# BAB I

# PENDAHULUAN

Bandung termasuk kota yang memiliki banyak tempat wisata yang bernuansa alam, karena Bandung adalah kota yang kaya akan kekayaan alam membuat Bandung di juluki sebagai kota Kembang dan Paris Van Java. Tempat wisata alam di kota Bandung, terutama alam pegunungan, menjadi satu daya tarik wisata. Wisata alam Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang cukup tinggi, selain dikenal dengan keindahan kotanya, bandung juga di kenal memiliki beragam wisata kulinernya. Tidak hanya itu, Bandung juga terkenal dengan outlet – outlet belanjanya, sehingga kota Bandung banyak diminati oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancan Negara. Perkembangan dunia pariwisata di kota Bandung ini semakin berkembang pesat dan cukup menggembirakan. Pembangunan pariwisata dilakukan dengan membangun tempat-tempat penginapan seperti villa, bungalow, losmen ataupun hotel. Dewasa ini pembangunan hotel-hotel berkembang dengan pesat. Fungsi hotel bukan saja tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar atau sekedar untuk mendapatkan ketenangan. Persaingan hotel-hotel di kota Bandung ditunjukan dengan adanya mutu pelayanan yang ditawarkan dari setiap pelaksanaan manajemen hotel. Mulai dari fasilitas hotel, keadaan kamar, harga sewa kamar dan bagaimana pihak hotel melayani konsumen.

Hotel adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan yang disediakan secara khusus, untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran.Ciri khusus dari hotel adalah mempunyai restoran yang dikelola langsung di bawah manajemen hotel tersebut. Kelas hotel ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Diparda).

Hotel merupakan sebuah instansi yang bergerak dalam penyediaan jasa dan layanan.Dalam setiap kegiatan yang disebut pelayanan, muncul dua unsur yang sangat dominan, yaitu yang dilayani dan yang melayani. Hubungan antara kedua hal inilah yang menyebabkan munculnya usaha yang luar biasa dari manajemen Hotel untuk menggali dan terus memunculkan nilai-nilai yang tinggi dalam melayani tamu. Bahkan tinggi rendahnya mutu pelayanan ini kemudian menjadi tolak ukur tinggi rendahnya kelas suatu hotel.

Persaingan bisnis dibidang jasa perhotelan khususnya di kota Bandung semangkin ketat. Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Grand Pasundan Convention Hotel sebagai hotel yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman, dan jasa lainnya, harus selalu memperhatikan tentang kualitasnya, baik itu kualitas dalam hal pelayanan Fasilitas maupun harga yang ditawarkan.Hal ini dilakukan agar para customer/pelanggan tetap loyal terhadap Grand Pasundan Convention Hotel.

Grand Pasundan Convention Hotel bukanlah satu-satunya penginapan di kota Bandung. Hotel ini terletak di kawasan yang sangat strategis dikota Bandung yaitu Terletak di Jl. Peta no 147-149(lingkar selatan).Ada banyak hotel dan penginapan lainnya yang sama-sama berlomba memenangkan persaingan dan meningkatkan jumlah Customer (pelanggan). Karena itulah, Grand Pasundan Convention Hotel sebagai hotel bintang empat yang memiliki kemampuan dalam meningkatkan jumlah Customer (pelanggan) harus mempunyai strategi – strategi untuk dapat bersaing dengan competitor atau Hotel – Hotel bintang empat lainnya.

Di Bandung sendiri banyak perkembangan Hotel berbintang empat diantaranya yaitu Sensa Hotel Bandung,Golden Flower Hotel,Aston Braga Hotel,Holiday Inn Bandung Hotel, The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa,dan masih banyak lagi. Oleh karena itu guna menghadapi persaingan yang semakin ketat Grand Pasundan Convention Hotel selalu memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya. Usaha yang dilakukan Grand Pasundan Convention Hotel dalam memberikan pelayanan yang baik yaitu dengan mengutamakan keinginan pelanggan, dan menanggapi keluhan pelanggan.

## 1.1 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 2002 Grand Pasundan Convention Hotel mulai dibangun dan selesai pada tahun 2003, di bawah management PT. Graha Bandung Kencana yang merupakan sebuah perusahaan keluarga. Grand Opening Grand Pasundan Convention Hotel Bandung dilaksanakan pada tanggal 1 Maret 2003.

Terletak di Jl. Peta no 147-149(lingkar selatan), Grand Pasundan Convention Hotel Bandung memiliki luas areal tanah 9.317 m2 dan luas bangunan 16.548 m2. Seperti konsep pada awalnya Grand Pasundan Convention Hotel lebih menonjolkan aspek konpensi sebagai segmen yang akan diraihnya. Dengan memiliki Malibu Dome yag mempunyai tatanan apik dan serba canggih, hal ini diharapkan agar masyarakat Bandung dapat memanfaatkannya sebagai tempat meeting, launching, gathering, wedding, dan event lainnya.

Grand Pasundan Convention Hotel dari aspek loyalitas didirikan berdasarkan SIUK (Surat Izin Usaha Kepariwisataan) no. 556/Si. 3332 HmSw Dispar pada tanggal 4 Desember 2002 dan Grand Pasundan Convention Hotel adalah hotel dengan kualifikasi hotel bintang tiga dan sekarang berkembang menjadi hotel bintang empat.

### 1.1.1 Klasifikasi Hotel Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Klasifikasi atau pengelompokan sebuah hotel dapat ditentukan berdasarkan beberapa factor antara lain : Lokasi hotel, perencanaan harga, jumlah kamar, jenis tamu yang menginap, lama tamu yang menginap dan klasifikasi bintang.

A. Berdasarkan Perencanaan Harga

Grand Pasundan Convention Hotel Bandung menawarkan harga kepada tamu sudah termasuk *breakfast.* Dilihat dari perencanaan harga tersebut maka Grand Pasundan Convention Hotel termasuk *Continental Hotel.*

B. Berdasarkan Jumlah Kamar

Grand Pasundan Convention Hotel Bandung memiliki jumlah kamar sebanyak 167 kamar, sehingga berdasarkan jumlah kamar yang dimiliki Grand

Pasundan Convention Hotel Bandung tergolong dalam *medium hotel* atau hotel tingkat menengah.

C. Berdasarkan Jenis Tamu Yang Menginap

Jenis tamu yang menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung adalah para pengusaha atau tamu yang melakukan aktivitas bisnis. Berdasarkan jenis tamu yang menginap maka Grand Pasundan Convention Hotel Bandung termasuk ke dalam *Business Hotel.*

D. Berdasarkan Lama Tamu Yang Menginap

Para tamu yang menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung pada umumnya menginap menginap selama 2 sampai 3 hari sehingga berdasarkan hal tersebut maka Grand Pasundan Convention Hotel Bandung tergolong dalam *Semi Residential Hotel.*

E. Berdasarkan Lokasi

Grand Pasundan Convention Hotel Bandung berlokasi di daerah kota tepatnya di jalan Peta (Lingkar Selatan) yang dirancang sedemikian rupa sebagai *hotel konvensi*. Oleh karena itu hotel ini dikelompokkan ke dalam jenis *City Hotel.*

F. Berdasarkan Bintang

Grand Pasundan Convention Hotel Bandung didirikan berdasarkan SIUK (Surat Izin Usaha Kepariwisataan) No. 556/Si. 3332 Hm Sw Dispar pada tahun

2002 tanggal 4 Desember 2002 dan Grand Pasundan adalah hotel dengan klasifikasi bintang tiga dan sejak tahun 2008 dengan penambahan gedung, kamar serta fasilitas pendukung lainnya, Grand Pasundan Convention Hotel pun berubah menjadi hotel bintang 4.

## 1.2 Sejarah Devisi *Public Relations* Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung

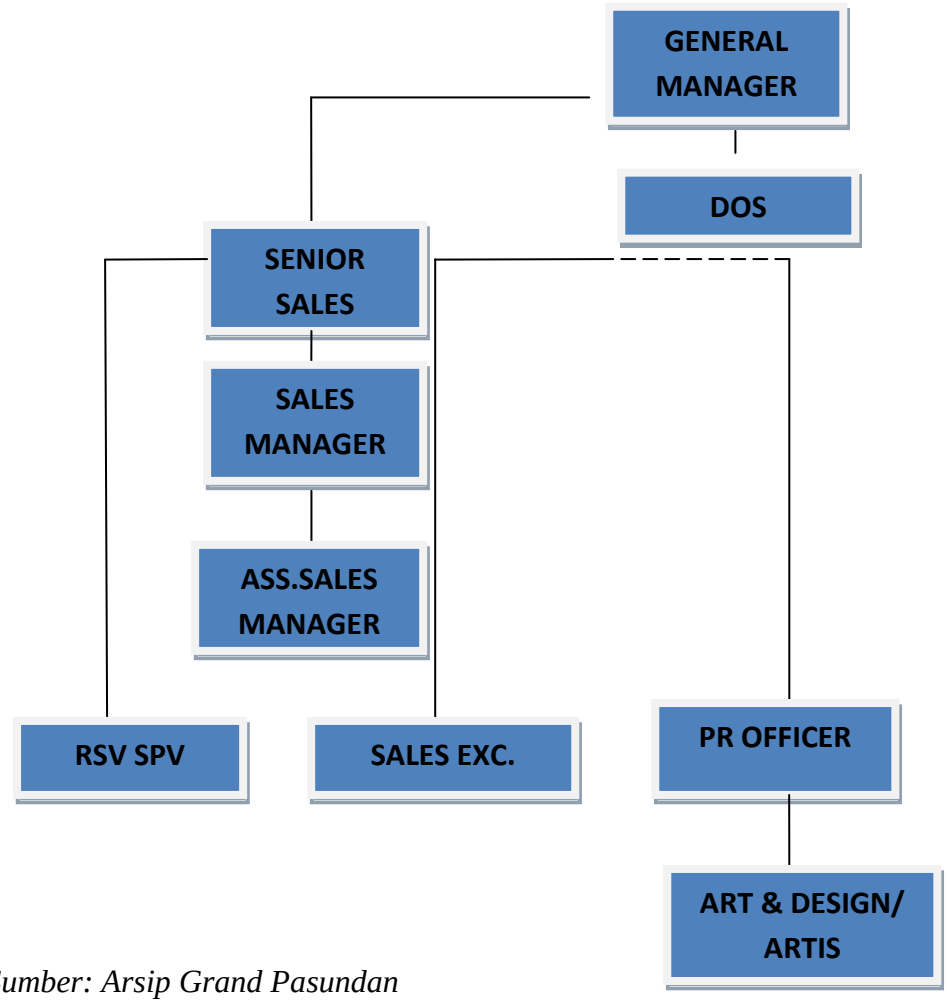
Pada tahun 2003 bersamaan dengan selesainya pembangunan Grand Pasundan Convention Hotel devisi *Public Relations*pun dibentuk, mengingat pentingnya devisi *Public Relations* maka *management* hotel dengan kebijakannya mendirikan *Public Relations* dengan tujuan untuk memperkenalkan dan membentuk citra positif ditengah masyarakat bagi Grand Pasundan Convention Hotel Bandung. Adapun tugas utama dari devisi Public Relations itu sendiri adalah menjalin kerja sama dengan beberapa media lokal, hal ini menjadikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung hotel untuk kerjasama dengan pihak hotel.

## 1.3 Struktur Devisi *Public Relations*

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang mewujudkan pola kerja tetap serta mengatur hubungan – hubungan di antara bidang – bidang kerja, maupun orang – orang yang menunjukan kedudukan dan peranan masing – masing jabatan dalam mewujudkan kerjasama suatu organisai. Struktur organisasi dapat menciptakan adanya kesatuan arah dan langkah dalam pelaksanaan kegiatan suatu organisasi, serta adanya kejelasan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari orang – orang yang melaksanakan tugas tersebut.

Organisasi di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung bertugas memasarkan produk Hotel dan menjalankan managemet yang sudah ada. Sehingga setiap karyawan mempunyai tanggung jawab dan tungasnya masing – masing. Susunan organisasi devisi humas Grand Pasundan Convention Hotel Bandung seperti pada bagan berikut :

**Bagan 1.1**
**Struktur Organisasi Humas Grand Pasundan Convention Hotel Bandung**




*Sumber: Arsip Grand Pasundan Convention Hotel Bandung*

## 1.4 Job Deskription

### 1.4.1 Tugas Pokok General Manager Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Membina dan memelihara kerjasama yang efektif dengan segenap divisi maupun pihak-pihak diluar perusahaan guna memantapkan efektivitas kerja dalam menjalankan fungsi dan tugas-tugasnya

### 1.4.2 Fungsi General Manager Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Merencanakan strategi implementasi atas kebijakan perusahaan secara menyeluruh agar dapat dijalankan secara optimal.
b. Memonitor pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan serta memastikan kelancaran pelaksanaannya agar dapat berjalan secara maksimal dan tepat.
c. Mengontrol dan mengevaluasi implementasi strategi agar memperoleh masukan strategis sebagai usulan untuk kebijakan tahun berikutnya.
d. Mengevaluasi dan menganalisa hasil implementasi strategi perusahaan serta mencari usulan atas pemecahan masalah yang timbul.
e. Mengarahkan fungsi setiap departemen dalam menjalankan strategi perusahaan.
f. Memberikan masukan dan saran atas setiap permasalahan di divisi dan di perusahaan serta mencari jalan keluar dan menyelesaikan masalah yang ada.

### 1.4.3 Tugas Pokok Director of Sales Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Mempunyai tugas untuk merencanakan target pemasaran dan penjualan baik rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang serta menerapkan kebijkan dalm pemasaran dan penjualan produk hotel.

### 1.4.4 Fungsi Director of Sales Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Membuat perencanaan jangka panjang dan jangka pendek dalam perkembangan segmentasi pasar.
b. Membuat laporan penjualan untuk diserahkan kepada general manager.
c. Menentukan harga jual, produk yang akan dilaunching, jadwal kunjungan serta system promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.
d. Menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dg target yang ditentukan.
e. Memonitor perolehan order serta merangkumkan forecast untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal.

### 1.4.5 Tugas Pokok Senior of Sales Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Menerapkan budaya, sistem, dan peraturan intern perusahaan serta menerapkan manajemen biaya, untuk memastikan budaya perusahaan dan sistem serta peraturan dijalankan dengan optimal. Serta Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey seluruh sales team untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan

### 1.4.6 Fungsi Senior of Sales Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Bertanggung jawab terhadap pembuatan tujuan yang ingin dicapai Perusahaan dan GrandStrategy untuk mencapai tujuan tersebut.

b. Membuat strategi pemasaran dan penjualan – distribusi baik dalam jangka pendek (1 tahun) maupun -jangka menengah (3 – 5 tahun) untuk memastikan pencapaian tujuan Perusahaan dan pengembangan bisnis yang menguntungkan dalam jangka panjang.

c. Penyusunan dan mengembangkan strategi sales & marketing sesuai dengan rencana dan batas waktu yang ditetapkan.

### 1.4.7 Tugas Pokok Sales Manager Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan sales call dan misi penjualan kamar maupun ruang *meeting.* Tidak hanya penjualan, sales manager juga membuat kerjasama dengan pihak – pihak terkait.

### 1.4.8 Fungsi Sales Manager Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Melaksanakan *sales call* terhadap target *accounts* secara sistematik, kegiatan harus diarahkan kepada penjualan room / kamar untuk perorangan dan group.

b. Memelihara semua “Account” baik yang perorangan ataupun corporate termasuk mengidentifikasi jatuh tempo perjanjian kerjasama dengan corporate customer.

c. Melakukan kerjasama dengan pihak pihak terkait khuisusnya dalam penentuan Room rate dan paket-paket lainnya.

d. Melakukan Promotion di area kerja dan bila perlu memberikan hadiah-hadiah/ cindera mata, kepada para pelanggan atau potensial customer.

### 1.4.9 Tugas Pokok Ass. Sales Manager Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey seluruh sales team untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan, dan Menerapkan budaya, sistem, dan peraturan intern perusahaan serta menerapkan manajemen biaya, untuk memastikan budaya perusahaan dan sistem serta peraturan dijalankan dengan optimal.

### 1.4.10 Fugsi Ass. Sales Manager Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Penyusunan dan mengembangkan strategi sales & marketing sesuai dengan rencana dan batas waktu yang ditetapkan.

b. Pencapaian target perbulan

c. Membuat anggaran tahunan, melakukan pengontrolan dan evaluasi seluruh anggaran yang digunakan oleh tim sales & marketing.

### 1.4.11 Tugas Pokok Sales Executif Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan sales call dan misi penjualan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan menjual produk hotel sesuai dengan target yang diberikan, *untuk wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya.*

### 1.4.12 Fungsi Sales Executif Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Melaksanakan kegiatan sales call terhadap target accounts secara sistematik, serta melengkapi laporan kegiatan untuk setiap hubungan yang dilakukan. Kegiatan harus diarahkan kepada penjualan akomodasi untuk group, penjualan makanan dan minuman seperti restoran, bar, function dan banquet serta pelayanan hotel lainnya misalnya laundry, swimming pool, drugstore, dll.

b. Memelihara semua "Account" bagi setiap hubungan yang dilakukan perjanjian yang telah dibuat, dan usaha yang telah diperoleh

c. Melakukan tindak lanjut pelayanan pada saat "Tour Group" berada di hotel, untuk memberikan kepuasan kepada mereka

d. Melakukan Promotion di area kerja dan bila perlu memberikan hadiah-hadiah/ cindera mata, kepada para pelanggan atau potensial customer.

e. Melaksanakan kegiatan pemasaran lainnya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh Marketing Manager

### 1.4.13 Tugas Pokok Public Relation Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Bertanggung Jawab dalam menjaga Citra Positif perusahaan secara General, terselenggaranya arus informasi dan komunikasi yang harmonis antara management dengan pihak public (ekternal dan internal). Dan juga menyusun beberapa kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh goodwill dan menciptakan opini public yang menguntungkan semua pihak, karena

Public Relation merupakan unsure yang sangat penting dalam management guna mencapai tujuan yang spesifik khususnya untuk Tujuan Grand Pasundan Convention Hotel.

### 1.4.14 Fungsi Public Relations Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar lokasi perusahaan (penduduk setempat), Pers / Media, Para Tamu Hotel, Pemuka Masyarakat (Opini Leader), Pemerintah, Supplier dan Karyawan.
b. Bertindak sebagai Protokoler dalam acara-acara resmi di Grand Pasundan Convention Hotel, dan Handling VIP Guest, mulai dari kedatangan (*Welcoming*), mendampingin selama acara berlangsung sampai dengan tamu VIP meninggalkan hotel (*Farewell*).
c. Menyusun dan Membuat Promotion Material seperti *Company Profile*, *flyers*, Brosur, Buletin Perusahaan, *Banner*, *Ex. Banner, Baliigho, Billboard*, Poster, Kalender, *Newsletter*, dan lain-lain.
d. Memeriksa kelengkapan persediaan *Brocure* / *Flyers* (Material Promotion) di Public Area secara priodik (minimal 1 minggu Sekali).
e. Mengirim Relase minimal 1 bulan 1 kali dengan tetap memilih media dan saluran yang tepat untuk menyertakan informasi dan pemilihan pesan yang tepat untuk diinformasikan.
f. Membuat Laporan kegiatan Mingguan dan Bulanan sebagai Public Relations, untuk diserahkan kepada *Marketing Communication*.
g. Menyusun rencana dekorasi hotel dan disesuaikan dengan acaranya, seperti dekorasi Acara Tahun Baru, Imlek, *School Holiday*, Valentine, Ramadhan, Lebaran, Natal dan acara-acara lainnya.

h. Menghadiri pertemuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan dan mengikuti training yang sudah dijadwalkan oleh perusahaan

### 1.4.15 Tugas Pokok Reservasi Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Bertanggung jawab atas ketepatan teknik pelayanan pemesanan kamar dan penataan administrasinya. Dan juga Bertanggung jawab untuk Reservation Departement Chart, Planning dan laporan-laporan yang berhubungan dengan Statistic dan Marketing.

### 1.4.16 Fungsi Reservasi Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Menerima semua permintaan pemesanan kamar melalui telephone dengan ramah.

b. Menerima, memproses dan mengkonfirmasi pemesanan kamar yang dilakukan tamu baik melalui telepon, surat ataupun yang dilakukan langsung oleh tamu.

c. Menerima, memproses dan mengkonfirmasi pemesanan kamar yang melalui perusahaan, travel agent ataupun perorangan.

d. Menyiapkan dan menyimpan Reservation Form, memastikan semua informasi telah dicatat dan memeriksa secara berkala untuk memastikan setiap tambahan atau perubahan informasi dan pesanan untuk tamu telah dicatat.

e. Memberitahukan kepada Front Office Supervisor apabila ada VIP guest, event besar atau permintaan khusus apapun.

### 1.4.17 Tugas Pokok Art & Design Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Bertanggung Jawab kepada Promotion Coordinator untuk kelancaran pemasangan iklan, direct mail dan penyiapan bahan-bahan promosi.

### 1.4.18 Fungsi Art & Desing Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

a. Bertanggung jawab pemasangan iklan sesuai dengan petunjuk Marketing Manager.
b. Memastikan setiap pemasangan iklan pada media dan waktu tepat.
c. Melaksanakan kegiatan kliping dari iklan-iklan dan bahan-bahan promosi hotel.
d. Memeriksa dan menggantikan bahan-bahan ptomosi lama dengan terbaru pada setiap salas kit.
e. Mengumpulkan seluruh menu dasn bahan-bahan informasi lainnya dari setiap FB outlet dan hotel outlet yang lainnya.

## 1.5 Sarana dan Prasarana Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

Grand Pasundan Convention Hotel Bandung memiliki konsep hotel *konvensi* sebagai sebuah usaha dibidang jasa dengan menyediakan berbagai fasilitas yang berkualitas, serta menggabungkan nuansa modern dan tradisional Sunda. Hal tersebut dapat dilihat dari sentuhan artistic dari setiap ruangan yang dimilikinya. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain :

a. Fasilitas Kamar

   Selain dari kamar yang terletak di gedung utama dan satu apartement Board of Director yang gedungnya terpisah dari gedung utama,

Grand Pasundan Hotel juga memiliki 76 kamar yang terbagi dalam beberapa jenis kamar. Dan 91 kamar yang terdapat pada gedung utama. Adapun jenis dan jumlah kamar dapat dilihat di tabel berikut:

**Tabel 1.1**

**Fasilitas kamar Grand Pasundan Convention Hotel Bandung**

| No. | Tipe Kamar | Jumlah Kamar |
|---|---|---|
| 1 | Studio | 15 |
| 2 | Superior | 9 |
| 3 | Deluxe | 61 |
| 4 | Standar | 50 |
| 5 | President Classic | 2 |
| 6 | Executive Room | 24 |
| 7 | Premier Suite | 1 |
| 8 | Royal Family Suite | 1 |
| 9 | Junior Suite Room | 1 |
| 10 | Driver Room | 2 |
| 11 | Grand Deluxe | 1 |
| | Jumlah Kamar | 167 |

*Sumber: Arsip Hotel Grand Pasundan Bandung*

b. Fasilitas yang ada di Dalam Kamar

**Table 1.2**

**Fasilitas Yang Ada di Dalam Kamar Grand Pasundan Convention Hotel Bandung**

| No | Fasilitas Kamar |
|---|---|
| 1 | Bath Tub (except studio room) |
| 2 | Shower with cold and hot water |
| 3 | Individual air conditioning |
| 4 | In Room Wifi |
| 5 | Tea and coffee making fasilities |
| 6 | 21" TV flat in Standar, deluxe and Executive room |
| 7 | 32" LCD plasma in Junior and Family Suite |
| 8 | 42" LCD plasma in Presidential Suite |
| 9 | Hair Dryer |
| 10 | Mini Bar |
| 11 | Radio and house music |
| 12 | Fully stock mini bar |
| 13 | Telephone with IDD System (International Direct Dialing System) |

*Sumber: Arsip Hotel Grand Pasundan Bandung*

c. Fasilitas Pelayanan Makanan dan Minuman

**Table 1.3**

**Fasilitas Pelayanan Makanan dan Minuman Grand Pasundan Convention Hotel Bandung**

| No. | Fasilitas Pelayanan Makanan dan Minuman |
|---|---|
| 1 | Coffe Shop and Bar |
| 2 | Room Service |
| 3 | Lobby Lounge |
| 4 | D'Linda Cafeteria |
| 5 | Sarana Convention Hotel |

*Sumber: Arsip Hotel Grand Pasundan Bandung*

## 1.6 Lokasi dan Waktu PKL (Praktek Kerja Lapangan)

### 1.6.1 Lokasi PKL

Adapun prakterk kerja lapangan dilakukan di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung yang terletak di Jl. Peta No. 147-149 (lingkar selatan).

### 1.6.2 Waktu PKL

Adapun pelaksanaan PKL (prakterk kerja lapangan) dilaksanakan pada tanggal 15 juli 2013 dan berakhir pada tanggal 15 septermber 2013. Pelaksanaan PKl dilakukan mulai dari pukul 08.00 WIB samapai dengan pukul 17.00 WIB.