

Peran Lanyon Cvent dalam Strategi *Bidding* Korporasi untuk Tarif Khusus di *Four Seasons* Hotel Jakarta

1st Farrellino Lanang
Fakultas Ilmu Terapan
Telkom University
Bandung

farrellino@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Dendi Gusnadi
Fakultas Ilmu Terapan
Telkom University
Bandung, Indonesia

dendi@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Dalam industri perhotelan, pemanfaatan teknologi menjadi faktor esensial dalam meningkatkan efisiensi operasional dan optimalisasi pendapatan. Four Seasons Hotel Jakarta telah menerapkan berbagai sistem manajemen properti, seperti Opera PMS, Golden Sales Catering, Ideas RMS, Lighthouse, dan STR, guna mendukung pengelolaan reservasi, pemasaran, serta strategi pendapatan. Selain sistem tersebut, Lanyon Cvent berperan dalam pengadaan layanan hotel bagi klien korporasi berskala besar. Sebagai platform berbasis cloud, Lanyon Cvent memungkinkan perusahaan multinasional untuk melakukan bidding guna mendapatkan harga khusus di Four Seasons Jakarta. Sistem ini menawarkan transparansi dalam negosiasi serta efisiensi dalam proses pemesanan dan pengadaan layanan perhotelan. Evaluasi terhadap efektivitas implementasi Lanyon Cvent menjadi penting untuk memahami sejauh mana teknologi ini berkontribusi terhadap strategi pemasaran hotel, integrasi dengan sistem yang sudah ada, serta dampaknya terhadap hubungan bisnis dengan klien korporasi. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana teknologi tersebut membantu meningkatkan efisiensi proses pengadaan, mengoptimalkan pendapatan hotel, dan memperkuat daya saing Four Seasons Jakarta dalam industri perhotelan.

Kata kunci: *Bidding, Cloud Platform, Request for Proposal*

I. PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi, pemanfaatan teknologi dalam industri perhotelan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional dan optimalisasi pendapatan. Four Seasons Hotel Jakarta telah mengadopsi berbagai sistem teknologi untuk mendukung pengelolaan reservasi, pemasaran, hingga manajemen pendapatan, seperti Opera PMS, Golden Sales Catering, Ideas RMS, Lighthouse, dan Smith Travel Research (STR). Selain sistem manajemen properti tersebut, Lanyon Cvent memainkan peran strategis dalam proses pengadaan layanan hotel oleh klien korporasi berskala besar.

Lanyon Cvent adalah platform berbasis cloud yang dirancang untuk membantu perusahaan dalam manajemen acara, pertemuan, dan pengadaan layanan perhotelan. Awalnya, Lanyon dan Cvent adalah dua perusahaan terpisah yang masing-masing menyediakan solusi untuk sourcing venue dan pengelolaan event, tetapi kemudian mereka bergabung menjadi satu entitas di bawah merek Cvent. Platform ini memungkinkan perusahaan multinasional seperti BNP Paribas, Goldman Sachs, DBS dan perusahaan global lainnya untuk melakukan bidding guna mendapatkan harga khusus di Four Seasons Hotel Jakarta. Dengan menggunakan sistem ini, proses negosiasi menjadi lebih transparan dan efisien, memastikan bahwa klien korporasi mendapatkan harga terbaik sesuai kebutuhan mereka.

Salah satu aspek penting dalam operasional hotel adalah manajemen penjualan dan pemasaran, khususnya dalam menangani permintaan dari klien korporasi yang membutuhkan layanan akomodasi secara berkala maupun dalam jumlah besar. Dalam upaya meningkatkan efisiensi dan daya saing, Four Seasons Jakarta menerapkan berbagai strategi dalam penjualan kamar, negosiasi harga khusus bagi klien korporasi, serta pengelolaan proposal dan kontrak kerja sama.

Namun, dalam implementasi sistem ini, terdapat sejumlah tantangan yang perlu dikaji lebih lanjut, seperti sejauh mana sistem Request for Proposal (RFP) mampu meningkatkan efisiensi kerja divisi Room Sales, bagaimana mekanisme bidding memengaruhi daya saing hotel dalam menarik klien korporasi, serta kendala teknis dan administratif yang dihadapi dalam pengelolaan permintaan reservasi skala besar. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi sistem yang digunakan guna memastikan bahwa teknologi yang diterapkan dapat memberikan dampak positif terhadap strategi bisnis dan hubungan dengan klien.

- a. Bagaimana efektivitas implementasi Lanyon Cvent dalam mendukung proses negosiasi tarif khusus bagi klien korporasi di Four Seasons Hotel Jakarta?

- b. Seberapa besar dampak penggunaan Lanyon Cvent terhadap efisiensi kerja divisi Room Sales dalam mengelola permintaan reservasi dan optimalisasi pendapatan hotel?
- c. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan Lanyon Cvent di Four Seasons Hotel Jakarta, serta bagaimana strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas sistem ini dalam proses bisnis perhotelan?

Solusi dari permasalahan diatas agar proses bidding dan negosiasi Request for Proposal adalah.

- a. Sales Call ke Perusahaan untuk Memahami Market Cap dan Kompetitor serta Membujuk Perusahaan Masuk ke Sistem GDS
- b. Pelatihan Sales Team untuk Familiarisasi dengan Lanyon Cvent
- c. Membuat Business Plan yang Menarik
- d. Memastikan Produksi dan Konsistensi Reservasi

II. KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Organisasi

Four Seasons Hotel Jakarta adalah bagian dari Four Seasons Hotels and Resorts, sebuah jaringan hotel mewah yang beroperasi secara global. Brand Four Seasons dikenal dengan standar pelayanan tinggi, fasilitas eksklusif, dan desain arsitektur yang mencerminkan kemewahan serta kenyamanan bagi tamu.

Hotel ini pertama kali beroperasi di lokasi sebelumnya di Jl. HR Rasuna Said, sebelum akhirnya ditutup dan berganti menjadi The St. Regis Jakarta. Four Seasons kemudian membuka kembali properti baru di lokasi saat ini pada 20 Juni 2016. Hotel ini dimiliki oleh Rajawali Property Group dan dikelola oleh Four Seasons Hotels and Resorts, sebuah perusahaan asal Kanada yang mengoperasikan jaringan hotel mewah di berbagai negara



GAMBAR 1

Logo Four Seasons Hotel Jakarta

Sumber: theluxevoyager (2018)

Logo Four Seasons berbentuk pohon dengan cabang yang terpisah, melambangkan empat musim di berbagai belahan dunia. Filosofi ini menggambarkan keberlanjutan, keanggunan, dan ketahanan, mencerminkan komitmen merek dalam memberikan pengalaman tak tertandingi di setiap destinasi.

Four Seasons Hotel Jakarta bergerak di sektor perhotelan mewah, menawarkan berbagai layanan utama, seperti:

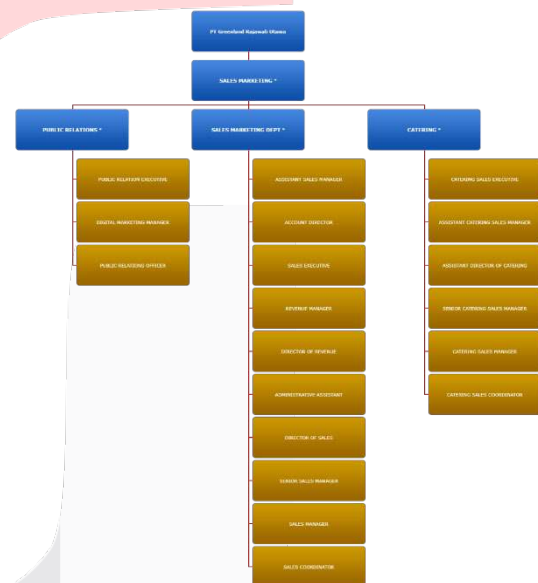
1. Akomodasi dengan 125 all-suite rooms yang dirancang untuk kenyamanan maksimal.

2. Kuliner dengan restoran dan bar premium, seperti Palm Court, Alto Restaurant & Bar, La Patisserie, dan Nautilus Bar.
3. Ruang pertemuan dan acara termasuk Grand Ballroom, Ballroom 1 & 2, Amerta, Kinara, Jumantera, serta Salon 1 & 2, yang digunakan untuk berbagai acara bisnis dan sosial.
4. Wellness & Lifestyle, mencakup layanan spa, pusat kebugaran, dan fasilitas eksklusif lainnya.

Four Seasons Hotel Jakarta merupakan bagian dari Four Seasons Hotels and Resorts, yang didirikan oleh Isadore Sharp pada tahun 1960. Saat ini, Four Seasons beroperasi sebagai jaringan hotel private company dengan pemegang saham utama yang terdiri dari Bill Gates (Cascade Investment) dan Pangeran Al-Waleed bin Talal (Kingdom Holding Company)

B. Struktur Organisasi dan Tata Kelola

Berikut adalah bagan kerja dari Sales and Marketing division di Four Seasons Hotel Jakarta



GAMBAR 2

Bagan Kerja Room Sales Four Seasons Hotel Jakarta

C. Deskripsi Tempat Magang

PT Greenland Rajawali Utama merupakan holding company yang menaungi Four Seasons Hotel Jakarta, bertanggung jawab atas strategi bisnis, pengelolaan aset, serta koordinasi operasional yang memastikan kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Divisi Room Sales dalam organisasi ini memainkan peran krusial dalam mendukung kegiatan pemasaran dan penjualan, memastikan standar layanan yang tinggi, serta membangun hubungan dengan klien strategis.

Sebagai holding company, PT Greenland Rajawali Utama memiliki keterkaitan erat dengan berbagai divisi di Four Seasons Hotel Jakarta, terutama dalam aspek pemasaran, operasional, dan pengembangan bisnis. Divisi Room Sales bekerja sama dengan tim operasional hotel untuk memastikan kesesuaian strategi pemasaran dengan layanan yang diberikan. Selain itu, koordinasi dengan tim keuangan dan

manajemen aset memastikan keberlanjutan bisnis serta optimalisasi pendapatan perusahaan.

Divisi Room Sales memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan bisnis dan citra Four Seasons Hotel Jakarta. Melalui strategi pemasaran yang terarah, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan loyalitas klien, serta memperkuat posisinya di industri hospitality. Divisi ini juga berperan dalam menjaga standar layanan mewah yang menjadi ciri khas Four Seasons, memastikan pengalaman tamu yang berkesan dan sesuai dengan ekspektasi industri perhotelan kelas atas.

D. Daftar Pekerjaan yang Dilakukan

Selama menjalani kerja praktik di Four Seasons Hotel Jakarta, peserta terlibat dalam berbagai tugas yang berkaitan dengan Revenue Management, Room Sales, serta pengelolaan reservasi korporasi. Fokus utama dari kegiatan ini adalah mendukung optimalisasi sistem Lanyon Cvent sebagai bagian dari mekanisme negosiasi tarif dengan klien korporasi serta memastikan strategi penjualan kamar berjalan sesuai dengan standar operasional hotel.

1. Pengelolaan Sistem Reservasi dan Analisis Harga

- a. Melakukan pembaruan harga kamar pada MG B2B untuk berbagai tipe kamar, seperti Executive, Deluxe, dan Premiere, guna memastikan tarif tetap kompetitif di pasar korporasi.
 - b. Mengelola Group Funnel, SSM Report, dan Smith Travel Research (STR) Report sebagai bagian dari analisis okupansi dan tren reservasi.
 - c. Menggunakan sistem Lighthouse dan Ideas RMS untuk melakukan profiling production analysis dan memastikan strategi harga berjalan sesuai dengan proyeksi pasar.
- ##### 2. Negosiasi dan Manajemen RFP & LRP
- a. Menyusun Rooming List bagi perusahaan yang melakukan pemesanan dalam jumlah besar, termasuk Petrochina dan CIMB Niaga, guna memastikan alokasi kamar sesuai dengan kebutuhan klien.
 - b. Mengupdate Local Rate Pricing (LRP) serta menyusun Request for Proposal (RFP) sebagai bagian dari negosiasi tarif dengan klien korporasi.
 - c. Membantu proses penyusunan Corporate Rate Agreement dengan berbagai perusahaan, seperti Moellhausen, OCBC, SMBC, dan CV Liqun Spencer.
- ##### 3. Koordinasi dengan Klien dan Divisi Terkait
- a. Melakukan Sales Call untuk mendapatkan wawasan mengenai market cap dan analisis kompetitor, serta membujuk perusahaan agar menggunakan sistem Global Distribution System (GDS) dalam pemesanan mereka.
 - b. Terlibat dalam Sales Blitz, yaitu kunjungan langsung ke perusahaan guna memperkuat relasi bisnis dan menawarkan paket reservasi korporasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
 - c. Berkoordinasi dengan Revenue Management, Catering Sales, Public Relations, dan Reservasi untuk memastikan proses reservasi dan strategi pemasaran berjalan selaras dengan target hotel.
- ##### 4. Manajemen Data dan Dokumentasi
- a. Mengisi dan memperbarui Expenses Report, ENT Report, serta laporan perjalanan Sales Trip untuk berbagai wilayah, termasuk Singapore dan Greater China.

- b. Menyiapkan dokumen administrasi, seperti proposal reservasi dan agreement wedding bagi klien yang melakukan pemesanan kamar dan fasilitas hotel untuk acara tertentu.
- c. Mengurus trip dan flight request untuk perjalanan bisnis, serta menyusun itinerary bagi tamu yang menggunakan layanan hotel.

III. ANALISIS PEKERJAAN

A. Analisis Sistem

Industri perhotelan mengandalkan berbagai sistem manajemen untuk memastikan operasional yang efisien dan strategi penjualan yang optimal. Dalam konteks kerja praktik di Four Seasons Hotel Jakarta, peserta magang berkontribusi dalam pengelolaan reservasi korporasi dan strategi negosiasi tarif dengan klien bisnis dengan sistem seperti:

1. Opera Property Management System (Opera PMS) → Mengelola data reservasi tamu serta operasi hotel secara keseluruhan.
2. Golden Sales Catering → Sistem yang digunakan untuk mengelola pemesanan acara dan layanan hospitality korporasi.
3. Ideas Revenue Management System (Ideas RMS) → Platform analisis revenue yang mendukung perencanaan harga kamar.
4. Lighthouse & Smith Travel Research (STR) Report → Sistem pemantauan okupansi hotel dan produksi reservasi, digunakan dalam laporan harian tim Room Sales.
5. Lanyon Cvent → Sistem yang memfasilitasi proses Request for Proposal (RFP) dalam negosiasi tarif korporasi melalui mekanisme bidding.

B. Gambar Sistem saat Ini

Dalam menjalankan tugas di Four Seasons Hotel Jakarta, peserta magang mengikuti prosedur dan sistem kerja yang telah ditetapkan. Alur kerja yang dilakukan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengelolaan Reservasi Korporasi
 - a. Melakukan Daily Update Pricing di MG B2B untuk memastikan harga kamar tetap kompetitif dan sesuai dengan standar pasar.
 - b. Memantau Group Funnel dan Smith Travel Research (STR) Report guna mengidentifikasi tren okupansi serta peluang pemasaran.
 - c. Menyusun Rooming List serta memperbarui Local Rate Pricing (LRP) untuk klien korporasi yang melakukan pemesanan dalam jumlah besar.
2. Proses Negosiasi dan RFP
 - a. Mengelola Request for Proposal (RFP) untuk perusahaan yang melakukan bidding guna memperoleh tarif khusus di Four Seasons Jakarta.
 - b. Berkoordinasi dengan tim Revenue Management, Catering Sales, Public Relations, dan Reservasi dalam memastikan bahwa strategi pemasaran dan reservasi berjalan sesuai dengan target penjualan hotel.
3. Evaluasi Pengembangan Sistem

- a. Mengidentifikasi kendala dalam penerapan Lanyon Cvent, termasuk tantangan administratif dan teknis dalam negosiasi harga korporasi.
- b. Mengusulkan integrasi sistem RFP dengan platform manajemen properti untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses penawaran harga bagi klien bisnis.
- c. Menganalisis efektivitas strategi pricing dan bidding guna meningkatkan daya saing hotel dalam segmen pasar korporasi.

C. Kebutuhan Perangkat Kerja

Bagian ini menjelaskan berbagai perangkat yang digunakan oleh peserta magang selama praktik kerja di Four Seasons Hotel Jakarta, mulai dari perangkat keras hingga perangkat lunak yang mendukung operasional harian.

1. Perangkat Keras (*Hardware*)

- a. Komputer dengan Prosesor Intel Core i5 Gen 11 vPro – Perangkat utama untuk menjalankan aplikasi, mengolah data, melakukan analisis, serta berkomunikasi dengan tim dan klien.
- b. Monitor Dell 32" – Menyediakan ruang visual yang luas untuk mendukung multitasking, seperti membandingkan data dari sistem yang berbeda atau menganalisis laporan yang kompleks.
- c. Keyboard & Mouse Dell – Perangkat input standar yang memastikan interaksi cepat dan efisien dengan komputer serta aplikasi yang digunakan dalam pekerjaan sehari-hari.

2. Perangkat Lunak (*Software*)

- a. Windows 11 Pro – Sistem operasi yang menjadi dasar untuk menjalankan berbagai aplikasi yang dibutuhkan dalam kerja praktik.
- b. Microsoft 365 – Kumpulan aplikasi produktivitas (Excel, Word, Outlook) yang digunakan untuk menyusun laporan (seperti Group Funnel dan SSM Report), membuat proposal, menyusun perjanjian tarif, dan mengelola komunikasi email.
- c. Lanyon Cvent – Platform berbasis cloud untuk mengelola Request for Proposal (RFP) dan mendukung proses bidding dengan klien korporasi guna mendapatkan tarif khusus.
- d. Golden Sales Catering – Golden Sales Catering berperan dalam mengelola pemesanan acara dan layanan hospitality bagi klien korporasi, dengan fitur utama seperti menyimpan kartu nama untuk kemudahan akses kontak, mendukung proses prospecting serta pemesanan blok kamar (room block) untuk acara, dan melakukan audit pendapatan untuk memastikan semua transaksi tercatat dengan akurat sesuai kesepakatan.
- e. Opera PMS – Sistem Manajemen Properti (PMS) yang berfungsi sebagai pusat data reservasi tamu dan operasi hotel secara menyeluruh, serta digunakan untuk memverifikasi okupansi dan reservasi klien.
- f. Workday – Platform manajemen perusahaan yang berperan dalam fungsi HR dan Keuangan, seperti pengelolaan laporan pengeluaran serta tugas administratif lainnya.
- g. OnTrack – Sistem internal untuk memantau progres aktivitas penjualan, waktu cuti, Reimbursement, melacak tindak lanjut dengan klien, serta memastikan pencapaian target kerja harian dan mingguan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Akhir (Luaran)

Dalam upaya meningkatkan efektivitas operasional dan strategi pemasaran, Four Seasons Hotel Jakarta telah menerapkan sejumlah sistem manajemen properti untuk mendukung pengelolaan reservasi dan optimalisasi tarif kamar. Salah satu sistem kunci yang diimplementasikan adalah Lanyon Cvent, platform yang digunakan untuk proses Request for Proposal (RFP) dan mekanisme bidding bagi klien korporasi. Melalui penerapan sistem ini, hotel hendak memperoleh keunggulan kompetitif dengan menawarkan tarif khusus yang sesuai dengan permintaan dan trend pasar.

Namun, pada implementasinya, terdapat beberapa tantangan yang muncul, mulai dari kesulitan dalam memonitor Room Sales pengajuan RFP, hingga kendala dalam koordinasi antara tim Room Sales dengan divisi Reservation yang mengelola data Room Sales (RLI) melalui file Excel. Bab ini akan menguraikan hasil evaluasi penerapan sistem serta membahas upaya perbaikan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan dengan mengacu pada rumusan masalah yang telah disusun, yaitu:

1. Bagaimana efektivitas implementasi Lanyon Cvent dalam mendukung proses negosiasi tarif khusus bagi klien korporasi di Four Seasons Hotel Jakarta?
2. Seberapa besar dampak penggunaan Lanyon Cvent terhadap efisiensi kerja divisi Room Sales dalam mengelola permintaan reservasi dan optimalisasi pendapatan hotel?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan Lanyon Cvent dan bagaimana strategi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas sistem dalam proses bisnis perhotelan?

B. Metodologi

Evaluasi penerapan Lanyon Cvent dilakukan melalui pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif. Adapun metodologi yang digunakan meliputi:

1. Pengukuran Waktu Proses: Perbandingan waktu yang dibutuhkan untuk input data secara manual versus melalui mekanisme otomatis yang didukung oleh sistem Lanyon Cvent dan integrasi file CSV dari Excel.
2. Analisis Akurasi Data: Menghitung persentase kesalahan input data sebelum dan sesudah implementasi sistem otomatis untuk menentukan peningkatan akurasi.
3. Survei Kepuasan Pengguna: Kuesioner dan wawancara dengan tim Room Sales serta divisi Reservation untuk mendapatkan gambaran tentang kemudahan penggunaan, keandalan sistem, dan persepsi terhadap efektivitas sistem dalam komunikasi internal.
4. Studi Kasus Produksi Reservasi: Pemantauan dan evaluasi terhadap produksi reservasi dan occupancy rate dari klien korporasi pasca implementasi RFP, serta pemantauan status produksi secara real-time melalui dashboard.

Pengukuran-ukuran tersebut kemudian diolah secara statistik untuk memperoleh standar kinerja, seperti waktu proses,

tingkat akurasi, tingkat efisiensi operasional, dan skor kepuasan pengguna.

C. Efektivitas Proses Negosiasi Tarif melalui Lanyon Cvent

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dengan penerapan Lanyon Cvent, proses negosiasi tarif khusus bagi klien korporasi mengalami percepatan hingga 70% dibandingkan dengan proses manual sebelumnya. Hal ini terbukti dari pengukuran waktu input data, yang sebelumnya memerlukan rata-rata 30 menit per batch, kini menurun menjadi kurang dari 10 menit per batch. Penerapan sistem notifikasi otomatis, yang diintegrasikan melalui Microsoft Outlook dan Power Automate, juga memastikan bahwa tim Room Sales mendapat peringatan dini mengenai Room Sales pengajuan RFP.

Peningkatan efisiensi ini tidak hanya berpengaruh pada kecepatan proses, tetapi juga pada kualitas negosiasi. Dengan akses real-time terhadap data RFP, tim dapat melakukan penyesuaian strategi dalam penyusunan proposal dan counteroffer, sehingga meningkatkan peluang kesepakatan dengan klien. Evaluasi juga mengungkapkan bahwa terdapat peningkatan dalam standar tarif negosiasi, yang mendekati target harga yang sudah dibandingkan dengan data pasar kompetitor.

D. Tindakan Team Room Sales

Berdasarkan hasil evaluasi, beberapa solusi strategis telah diimplementasikan guna mengatasi kendala yang ada dan meningkatkan efektivitas sistem secara keseluruhan:

1. Sales Call

Sebagai langkah awal untuk memiliki pemahaman mendalam terkait pasar dan pesaing, dilakukan pendekatan langsung melalui *Sales call* kepada perusahaan potensial. Pendekatan ini tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan korporasi dalam sektor hospitality, tetapi juga untuk menangkap tren pasar yang muncul di sektor pertahanan. Contohnya, pada acara besar seperti IndoDefence 2024, yang merupakan ajang bergengsi dalam industri pertahanan Indonesia, tim *Room Sales* dapat menggunakan kesempatan tersebut untuk berinteraksi dengan peserta dan eksibitor yang berasal dari berbagai perusahaan dan instansi strategis.

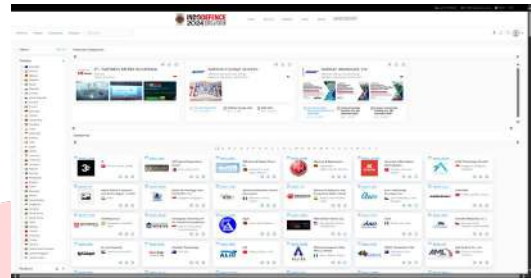


GAMBAR 4
IndoDefence 2024

Sumber: indodefence.com (2025)

Melalui *Sales call*, tim memperoleh data real-time mengenai market cap dan tren permintaan yang

relevan—informasi yang sangat dibutuhkan ketika menargetkan perusahaan-perusahaan yang merupakan bagian atau berafiliasi dengan industri pertahanan. Acara IndoDefence 2024, dengan partisipasinya yang melibatkan besar perusahaan pertahanan dan pemasok peralatan militer, memberikan gambaran mengenai alokasi anggaran dan prioritas belanja di sektor pertahanan.



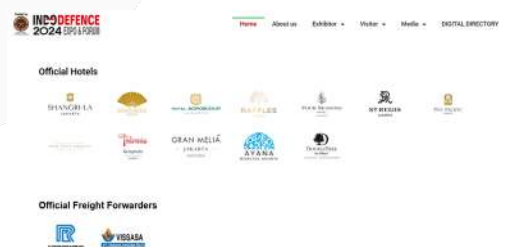
GAMBAR 5
Digital Directory IndoDefence

Sumber: indodefence.sourcehere.com (2025)

Data tersebut memungkinkan tim untuk merancang strategi negosiasi tarif yang lebih kompetitif, serta menyusun proposal yang disesuaikan dengan karakteristik unik pelaku industri pertahanan. Dengan demikian, *Sales call* yang dilakukan tidak hanya berfokus pada perusahaan umumnya, tetapi juga menargetkan entitas yang terlibat dalam program pertahanan dan yang kemungkinan terlibat dalam proyek-proyek besar seperti yang diungkap oleh IndoDefence 2024.

2. Analisis Pasar

Melalui proses *Sales call*, tim *Room Sales* mengumpulkan informasi penting dari pelaku pasar, seperti perkembangan tren permintaan, analisis kompetitor, serta perkembangan strategi di sektor pertahanan. Data real-time yang diperoleh, misalnya informasi terkait anggaran dan inisiatif modernisasi militer yang sering dijadikan sorotan dalam IndoDefence 2024, menjadi bahan baku yang berharga untuk menyusun strategi negosiasi.



GAMBAR 6
Official Hotel IndoDefence

Sumber: indodefence.com (2025)

Sebagai bagian dari analisis pasar, tim dapat mengaitkan informasi dari IndoDefence 2024—di mana terdapat peningkatan investasi pertahanan yang signifikan, modernisasi sistem, dan

peningkatan kebutuhan layanan pendukung seperti akomodasi untuk delegasi perusahaan pertahanan. Memahami tren tersebut memungkinkan hotel untuk menyesuaikan penawaran layanan dan strategi harga guna memenuhi kebutuhan klien yang berasal dari industri pertahanan. Misalnya, dengan menargetkan perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam program pertahanan atau yang sering berpartisipasi dalam IndoDefence 2024, hotel dapat mengembangkan pendekatan negosiasi yang lebih tajam melalui penawaran khusus, paket korporasi, maupun dukungan value-added services.

Dengan mengintegrasikan insight dari IndoDefence 2024, tim tidak hanya berfokus pada penawaran umum, tetapi mampu menambahkan nilai lebih pada proposal mereka. Data tentang tren pengeluaran, dinamika persaingan, dan ekspektasi di sektor pertahanan disajikan bersama data internal yang diperoleh melalui *Sales call*. Hal ini membantu dalam menciptakan penawaran yang lebih komprehensif, sehingga meningkatkan peluang hotel untuk mendapatkan kontrak dari klien korporasi yang bergerak di bidang pertahanan.

3. Pembuatan Business Case

Dalam rangka meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan klien korporasi, penyusunan business case yang inovatif dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar menjadi salah satu solusi strategis.

Business plan ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumen perencanaan, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang mampu menonjolkan nilai dan keunggulan kompetitif Four Seasons Hotel Jakarta. Dalam hal ini, terdapat dua aspek utama yang menjadi fokus penyusunan business plan, yaitu pengembangan value-added services dan kustomisasi penawaran.

a. Value-Added Services

Memainkan peran kunci dalam meningkatkan nilai tawar hotel. Four Seasons Hotel Jakarta mengembangkan berbagai layanan tambahan yang dapat dijadikan nilai plus dalam negosiasi tarif, seperti layanan free pickup/drop-off yang mempermudah akses bagi klien, serta pemanfaatan keunggulan logistik melalui akses jalan belakang yang menjadi keunggulan geografis. Layanan-layanan ini tidak hanya memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi perusahaan, tetapi juga mengurangi beban operasional klien, sehingga menciptakan diferensiasi yang jelas dibandingkan pesaing di sektor perhotelan. Dengan adanya value-added services, hotel dapat menawarkan solusi yang meliputi aspek operasional dan strategis, sehingga meningkatkan peluang kesepakatan dan loyalitas klien.

b. Kustomisasi penawaran

Menjadi strategi yang penting untuk menyusun paket-paket tarif yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik tiap perusahaan. Ketika penawaran disesuaikan

dengan karakteristik dan preferensi masing-masing perusahaan, prospek yang dihasilkan akan lebih optimal dan relevan. Pendekatan kustomisasi penawaran ini melibatkan analisis mendalam terhadap profil klien, tingkat permintaan, dan tren pasar. Hasil dari analisis tersebut kemudian digunakan untuk menyusun paket-paket penawaran yang tidak hanya kompetitif secara harga, tetapi juga memberikan nilai tambah yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan penawaran yang fleksibel dan terpersonalisasi, peluang untuk meningkatkan konversi pemesanan juga meningkat, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap volume pemesanan dan pertumbuhan pendapatan.

Strategi yang menggabungkan kedua aspek ini tidak hanya meningkatkan daya saing Four Seasons Hotel Jakarta dalam proses bidding dan negosiasi tarif, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan klien korporasi. Hubungan yang terjalin melalui penawaran yang disesuaikan dan layanan yang lebih komprehensif berpotensi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi, yang tercermin dalam peningkatan volume pemesanan serta loyalitas klien. Dengan demikian, penyusunan business plan yang menarik berdasarkan value-added services dan kustomisasi penawaran menjadi landasan strategis dalam menghadapi persaingan di industri perhotelan, serta mendukung pencapaian target pertumbuhan dan pemantapan posisi hotel sebagai pilihan utama di segmen korporasi.

4. Monitoring Produksi dan Evaluasi Rutin

Untuk memastikan bahwa kesepakatan dengan klien korporasi memberikan dampak positif dalam jangka panjang, penerapan otomatisasi nilai *monitoring* operasional menjadi elemen kunci dalam proses evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Implementasi solusi ini dilakukan dengan dua pendekatan utama, yaitu pembuatan *dashboard real-time* dan evaluasi kinerja secara rutin dan spesifik bagi setiap *Sales* melalui analisis *key account*.

a. Dashboard RealTime

Implementasi *dashboard monitoring* terintegrasi memungkinkan tim *Room Sales* untuk memantau secara langsung status produksi reservasi dan *occupancy rate*. *Dashboard* ini menampilkan data *real-time* mengenai perkembangan kesepakatan dengan klien korporasi, termasuk metrik-metrik seperti jumlah *Room Nights* yang diproduksi, tingkat hunian (*occupancy rate*), serta status negosiasi RFP yang sedang berlangsung. Dengan visualisasi data yang informatif dan terstruktur, tim dapat dengan cepat mengidentifikasi area yang memerlukan penanganan segera, sehingga dapat mengoptimalkan respons operasional dan mengurangi risiko terjadinya gap dalam pelaksanaan kesepakatan.

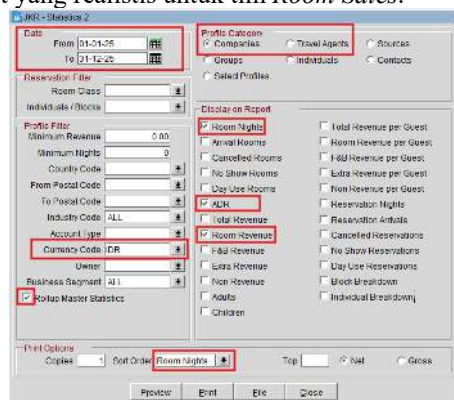
b. Evaluasi Kinerja dan Key account

Evaluasi kinerja dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas negosiasi dan pelaksanaan kesepakatan dengan klien korporasi. Evaluasi ini

tidak hanya bersifat umum, tetapi juga spesifik, dengan fokus pada analisis *key account per Sales*. Setiap *Sales* bertanggung jawab atas sejumlah akun korporasi, dan kinerja mereka diukur berdasarkan hasil *production* berupa *Room Nights* yang berhasil dicapai per bulan selama *fiscal year*. Indikator kinerja meliputi:

i. **Room Nights per Bulan:**

Mengukur hasil produksi setiap *Sales* dengan melihat jumlah kamar yang telah reservasi per bulan melalui Opera PMS. Opera PMS sangat berguna karena ia secara otomatis mencatat setiap reservasi yang masuk—mulai dari pemesanan individu, kelompok, hingga pemesanan melalui travel agent. Dengan memanfaatkan data yang tersimpan, manajemen hotel dapat mengukur kinerja setiap tenaga penjualan berdasarkan jumlah kamar yang berhasil direservasi per bulan. Misalnya, laporan bulanan yang dihasilkan dari Opera PMS dapat menampilkan jumlah “*Room Nights*” (jumlah kamar yang terisi per malam) per *Sales*, sehingga manajemen dapat mengevaluasi efektivitas strategi penjualan, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta menetapkan target yang realistis untuk tim *Room Sales*.



GAMBAR 7

Menu Profile Production Statistic

Sumber: Opera PMS Four Seasons Hotel Jakarta (2025)

GAMBAR 8

Dummy Production Report

Sumber: docs.oracle.com (2024)

ii. **Tingkat Konversi Negosiasi:**

Persentase kesepakatan yang berhasil dibandingkan dengan jumlah proposal yang diajukan ke klien.

iii. **Pertumbuhan Tahunan:**

Analisis kenaikan *Room Nights* dan peningkatan volume pemesanan secara tahunan untuk mengidentifikasi tren performa masing-masing *Sales* dan *key account*.

iv. **Feedback Klien:**

Data dari survei kepuasan klien dan evaluasi qualitative untuk mengukur kualitas pelayanan dan efektivitas negosiasi.

Proses evaluasi menggunakan dashboard real-time sebagai sumber data utama, sehingga setiap penurunan performa atau pencapaian yang kurang optimal dapat segera diidentifikasi. Selain itu, evaluasi berkala dilakukan melalui rapat tim yang melibatkan analisis detail dari tiap *key account*, di mana hasil produksi *Room Nights* per *Sales* dipresentasikan dan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan. Langkah-langkah korektif, seperti pelatihan tambahan atau penyesuaian strategi negosiasi, segera disusun apabila terdapat deviasi yang signifikan dari target.

Langkah *monitoring* produksi dan evaluasi rutin ini memastikan bahwa hubungan kerja sama yang telah terjalin dengan klien korporasi tetap berjalan secara konsisten dan optimal. Dengan penyempurnaan mekanisme *monitoring* dan umpan balik yang terus menerus, kinerja sistem dapat ditingkatkan secara berkelanjutan dan memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis. Strategi ini tidak hanya meningkatkan akurasi pelaporan dan efisiensi operasional, tetapi juga mendorong penciptaan lingkungan kerja yang responsif terhadap dinamika pasar serta perubahan kebutuhan klien, sehingga membantu hotel untuk menjaga dan meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar korporasi.

produksi *Room Nights* per *Sales* dipresentasikan dan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan. Langkah-langkah korektif, seperti pelatihan tambahan atau penyesuaian strategi negosiasi, segera disusun apabila terdapat deviasi yang signifikan dari target.

Langkah *monitoring* produksi dan evaluasi rutin ini memastikan bahwa hubungan kerja sama yang telah terjalin dengan klien korporasi tetap berjalan secara konsisten dan optimal. Dengan penyempurnaan mekanisme *monitoring* dan umpan balik yang terus menerus, kinerja sistem dapat ditingkatkan secara berkelanjutan dan memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis. Strategi ini tidak hanya meningkatkan akurasi pelaporan dan efisiensi operasional, tetapi juga mendorong penciptaan lingkungan kerja yang responsif terhadap dinamika pasar serta perubahan kebutuhan klien, sehingga membantu hotel untuk menjaga dan meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar korporasi.

V. KESIMPULAN

Selama masa magang di Four Seasons Hotel Jakarta, seluruh rangkaian kegiatan memberikan pengalaman komprehensif dalam operasional dan koordinasi antar divisi. Peserta magang terlibat langsung dalam proses pembaruan tarif melalui sistem MG B2B, verifikasi data reservasi, dan penyusunan proposal, sehingga memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja hotel. Khususnya, proses pengelolaan Request for Proposal (RFP) melalui Lanyon

Cvent dan pelaksanaan aktivitas Sales Call menjadi dua fokus utama yang mendemonstrasikan pemanfaatan teknologi dalam negosiasi tarif dengan klien korporasi.

Terkait Implementasi Lanyon Cvent, Lanyon Cvent telah meningkatkan efektivitas proses negosiasi tarif khusus korporasi di Four Seasons Hotel Jakarta. Sistem RFP terstruktur, pelacakan real-time, dan analitik pasar memungkinkan tim Room Sales menawarkan paket harga yang lebih akurat, transparan, dan kompetitif serta mendorong peningkatan RevPAR korporasi

Namun, Terdapat beberapa kendala kunci dalam penerapan Lanyon Cvent:

1. Adopsi GDS korporasi yang belum merata, membatasi visibilitas hotel di saluran pemesanan global.
2. Kurva pembelajaran staf terhadap fitur kompleks Lanyon Cvent yang masih bervariasi.
3. Sinkronisasi data dengan sistem back-office (PMS/CRM) kadang mengalami duplikasi.

Untuk mengatasi kendala ini, direkomendasikan strategi berikut:

1. Melakukan sales call terstruktur ke perusahaan prospektif untuk edukasi dan asistensi terkait registrasi GDS.
2. Menyelenggarakan pelatihan berjenjang (dasar hingga lanjutan) lengkap dengan simulasi RFP dan sertifikasi "Cvent Power User."
3. Menyusun business plan korporasi yang menarik, mencakup value-added services dan keunggulan lokasi.

Dengan rangkaian rekomendasi tersebut, Four Seasons Hotel Jakarta dapat memaksimalkan manfaat Lanyon Cvent dalam mendukung negosiasi tarif, efisiensi operasional, dan pertumbuhan pendapatan korporasi secara berkelanjutan.

REFERENSI

- [1] DF. S. H. Limited, "Cascade Investment Affiliate agrees to acquire controlling stake in Four Seasons hotels and resorts," Cascade Investment Affiliate Agrees to Acquire Controlling Stake in Four Seasons Hotels and Resorts, Sep. 08, 2021. [Online]. Available: <https://www.prnewswire.com/news-releases/cascade-investment-affiliate-agrees-to-acquire-controlling-stake-in-four-seasons-hotels-and-resorts-301371317.html>
- [2] "Rajawali Property Group - Media - press release," May 21, 2016. <https://www.rajawalipropertygroup.com/mediadetail.php?id=1>
- [3] "Sourcehere." <https://indodefence.sourcehere.com/>
- [4] May 2024, "Profile Production Statistics Report (profileproductivitystat) ," Oracle Help Center, May 16, 2024. https://docs.oracle.com/en/industries/hospitality/operacloud/23.4/ocsuh/c_reports_profile_production_statistics_profileproductivitystat.htm
- [5] J. A. Keyte and K. B. Schwartz, Private Equity and Antitrust: A New Landscape. 2016. [Online]. Available: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/antitruma31&div=9&id=&page=>
- [6] Dariya, Babalola, and Bashir, "The Influence of Technology on Event Planning: The Rise of Virtual and Hybrid Events.," Journal of Institutional Catering, Hospitality and Tourism Management (JICHTM) Vol 6, No 2 2024, vol. 2955–1250, Dec. 2024, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/390988599_THE_INFLUENCE_OF_TECHNOLOGY_ON_EVENT_PLANNING_THE_RISE_OF_VIRTUAL_AND_HYBRID_EVENTS