

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perhotelan adalah salah satu sektor yang paling berubah dan kompetitif dalam dunia pariwisata. Dengan meningkatnya jumlah hotel, resort, dan apartemen layanan, kebutuhan akan staf *front office* yang profesional dan berkualitas pun semakin besar. *front office* bukan hanya tempat memberi informasi, tetapi juga menjadi wajah pertama tamu yang menentukan kesan mereka terhadap hotel. Oleh karena itu, adanya staf *front office* yang terampil, ramah, dan bisa beradaptasi sangat penting untuk menjaga citra serta reputasi hotel.

Namun, di lapangan, banyak hotel menghadapi tantangan dalam mengelola SDM di area *front office*. Proses rekrutmen yang memakan waktu, biaya pelatihan yang tinggi, dan tingkat pengangguran karyawan yang besar terkadang mengganggu kelancaran operasional. Sementara itu, sistem *outsourcing* tradisional yang sering digunakan cenderung hanya memberikan tenaga kerja tanpa memberikan nilai tambah seperti pelatihan, pengembangan, dan kesempatan berkembang bagi karyawan. Hal ini akhirnya menyebabkan kualitas layanan tidak konsisten dan tidak memenuhi standar layanan modern di bidang perhotelan. Berangkat dari tantangan tersebut, *AUREVO (Aurora*

Evolution Outsourcing) lahir sebagai solusi inovatif dalam penyediaan tenaga kerja terutama untuk *front office*. *AUREVO* tidak hanya menyediakan SDM, tetapi juga menerapkan konsep *outsourcing* modern dengan program pelatihan yang berkelanjutan, pengembangan *soft skill*, serta penggunaan teknologi untuk memantau kinerja karyawan secara transparan. Dengan demikian, hotel tidak hanya mendapatkan tenaga kerja siap pakai, tetapi juga SDM yang terus berkembang sesuai kebutuhan industri. Selain itu, *AUREVO* memiliki filosofi "cahaya baru dalam evolusi layanan *front office*", yang artinya memberikan pendekatan segar dan inovatif dalam mendukung keberhasilan hotel. Dengan menekankan inovasi, kualitas, fleksibilitas, dan keberlanjutan, *AUREVO* berkomitmen menjadi mitra strategis hotel dalam mengelola *front office* yang profesional, efisien, dan mampu memberikan pengalaman tamu yang tak terlupakan sejak tamu tiba di hotel.

Dengan posisi tersebut, *AUREVO* tidak hanya sekadar menyediakan tenaga kerja, tetapi juga menjadi mitra transformasi dalam industri perhotelan yang siap memajukan standar layanan *front office* di Indonesia mencapai kelas dunia. Penyedia tenaga kerja *outsourcing* ini memungkinkan hotel menyesuaikan jumlah karyawan di bagian *front office* sesuai dengan tingkat penjualan kamar. Saat musim liburan atau permintaan tinggi, tenaga kerja tambahan bisa diperoleh dengan cepat, sedangkan di musim rendah jumlah staf dapat dikurangi tanpa mengurangi kualitas layanan yang diberikan.

Menurut *Dessler (2017)*, "Kemampuan fleksibilitas sumber daya manusia melalui outsourcing memungkinkan organisasi beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan permintaan bisnis tanpa menanggung biaya penuh untuk menyewa karyawan tetap." Umumnya, perusahaan penyedia *outsourcing* melakukan pelatihan dasar sebelum menempatkan karyawan ke hotel. Hal ini memastikan bahwa staf yang dikirim sudah memahami standar pelayanan, prosedur *check-in dan check out*, serta cara berkomunikasi dengan tamu. *Mathis & Jackson (2016)* menyatakan, "Penyedia *outsourcing* biasanya memastikan pelatihan sebelum kerja untuk mempertahankan standar kualitas yang diharapkan oleh organisasi klien, terutama di peran yang langsung berhadapan dengan pelanggan."

Dengan sistem *outsourcing*, hotel tidak perlu mengeluarkan biaya jangka panjang seperti tunjangan kesehatan, pensiun, atau pesangon. Hal ini membantu mengendalikan pengeluaran, khususnya untuk posisi entry-level di bagian front office. Menurut *Kotler, Bowen, & Makens (2010)*, "Pengendalian biaya adalah salah satu alasan utama organisasi perhotelan bergantung pada outsourcing, terutama di bagian-bagian yang membutuhkan tenaga kerja besar." Penyedia outsourcing biasanya memiliki database kandidat yang berpengalaman di bidang perhotelan. Hal ini membantu hotel mendapatkan tenaga kerja yang siap kerja tanpa perlu proses rekrutmen yang lama. *Rivai (2011)* menegaskan, "*Outsourcing* adalah strategi untuk mendapatkan pekerja yang kompeten dalam waktu singkat dengan proses rekrutmen yang lebih efisien."

Meskipun *outsourcing* memberikan fleksibilitas, terdapat risiko perbedaan standar pelayanan karena staf tidak memiliki hubungan langsung dengan hotel. Oleh karena itu, hotel perlu memperkuat pengawasan dan pelatihan internal. *Handoko (2012)* menulis, "Kelemahan *outsourcing* adalah kesulitan menanamkan rasa setia dan budaya organisasi pada pekerja yang bukan karyawan tetap perusahaan."

Banyak penyedia tenaga kerja menggunakan standar pelatihan internasional, sehingga kualitas pelayanan lebih mudah dijaga meski hotel menggunakan tenaga *outsourcing*. Adapun masalah ketenagakerjaan seperti *turnover*, absensi tinggi, hingga sengketa hukum ditangani oleh perusahaan penyedia, bukan langsung hotel.

Penggunaan pekerja *outsourcing* di bagian *Front Office* pada industri perhotelan semakin digunakan. Ini karena hotel ingin menjaga efisiensi biaya, fleksibilitas operasional, dan konsistensi pelayanan kepada tamu. Bagian *Front Office* merupakan bagian yang berperan sebagai wajah hotel. Di sini, kesan pertama tamu terbentuk melalui pelayanan resepsionis, *bellboy*, *concierge*, atau operator. Karenanya, pengelolaan pekerja di bagian ini perlu diperhatikan secara khusus, baik dari segi kompetensi, etika kerja, maupun kemampuan berkomunikasi.

Kelebihan utama penyedia *outsourcing* adalah fleksibilitas operasional. Dengan menggunakan *outsourcing*, hotel bisa menyesuaikan jumlah pekerja sesuai dengan tingkat kesibukan. Saat musim libur atau high season, jumlah

pekerja bisa ditambah cepat. Sementara saat musim lemah atau low season, jumlah bisa dikurangi tanpa menyebabkan beban biaya jangka panjang. Hal ini sesuai dengan pandangan *Kakabadse & Kakabadse (2002)* yang mengatakan bahwa fleksibilitas dalam penyaluran sumber daya manusia menjadi salah satu alasan utama penggunaan *outsourcing* di industri perhotelan.

Selain fleksibilitas, *outsourcing* juga memberikan spesialisasi kompetensi. Umumnya perusahaan penyedia tenaga kerja memberikan pelatihan dasar layanan perhotelan seperti komunikasi, menangani keluhan, dan teknik pelayanan yang baik sebelum menempatkan pekerja ke hotel. Dengan demikian, hotel tidak perlu lagi merogoh kocek besar untuk pelatihan awal. Menurut *Rivai (2009)*, pekerja *outsourcing* dapat memberikan kompetensi spesifik yang dibutuhkan organisasi tanpa harus menanggung biaya jangka panjang.

Dari segi keuangan, *outsourcing* dianggap mampu menghemat biaya. Hotel dapat mengurangi biaya upah, tunjangan, asuransi kesehatan, hingga pesangon karena biaya tersebut ditanggung oleh pihak penyedia. Hal ini sesuai dengan pendapat *Jones (2008)* yang menyatakan bahwa penggunaan pekerja *outsourcing* memungkinkan perusahaan fokus pada layanan utama sambil mengurangi biaya *non-core*. Dengan begitu, hotel bisa mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk inovasi layanan atau peningkatan fasilitas yang langsung meningkatkan kepuasan tamu.

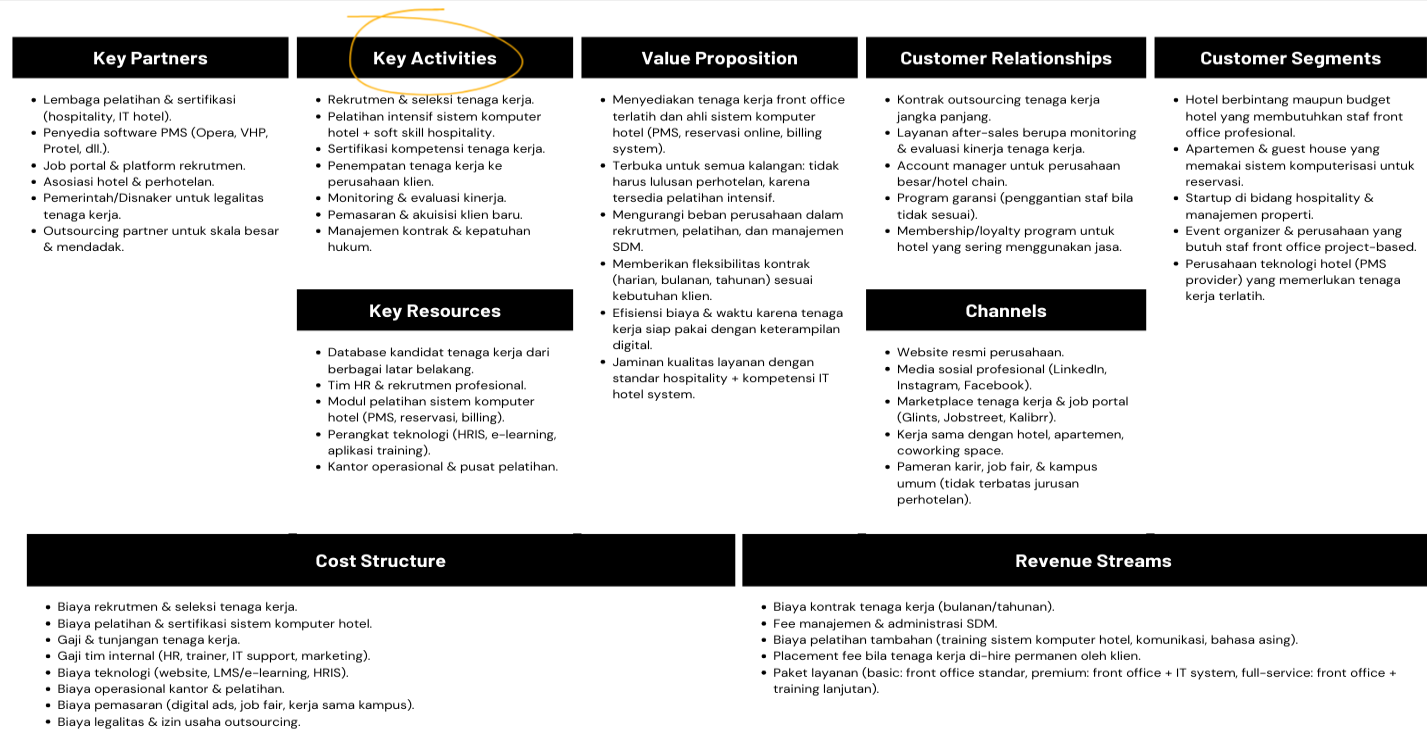
Akhirnya, banyak pemberi kerja menggunakan standar pelayanan yang sama melalui pelatihan di bidang *hospitality* yang mengikuti standar

internasional. Dengan adanya aturan yang sama, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pekerja *outsourcing* tetap konsisten meskipun mereka berasal dari latar belakang yang berbeda. Menurut *Tanke (2001)*, pelatihan yang baku dalam bidang *hospitality* memastikan pengalaman tamu tetap seragam meskipun pekerja berasal dari berbagai latar belakang.

B. Gambaran Umum Bisnis

Gambar 1. 1
9 Pilar

Business Model Canvas



Penggunaan pekerja *outsourcing* di bagian *front office* pada industri perhotelan semakin digunakan. Ini karena hotel ingin menjaga efisiensi biaya, fleksibilitas operasional, dan konsistensi pelayanan kepada tamu. Bagian *front office* merupakan bagian yang berperan sebagai wajah hotel. Di sini, kesan pertama tamu terbentuk melalui pelayanan resepsionis, *bellboy*, *concierge*, atau operator. Karenanya, pengelolaan pekerja di bagian ini perlu diperhatikan secara khusus, baik dari segi kompetensi, etika kerja, maupun kemampuan berkomunikasi.

Kelebihan utama penyedia *outsourcing* adalah fleksibilitas operasional. Dengan menggunakan *outsourcing*, hotel bisa menyesuaikan jumlah pekerja sesuai dengan tingkat kesibukan. Saat musim libur atau *high season*, jumlah pekerja bisa ditambah cepat. Sementara saat musim lemah atau *low season*, jumlah bisa dikurangi tanpa menyebabkan beban biaya jangka panjang. Hal ini sesuai dengan pandangan *Kakabadse & Kakabadse (2002)* yang mengatakan bahwa fleksibilitas dalam penyaluran sumber daya manusia menjadi salah satu alasan utama penggunaan *outsourcing* di industri perhotelan.

Selain fleksibilitas, *outsourcing* juga memberikan spesialisasi kompetensi. Umumnya perusahaan penyedia tenaga kerja memberikan pelatihan dasar layanan perhotelan seperti komunikasi, menangani keluhan, dan teknik pelayanan yang baik sebelum menempatkan pekerja ke hotel. Dengan demikian, hotel tidak perlu lagi merogoh kocek besar untuk pelatihan awal. Menurut *Rivai (2009)*, pekerja *outsourcing* dapat memberikan kompetensi spesifik yang dibutuhkan organisasi tanpa harus menanggung biaya jangka panjang.

Dari segi keuangan, *outsourcing* dianggap mampu menghemat biaya. Hotel dapat mengurangi biaya upah, tunjangan, asuransi kesehatan, hingga pesangon karena biaya tersebut ditanggung oleh pihak penyedia. Hal ini sesuai dengan pendapat *Jones (2008)* yang menyatakan bahwa penggunaan pekerja *outsourcing* memungkinkan perusahaan fokus pada layanan utama sambil mengurangi biaya *non-core*. Dengan begitu, hotel bisa mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk inovasi layanan atau peningkatan fasilitas yang langsung meningkatkan kepuasan tamu.

AUREVO adalah perusahaan yang memberikan jasa tenaga kerja khusus untuk Departemen Kantor Depan di bidang industri penginapan. Mereka mengusung konsep “*New Evolution of Outsourcing*”. Tidak hanya menyediakan staf, *AUREVO* juga menjadi mitra strategis hotel dalam memberikan pelayanan terbaik dengan menggabungkan kualitas SDM, teknologi digital, dan pendekatan yang berdasarkan data.

1. Deskripsi Bisnis

Berbeda dari penyedia *outsourcing* biasa yang hanya memperhatikan jumlah karyawan, *AUREVO* fokus pada nilai tambah seperti pelatihan yang terus menerus, integrasi teknologi *FO* modern, serta pelayanan yang personal dan didukung oleh data serta *AI*, dengan demikian, *AUREVO* tidak hanya menyediakan karyawan, tetapi juga membentuk ekosistem pelayanan *front office* yang lebih efisien, profesional, dan fokus pada pengalaman tamu.

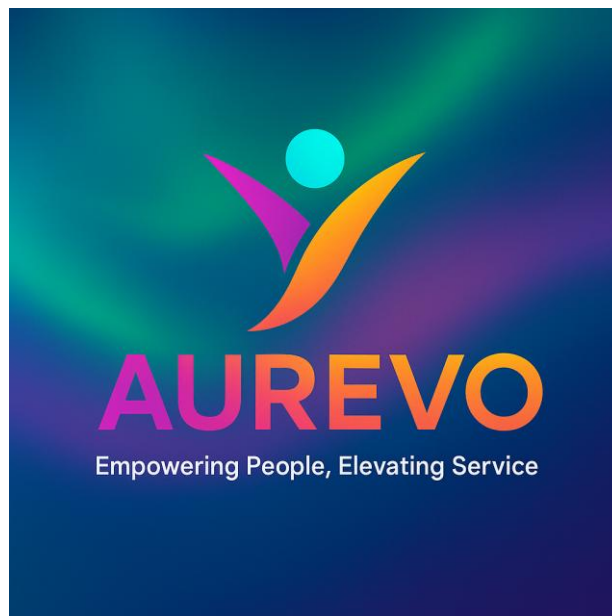
Keunggulan *AUREVO* terletak pada cara seleksi karyawan yang ketat, karyawan yang sudah dilatih sebelum ditempatkan, serta penggunaan teknologi digital dalam mengelola layanan *outsourcing*. Dengan demikian, perusahaan yang menggunakan jasa *AUREVO* bisa mendapatkan tenaga kerja berkualitas tanpa perlu mengurus urusan administratif yang rumit. Pasar yang dituju oleh *AUREVO* mencakup hotel bintang tiga hingga lima, gedung perkantoran swasta dan pemerintah, rumah sakit, klinik, sekolah, hingga toko dan layanan publik. Untuk mendukung operasional perusahaan, *AUREVO* berlokasi di area bisnis strategis, dan rencananya akan membangun cabang di kota-kota besar seperti Bandung, Surabaya, dan Bali.

Sebagai perusahaan yang menjunjung tinggi profesionalisme, *AUREVO* memiliki visi untuk menjadi perusahaan *outsourcing* yang dapat diandalkan, dengan menyediakan tenaga kerja *front office* yang memiliki kualitas tinggi dan mampu bersaing di tingkat global. Visi ini ditujukan melalui misi utama, yaitu menyediakan sumber daya manusia yang berkompeten, memberikan pelatihan yang berkelanjutan, serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan perusahaan klien melalui pelayanan yang profesional dan transparan. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memperoleh kepercayaan dari sektor perhotelan dan perkantoran, kemudian berkembang ke sektor rumah sakit, pendidikan, dan ritel pada tahap menengah, hingga akhirnya menjadi perusahaan *outsourcing front office* yang terbaik di Indonesia dengan pasar yang lebih luas di tingkat regional.

AUREVO memiliki peluang besar untuk menjadi perusahaan outsourcing terbaik di Indonesia, khususnya dalam hal tenaga kerja *front office*. Dengan visi yang jelas, misi yang terencana, layanan yang terpadu, serta sistem manajemen yang menggunakan teknologi, *AUREVO* tidak hanya menyediakan tenaga kerja saja, tetapi juga menjadi mitra penting bagi perusahaan klien dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas. Selain itu, *AUREVO* juga membantu menciptakan lapangan kerja baru serta meningkatkan kualitas SDM di Indonesia.

2. Deskripsi Logo Dan Nama

Gambar 1. 2
LOGO AUREVO



Sumber : Olahan Penulis 2025
Logo *AUREVO* dibuat untuk merepresentasikan semangat inovasi, profesionalisme, dan arah baru dalam bidang *outsourcing*. Bentuk utamanya

terinspirasi dari aurora, yaitu cahaya alami yang muncul di langit utara, yang selalu terkait dengan keindahan, harapan, serta energi positif. Aurora ini menjadi simbol pencerahan dan awal yang baru, sesuai dengan tujuan *AUREVO* memberikan solusi segar bagi perusahaan dalam menghadapi kebutuhan tenaga kerja *front office*. Nama *AUREVO* merupakan singkatan dari *Aurora Revolution Outsourcing*. Kata "Aurora" dipilih karena menggambarkan keindahan cahaya yang langka, unik, dan memberikan perasaan optimis. Sementara kata "*Revolution*" menunjukkan tekad perusahaan untuk membawa perubahan besar dalam bidang outsourcing di Indonesia, bukan hanya sebagai penyedia tenaga kerja, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam pertumbuhan bisnis klien. "*Outsourcing*" menjelaskan bidang usaha yang dijalani *AUREVO*, yaitu menyediakan tenaga kerja profesional yang siap mendukung kebutuhan perusahaan dari lini depan.

Filosofi logo juga terlihat dari penggunaan garis dinamis dan bentuk orbit yang mengelilingi huruf "A". Garis orbit ini menunjukkan konektivitas global, jaringan luas, serta fleksibilitas *AUREVO* dalam mengakses berbagai industri. Bentuk huruf "A" yang futuristik menggambarkan arah maju, keberanian berinovasi, dan keseriusan *AUREVO* dalam menjaga kualitas layanan. Warna yang digunakan dalam logo—kombinasi biru, hijau, dan gradasi aurora—dipilih dengan pertimbangan matang. Biru mewakili profesionalisme dan kepercayaan, hijau melambangkan pertumbuhan dan keberlanjutan, sedangkan gradasi aurora menambahkan

kesan futuristik dan unik, menekankan nilai kreativitas, energi, dan inovasi yang berkelanjutan.

Dengan kombinasi warna ini, *AUREVO* terlihat sebagai brand yang segar, modern, dan memiliki identitas kuat. Secara keseluruhan, filosofi logo dan nama *AUREVO* mencerminkan komitmen untuk menjadi "cahaya baru yang membawa revolusi dalam layanan jasa penyedia tenaga kerja". Nama yang pendek, mudah diingat, dan memiliki makna mendalam ini memperkuat posisi *AUREVO* sebagai perusahaan yang berbeda dari kompetitor. Logo yang modern, unik, serta fleksibel dirancang untuk digunakan di berbagai media, seperti dokumen resmi, seragam karyawan, dan platform digital, agar identitas *AUREVO* tetap konsisten, profesional, dan berkesan di mata klien serta masyarakat.

3. Identitas Bisnis

Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis memilih ide bisnis bernama *AUREVO*, yang merupakan singkatan dari "*Aurora Revolution Outsourcing*". Nama ini tidak dipilih secara sembarangan, melainkan melalui pertimbangan yang dalam. *Aurora* adalah fenomena alami yang indah dan menakjubkan, yang menjadi simbol dari harapan, energi, dan munculnya sesuatu yang baru. *Revolution* menggambarkan semangat perubahan besar dan inovasi yang mampu menghasilkan perbedaan signifikan.

Sementara *outsourcing* menunjukkan bidang usaha yang penulis tekuni, yaitu jasa penyedia tenaga kerja profesional. Ketiga kata tersebut

kemudian digabung menjadi satu identitas, yaitu *AUREVO* : cahaya revolusi baru di bidang *outsourcing* di Indonesia. Sebagai konsep bisnis, *AUREVO* hadir untuk menjawab kebutuhan nyata yang terus berkembang dalam dunia kerja modern.

Perusahaan saat ini semakin membutuhkan efisiensi dan profesionalisme dalam mengelola tenaga kerja, terutama di departemen kantor depan yang menjadi wajah utama sebuah organisasi. Penulis menyadari bahwa tenaga kerja *front office* tidak hanya sekadar mengisi posisi administratif, tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk citra dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, melalui *AUREVO*, penulis ingin menciptakan solusi yang tidak hanya menyediakan tenaga kerja, tetapi juga membentuk representasi profesional yang mampu memberikan nilai tambah untuk mitra bisnis.

Bidang usaha yang dipilih untuk *AUREVO* adalah penyedia jasa tenaga kerja departemen kantor depan, seperti resepsionis, *front desk officer*, *staff customer service*, hingga staf administrasi. Alasannya adalah karena kantor depan merupakan titik kontak pertama antara perusahaan dengan pelanggan atau tamu. Bagian ini berperan sebagai garis depan yang membentuk kesan, dan sering kali menentukan keseluruhan pengalaman pelanggan.

Melalui *AUREVO*, penulis merancang tenaga kerja *front office* yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, sifat ramah, sikap profesional, serta pengetahuan dasar administrasi yang mampu mendukung kelancaran operasional perusahaan klien, dalam membentuk *AUREVO*, penulis

memandang penting memberikan nilai tambah dibandingkan hanya sebagai penyedia jasa. *AUREVO* harus menjadi mitra strategis bagi perusahaan yang membutuhkan. Artinya, *AUREVO* tidak hanya bertugas menyuplai SDM, tetapi juga melakukan proses seleksi, pelatihan, hingga pembinaan agar tenaga kerja yang ditempatkan benar-benar sesuai dengan standar kualitas tinggi.

Dengan demikian, Penulis ingin memastikan bahwa tenaga kerja *AUREVO* dapat menunjukkan performa yang optimal sejak hari pertama mereka bekerja. Identitas bisnis *AUREVO* tidak hanya dibangun dari nama dan filosofi, tetapi juga diperkuat dengan lokasi kantor pusat yang strategis. Penulis memilih *Jl. Bintaro Utama 3A, Pondok Ranji, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten* sebagai pusat kegiatan bisnis. Pemilihan lokasi ini penulis dasarkan pada pertimbangan aksesibilitas, perkembangan kawasan bisnis, serta kedekatannya dengan Jakarta sebagai pusat ekonomi nasional. Dengan berada di Bintaro, *AUREVO* memiliki peluang besar untuk terkoneksi dengan berbagai perusahaan, baik skala nasional maupun multinasional, yang memerlukan layanan *outsourcing* profesional.

Selain aspek lokasi, legalitas menjadi bagian penting yang penulis perhatikan dalam merancang *AUREVO*. Perusahaan ini penulis desain memiliki kelengkapan dokumen hukum seperti akta pendirian, Nomor Induk Berusaha (NIB), serta izin usaha perdagangan (SIUP). Keberadaan dokumen legal ini tidak hanya memberikan legitimasi terhadap aktivitas

bisnis, tetapi juga menghadirkan rasa aman bagi para mitra yang bekerja sama dengan *AUREVO*. Penulis memahami bahwa dalam dunia bisnis modern, kepercayaan dan kepastian hukum adalah faktor kunci yang tidak bisa diabaikan.

Untuk memperkuat citra perusahaan, *AUREVO* juga penulis lengkapi dengan identitas visual berupa logo yang futuristik. Logo ini penulis desain dengan nuansa warna aurora yang dinamis, melambangkan energi, inovasi, dan keindahan. Bentuk logo dibuat sederhana namun bermakna, dengan gaya modern yang dapat mudah diingat dan diaplikasikan dalam berbagai media. Logo tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai representasi nilai-nilai perusahaan yang ingin penulis bangun: inovasi, profesionalisme, dan kepercayaan.

Komunikasi menjadi salah satu aspek yang penulis tekankan dalam perancangan *AUREVO*. Untuk membangun hubungan yang transparan dengan klien, *AUREVO* penulis desain memiliki berbagai kanal komunikasi resmi, mulai dari nomor telepon, email, hingga platform digital. Kehadiran kanal digital bukan hanya untuk kebutuhan komunikasi, tetapi juga sebagai strategi pemasaran dan branding. Dengan demikian, *AUREVO* dapat hadir lebih dekat dengan pasar, sekaligus memperkuat eksistensinya di era digital.

penulis menyadari bahwa industri outsourcing di Indonesia memiliki persaingan yang cukup ketat. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang serupa dengan berbagai keunggulannya masing-masing. Namun, melalui

AUREVO penulis ingin menghadirkan diferensiasi yang jelas. Diferensiasi tersebut terletak pada kualitas seleksi tenaga kerja, fokus pada bidang *front office*, serta pendekatan personal dalam membangun hubungan dengan klien. Dengan cara ini, *AUREVO* tidak hanya menjadi penyedia tenaga kerja, tetapi juga menjadi partner yang benar-benar memahami kebutuhan perusahaan.

Dalam jangka panjang, penulis ingin membuat *AUREVO* menjadi perusahaan yang bisa tumbuh terus-menerus. Pertumbuhan ini penulis rencanakan dengan strategi memperluas layanan ke bidang-bidang lain selain *front office*, seperti *housekeeping*, pendukung acara, atau pengelolaan hubungan pelanggan. Namun, untuk awalnya, fokus penulis adalah membangun reputasi yang kuat di bidang *front office* terlebih dahulu. Penulis yakin dengan reputasi yang baik, *AUREVO* bisa lebih dikenal dan dipercaya oleh banyak perusahaan. Filosofi yang penulis tanamkan di *AUREVO* adalah bahwa setiap karyawan yang ditempatkan bukan hanya sekadar pekerja, tetapi juga utusan dari citra perusahaan klien. Oleh karena itu, pembinaan sikap, karakter, dan etika kerja menjadi bagian penting dalam sistem pelatihan yang penulis terapkan.

Penulis percaya, dengan Sumber Daya Manusia yang memiliki karakter kuat dan profesional, *AUREVO* bisa memberikan perbedaan yang nyata dibandingkan penyedia tenaga kerja lainnya. Selain fokus pada klien, penulis juga ingin *AUREVO* menjadi tempat untuk pengembangan karier

bagi para karyawan. Perusahaan ini penulis rancang bukan hanya menyediakan pekerjaan, tetapi juga memberikan kesempatan belajar, pelatihan, dan peningkatan kemampuan. Dengan demikian, para karyawan yang bergabung dengan *AUREVO* bisa berkembang secara pribadi dan profesional, serta memiliki peluang untuk meniti karier yang lebih baik di masa depan. *AUREVO* juga memiliki visi untuk berkontribusi pada peningkatan kualitas tenaga kerja Indonesia.

C. Visi dan Misi

“Menjadi sumber cahaya baru yang mengubah cara layanan *outsourcing* di Indonesia, terutama di bidang pekerjaan *front office*, dengan fokus pada profesionalisme, inovasi, dan keberlanjutan.” Visi ini muncul dari keyakinan saya bahwa setiap perusahaan membutuhkan pekerja yang bukan hanya mengisi posisi, tetapi juga membawa nilai tambah bagi citra dan reputasi organisasi. Visi tersebut saya susun berdasarkan tiga pilar utama.

1. Visi

Menjadi pusat pengembangan dan penyedia tenaga kerja front office yang inovatif, profesional, dan berbasis teknologi, yang mampu meningkatkan kualitas layanan serta citra perusahaan mitra di Indonesia.

2. Misi

- Menyediakan tenaga kerja front office yang kompeten, beretika, dan terlatih melalui program pelatihan terstandar industri perhotelan modern.

- Mengembangkan kurikulum pelatihan berbasis kebutuhan industri (industry-based training) yang mengutamakan soft skills, customer service excellence, digital literacy, dan penguasaan sistem operasional (PMS & teknologi FO lainnya).
- Memberikan layanan outsourcing yang profesional, fleksibel, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan tiap perusahaan mitra.
- Menerapkan teknologi dalam proses rekrutmen, pelatihan, penempatan, dan monitoring kinerja untuk menciptakan layanan yang transparan dan efisien.
- Membangun kemitraan jangka panjang dengan perusahaan melalui kualitas pelayanan, komunikasi yang jelas, dan evaluasi berkala terhadap kinerja SDM.
- Memberikan kesempatan kerja yang luas dan menciptakan SDM front office yang siap bersaing di tingkat nasional dan internasional.

D. Swot Analysis

SWOT Analysis adalah cara untuk memahami bagaimana bisnis berada di posisi tertentu dengan melihat faktor-faktor yang ada di dalam dan di luar perusahaan. Faktor di dalam perusahaan mencakup kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor di luar mencakup peluang dan ancaman. Kekuatan bisnis adalah hal-hal yang membuat perusahaan lebih unggul dibandingkan kompetitor.

Contohnya seperti kualitas produk yang lebih baik, pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, serta citra merek yang kuat di mata customer. Kekuatan ini sangat penting untuk membuat pelanggan percaya dan tetap memilih produk dari perusahaan tersebut. Namun, setiap bisnis juga memiliki kelemahan, seperti modal yang terbatas, kurangnya karyawan berpengalaman, kemampuan teknologi yang belum memadai, manajemen yang

belum maksimal, atau promosi yang belum cukup. Dengan mengetahui kelemahan ini, perusahaan bisa berusaha memperbaikinya agar tidak dimanfaatkan oleh pesaing.

Dari faktor eksternal, peluang adalah kesempatan yang bisa dikembangkan untuk memperluas pasar. Contoh peluang seperti adanya tren gaya hidup baru, kemajuan teknologi digital yang memudahkan pemasaran, meningkatnya jumlah konsumen di suatu segmen, atau dukungan dari pemerintah yang berupa regulasi atau subsidi. Peluang ini perlu segera dimanfaatkan agar bisnis terus berkembang. Namun, bisnis juga harus mengawasi adanya ancaman, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan selera konsumen yang cepat, kondisi ekonomi yang tidak menentu, naiknya harga bahan baku, atau munculnya pemain baru dengan inovasi yang lebih menarik. Dengan memperkirakan ancaman sejak awal, perusahaan bisa mempersiapkan strategi agar tidak kehilangan pasar.

TABEL1. 1 SWOT ANALYSIS

ANALISIS SWOT	KETERANGAN
KEKUATAN (STRENGTH)	<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja terlatih & bersertifikat dalam sistem komputer hotel (PMS) → siap pakai tanpa training tambahan dari hotel. • Spesialisasi di bidang front office hospitality → berbeda dengan outsourcing umum. • Meningkatkan efisiensi hotel karena staff langsung bisa mengoperasikan

	<p>sistem check-in/out, reservasi, dan billing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Citra profesional → hotel klien lebih percaya karena SDM tidak hanya berpenampilan rapi tetapi juga cakap teknologi. • Program pelatihan internal → penyedia jasa bisa memastikan standar kualitas selalu terjaga.
KELEMAHAN (WEAKNESS)	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya pelatihan tinggi untuk membekali tenaga kerja dengan skill komputer hotel. • Keterbatasan tenaga ahli → tidak semua kandidat cepat menguasai sistem PMS. • Turnover tinggi → tenaga kerja yang sudah ahli bisa berpindah ke hotel lain dengan gaji lebih besar. • Ketergantungan pada software tertentu → jika hotel menggunakan sistem berbeda, perlu training ulang. • Butuh investasi teknologi → seperti lisensi software untuk simulasi training.
PELUANG (OPPORTUNITY)	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan industri perhotelan & pariwisata di Indonesia → meningkatnya kebutuhan staff front office yang kompeten. • Hotel lebih memilih outsourcing tenaga kerja siap pakai daripada melatih dari nol. • Kurangnya tenaga kerja terampil PMS di pasaran → membuka ruang bisnis spesifik. • Kemitraan dengan sekolah perhotelan → untuk mencetak tenaga kerja siap pakai. • <input type="checkbox"/> Peluang ekspansi ke sektor lain (resort, serviced apartment, travel & tourism).
ANCAMAN (THREATS)	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan dengan lembaga pendidikan perhotelan → hotel bisa langsung rekrut lulusan baru.

	<ul style="list-style-type: none"> • Kemajuan teknologi self-service (kiosk check-in, digital key, aplikasi mobile) → mengurangi kebutuhan staff <i>Front Office</i>. • Perubahan regulasi tenaga outsourcing → bisa memengaruhi model bisnis. • Fluktuasi pariwisata (misalnya karena pandemi, bencana, krisis ekonomi) → menurunkan permintaan tenaga kerja. • <input type="checkbox"/> Ekspektasi klien tinggi → kesalahan kecil dalam sistem komputer bisa merugikan hotel dan merusak reputasi penyedia jasa.
--	--

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Perusahaan menyediakan tenaga kerja profesional di departemen kantor depan (*front office*) yang siap bertugas di hotel, perkantoran, rumah sakit, lembaga pendidikan, maupun instansi pemerintahan. Tenaga kerja yang disalurkan telah melalui proses seleksi, pelatihan komunikasi, pelayanan prima, dan keterampilan mengoperasikan sistem komputer *front office* (misalnya sistem hotel PMS).

Bisnis ini bergerak di bidang jasa penyediaan tenaga kerja profesional untuk departemen kantor depan (*front office*), khususnya di sektor perhotelan, perkantoran, rumah sakit, lembaga pendidikan, dan instansi pemerintahan. Fokus utama layanan adalah menyediakan staf *front office* yang tidak hanya berpenampilan profesional, ramah, dan komunikatif, tetapi juga memiliki kemampuan mengoperasikan sistem komputer modern yang biasa digunakan

dalam pelayanan tamu, reservasi, hingga administrasi, Setiap tenaga kerja yang disalurkan telah melalui proses seleksi ketat dan pelatihan terstruktur, mencakup:

1. Pelatihan komunikasi dan pelayanan prima (*service excellence*) untuk menciptakan kesan positif bagi tamu/klien.
2. Pembekalan etika kerja dan standar grooming agar mampu mencerminkan citra profesional perusahaan klien.
3. Pelatihan keterampilan komputer front office, khususnya penggunaan *Property Management System (PMS)* di hotel, atau sistem administrasi lain di sektor non-hospitality.

Perusahaan menawarkan layanan dengan sistem penempatan yang fleksibel, baik untuk kebutuhan jangka pendek (*event*, proyek, atau tenaga sementara) maupun jangka panjang (penempatan staf tetap di perusahaan klien). Selain itu, perusahaan juga memberikan monitoring dan evaluasi kinerja tenaga kerja secara berkala, sehingga kualitas pelayanan tetap konsisten sesuai standar yang ditetapkan.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha yang dipilih dalam bidang jasa penyedia tenaga kerja *front office* adalah Persekutuan Komanditer (*Commanditaire Vennootschap/CV*). Bentuk usaha ini dipandang tepat karena mampu mengakomodasi kebutuhan pengelolaan yang profesional sekaligus memberikan fleksibilitas dalam permodalan. Dalam struktur *CV*, terdapat sekutu aktif dan sekutu pasif yang masing-masing memiliki peran berbeda namun saling melengkapi. Sekutu aktif

bertanggung jawab penuh dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari, seperti proses perekrutan tenaga kerja, pelatihan berbasis kompetensi, penempatan sesuai kebutuhan klien, hingga menjalin komunikasi dengan perusahaan mitra. Sedangkan sekutu pasif berperan sebagai penyedia modal yang menjamin keberlangsungan usaha, namun tidak terlibat langsung dalam aktivitas manajerial.

Pemilihan bentuk usaha *CV* memberikan beberapa keuntungan strategis. Dari sisi hukum, prosedur pendirian *CV* relatif lebih sederhana dibandingkan *Perseroan Terbatas (PT)*, namun tetap memberikan kejelasan tanggung jawab antara pemilik modal dan pengelola. Dari sisi operasional, adanya pembagian peran memungkinkan usaha ini lebih fokus dalam mengembangkan kualitas sumber daya manusia yang disalurkan, khususnya tenaga kerja *front office* yang dituntut memiliki keterampilan komunikasi, kemampuan melayani tamu, serta penguasaan teknologi perkantoran dan sistem informasi perhotelan. Sementara dari sisi finansial, dukungan modal dari sekutu pasif membuka peluang untuk memperluas cakupan layanan, menambah fasilitas pelatihan, dan memperkuat promosi agar usaha mampu menjangkau lebih banyak klien di berbagai sektor.

Dengan struktur yang jelas, usaha di bidang penyedia tenaga kerja *front office* ini memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang. Melalui sistem *CV*, pengelola dapat lebih leluasa menyusun strategi pengembangan, seperti meningkatkan standar pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan industri perhotelan modern, memperluas jejaring dengan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan

staf *front office*, serta memperkuat reputasi sebagai penyedia jasa yang profesional. Selain itu, model usaha *CV* juga memberikan stabilitas jangka panjang karena keuntungan dapat dibagi sesuai porsi kepemilikan modal, sementara risiko usaha dapat diminimalisasi dengan pembagian tanggung jawab yang transparan.

Secara keseluruhan, pemilihan bentuk *CV* dalam bidang jasa penyedia tenaga kerja *front office* bukan hanya memudahkan dalam aspek legal dan finansial, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan usaha untuk menjadi mitra strategis bagi *klien*. Dengan tenaga kerja yang terlatih, profesional, dan siap pakai, usaha ini berkomitmen menghadirkan layanan *outsourcing modern* yang mampu menjawab tantangan industri serta meningkatkan kualitas pelayanan di lini depan berbagai organisasi.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan fondasi penting dalam mendirikan dan menjalankan sebuah usaha. Legalitas tidak hanya berfungsi sebagai bukti bahwa bisnis beroperasi sesuai dengan hukum yang berlaku, tetapi juga menjadi bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pemilik modal, konsumen, serta pemerintah. Melalui dokumen-dokumen legal yang lengkap, sebuah usaha dapat memperoleh kepastian hukum, meningkatkan kredibilitas, serta membuka peluang lebih besar untuk menjalin kerja sama dengan pihak ketiga, baik investor maupun mitra bisnis.

Dalam hal ini, usaha didirikan berdasarkan Akta Pendirian Usaha yang disahkan oleh notaris. Akta ini menjadi dokumen awal yang menjelaskan identitas perusahaan, struktur kepemilikan, serta bidang usaha yang dijalankan. Selanjutnya, usaha memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS (Online Single Submission) yang berfungsi sebagai identitas resmi perusahaan sekaligus pengganti Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Dengan adanya NIB, usaha memiliki akses lebih mudah untuk mengurus perizinan lanjutan.

Dari sisi operasional, usaha juga dilengkapi dengan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau perizinan berbasis risiko sesuai dengan bidang kegiatan yang dijalankan. Selain itu, perusahaan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang menjadi dasar dalam pelaporan dan pemenuhan kewajiban perpajakan setiap tahun. Untuk memperkuat legitimasi lokasi operasional, usaha ini juga mengantongi Surat Keterangan Domisili Usaha dari pemerintah daerah setempat.

Tidak hanya itu, perlindungan terhadap identitas merek juga menjadi perhatian penting. Oleh karena itu, perusahaan mendaftarkan nama usaha, logo, serta elemen identitas visual lainnya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk memperoleh perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dengan adanya pendaftaran merek, usaha terhindar dari risiko plagiarisme maupun penyalahgunaan merek oleh pihak lain.

Selain dokumen legal utama tersebut, perusahaan juga menyiapkan perizinan tambahan sesuai dengan jenis produk dan jasa yang ditawarkan.

Misalnya, untuk bidang makanan dan minuman, perusahaan wajib memiliki Sertifikat Halal, Sertifikat Laik Hygiene, dan izin edar dari BPOM sebagai jaminan kualitas serta keamanan bagi konsumen. Apabila usaha bergerak di bidang yang berpotensi berdampak terhadap lingkungan, maka perusahaan akan mengurus Izin Lingkungan sesuai regulasi yang berlaku.

Dengan kelengkapan aspek legalitas tersebut, bisnis ini dapat beroperasi secara resmi, sah di mata hukum, dan memiliki landasan kuat untuk berkembang di masa depan. Keberadaan dokumen-dokumen legal tidak hanya menjamin kelancaran usaha, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta memberikan perlindungan hukum apabila terjadi sengketa atau permasalahan bisnis. Dengan demikian, aspek legalitas dapat dipandang sebagai pilar utama yang menunjang keberlanjutan dan daya saing usaha.