

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Hyatt Internasional

A. Sejarah Hyatt Internasional

Hyatt adalah perusahaan manajemen hotel yang dimiliki secara pribadi sepenuhnya oleh keluarga Pritzker yang berpusat di Chicago, Amerika Serikat. Selain Hyatt Internasional dan *Hyatt Corporation*, Keluarga Pritzker juga memiliki investasi portofolio, termasuk kepentingan dibidang Manajemen keuangan, manufaktur, sumber daya alam, *real estate* dan kapal pesiar.

Global Hyatt terbagi menjadi 2 perusahaan terpisah :

- a. Hyatt Internasional, melalui cabang di Negara lain, mengoperasikan hyatt hotel yang sekarang berlokasi di luar Amerika utara, begitu juga dengan Park Hyatt Hotel di seluruh dunia.
- b. *Hyatt Hotels Corporation*, mengoperasikan *Hyatt Hotels* dan *Resorts* di Amerika Serikat, Canada Kepulauan Karibia.

Meskipun beroperasi secara terpisah, kedua perusahaan Hyaat diakui oleh pelanggan sebagai satu grup, bagian dari “*Hyatt’s worldwide family of Hotels and Resorts*”. Kantor pusat kedua perusahaan hyatt berada di cichago, Amerika serikat dibangun yang sama.

- 1983** Di samping kepemimpinan yang tidak dapat lagi disangkal dalam kategori hotel di tengah kota, Hyatt memasuki kawasan tempat berlibur di Amerika dengan dibukanya Hyatt *Regency Grand Cypress* yang indah di Orlando, Florida, dan pembelian Cerromar *Beach Hotel* serta Dorado *Beach Hotel* di Puerto Rico - semuanya dibangun dalam gaya Hyatt *Regency* Maui yang mempesona. Hyatt *International* yang menguasai tempat-tempat berlibur utama di dunia, membuka kompleks yang spektakuler di tempat-tempat baru, seperti Pulau Cheju di selatan pantai Korea.
- 1986** Australia menjadi fokus pertumbuhan baru. Mulai bulan Oktober 1986 dibuka hotel-hotel di Melbourne, Canberra, Queensland, Adelaide dan Perth.
- 1987** Australia menjadi fokus pertumbuhan, di mulai dengan dibukanya *Grand Hyatt Melbourne*, kemudian selang beberapa waktu dengan dibukanya *Park Hyatt Sydney*, *Hyatt Hotel Canberra*, *Hyatt Regency Adelaide*, *Hyatt Regency Perth* dan 2 resort di Queensland – *Hyatt Regency Coolum and Hyatt Regency Sanctuary Cove*.
- 1991** Indonesia dan Thailand merupakan lokasi yang penting bagi perluasan Hyatt yang berkesinambungan, dengan pembukaan *Grand Hyatt* di Jakarta dan Bali dan Bangkok dalam awal tahun ini.
- 1997** Perluasan Hyatt di Asia Selatan berkelanjutan dengan dibukanya *Hyatt Regency Kathmandu* di Nepal.
- 1999** *Grand Hyatt Shanghai*, Hotel tertinggi di dunia dengan sangat cepat menjadi hotel terbaik di China.

2002 Fokus berlanjut dengan dibukanya Hyatt *Regency* Kolkata, Hyatt *Regency* Mumbai and Park Hyatt Goa *Resort* and Spa. Di Asia Utara, *Grand Hyatt* Beijing dibuka tepat di ibukota China.

2003 Dibukanya *Grand Hyatt* Tokyo merupakan bagian dari pengembangan di Jepang. Hotel ini segera memposisikan diri sebagai salah satu hotel *Hyatt* yang paling sukses.

Saat ini terdapat lebih dari 210 Hyatt Hotel dan *Resorts* diseluruh dunia. Hyatt *International*, melalui cabangnya, telah beroperasi 60 Hotel, 22 *Resorts*, di 38 Negara, dengan tambahan 17 Hotel dalam Pengembangan. Hyatt Hotels *Corporation*, sebagai perusahaan terpisah, beroperasi 124 hotel dan *resort* di Amerika Serikat, Canada dan kepulauan Karibia. Informasi tentang Hyatt dapat di akses melalui situs di www.hyatt.com

2. Logo Hyatt *Regency* Yogyakarta

Logo Hyatt didesain dengan gambar garis bulan sabit menembus huruf “A” sebagai simbol pengalaman dari matahari terbit sampai terbenam bersama Hyatt.

Gambar 2.1



Sumber: Employee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta

3. Sub Logo Hyatt *Regency* Yogyakarta

Sub Logo Hyatt *Regency* Yogyakarta berbentuk Stupa yang merupakan salah satu bentuk bangunan yang sangat identik dengan candi Borobudur dimana Hyatt *Regency* Yogyakarta mengimitasi bentuk dari candi Borobudur tersebut.

Gambar 2.2



Sumber: Employee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta

4. Brand Hyatt

Hotel Hyatt internasional dirancang secara efektif sesuai dengan daerah hotel itu dibangun sehingga terpadu dengan lingkungannya. Lingkungan yang berbeda memerlukan jenis hotel Hyatt yang berbeda pula.

a. Strategi Perusahaan

a. Misi Perusahaan

Hotel-Hotel Hyatt Internasional akan secara terus menerus menyajikan produk dan servis terbaik, Inovatif dan mengikuti kebutuhan pelanggan. Kita akan diakui sebagai penyedia asset yang mampu memanfaatkan peluang dan mendatangkan keuntungan.

b. Visi Perusahaan

Diakui sebagai perusahaan penyedia jasa manajemen yang paling sukses untuk hotel-hotel mewah, hotel resor dan pengembang fasilitas multiguna ala *real estate* yang lengkap bertaraf internasional

c. Goals (Hasil Kinerja yang diharapkan)

- 1) Berdiri di setiap kota-kota besar dan tujuan utama wisata.
- 2) Menjadi pemimpin Industri dibidang pemasaran, operasional hotel dan resort serta hubungan antar komunitas.
- 3) Menjadi nomor 1 atau 2 di setiap pangsa pasarnya atas pembagian pasar, keuntungan dan persepsi pelanggan.

d. Taktik (tindakan yang spesifik untuk mencapai target)

- 1) Desain inovatif, Hotel *state-of-the-art* bagi tamu-tamu di masa mendatang.
- 2) Merekrut, mempertahankan dan mengembangkan karyawan untuk menambah kepuasan tamu.

e. Nilai-Nilai (Petunjuk yang utama bagi semua level)

- 1) Memelihara dan mengembangkan asset utama kita yaitu karyawan.
- 2) Melimpahkan wewenang dan memberdayakan karyawan untuk mencapai tujuan.
- 3) Memberikan penghargaan bagi karyawan yang memperlihatkan usaha dan inisiatif lebih.
- 4) Mendorong motivasi dan semangat wirausaha.
- 5) Memiliki rasa kerendahan hati.

f. Budaya Hyatt *International*

Budaya kita dapat didefinisikan sebagai “Kepercayaan, Kebiasaan, dan Tingkah laku kita yang mencerminkan cara kita bekerja di Hyatt *International*”. Karakteristik budaya yang telah membuat Hyatt *International* sukses hingga saat ini mencerminkan cara kita bekerja dalam rangka mencapai tujuan dan harus dimengerti dan di dukung oleh setiap karyawan.

a. KITA *INNOVATIVE*

b. Kita bekerja secara *TEAM*

c. Kita *CARE* satu sama lain

d. Kita mendorong *PERSONAL GROWTH*

e. Kita *MULTI CULTURAL*

f. Kita *CUSTOMER FOCUSED*

g. *Touches of Hyatt*

- 1) **Menyapa tamu dengan ramah**, Panggil nama tamu dan tatap mata tamu dengan sopan.
- 2) **Mengucapkan Selamat tinggal dengan ramah**, Pastikan bahwa tamu mengetahui bahwa kita mengharapkan kedatangan mereka kembali.
- 3) **Menerima pujian dengan rendah hati**, dengan rendah hati berterima kasih kepada tamu.
- 4) **Menyelesaikan komplain tamu**, bersikap seperti pemilik, menyelesaikan masalah secara cepat dan sopan, katakan tidak jika benar-benar perlu.

- 5) **Memperlakukan orang lain dengan hormat**, dengan kehangatan dan kerendahhatian, termasuk kepada tamu, pemilik perusahaan, kolega dan komunitas lokal.
- 6) **Antar tamu ke tempat tujuan**, antar tamu langsung ke tempat tujuan, daripada hanya menunjukkan arah.
- 7) **Menerima telepon secara profesional**, angkat telepon dalam 3 deringan, dengan senyum di suara anda, dan berterima kasih kepada tamu untuk menunggu.
- 8) **Berbanggalah dengan penampilan anda**, penilaian awal sangat menentukan.
- 9) **Bekerja dengan aman dan bersih**, bangga dengan tempat kerja anda.
- 10) **Menjaga lingkungan kerja anda**, memperbaiki dan melaporkan kerusakan, menjaga lingkungan, dan hemat energi.

h. *Unique Selling Point*

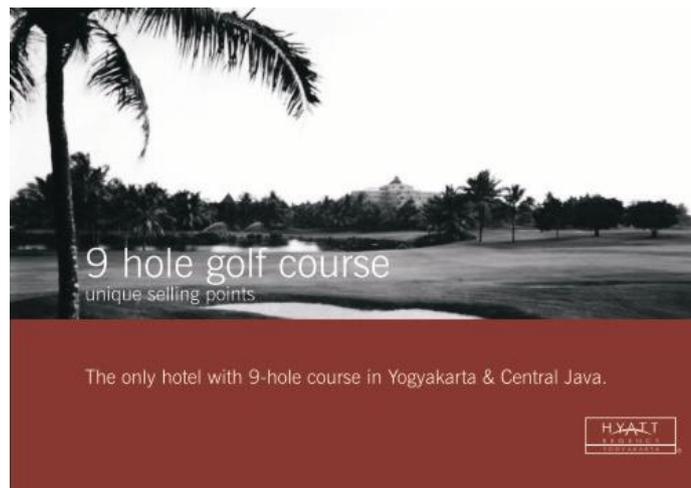
Gambar 2.3



Sumber: *Empoyee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

- 1) Hyatt, Hyatt Internasional Hotels & *Resorts* adalah eksklusif group hotel yang telah mempunyai reputasi tinggi yang selalu secara konstan menyediakan produk dan pelayanan yang sangat baik, inovatif dan selalu sesuai dengan harapan tamu.

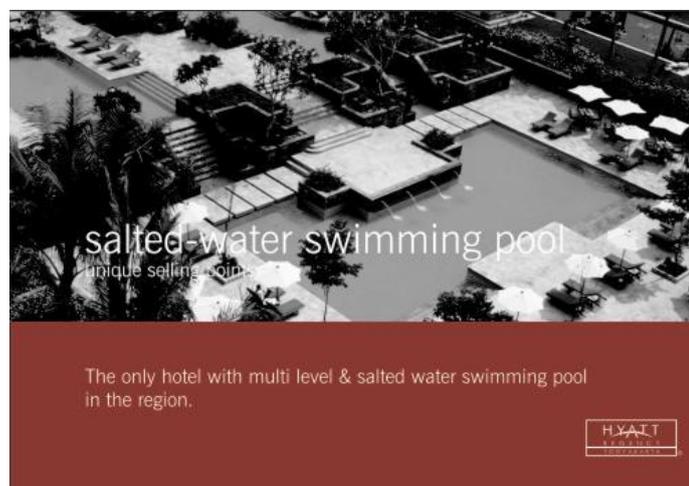
Gambar 2.4



Sumber: *Empoyee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

- 2) Satu-satunya hotel yang mempunyai lapangan *Golf 9 hole*

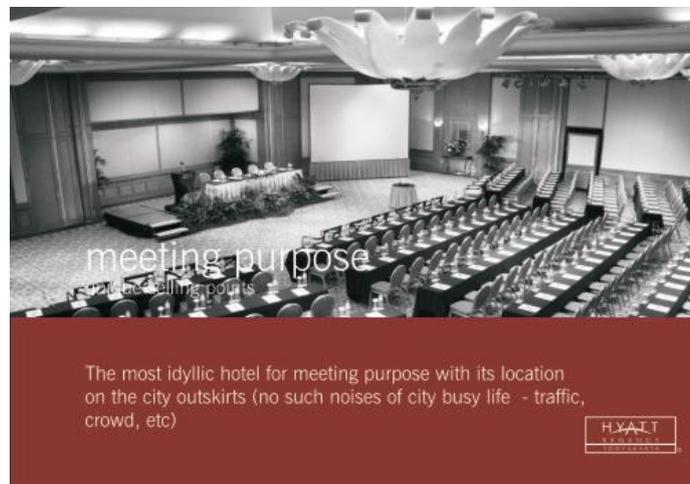
Gambar 2.5



Sumber: *Empoyee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

- 3) Satu-satunya hotel dengan kolam renang dengan multi level, dan air asin di Yogyakarta.

Gambar 2.6



Sumber: *Employee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

- 4) Sebagai tempat paling ideal untuk mengadakan rapat dengan lokasi hotel berada di lingkaran luar Yogyakarta (tidak terganggu dengan kebisingan kehidupan kota, lalu-lintas dan kemacetan)

Gambar 2.7



Sumber: *Employee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

- 5) Sebagai tempat yang paling nyaman untuk mengadakan kegiatan diluar gedung dan *Team Building* di area landscape seluas 40 area.

Gambar 2.8



Sumber: *Empoyee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

- 6) Konsep hotel yang mengimitasi bentuk Candi Borobudur dengan banyak memasukkan detil arsitektural dari Candi Borobudur tersebut.

i. *Design Consultants*

Arsitek : P.T Shimizu Lampiri *Consultant*

Interior : Hirsch Bender & Associates, dari Amerika Serikat

Lansekap : Tongg Clarke McCelvey, Hawaii

Desain Golf : Fisette Golf *Design*

B. Hyatt *Regency* Yogyakarta

1. Visi Hyatt *Regency* Yogyakarta

Hyatt *Regency* Yogyakarta merupakan hotel resor yang paling di sukai di Yogyakarta yang menyediakan akomodasi yang nyaman dan dioperasikan oleh tim yang dinamis dan professional serta disatukan dalam semangat dan tingkah laku dalam memberikan pelayanan dan produk yang kontemporer seperti yang diharapkan oleh pengunjung yang cerdas baik dalam bidang bisnis ataupun wisata.

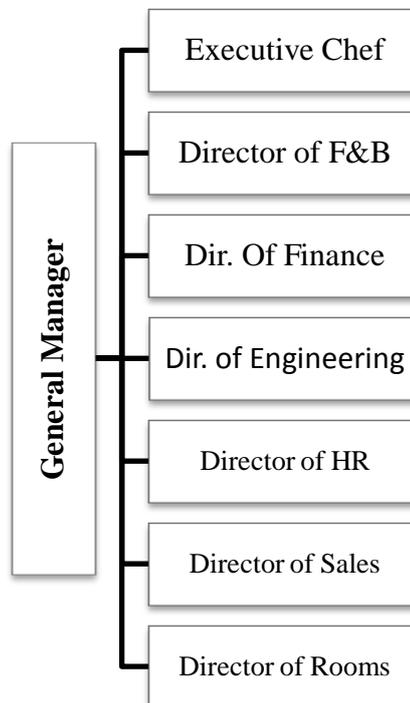
2. Misi Hyatt *Regency* Yogyakarta

Hyatt *Regency* Yogyakarta akan terus menerus menyediakan produk yang selalu inovatif dan berkualitas tinggi, menarik bagi pengunjung lokal maupun internasional. Hotel akan berusaha untuk memperoleh dan mempertahankan keuntungan di pangsa pasarnya. Hotel akan menggabungkan diri dengan komunitas lokal melalui kegiatan yang positif di urusan lokal melalui insitusi – institusi yang penting.

Hotel akan menumbuh kembangkan dan memberikan nilai lebih kepada karyawannya, menyediakan pelatihan yang luas dan bermacam-macam demikian juga dengan kesempatan untuk berkembang serta memberikan penghargaan terhadap hasil kerja yang lura biasa.

3. Struktur Organisasi Hyatt *Regency* Yogyakarta

Tabel 2.1



Sumber: *Empoyee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

4. Lokasi Hyatt *Regency* Yogyakarta

Hyatt *Regency* Yogyakarta terletak di lingkaran utara Yogyakarta, dapat ditempuh dari bandara Adi Sucipto dalam waktu 20 menit dan 15 menit dari Malioboro atau pusat kota. Hyatt *Regency* Yogyakarta berdiri di tengah kebun dan lapangan golf yang didesain dengan indah.

C. Departemen Sumber Daya Manusia Hyatt *Regency* Yogyakarta

1. Visi Sumber Daya Manusia Hyatt *Regency* Yogyakarta

Hyatt *Regency* Yogyakarta akan menjadi tim yang terlatih, memiliki motivasi yang tinggi, semangat dan berkepribadian. Kita mempunyai rasa percaya diri, disiplin, menampilkan pribadi yang sempurna dan “*Multi Skilled*”

Dikenal karena sikap kita yang fleksibel, penuh inisiatif, kerja tim yang solid dan penghargaan tulus kita terhadap tamu dan rekan kerja. Bersama-sama mewujudkan komitmen terhadap budaya lokal, tujuan-tujuan dan nilai-nilai dalam situasi bisnis yang selalu berubah.

2. Misi Sumber Daya Manusia Hyatt *Regency* Yogyakarta

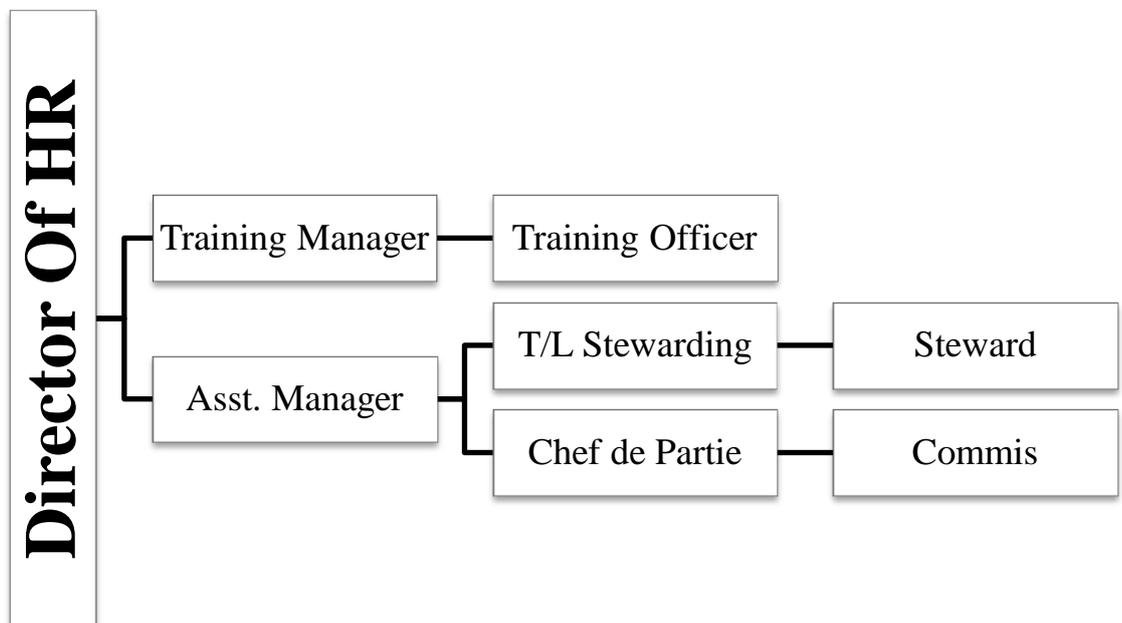
Salah satu komponen penting hotel *mission* kita adalah menyediakan lingkungan kerja yang mendorong karyawan untuk dapat melampaui harapan tamu. Untuk mengambil langkah ekstra agar kebutuhan dan keinginan Hyatt Internasional, tamu-tamu kita dan pemilik hotel kita dapat terlampaui adalah tanggung jawab manajer untuk dapat menciptakan lingkungan kerja yang luas akan diperkenalkan dan dipertahankan sesuai dengan “*Hyatt Initiatives and Philoshopies*” serta sesuai dengan kebutuhan bisnis. Hal diatas dirancang untuk memenuhi harapan dan aspirasi para karyawan untuk mendukung tujuan bisnis hotel kita.

Fokus *training* adalah menyediakan standar praktek dan pelayanan yang menjamin kenyamanan, efisiensi yang ramah dan menyenangkan bagi

tamu-tamu kita. Ciri khas istimewa dari tim kita adalah kepekaaan terhadap kebutuhan terdadaap para tamu, rasa hormat satu sama lain, keyakinan yang teguh atas “*People Philoshopy*” dan komitmen atas landasan keramahtamahan Hyatt. Fleksibilitas, penuh inisiatif kerja tim yang sungguh-sungguh dan ketulusan yang hangat akan menjadi karakter istimewa dari tim kita.

3. Struktur Organisasi Sumber Daya Manusia Hyatt *Regency* Yogyakarta

Tabel 2.2



Sumber: *Empoyee Handbook Hyatt Regency Yogyakarta*

1. Kampanye Senyum

Inkonsistensi staf dalam memberikan layanan asli dan ramah. Untuk membuat Resort perhotelan dan memberikan perasaan yang santai dan ramah untuk semua tamu. Dengan tujuan kampanye ini diluncurkan untuk membuat Hyatt *Regency* Yogyakarta tanah tersenyum. Untuk menciptakan lingkungan kerja bahagia, rasa berada di sebuah keluarga besar yang bahagia. Untuk

menetapkan Hyatt senyum standar dan konsistensi pikir keluar hotel dan memberikan hangat, ramah dan tulus perhotelan kepada rekan-rekan, tamu dan vendor.

a. Kegiatan Kampanye:

- 1) Spanduk Senyum di pintu masuk karyawan: foto 6x2 meter yang menyambut sapaan dengan "Senyum, Anda berada di Hyatt" di pintu masuk karyawan
- 2) Senyum 3D di pintu masuk karyawan sebelah kiper waktu: foto Hologram senyum wajah di mana terlihat seperti karyawan masuk ke dalam wajah *smiley*
- 3) *Wallpaper* rotasi harian pada PC. Foto Tim HR mengubah pesan harian
- 4) Senyum meter stiker yang dipasang di semua cermin dalam kamar ganti karyawan dan pantries stop kontak.
- 5) Foto-foto untuk mengingatkan karyawan untuk memberikan Hyatt tersenyum saat mereka melihat wajah mereka di cermin
- 6) Senyum meter *bookmark* foto sebagai sebuah hadiah kecil yang bagus untuk semua karyawan bahwa mereka dapat digunakan sebagai tanda buku
- 7) Senyum meter poster ditempatkan di ruang ganti karyawan dan kembali lain dari daerah rumah sebagai pengingat lain untuk tetap tersenyum
- 8) Foto-foto senyum Video bermain gambar dari semua karyawan bahagia dan tersenyum. Video ini pertama kali dimainkan selama pertemuan staf umum. Video ini sekarang dimainkan selama Orientasi untuk karyawan baru dan trainee baru di samping Hyatt Nilai video.

- 9) Foto Senyum Motivator. Kami mengundang Yogya kelahiran komedian Indonesia yang terkenal, Setiawan Tiada Tara untuk Rapat Staf Umum kami, untuk memotivasi staf kami dalam cara yang menyenangkan dan bahagia.
- 10) Senyum *Clinic* oleh *Training Manager*. Setiap kali kami melihat karyawan tidak tersenyum, *Outlet Manager* atau Kepala Departemen akan mengirimkan karyawan untuk *Training Manager* untuk diskusi senyum dan sesi menyenangkan. Kami menemukan bahwa banyak dari mereka tidak tersenyum karena mereka tidak percaya diri untuk tersenyum. Pada akhir sesi, mereka menyadari bahwa orang-orang terlihat cantik dan bahagia ketika mereka tersenyum.
- 11) Senyum Poster di belakang koridor rumah menunjukkan kata-kata terkait senyuman dalam ukuran font yang berbeda dan warna.

Kampanye ini dilakukan dalam rangka menciptakan suasana menyenangkan dan membawa keluar keramahan asli dari staf dalam interaksi sehari-hari dengan rekan-rekan mereka, vendor dan yang paling penting untuk tamu kami.

Setelah dua tahun melakukan kampanye dengan ide-ide secara konsisten baru dalam proses, kita telah melihat peningkatan yang signifikan kepada staf moral. Staf sekarang lebih bahagia dan lebih termotivasi yang mengakibatkan komentar positif dari para tamu dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih bahagia.

