BAB II
TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

2.1.1 Marriott International

1. **Sejarah Marriott International**

Gambar 2. 1 Logo Marriott International

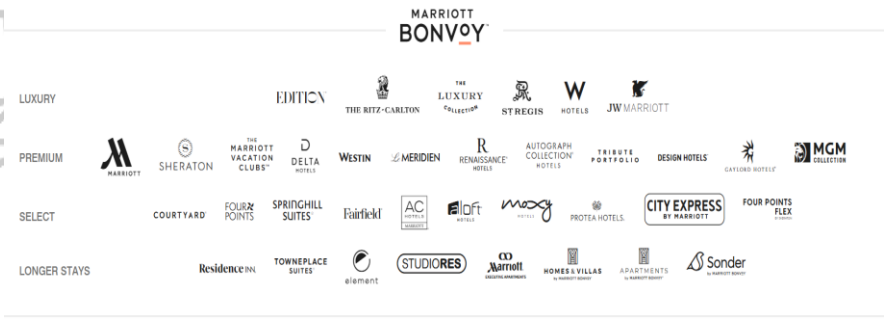
Sumber: Wikipedia.com

Perjalanan bisnis Marriott dimulai pada tahun 1927 ketika pasangan John Willard Marriott dan Alice Sheets Marriott mendirikan sebuah kedai minuman ringan di Washington, D.C., yang kemudian menjadi titik awal pertumbuhan perusahaan di industri perhotelan. Meskipun dimulai dari usaha kecil, bisnis ini berkembang dengan pesat hingga akhirnya menjadi salah satu nama besar dalam sektor akomodasi global. Pada tahun 1993, sebagai bagian dari strategi restrukturisasi, perusahaan ini dipecah menjadi dua entitas yang berdiri secara terpisah, dengan Marriott International sebagai salah satu hasil pemisahan tersebut. Marriott International kemudian berkembang menjadi perusahaan perhotelan multinasional yang bermarkas di Amerika Serikat, dengan fokus utama pada pengelolaan dan pemberian lisensi untuk hotel dan properti residensial. Hingga saat ini, perusahaan ini telah mengelola lebih dari 7.500 properti di 132 negara dan wilayah, serta membawahi lebih dari 30 merek hotel dengan berbagai segmen pasar. Citra global Marriott semakin diperkuat dengan adopsi teknologi, termasuk peluncuran sistem pemesanan daring pada tahun 1995 yang

memungkinkan tamu melakukan reservasi secara mudah dan efisien dari berbagai belahan dunia.

Komitmen Marriott International terhadap pelayanan berkualitas tinggi tercermin dalam visinya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui standar layanan yang premium dan berorientasi pada kepuasan tamu. Setiap merek di bawah naungannya dikembangkan dengan karakter, konsep, dan budaya kerja tersendiri yang disesuaikan dengan target pasarnya, namun tetap menjunjung tinggi nilai inti perusahaan. Untuk menjaga kualitas pelayanan yang konsisten secara global, seluruh karyawan dibekali dengan pelatihan profesional yang menekankan pentingnya etika kerja dan standar industri perhotelan internasional. Inilah yang menjadi salah satu faktor utama keberhasilan Marriott dalam mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di berbagai negara.

Marriott International mengelompokkan hotel-hotel dalam empat kategori utama, yaitu:



Gambar 2. 2 *Logo* Marriott International Group

Sumber: Marriot.com

a. Luxury

Kategori Luxury mewakili tingkat tertinggi dalam standar perhotelan, dengan menawarkan pengalaman menginap yang mewah melalui fasilitas eksklusif, pelayanan personal yang sangat profesional, serta desain interior yang menggabungkan unsur seni modern dengan nuansa elegan. Hotel dalam kategori ini, seperti JW Marriott dan ST Regis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan tamu-tamu premium

yang mengutamakan kenyamanan, prestise, dan kemewahan dalam setiap aspek pelayanan, mulai dari kamar hingga restoran dan spa kelas dunia.

b. Premium

Kategori Premium ditujukan bagi tamu yang mencari kenyamanan dan kualitas tinggi dalam pelayanan tanpa harus berada pada tingkat kemewahan yang ekstrem. Hotel seperti Westin dan Sheraton menyediakan fasilitas elegan dan layanan unggulan yang dirancang untuk memberikan pengalaman menginap yang profesional dan menyenangkan, cocok untuk pelancong bisnis maupun liburan yang menginginkan suasana mewah namun tetap efisien dan fungsional.

c. Select Service

Kategori Select Service menawarkan pilihan akomodasi yang lebih praktis dan terjangkau dibandingkan kelas Luxury maupun Premium, namun tetap mempertahankan standar kenyamanan dan kualitas layanan yang memadai. Contohnya, Four Points dan Fairfield yang menghadirkan konsep penginapan modern yang nyaman dengan harga yang kompetitif, serta menyajikan pilihan bir lokal khas dan hidangan kuliner yang berkualitas, menjadikannya pilihan ideal bagi pelancong bisnis dan wisatawan yang mencari nilai lebih dalam kesederhanaan.

d. Longer Stays

Kategori Longer Stays difokuskan untuk memenuhi kebutuhan tamu yang menginap dalam jangka waktu panjang, dengan menawarkan suasana hunian yang nyaman dan fungsional layaknya rumah sendiri. Hotel seperti Residence Inn dan Element yang menyediakan kamar dilengkapi dapur lengkap, area kerja, dan ruang keluarga, sehingga sangat cocok bagi tamu korporat, ekspatriat, atau keluarga yang membutuhkan tempat tinggal sementara dengan fleksibilitas dan kenyamanan maksimal.

3 Visi Marriott International

Visi Marriott International adalah Menjadi perusahaan perjalanan yang paling disukai di dunia. Visi ini mencerminkan komitmen Marriott

untuk menjadi pilihan utama bagi para pelancong, baik dalam perjalanan bisnis maupun rekreasi. Dengan jaringan hotel yang luas dan beragam di seluruh dunia, Marriott berupaya menyediakan pengalaman menginap yang konsisten, nyaman, dan berkesan. Melalui pelayanan berkualitas tinggi, inovasi yang berkelanjutan, dan pengelolaan merek yang kuat, Marriott ingin menumbuhkan loyalitas pelanggan dan menjadikan setiap perjalanan sebagai pengalaman yang istimewa.

4 Misi Marriott International

Misi Marriott International adalah Meningkatkan kehidupan pelanggan kami dengan menciptakan dan menyediakan pengalaman liburan dan rekreasi yang tak tertandingi. Misi ini diwujudkan melalui berbagai aspek, seperti pelayanan tamu yang luar biasa, penerapan teknologi canggih untuk kenyamanan pelanggan, serta dedikasi terhadap kepuasan tamu. Marriott juga menempatkan karyawannya sebagai aset utama perusahaan, dengan keyakinan bahwa karyawan yang bahagia akan memberikan pelayanan terbaik. Selain itu, Marriott berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, dengan mendukung keberlanjutan, keanekaragaman, dan pemberdayaan komunitas lokal. Melalui misi ini, Marriott terus berupaya menciptakan pengalaman menginap yang bermakna dan berdampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

2.1.2 Sejarah Hotel Sheraton

SHERATON

Gambar 2. 3 Logo hotel Sheraton

Sumber: Wikimedia.com

Sheraton merupakan salah satu jaringan hotel bertaraf internasional yang paling tua dan paling dikenal di dunia, yang saat ini berada di bawah kendali Marriott International. Merek ini pertama kali muncul pada tahun 1937, didirikan oleh dua pengusaha asal Amerika Serikat, Ernest Henderson dan Robert Moore. Mereka memulai usaha perhotelan mereka dengan mengakuisisi sebuah hotel yang terletak di Springfield, Massachusetts, yang kemudian menjadi titik awal dari ekspansi besar mereka. Nama "Sheraton" sendiri berasal dari hotel ketiga yang mereka beli, di mana papan neon bertuliskan nama tersebut sudah terpasang dan sulit untuk diganti karena biaya tinggi, sehingga akhirnya dijadikan sebagai nama resmi jaringan hotel mereka. Tanpa disangka, keputusan praktis ini justru menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Sejak awal, Sheraton berkomitmen untuk memperluas jangkauan dan memberikan pelayanan yang konsisten kepada para tamu.

Pada tahun 1940-an, Sheraton mengalami pertumbuhan yang pesat dan menjadi jaringan hotel pertama yang tercatat di Bursa Efek New York, sebuah pencapaian penting dalam sejarah industri perhotelan. Langkah ini memberi mereka akses pendanaan yang lebih luas dan mempercepat ekspansi ke berbagai kota utama di Amerika. Mereka tidak hanya membeli hotel yang sudah ada, tetapi juga mendirikan bangunan baru dengan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan pelancong saat itu. Strategi pertumbuhan yang agresif ini memperkuat posisi Sheraton sebagai salah satu pemain utama dalam industri perhotelan di era tersebut. Reputasi mereka sebagai penyedia akomodasi yang nyaman dan profesional berhasil menarik minat pelancong dari berbagai latar belakang, baik bisnis maupun rekreasi. Keberhasilan di dalam negeri menjadi pijakan bagi Sheraton untuk mulai merambah pasar internasional.

Langkah menuju ekspansi global dimulai pada tahun 1949 ketika Sheraton membuka properti pertamanya di luar Amerika Serikat, tepatnya di Kanada, yang menjadi awal dari kehadiran mereka secara

internasional. Setelah itu, mereka secara bertahap menembus wilayah Amerika Latin, Eropa, Timur Tengah, dan Asia, termasuk Asia Tenggara. Ekspansi ini menunjukkan fleksibilitas Sheraton dalam menyesuaikan diri dengan budaya dan preferensi lokal, sambil tetap menjaga standar layanan global. Dengan membawa konsep pelayanan yang seragam, Sheraton menjadi salah satu jaringan asing pertama yang beroperasi di banyak negara berkembang. Keberhasilan mereka juga ditunjang oleh kemampuan untuk memadukan nilai-nilai global dengan selera dan kebutuhan lokal. Oleh karena itu, Sheraton menjadi simbol keanggunan dan layanan profesional di berbagai negara di dunia.

Perjalanan bisnis Sheraton mengalami perubahan besar ketika kepemilikan perusahaan berpindah tangan beberapa kali. Pada tahun 1985, ITT Corporation mengambil alih Sheraton dan mengubah namanya menjadi ITT Sheraton, yang membawa pendekatan baru dalam strategi ekspansi dan pengelolaan hotel. Di bawah kepemilikan ITT, Sheraton tetap mengalami pertumbuhan yang solid dan semakin memperluas kehadirannya di berbagai pasar internasional, dengan fokus pada peningkatan layanan dan efisiensi operasional. Selanjutnya, pada tahun 1998, Starwood Hotels & Resorts mengakuisisi Sheraton, memperluas jaringan mereka dengan memasukkan merek-merek ternama seperti Westin, W Hotels, dan St. Regis. Akuisisi ini membawa dampak signifikan bagi Sheraton, yang mendapat investasi besar dalam pengembangan desain hotel, teknologi digital, serta strategi pemasaran. Di era kepemilikan Starwood, Sheraton menjalani berbagai pembaruan sambil mempertahankan citra elegan dan nilai tradisionalnya. Perubahan tersebut menjadikan Sheraton lebih relevan di tengah persaingan yang terus berkembang.

Tahun 2016 menjadi titik penting lain dalam sejarah Sheraton ketika Starwood diakuisisi oleh Marriott International, menjadikannya bagian dari jaringan hotel terbesar secara global. Setelah akuisisi, Marriott meluncurkan program transformasi merek Sheraton secara menyeluruh, termasuk melakukan renovasi pada banyak properti agar tampil lebih modern dan sesuai dengan selera generasi baru. Desain

ruang publik hotel diubah agar terasa lebih terbuka, ramah, dan multifungsi, sehingga dapat bersaing dengan hotel-hotel kontemporer lainnya. Selain perbaikan fisik, Marriott juga mengintegrasikan teknologi dan menyatukan standar layanan di seluruh properti Sheraton untuk memastikan pengalaman tamu yang konsisten. Dalam sistem Marriott Bonvoy, Sheraton menjadi salah satu merek unggulan yang menyasar tamu di segmen menengah atas hingga premium. Transformasi ini membuktikan komitmen Marriott dalam menjaga kekuatan warisan Sheraton sambil menghadirkan pengalaman yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Kini, Sheraton memiliki ratusan hotel yang tersebar di lebih dari 70 negara dan tetap menjadi pilihan utama bagi para pelancong bisnis maupun wisatawan. Citra Sheraton dikenal luas berkat lokasi-lokasi hotel yang strategis, layanan profesional, dan fasilitas yang lengkap untuk mendukung aktivitas seperti rapat, konferensi, dan rekreasi. Untuk menghadapi era digital, Sheraton telah mengadopsi berbagai inovasi seperti check-in daring, area kerja fleksibel, serta koneksi internet cepat di seluruh area hotel. Program loyalitas Marriott Bonvoy juga semakin memperkuat daya tarik Sheraton bagi tamu setia jaringan Marriott. Meski kompetisi di industri perhotelan semakin ketat, Sheraton terus menyesuaikan diri dengan tren baru tanpa kehilangan karakter khasnya. Gabungan antara sejarah panjang dan pembaruan berkelanjutan menjadikan Sheraton sebagai ikon keberhasilan di dunia perhotelan internasional.

2.1.3 Hotel Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin

1. Sejarah Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin

Gambar 2. 4 Logo Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin

Sumber: Instagram.com/Fourpointsjakarta

Four Points by Sheraton Jakarta Thamrin resmi dibuka pada 15 Agustus 2016 dan menjadi properti pertama merek Four Points di Jakarta serta yang keenam di Indonesia pada waktu itu. Hotel ini merupakan hasil kerja sama antara Starwood Hotels & Resorts Worldwide dan PT Thamrin Ekspress Indonesia, anak perusahaan dari Mayapada Group. Kehadiran Four Points di Jakarta menandai langkah strategis untuk memperluas portofolio merek hotel kelas menengah atas yang mengutamakan kenyamanan dan gaya modern.

Hotel ini berlokasi di Menara Topas, Jalan M.H. Thamrin Kav. 9, Jakarta Pusat, yang merupakan kawasan pusat bisnis ibu kota. Lokasinya yang strategis memberikan akses mudah ke berbagai kantor pemerintahan, kedutaan besar, pusat perbelanjaan, serta tempat makan dan hiburan. Bangunan hotel ini juga merupakan bagian dari kompleks pengembangan terpadu yang mencakup area perkantoran, menjadikannya pilihan ideal bagi para pebisnis maupun wisatawan. Dengan total 164 kamar tamu, Four Points by Sheraton Jakarta Thamrin dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan modern yang menginginkan kenyamanan, efisiensi, dan fasilitas lengkap. Hotel ini menawarkan beragam fasilitas, seperti restoran yang menyajikan hidangan lokal dan

internasional, program unggulan “Best Brews” dengan pilihan bir lokal, pusat kebugaran, serta layanan spa. Kombinasi fasilitas ini menjadikan Four Points Thamrin sebagai destinasi menginap yang nyaman dan praktis di jantung kota Jakarta.

Four Points diciptakan untuk menawarkan pengalaman menginap yang nyaman, modern, dan efisien bagi para pelancong bisnis dan rekreasi yang mencari kualitas dengan harga lebih bersahabat. Meskipun mengusung nama “by Sheraton” Four Points bukan sekadar versi murah dari Sheraton, melainkan merek tersendiri dengan karakter dan pendekatan layanan yang lebih simpel dan fungsional. Dengan demikian, ia tetap mewarisi nilai layanan dan standar global Sheraton, namun hadir dengan pendekatan desain dan operasional yang lebih ramping. Hubungan keduanya bisa diibaratkan sebagai kakak-adik dalam satu keluarga merek yang memiliki perbedaan gaya, tetapi berbagi DNA yang sama.

Ketika Starwood masih menjadi pemilik Sheraton dan Four Points, kedua merek tersebut dikembangkan secara paralel dengan target pasar yang berbeda namun saling melengkapi. Four Points diarahkan untuk menempati lokasi-lokasi strategis seperti dekat bandara, kawasan bisnis kecil, atau kota-kota sekunder, sedangkan Sheraton lebih sering hadir di pusat kota besar, kawasan elit, atau tujuan wisata utama. Masing-masing memiliki citra dan positioning yang konsisten yaitu Sheraton sebagai hotel premium dengan fasilitas lengkap dan gaya elegan, sedangkan Four Points sebagai pilihan praktis yang tetap memberikan kenyamanan dan layanan internasional. Keputusan untuk menggunakan “by Sheraton” membantu meningkatkan kepercayaan pasar karena membawa nama yang sudah dikenal dan dihormati di industri perhotelan. Dengan itu, Four Points mampu masuk ke pasar yang lebih luas tanpa kehilangan kredibilitas sebagai hotel internasional. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik pelancong yang menginginkan nilai lebih tanpa membayar mahal untuk kemewahan.

2. Visi Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin

"World's Favorite Travel Company"

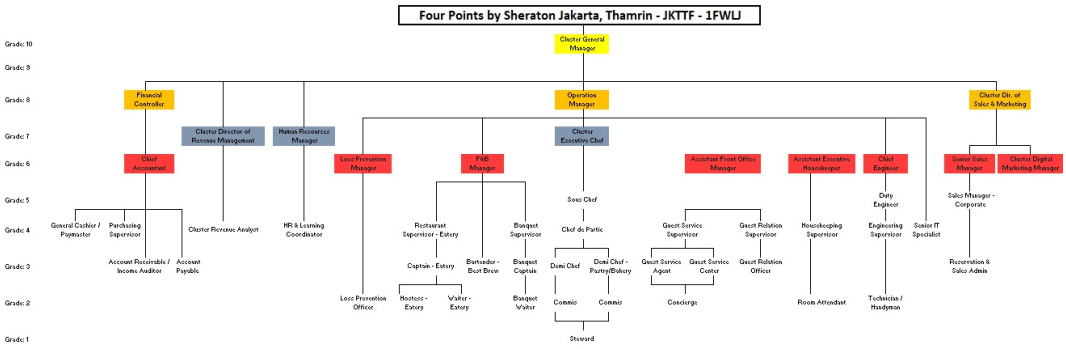
3. **Misi Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin**

"Bridging Cultures and Inspiring Discovery Around The World"

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam perusahaan merupakan susunan sistematis yang mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang antar bagian. Struktur ini membantu menciptakan koordinasi yang efisien di antara seluruh elemen dalam perusahaan. Setiap bagian memiliki peran yang jelas, sehingga memudahkan dalam pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan perusahaan. Selain itu, struktur organisasi juga memperlancar alur komunikasi antar karyawan dan manajemen. Dengan adanya struktur yang tertata, pengambilan keputusan dapat dilakukan lebih cepat dan tepat. Struktur ini juga berfungsi sebagai dasar dalam pengawasan dan evaluasi kinerja masing-masing bagian. Oleh karena itu, struktur organisasi memegang peran penting dalam menjaga stabilitas dan efektivitas operasional perusahaan.

Berikut ini adalah struktur organisasi Hotel Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin. Serta penjelasan dari setiap jabatan yang tercantum.



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Hotel Four Points by Sheraton Jakarta

Sumber: *HR Departement*

1. **General Manager**

General Manager bertanggung jawab atas keseluruhan operasional hotel dan memastikan seluruh departemen bekerja selaras dengan visi perusahaan. Ia memimpin para kepala departemen, mengarahkan pencapaian target finansial dan operasional, serta merancang strategi untuk meningkatkan profitabilitas dan kepuasan tamu. Dalam melaksanakan tugasnya, ia harus mampu melakukan koordinasi lintas departemen dengan efektif dan efisien agar tercipta sinergi antar tim. Selain itu, beliau juga menjadi penghubung utama antara manajemen puncak dan pemilik perusahaan dalam hal pelaporan hasil kinerja. Kepemimpinan yang kuat serta kemampuan analisis yang tinggi menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Secara keseluruhan, posisi General Manager memegang tanggung jawab besar dalam menjaga arah perusahaan agar tetap kompetitif dan berkembang di pasar.

2. **Financial Controller**

Financial Controller memegang peran penting dalam pengelolaan keuangan hotel, mulai dari penyusunan anggaran, pembuatan laporan keuangan, hingga pengawasan pengeluaran agar sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Ia juga merancang strategi keuangan jangka pendek dan panjang untuk memastikan stabilitas dan pertumbuhan finansial hotel. Selain itu, ia bertanggung jawab dalam menyusun anggaran tahunan, mengontrol pengeluaran, serta memastikan efisiensi penggunaan dana. Ia juga menjadi pihak yang melakukan evaluasi risiko keuangan dan menyusun langkah mitigasi untuk menjaga stabilitas finansial. Dengan kepemimpinan dan ketelitian tinggi, perannya sangat penting untuk menjaga keberlangsungan perusahaan secara finansial.

3. **Human Resources Manager**

Human Resources Manager mengelola seluruh aspek ketenagakerjaan, seperti rekrutmen, pelatihan, pengembangan karir, dan penyelesaian keluhan karyawan. Ia menciptakan lingkungan kerja

yang kondusif serta menegakkan kebijakan perusahaan secara adil, guna memastikan produktivitas dan kesejahteraan tim kerja.

4. **Direktur Sales Manager**

Direktur Sales Manager bertugas merancang strategi penjualan untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan pendapatan hotel. Ia menjalin kerja sama strategis dengan agen perjalanan, instansi pemerintah, dan perusahaan korporat, serta membimbing tim pemasaran dalam pencapaian target penjualan bulanan maupun tahunan.

5. **Sales Manager**

Sales Manager menjalankan strategi penjualan yang telah ditetapkan, dengan fokus pada peningkatan pendapatan dari pemesanan kamar dan acara. Ia menjalin serta mempertahankan relasi dengan klien baru maupun lama, serta aktif mengadakan promosi, presentasi, dan pertemuan penjualan untuk mencapai target yang ditentukan.

6. **Digital Marketing Manager**

Digital Marketing Manager bertanggung jawab dalam menyusun dan melaksanakan strategi pemasaran digital hotel, termasuk melalui kampanye media sosial dan website resmi. Ia menanggapi interaksi tamu secara profesional serta menganalisis efektivitas kampanye untuk meningkatkan visibilitas dan citra hotel di pasar digital.

7. **Direktur Revenue**

Direktur Revenue bertugas menyusun strategi harga dan penjualan kamar berdasarkan tren dan permintaan pasar. Ia memantau pergerakan pasar secara berkala guna menyesuaikan harga yang kompetitif dan efektif, serta merancang promosi untuk meningkatkan tingkat hunian dan pendapatan hotel.

8. **IT Specialist**

IT Specialist mengelola seluruh sistem teknologi informasi hotel, termasuk perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan. Ia memberikan dukungan teknis kepada staf, menjaga keamanan data, dan memastikan sistem teknologi berjalan lancar untuk mendukung kelancaran operasional harian hotel.

9. **Chief Engineer**

Chief Engineer bertanggung jawab atas semua aspek teknis dan infrastruktur hotel, seperti listrik, sistem pendingin udara, dan saluran air. Ia menyusun jadwal perawatan berkala dan mengatur tim teknisi untuk memastikan semua fasilitas hotel berfungsi optimal dan dalam kondisi aman.

10. **Engineering Manager**

Engineering Supervisor membantu Chief Engineer dalam pelaksanaan aktivitas teknis harian. Ia memastikan jadwal perawatan berjalan tepat waktu, melaporkan perkembangan perbaikan, dan menjaga agar semua fasilitas hotel selalu dalam kondisi nyaman dan aman bagi tamu.

11. **Housekeeping Manager**

Assistant Housekeeping Manager bertugas membantu dalam menjaga kebersihan kamar dan area publik hotel. Ia mengatur jadwal kerja staf housekeeping, memastikan ketersediaan perlengkapan kebersihan, serta menangani keluhan tamu terkait kebersihan demi menjamin kenyamanan selama menginap.

12. **Front Office Manager**

Assistant Front Office Manager memastikan layanan resepsionis berjalan lancar, termasuk proses check-in dan check-out yang efisien. Ia membimbing staf front office agar memberikan

pelayanan sesuai standar hotel serta menangani kebutuhan tamu dengan ramah dan profesional.

13. Head Chef

Head Chef memimpin operasional dapur secara menyeluruh, mulai dari perencanaan menu, pengadaan bahan baku, hingga pengelolaan anggaran dapur. Ia juga menciptakan resep baru, memastikan kualitas makanan tetap terjaga, serta mengatur tim dapur agar bekerja secara efisien dan higienis.

14. F&B Manager

F&B Manager mengelola seluruh operasional makanan dan minuman hotel, termasuk restoran dan layanan kamar. Ia menyusun anggaran, mengawasi pengeluaran, dan menjaga standar pelayanan agar para tamu mendapatkan pengalaman bersantap yang berkualitas dan memuaskan.

15. LP (Loss Prevention) Manager

LP Manager bertanggung jawab atas keamanan hotel dan keselamatan seluruh tamu serta karyawan. Ia mengelola sistem pengawasan seperti CCTV dan alarm, serta menyusun prosedur keamanan untuk mencegah pencurian dan melindungi aset hotel secara menyeluruh.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Four Points by Sheraton Jakarta, Thamrin adalah hotel berbintang empat yang terletak di pusat kota Jakarta, tepatnya di kawasan strategis Jalan M.H. Thamrin. Hotel ini menawarkan akomodasi modern dengan kamar dan suite yang dilengkapi tempat tidur Four Comfort, Wi-Fi, serta pemandangan kota yang indah. Bagi para tamu yang ingin menikmati pengalaman kuliner, hotel menyediakan restoran The Eatery yang

menyajikan hidangan lokal dan internasional. Selain itu, terdapat Best Brews, Eatry, dan Room Dinning yang menjadi tempat bersantai dengan aneka pilihan minuman. Hotel ini juga dilengkapi pusat kebugaran 24 jam, layanan spa, laundry untuk menunjang kenyamanan tamu. Semua fasilitas tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan tamu bisnis maupun wisatawan.

Sebagai bagian dari jaringan Marriott, Four Points Thamrin memiliki berbagai fasilitas bisnis yang mendukung kebutuhan korporat dan acara. Hotel menyediakan ruang pertemuan yang fleksibel dan layanan perencanaan acara profesional, lengkap dengan pilihan katering. Layanan tambahan seperti antar-jemput bandara, layanan kamar, dan concierge juga tersedia untuk menunjang kenyamanan. Setiap layanan dirancang agar tamu mendapatkan pengalaman menginap yang efisien dan menyenangkan. Karyawan hotel dilatih untuk memberikan pelayanan ramah dan profesional sesuai standar internasional. Hotel ini juga sering menjadi pilihan untuk menginap saat perjalanan dinas maupun untuk mengadakan acara kantor.

Lokasinya yang strategis menjadikan Four Points Thamrin sangat ideal bagi pelancong bisnis maupun wisatawan. Hotel ini berada dekat dengan pusat perbelanjaan ternama seperti Grand Indonesia dan Plaza Indonesia. Selain itu, letaknya juga berdekatan dengan berbagai kantor pemerintahan dan perusahaan swasta. Hal ini membuat akses ke berbagai tempat penting menjadi sangat mudah dan efisien. Tamu dapat menikmati kehidupan kota Jakarta yang dinamis dengan kenyamanan akomodasi modern. Secara keseluruhan, hotel ini merupakan pilihan tepat bagi siapa pun yang mencari kenyamanan, kemudahan, dan kualitas pelayanan yang tinggi di pusat ibu kota.