta pilihan hiburan, hotel ini juga berjarak 10 menit ke kawasan perumahan Pantai Indah Kapuk. Hilton Garden Inn juga menyediakan fasilitas bepergian untuk bisnis atau liburan, para tamu menikmati akomodasi dan fasilitas modern yang konsisten serta dilengkapi dengan keramahan hangat yang mereka terima. Hotel ini Memiliki 168 kamar dan suite dengan desain baru, semuanya dilengkapi dengan televisi definisi tinggi 43 inci, kulkas mini, port pengisian daya USB yang nyaman, meja kerja khusus, bilik shower, dan perlengkapan mandi dari *CrabTree and Evelyn*.

Hotel ini juga memiliki *King Family Suites* yang ideal untuk pelancong dengan keluarga muda yang akan menikmati kamar tidur terpisah dengan desain khusus untuk anak-anak serta dilengkapi dengan bingkai tempat tidur yang menarik dan furnitur bermain, memiliki dua pilihan makanan dan minuman. *The Garden Grille & Bar restoran* yang buka sepanjang hari menyajikan hidangan khas lokal dan internasional dengan menu *a la carte* yang autentik. Lalu ada *The Shop* toko serba ada 24 jam yang menawarkan berbagai pilihan makanan ringan, camilan dan minuman. Dengan foyer yang sangat luas dan delapan ruang serba guna yang dilengkapi dengan pencahayaan alami dan teknologi audiovisual terkini, Hilton Garden Inn Jakarta Taman Palem dilengkapi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan para tamu yang ingin mengadakan pertemuan bisnis formal, acara sosial dan pernikahan.

Swissotel pertama di Indonesia hadir di Jakarta. Hotel ini terletak 15 menit dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta (CGK) dan dapat dijangkau dari Tol Bandara dan Tol Lingkar Luar dari dan ke pusat kota. Hotel yang dekat dengan Pantai Indah Kapuk dimana adalah tujuan kuliner dan rekreasi populer di Jakarta Utara, dikelilingi oleh perumahan dan bisnis kelas atas. Hotel termasuk kedalam hotel premium yang dimiliki oleh Accor dimana menawarkan kamar-kamar yang elegan dan nyaman yang dirancang dengan mempertimbangkan Swiss. Adapun beberapa ruang bisnis yang dimilikinya dilakukan langsung di Pusat Konferensi yang terdiri dari sembilan ruang pertemuan, dua *lounge*, *amfiteater*, dan area pra-fungsi yang trendi. Tak hanya itu, hotel ini juga mempunyai berbagai *size ballroom* yang bisa menampung segala acara yang akan dilakukan salah satunya adalah *Grand Ballroom* merupakan *ballroom hotel* terbesar yang ada di Jakarta Utara dengan kapasitas hingga 3.000 tamu. Kamar, suite, dan *Executive Lounge* yang terletak di Lantai 20 memiliki pemandangan Teluk Jakarta atau pusat kota yang menawan. berada di tengah permukiman mewah dan pusat bisnis, serta dibangun menyatu dengan mal PIK *Avenue*. Swissotel PIK *Avenue* yang menyasar segmen premium ini memiliki 412 buah kamar yang dilengkapi enam restoran, *executive lounge*, *Purovel SPA*, dan fasilitas olahraga.

3.1.1 Pelayanan *Business Luxury Hotel* di Jakarta

Pada saat melakukan *visit business luxury hotel* di daerah Jakarta, peneliti mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, pelayanan dari hati (tulus) dapat

memberikan pengaruh besar atas kepuasan tamu hotel, pelayanan yang tulus hanya bisa dilakukan jika petugas memiliki keahlian yang cukup dan *passion* atau hasrat atas pekerjaan dan pelayanan yang diberikan, pihak pengelola hotel tentunya mengimbangi dengan memberikan pelatihan pelatihan guna menaikkan standar pelayan yang ada, dan memberikan rewards atau penghargaan atas pencapaian yang diberikan oleh petugas yang punya dedikasi tinggi terhadap pekerjaan utamanya. Kesamaan dari kedua hotel tersebut terlihat pada saat memberikan pelayanan terhadap makanan yang dimilikinya seperti pada saat *coffe break* dan *lunch* mereka masing-masing memiliki menu yang beragam tentunya terbaik di hotelnya. Tak hanya itu mereka juga memberikan layanan fasilitas ballroomnya yang bersih dan luas sehingga peneliti dan temanteman merasa sangat nyaman. Kedua *Luxury Hotel* tersebut sangat menjunjung tinggi titel yang dibawanya maka dari itu banyak pelayanan umum yang terbaik mereka lakukan agar tamu yang menginap di hotelnya selalu merasakan nyaman antara lain dalam segi memberikan fasilitas yang lengkap mulai dari (SPA, kolam berenang, room service, restaurant dan gym), melakukan pelayanan kamar dan *front desk*, memberikan akses yang mudah ke mana saja tentunya kedua hotel tersebut memiliki akses yang dekat dengan objek wisata pantai indah kapuk dan juga memberikan layanan wifi di setiap sudut hotel yang stabil dan cepat sehingga semua hal tersebut akan menjamin seorang tamu betah berada di dalam hotel.

3.1.2 Guest Experience Stay di NEO Hotel Mangga Dua Square

Pengalaman yang peneliti dapatkan pada saat menginap di NEO Hotel Jakarta sungguh menarik dikarenakan hotel dengan letak strategis memiliki pemandangan kereta dan pemandangan kota Jakarta yang sangat indah dipandang. Terlebih lagi pemandangan kereta dipagi hari dengan suara kereta secara tidak langsung menjadi alarm pagi bagi peneliti. Kamar hotel yang nyaman dan bersih membuat peneliti beristirahat dengan tenang. Akan tetapi hotel ini memiliki kamar yang kecil dan wifi yang lambat pada saat peneliti menyambungkan *wifi* ke TV sering terjadi menghubungkan yang sangat lama, selain itu juga remot AC tidak berfungsi dengan baik saat mengatur suhu kamar. tak hanya itu, makanan yang disajikan pada saat *breakfast* kurang menggugah selera peneliti terkadang makanan terasa asin dan terkadang makanan terasa hambar dan kurangnya persipan yang matang pada saat melakukan *buffet* menyebabkan makanan terlalu lama kosong karena memiliki *staff* yang minim. *Overall* pelayanan yang peneliti dapatkan pada saat menginap di NEO Hotel peneliti katakan lumayan bagus dikarenakan tidak terlalu baik dan tidak terlalu buruk.

3.1.3 Guest Activity di Hilton Garden Inn Taman Palem

Melakukan kegiatan di hotel ini sangatlah mengesankan pada saat peneliti dan rombongan tiba di hotel kami semua disambut hangat dan sangat baik oleh para *staff* hotel. Hotel yang memiliki gaya *simple, modern* dan estetik membuat peneliti sangat terpukau. Peneliti melakukan hotel tersebut untuk melakukan seminar yang diadakan di ballroom miliknya. Sebelum melakukan seminar peneliti diberikan *coffe break*

terlebih dahulu lalu, dilanjutkan dengan pemaparan materi yang menarik oleh Bapak Oki Yanto, selaku *General Manager* Hotel Garden Inn Jakarta dan Ibu Carissa Rhea selaku FO Manager. Proses ini berjalan dengan sangat baik selanjutnya setelah melakukan seminar peneliti disuguhi makan siang yang sangat enak, selesai melakukan *lunch* peneliti diajak untuk melakukan *site inspection* berkeliling hotel bersama untuk melihat fasilitas dan layanan area hotel yang dimilikinya.

3.1.4 Guest Activity di Swissotel Jakarta PIK Avenue

Swissotel memiliki pelayanan yang sangat berkelas selama peneliti melakukan kegiatan seminar di sini peneliti merasa sangat nyaman dikarenakan hotel yang sangat luas dan besar tentunya juga memiliki *ballroom* terbesar sekota Jakarta utara. Hotel yang memiliki gaya *elegant ala swiss* ini membuat terkesan mahal dan mewah. Kegiatan seminar yang peneliti lakukan di pimpin oleh Bapak Sean Halpin, selaku *Cluster General Manager* Swissotel Jakarta PIK Avenue, Rehza Arian selaku *sales director*, dan ibu Astri Tantri selaku HR manager memberikan materi yang menarik tentang hotel *information*. Selama mengikuti seminar kami juga diizinkan untuk melakukan *coffee break*. selanjutnya melakukan *site inspection* hingga terakhir berada pada di titik menikmati jamuan makan siang yang berkelas sangat nikmat.

3.1.5 Kunjungan City Tour

Melakukan kegiatan *city tour* di daerah jakarta yang terkenal akan kepadatan penduduknya sangatlah melelahkan dikarenakan perjalanan terasa lama dikarenakan jalanan penuh dengan kemacetan. Akan tetapi semua itu terbayar ketika sudah sampai di destinasi pariwisatanya. Destinasi yang utama peneliti lakukan yaitu melakukan perjalanan mengelilingi Taman Mini Indonesia Indah yang terletak di jakarta bagian timur dimana taman ini merupakan rangkuman kebudayaan yang ada di indonesia yang mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Hari ketiga di jakarta peneliti juga mengunjungi salah satu destinasi yang terkenal di daerah khusus ibu kota jakarta. Dibalik tingginya gedung pencakar langit dan bising kendaraan, Jakarta menyimpan sebuah memori dalam suatu wilayah yang jauh dari kesan modern bernama Kota Tua Jakarta. Kota Tua Jakarta atau dikenal juga dengan sebutan Batavia Lama (Oud Batavia), dimana peneliti di sana banyak melihat prasasti-prasasti dan peninggalan sejarah pada saat VOC menguasai nusantara. Usai melihat zaman prasejarah peneliti melakukan perjalanan kembali ke daerah pusat perbelanjaan di mangga dua square dimana peneliti berpisah dengan rombongan untuk berburu oleh-oleh khas jakarta. Secara keseluruhan padatnya kegiatan yang peneliti lakukan di jakarta tentunya sangat melelahkan akan tetapi banyak pengalaman dan ilmu yang peneliti dapatkan mulai dari mengunjungi luxury hotel maupun melakukan *city tour*. Dengan adanya *city tour* membuat peneliti dan rekan angkatan merasakan keseruan dalam menghabiskan waktu bersama rekan satu prodi.



Gambar 2 & 3. Fasilitas Kamar



Gambar 4 & 5. Fasilitas Gym dan restoran



Gambar 6 & 7. Fasilitas Front Office & Ruang Tamu Kamar



Gambar 8 & 9. Fasilitas Ballroom dan view kolam renang

Pembahasan

3.2.1 Strategi Pemasaran Business Luxury Hotel

Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mempromosikan *Business Luxury Hotel*:

1. Segmentasi Pasar: Identifikasi dan segmentasi pasar potensial yang sesuai dengan target pelanggan Anda. Fokuslah pada pelaku bisnis, eksekutif, dan profesional yang membutuhkan akomodasi mewah dan fasilitas bisnis yang lengkap.
2. Branding dan Identitas: Buat identitas merek yang kuat untuk Business Luxury Hotel Anda. Hal ini termasuk desain logo yang menarik, slogan yang mencerminkan keunggulan dan nilai-nilai hotel Anda, serta pesan pemasaran yang konsisten yang menyoroti keunggulan dan keistimewaan hotel.
3. Pemasaran Digital: Manfaatkan kekuatan pemasaran digital untuk mencapai calon tamu bisnis. Buat situs web yang menarik dan responsif dengan informasi lengkap tentang hotel, fasilitas, dan layanan yang ditawarkan. Optimalkan situs web untuk mesin pencari (SEO) agar mudah ditemukan oleh calon tamu. Gunakan media sosial untuk berinteraksi dengan calon tamu, berbagi konten menarik, dan promosi khusus.
4. Kemitraan Strategis: Bentuk kemitraan dengan perusahaan, asosiasi bisnis, atau lembaga yang relevan dengan industri atau sektor bisnis tertentu. Ini dapat meliputi penawaran paket khusus atau diskon untuk karyawan perusahaan atau anggota asosiasi, serta kerjasama dalam penyelenggaraan acara bisnis atau konferensi.
5. Penawaran Khusus dan Paket Bisnis: Buat penawaran khusus dan paket bisnis yang menarik untuk menarik minat para pelaku bisnis. Misalnya, penawaran diskon untuk perjalanan bisnis berulang, paket konferensi yang mencakup fasilitas pertemuan dan akomodasi, atau penawaran fasilitas khusus seperti pusat kebugaran atau SPA.
6. Hubungan dengan Pelanggan: Jaga hubungan yang baik dengan pelanggan Anda. Manfaatkan program loyalitas atau keanggotaan untuk memberikan insentif dan keistimewaan kepada pelanggan setia. Berikan pengalaman yang personal dan pelayanan yang superior untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
7. Testimoni dan Ulasan: Dapatkan testimoni positif dari tamu bisnis yang puas dan gunakan ulasan online untuk mempromosikan reputasi hotel Anda. Ulasan dan testimoni yang baik dapat memberikan kepercayaan kepada calon tamu dan meningkatkan citra hotel.
8. Pemasaran Event dan Pertemuan: Promosikan fasilitas pertemuan dan ruang konferensi hotel kepada perusahaan, penyelenggara acara, dan organisasi bisnis. Dapatkan sponsor atau menjadi tuan rumah acara bisnis atau konferensi yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi hotel Anda.

9. Kolaborasi dengan *Travel Agents* dan Perusahaan Perjalanan: Bentuk kerjasama dengan agen perjalanan dan perusahaan perjalanan bisnis untuk memasarkan hotel kepada pelanggan mereka. Penawaran khusus atau komisi yang menarik dapat menjadi insentif bagi mereka untuk merekomendasikan hotel kepada pelanggan mereka.
10. Evaluasi dan Peningkatan Terus-menerus: Selalu evaluasi strategi pemasaran Anda, ikuti tren terbaru, dan perbaiki kelemahan. Dengan memperbarui dan meningkatkan strategi pemasaran secara terus-menerus dapat tetap kompetitif dan menarik bagi calon tamu bisnis.

Setiap strategi pemasaran harus disesuaikan dengan tujuan dan karakteristik hotel. Penting untuk memahami audiens target dan beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar agar dapat berhasil memasarkan *Business Luxury Hotel* (Walls et al., 2011).

3.2.2 Perawatan *Business Luxury Hotel*

Perawatan *Business Luxury Hotel* sangat penting untuk memastikan pengalaman yang luar biasa bagi para tamu bisnis. Berikut adalah beberapa aspek perawatan yang dapat dipertimbangkan:

1. Layanan Pelanggan yang Superior: Fokus pada pelayanan yang sangat baik dan personal kepada para tamu. Staf hotel harus dilatih untuk memberikan layanan yang ramah, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan tamu. Sediakan pelatihan khusus kepada staf mengenai etika bisnis, komunikasi profesional, dan penanganan tamu dalam konteks bisnis.
2. Fasilitas dan Layanan Bisnis yang Lengkap: Pastikan hotel menyediakan fasilitas bisnis yang lengkap dan mutakhir. Ini termasuk pusat bisnis dengan akses internet cepat, layanan sekretaris, ruang pertemuan dan konferensi yang dilengkapi dengan peralatan audiovisual, serta layanan pengiriman dokumen dan paket.
3. Kamar Tidur yang Nyaman dan Fungsional: Kamar tidur harus dirancang dengan nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas yang memenuhi kebutuhan para tamu bisnis. Meja kerja yang luas, kursi ergonomis, lampu baca yang baik, dan colokan listrik yang mudah diakses adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan.
4. Kebersihan dan Kualitas: Pastikan hotel selalu menjaga standar kebersihan yang tinggi. Kamar tidur harus dibersihkan secara menyeluruh dan dilengkapi dengan perlengkapan mandi berkualitas tinggi. Perhatikan detail kecil seperti kebersihan lobi, lift, koridor, dan fasilitas umum lainnya.
5. Fasilitas Rekreasi dan Kebugaran: *Business Luxury Hotel* harus menyediakan fasilitas rekreasi dan kebugaran yang baik. Kolam renang, pusat kebugaran dengan peralatan modern, dan SPA yang menawarkan berbagai perawatan relaksasi adalah beberapa fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kesejahteraan tamu.

6. Restoran dan Layanan Makanan: Hotel harus menawarkan pilihan restoran yang berkualitas tinggi dan layanan makanan yang istimewa. Sediakan menu yang beragam, termasuk makanan sehat dan opsi makanan khusus. Jika hotel memiliki lounge eksklusif, pastikan stafnya memberikan pelayanan yang profesional dan memuaskan.
7. Penggunaan Teknologi Terkini: Adopsi teknologi terkini dapat meningkatkan pengalaman tamu bisnis. Pastikan hotel memiliki akses internet cepat, konektivitas yang andal, dan sistem reservasi online yang mudah digunakan. Teknologi seperti sistem pembayaran tanpa kontak dan aplikasi seluler untuk layanan kamar juga dapat meningkatkan kenyamanan tamu.
8. Keamanan dan Privasi: Prioritaskan keamanan dan privasi tamu bisnis. Sediakan keamanan yang baik di seluruh hotel, termasuk sistem keamanan elektronik, penjagaan 24 jam, dan akses yang terbatas ke area sensitif. Jaga kerahasiaan informasi tamu dan pastikan perlindungan data pribadi yang kuat.
9. Program Loyalitas: Tawarkan program loyalitas atau keanggotaan yang memberikan insentif dan keistimewaan kepada tamu bisnis yang sering menginap di hotel Anda. Ini dapat berupa diskon khusus, peningkatan kamar, akses ke fasilitas eksklusif, atau layanan prioritas.
10. Evaluasi dan Umpan Balik Tamu: Lakukan evaluasi secara teratur dan perhatikan umpan balik dari tamu. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi tamu, hotel dapat meningkatkan pelayanan dan fasilitas sesuai dengan harapan mereka.

Dengan memperhatikan semua aspek perawatan ini, *Business Luxury Hotel* dapat memberikan pengalaman yang luar biasa bagi para tamu bisnis dan membangun reputasi yang kuat dalam industri perhotelan (Kreuzer et al., 2020).

3.2.3 Pengurusan Ijin Oprasional *Business Luxury Hotel*

Pengurusan ijin operasional untuk *Business Luxury Hotel* melibatkan beberapa langkah dan proses. Berikut adalah langkah umum yang biasanya diperlukan untuk mendapatkan ijin operasional hotel:

1. Identifikasi dan Pemahaman Peraturan dan Persyaratan: Kenali peraturan dan persyaratan yang berlaku di wilayah tempat hotel akan beroperasi. Ini termasuk peraturan pemerintah setempat, peraturan kesehatan, perizinan bangunan, persyaratan keamanan, dan persyaratan lingkungan. Pastikan memahami dengan baik persyaratan yang harus dipenuhi.
2. Pendaftaran dan Pembayaran Pajak: Daftarkan hotel ke otoritas terkait, seperti Departemen Pariwisata atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata setempat. Mendaftarkan hotel sebagai badan usaha dan membayar pajak yang relevan, termasuk pajak hotel dan pajak perusahaan.
3. Izin Pendirian Bangunan dan Konstruksi: Jika hotel merupakan bangunan baru atau mengalami renovasi yang signifikan, perlu memperoleh izin pendirian

bangunan dan izin konstruksi. Pastikan mengikuti peraturan setempat mengenai desain, struktur, dan persyaratan keselamatan bangunan.

4. Izin Operasional Hotel: Ajukan izin operasional hotel kepada otoritas yang berwenang. Biasanya, ini melibatkan pengajuan dokumen yang mencakup rencana bisnis, rencana manajemen, sertifikat keamanan dan kebersihan, izin lingkungan, izin usaha, dan dokumen lain yang diminta.
5. Penilaian Kelayakan Lingkungan: Beberapa wilayah mungkin mensyaratkan penilaian kelayakan lingkungan untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari operasi hotel. Hal ini dapat melibatkan studi dampak lingkungan, pengelolaan limbah, penghematan energi, dan upaya lainnya untuk menjaga keberlanjutan lingkungan.
6. Izin Tenaga Kerja: Pastikan memperoleh izin kerja dan izin tinggal untuk karyawan yang akan bekerja di hotel. Ini melibatkan proses pendaftaran dan pemenuhan persyaratan imigrasi dan tenaga kerja yang berlaku.
7. Izin Alkohol dan Hiburan: Jika hotel menyediakan layanan minuman beralkohol atau hiburan, maka perlu memperoleh izin khusus sesuai dengan peraturan setempat. Ini termasuk izin penjualan alkohol, izin musik langsung, atau izin hiburan lainnya.
8. Pemantauan dan Keikutsertaan Inspeksi: Setelah ijin operasional diterbitkan, akan menjalani pemantauan dan inspeksi berkala oleh otoritas terkait untuk memastikan bahwa hotel tetap memenuhi standar operasional yang ditetapkan. Penting untuk menghubungi otoritas terkait di wilayah untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan spesifik mengenai persyaratan dan proses pengurusan ijin operasional.

3.2.4 Perbedaan Pelayanan *Business Luxury Hotel* Dengan Hotel Biasa

Perbedaan pelayanan antara *Business Luxury Hotel* dan hotel biasa umumnya terletak pada tingkat kualitas, fasilitas, dan pengalaman yang ditawarkan kepada tamu (Gil-Lafuente et al., 2014). Berikut adalah beberapa perbedaan yang mungkin terjadi:

1. Layanan Personal dan Responsif: *Business Luxury Hotel* cenderung menyediakan layanan yang lebih personal dan responsif kepada tamu. Staf hotel akan berusaha untuk mengenal tamu dengan nama, memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan individu, dan memberikan pelayanan yang ramah dan profesional.
2. Fasilitas Bisnis yang Lengkap: *Business Luxury Hotel* biasanya dilengkapi dengan fasilitas bisnis yang lengkap dan mutakhir. Ini termasuk pusat bisnis dengan akses internet cepat, ruang pertemuan dan konferensi yang dilengkapi dengan peralatan audiovisual, layanan sekretaris, dan fasilitas lainnya yang mendukung kegiatan bisnis.
3. Kamar Tidur yang Lebih Mewah dan Fungsional: Kamar tidur di *Business Luxury Hotel* dirancang dengan kualitas dan kenyamanan yang tinggi. Mereka biasanya dilengkapi dengan perlengkapan tidur mewah, meja kerja yang luas,

kursi ergonomis, lampu baca yang baik, dan fasilitas lainnya yang mendukung kebutuhan tamu bisnis.

4. Layanan Khusus dan Fasilitas Tambahan: *Business Luxury Hotel* dapat menawarkan layanan khusus dan fasilitas tambahan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan tamu bisnis. Contohnya adalah layanan pengantaran mobil, laundry ekspres, layanan antar-jemput bandara, akses ke lounge eksklusif, atau akses prioritas ke fasilitas rekreasi dan kebugaran.
5. Restoran dan Layanan Makanan yang Berkualitas: *Business Luxury Hotel* biasanya menawarkan pilihan restoran yang berkualitas tinggi dan layanan makanan yang istimewa. Restoran-restoran ini mungkin menyajikan menu yang variatif, menggunakan bahan-bahan segar, dan menawarkan pengalaman kuliner yang eksklusif.
6. Program Loyalitas dan Keistimewaan: *Business Luxury Hotel* seringkali memiliki program loyalitas atau keanggotaan yang memberikan keistimewaan kepada tamu bisnis yang sering menginap. Ini dapat berupa diskon khusus, akses ke fasilitas eksklusif, peningkatan kamar, atau layanan prioritas.
7. Pengalaman Keseluruhan yang Lebih Mewah: *Business Luxury Hotel* berusaha memberikan pengalaman keseluruhan yang mewah dan istimewa bagi tamu bisnis. Ini mencakup desain interior yang elegan, atmosfer yang tenang dan santai, perawatan terhadap detail, dan upaya untuk menciptakan suasana yang eksklusif dan menyenangkan.

Perbedaan-perbedaan ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang lebih unggul dan memuaskan bagi tamu bisnis. Hotel biasa juga dapat menyediakan pelayanan yang baik, namun *Business Luxury Hotel* mengutamakan pelayanan dan fasilitas yang lebih eksklusif dan khusus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tamu bisnis yang lebih tinggi.

3.2.5 Kualitas staff atau Pegawai *Business Luxury Hotel*

Staff Business Luxury Hotel biasanya diharapkan memiliki kualitas tinggi untuk memberikan pelayanan yang luar biasa kepada tamu bisnis (Quintana et al., 2015). Berikut adalah beberapa kualitas yang umumnya diharapkan dari *staff Business Luxury Hotel*:

1. Profesionalisme: *Staff Business Luxury Hotel* harus memiliki sikap profesional dalam setiap interaksi dengan tamu. Mereka harus berperilaku sopan, menghormati privasi tamu, menjaga kerahasiaan informasi, dan menjunjung tinggi standar etika kerja yang tinggi.
2. Pengetahuan Mendalam: Staf hotel harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang hotel mereka, termasuk fasilitas, layanan, dan kebijakan hotel. Mereka juga harus menguasai informasi tentang tujuan wisata lokal, atraksi, dan fasilitas bisnis yang relevan untuk dapat memberikan saran dan rekomendasi kepada tamu.
3. Kemampuan Komunikasi yang Efektif: *Staff Business Luxury Hotel* harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Mereka harus mampu mendengarkan dengan baik, mengartikulasikan informasi dengan jelas, dan

memberikan instruksi atau penjelasan dengan tepat. Kemampuan berkomunikasi yang baik membantu staf untuk memahami kebutuhan tamu dengan baik dan memberikan solusi yang memuaskan.

4. Orientasi pada Pelayanan Pelanggan: *Staff Business Luxury Hotel* harus memiliki orientasi yang kuat pada pelayanan pelanggan. Mereka harus siap membantu tamu dengan ramah, responsif, dan penuh perhatian. Staf harus siap untuk menangani permintaan khusus, menjawab pertanyaan, menyelesaikan masalah, dan memberikan pengalaman yang tak terlupakan kepada tamu.
5. Kemampuan Manajemen Waktu: Staf hotel harus memiliki kemampuan manajemen waktu yang baik untuk dapat mengatasi tugas-tugas yang beragam dan memenuhi kebutuhan tamu dengan efisien. Mereka harus dapat mengatur jadwal, mengatur prioritas, dan bekerja dengan cepat tanpa mengorbankan kualitas pelayanan.
6. Keterampilan Tim: *Staff Business Luxury Hotel* sering bekerja dalam tim yang terdiri dari berbagai departemen. Oleh karena itu, keterampilan kerja tim yang baik sangat penting. Staf harus mampu bekerja sama, berkoordinasi, dan berkomunikasi dengan anggota tim lainnya untuk memastikan pengalaman tamu yang harmonis dan menyenangkan.
7. Ketahanan Terhadap Tekanan: Industri perhotelan dapat menimbulkan situasi yang menuntut dan penuh tekanan. *Staff Business Luxury Hotel* harus memiliki ketahanan terhadap tekanan dan kemampuan untuk tetap tenang, beradaptasi, dan mengatasi tantangan dengan baik. Kemampuan untuk tetap profesional dan ramah di bawah tekanan adalah kualitas yang penting bagi staf hotel.

Kualitas *staff Business Luxury Hotel* yang tinggi akan berkontribusi pada keseluruhan pengalaman tamu dan reputasi hotel di industri perhotelan. Oleh karena itu, hotel berupaya untuk merekrut, melatih, dan mempertahankan staf yang berkualitas dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu.

SIMPULAN

Setelah berkegiatan selama 3 hari 2 malam pada tanggal 10 April 2023 hingga tanggal 12 April 2023 yang dilaksanakan di daerah Jakarta yaitu melakukan kegiatan ke Hotel Garden Inn Taman Palem dan Swisshotel PIK Avenue. pada kedua hotel tersebut memberikan pemaparan materi kegiatan yang dilakukan dalam melakukan operasional dan manajemen hotel dalam menjalankan *business luxury hotel*. Selain itu peneliti juga mendapatkan ilmu dan wawasan yang sangat bermanfaat untuk kedepannya, tak hanya itu pengalaman kegiatan menginap di Hotel dan kegiatan *City Tour* yang kami dapatkan memberikan pengalaman yang sangat penting bagaimana peneliti bisa merasakan menjadi sebuah *guest experiment* di daerah Jakarta. Manajemen Business Luxury Hotel harus fokus pada pelayanan tamu yang unggul, kualitas fasilitas yang tinggi, pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, pemasaran yang tepat, manajemen keuangan yang cermat, serta inovasi dan pengembangan konstan. Operasional *Business Luxury Hotel* harus berfokus pada efisiensi operasional, kualitas layanan yang superior, pengelolaan keuangan yang baik, pengawasan keamanan yang ketat, pemeliharaan fasilitas yang baik, serta manajemen

reservasi dan ketersediaan yang efektif. Dengan demikian hotel dapat memberikan pengalaman mewah yang tak terlupakan kepada tamu dan mencapai keberhasilan operasional yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiati, M. P. (2011). Overview smart hotel di Indonesia yang merupakan trend baru dalam industri perhotelan. *Binus Business Review*, 2(2), 619-626.
- Anggraini, F. D. (2022). Analisis Manajemen Strategi Dinas Pariwisata DIY Menuju Terwujudnya Yogyakarta Sebagai Destinasi Terkemuka di Asia Tenggara. *Jurnal Nusantara*, 5(1), 16-22.
- Asrul, B. E. W., & Zuhriyah, S. (2020). Implementasi Metode Electre Dalam Menentukan Klasifikasi Hotel. *Jurnal Fokus Elektroda*.
- Ayu, J. P., Bramundita, A. G. C., & Adam, F. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pada Hotel di Era New Normal. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(1), 15-29.
- Darmaputra, P. G. E. (2013). Karakteristik Layanan Butler Pada Hotel Konvensional Dan Hotel Butik Atau Villa. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 2(1), 70-81.
- Gil-Lafuente, A. M., Merigó, J. M., & Vizuete, E. (2014). Analysis of luxury resort hotels by using the fuzzy analytic hierarchy process and the fuzzy Delphi method. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 27(1), 244-266.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar manajemen hospitality*. Penerbit NEM.
- Kreuzer, M., Cado, V., & Raïes, K. (2020). Moments of care: How interpersonal interactions contribute to luxury experiences of healthcare consumers. *Journal of Business Research*, 116, 482-490.
- Kucukusta, D., Heung, V. C., & Hui, S. (2014). Deploying self-service technology in luxury hotel brands: Perceptions of business travelers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(1), 55-70.
- Mantolas, C., Nugraha, Y. E., Eky, F. S., & Bagaihing, M. (2022). Penerapan Standar Operasional Prosedur Food And Beverage Service Di Hotel Swiss Belcourt Kupang. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 5(2), 86-94.
- Putri, E. D. H. (2018). *Pengantar akomodasi dan restoran*. Deepublish.
- Quintana, T. A., Park, S., & Cabrera, Y. A. (2015). Assessing the effects of leadership styles on employees' outcomes in international luxury hotels. *Journal of Business ethics*, 129, 469-489.
- Sambodo, A. (2020). *Kantor Depan Hotel*. Nas Media Pustaka
- Saputro, F., & Putri, E. D. H. (2014). Aktivitas Receptionist Dalam Menangani Tamu Personal Di Ameera Boutique Hotel Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 5(2).
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 54-60.

- Sayekti, N. W. (2020). Strategi pengembangan pariwisata halal di Indonesia. *Kajian*, 24(3), 159-172.
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Syahrul, S., Kamal, M., & Hutahaeen, T. (2022). *Pengantar Bisnis Hospitaliti*. Penerbit Widina.
- Thirumaran, K., Jang, H., Pourabedin, Z., & Wood, J. (2021). The role of social media in the luxury tourism business: A research review and trajectory assessment. *Sustainability*, 13(3), 1216.
- Walls, A., Okumus, F., Wang, Y., & Kwun, D. J. W. (2011). Understanding the consumer experience: An exploratory study of luxury hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 166-197.