

ACCOR

Pelayanan Istimewa Menghasilkan Investasi

*Mengembangkan talenta dan mempertahankan pelayanan yang sesuai zaman adalah bagian dari rencana strategis Accor dalam menghadapi perubahan tak terduga serta menarik investor di tahun depan.*

Selama lebih dari dua dekade, operator hotel terkemuka dunia, Accor, telah hadir di Indonesia. "Kami datang ke Indonesia kira-kira di awal tahun 1980-an. Meskipun kami baru mendirikan perusahaan di sini 20 tahun yang lalu, sudah ada beberapa pionir dari badan eksekutif Accor yang sudah datang sebelumnya," kata Gerard Guillouet, Chief Operation Officer untuk Accor Malaysia, Indonesia dan Singapura. "Saya percaya mereka datang ke Indonesia karena mereka menyadari bahwa Indonesia adalah sebuah negara sebesar Eropa dan mereka dapat melihat potensi Indonesia sebagai negara dengan sumber daya alami yang melimpah."

Guillouet menyebut keberadaan Accor di Indonesia sebagai sebuah "kisah sukses." Selama bertahun-tahun, grup asal Perancis dengan reputasi mendunia ini mampu memikat para investor hotel, sekaligus menetapkan standar internasional perhotelan, mengembangkan pariwisata dan menciptakan lapangan pekerjaan. Di tahun 2014 saja, ada 17 hotel yang baru dibuka, dan kini total hotel di Indonesia yang dioperasikan oleh Accor ada 85 buah. Accor pun memiliki pandangan positif terhadap masa depan; diharapkan, di akhir tahun depan, grup tersebut akan memiliki hotel di 32 kota di Indonesia.

Optimisme ini bukan tak beralasan. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyatakan bahwa Indonesia akan mengalami kenaikan jumlah investasi sebanyak 15 persen di tahun 2015. Upaya-upaya reformasi birokrasi yang dapat mempermudah laju proses investasi juga sudah direncanakan dan dilaksanakan oleh mayoritas propinsi dan kabupaten. Salah satu upaya tersebut dapat dilihat dalam program pelayanan satu pintu untuk para investor.

Sementara itu, Indonesia juga akan mengalami beberapa perubahan penting di tahun depan. Kenaikan harga BBM, misalnya, tentu saja akan menjadi tantangan tersendiri bagi calon investor. Namun, Accor tidak menganggap hal tersebut sebagai isu yang besar. "Hal ini bukanlah sesuatu yang baru kita alami. Semua perusahaan yang baik sudah menyadari kalau kenaikan biaya akan menaikkan penggunaan energi dan gaji, dan harga jual pun akan naik juga," kata Guillouet.

Accor lebih memusatkan perhatiannya ke kualitas sumber daya manusia. Sebenarnya, hal ini sudah menjadi tantangan utama bagi Accor selama 20 tahun. "Indonesia adalah sebuah negara unik dengan sumber daya yang kaya. Indonesia memiliki orang-orang baik yang ramah, orang-orang pintar, orang-orang kreatif dan orang-orang dengan sikap yang baik dan bersedia untuk belajar dan melayani," kata Guillouet. "Masalahnya adalah, meskipun mereka memiliki fondasi yang kuat, mereka tidak mempunyai keterampilan. Sudah menjadi tanggung jawab kami untuk mengajarkan keterampilan tersebut kepada mereka. Dan kami sangat sukses melakukannya, buktinya lebih dari 50 persen dari *general manager* di hotel-hotel Accor di Indonesia adalah orang lokal. Hal ini tidak dapat ditemukan di Vietnam, Thailand dan Singapura."

Guillouet kemudian menambahkan bahwa ia berharap kalau presiden dan pemerintah yang baru akan menyediakan insentif pajak untuk perusahaan-perusahaan besar yang menginvestasikan waktu mereka untuk melatih dan mengembangkan talenta lokal. Ia percaya bahwa hal ini dapat memotivasi para investor untuk semakin meningkatkan keterampilan karyawan mereka.

“Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, kami mementingkan manusia terlebih dahulu. Menurut saya, hidup tanpa dimensi manusia bukanlah hidup sama sekali. Inilah prinsip Accor,” kata Guillouet.

Mengembangkan talenta dan mempertahankan pelayanan yang sesuai zaman adalah bagian dari strategi Accor dalam mengundang lebih banyak lagi investor di tahun depan. “Accor memiliki nama yang sudah terkenal, sehingga kami tidak perlu melakukan banyak hal untuk menarik investor. Bahkan, biasanya para investor yang mendatangi kami,” kata Guillouet. “Yang terpenting sekarang adalah kami harus dapat mengembalikan investasi yang sudah dibuat para investor, dan kami harus terus menemukan hal baru dalam mengelola hotel-hotel kami. Cara kami mengelola hotel sekarang sangat berbeda dengan cara yang kami lakukan pada 5 atau 10 tahun yang lalu. Cara kami mendistribusikan hotel-hotel juga berbeda. Inilah yang membedakan kami dengan nama-nama lokal: cara kami mendistribusikan hotel lebih efisien, sepenuhnya otomatis, dan kami mendapatkan tarif yang lebih baik di pasaran karena kami menjangkau para konsumen secara langsung melalui situs web Accor. Kami juga menawarkan harga jual yang lebih tinggi lewat internet; hal ini akan memberikan profit yang lebih baik kepada investor. Ketika kami mampu memberikan profit yang lebih baik, tentunya kami akan menarik banyak investor.”