

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diawal tahun 2020, hampir seluruh wilayah di dunia dilanda oleh pandemi yang disebut *Corona Virus Disease* atau COVID-19. Virus ini ditemukan pertama kali di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini dengan sangat cepat menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan. COVID-19 sendiri adalah virus yang menyerang imun pada paru-paru. Di Indonesia melalui Menteri Kesehatan atau Menkes Indonesia dilansir dari [Indonesia.go.id](https://www.indonesia.go.id) mengumumkan kasus positif pertama terpapar COVID-19 di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Diketahui bahwa hingga saat ini COVID-19 telah menyebar ke lebih 60 negara tercatat hingga Senin (2/3/2020) dengan total kasus mencapai angka 88.382.

Dalam rangka penanggulangan COVID-19, pemerintah Indonesia memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB melalui peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 21 tahun 2020. Dalam peraturan pemerintah ini, yang dimaksud dengan PSBB adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi COVID-19. *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa COVID-19 ini adalah sebagai pandemi dan Indonesia sendiri telah menyatakan bahwa COVID-19 sebagai bencana non alam berupa wabah penyakit yang wajib dilakukan upaya penanggulangan sehingga tidak terjadi peningkatan kasus. Selain melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB, pemerintah Indonesia melakukan berbagai upaya berupa sistem dan protokol ketat guna memantau pergerakan dan masyarakat di Indonesia. Diantaranya adalah penutupan akses jalur keluar masuk negara/kota, pemberlakuan jam malam untuk beberapa wilayah yang di atur oleh peraturan setiap daerah serta kegiatan belajar-mengajar pun dilakukan secara *daring*.

Dengan sistem yang telah dilakukan oleh pemerintah ini menyebabkan banyaknya perusahaan-perusahaan besar maupun kecil mengalami kerugian yang

cukup besar. Banyak sumber daya manusia yang terpaksa dirumahkan atau bahkan terkena PHK karena perusahaan merugi. Banyak industri yang tidak dapat beroperasi akibat pandemi ini, beberapa diantaranya adalah *Tour & Travel*, Olahraga, *Event Organizer*, Produksi Film, *Mall* dan masih banyak lagi. Artinya hampir semua sektor terkena dampak kerugian yang ditimbulkan dengan adanya wabah penyakit ini. Dampak wabah ini juga ‘memukul’ industri perhotelan yang berdampak pada anjloknya okupansi (unit yang terpakai) di beberapa daerah karena wisatawan enggan melakukan perjalanan wisata guna menghindari penularan COVID-19 dan belum adanya kejelasan kapan pandemi ini mereda.

Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan data industri yang terkena dampak dari pandemi COVID 19

Industry impact analysis

Covid-19 Industry Impact boardofinnovation.com

Note: Detailed impact analysis per industry as indicated reports.

Industry characteristics

If characteristic is present in your or your clients' business, impact is negative (unless you successfully pivot)

	Large gatherings are essential	Close human interaction is essential	Hygiene, or perception thereof, is critical	Dependant on travel (business and leisure)	Service or product is postponable or expendable	Impact analysis
Tourism and hospitality	Very high	Very high	High	Very high	High	Very high
Sports	Very high	Very high	Medium	Low	Medium	High
Music	High	High	Low	Medium	Medium	High
Automotive	Low	Low	Medium	Low	Very high	High
Beverages (Alcohol)	High	High	Medium	Medium	Low	Medium
Retail (non-food)	High	Medium	Medium	Medium	Medium	Medium
Pharmaceuticals	Low	Low	High	Low	Low	Low

Gambar 1.1 Data Industri yang terdampak COVID-19

(sumber : okezone.com, 2020) di akses pada 6 Juni 2020 pukul 14:41 WIB)

Gambar di atas menunjukkan industri yang terkena dampak COVID 19. *Touris and Hospitality* (Hotel) menjadi industri yang paling terkena dampak dari pandemi ini.

Dikutip dari laman Kompas.com – 20 April 2020, penyebaran COVID-19 yang masif di hampir seluruh negara di dunia berdampak besar terhadap perekonomian global termasuk di Indonesia. Berdasarkan data Kemanaker, terdapat 2.084.593 pekerja dari 116.370 perusahaan dirumahkan dan terkena PHK akibat pandemi COVID-19, langkah ini di ambil perusahaan untuk menekan biaya

pengeluaran. Menurunnya jumlah wiasatan mancanegara juga berdampak besar bagi perekonomian Indonesia, hal ini disebabkan penutupan akses keluar masuk bandara sehingga Indonesia tidak kedatangan wisatawan mancanegara. Dampak negatif dari COVID-19 ini sangat luas dan terasa sekali pengaruhnya pada setiap kota yang terdapat virus COVID-19.

Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jejak COVID-19 pertama di Indonesia



Gambar 1.2 Jejak Pertama Corona di Indonesia

(Sumber : <https://images.app.goo.gl/F2JT5pu7V2qrsWnV7> diakses pada 10 Desember 2020 pukul 15:42 WIB)

Adapun di Depok yang menjadi kota pertama yang terdapat kasus positif COVID-19 di Indonesia seperti yang telah diberitakan oleh sejumlah media membuat masyarakat takut untuk melakukan perjalanan wisata / dinas ke kota Depok sehingga ini mengakibatkan pembatalan sejumlah perjalanan ke kota Depok serta membuat banyak tamu hotel yang membatalkan pemesanan kamar. Di kutip dari medcom.id, kepala kamar dagang Indonesia Kota Depok, M Miftah Sunandar mengatakan bahwa kejadian ini berimbas pada keengganan orang dari luar Depok untuk datang. Selain itu juga M Miftah menambahkan bahwa selain pengunjung yang enggan berkunjung, para pebisnis pun masih takut untuk menginvestasikan

modalnya di Kota Depok. Bahkan okupansi di seluruh kota menurun hingga 40 persen.

Berikut adalah gambar infografis yang menunjukkan data statistik pariwisata selama COVID 19



Gambar 1.3 Infografis Sektor Pariwisata

(sumber : (tempo.co, 2020), diakses pada 7 Jun.i 2020 pukul 13.46 WIB)

Menurut data infografis diatas, sektor pariwisata adalah yang terpuruk akibat wabah COVID-19 ini. Menteri Luar Negeri Retno Marsudi mengumumkan penghentian sementara semua kunjungan dan transit warga negara asing ke Indonesia. Sebelumnya, ratusan ribu orang membatalkan perjalanan mereka.

Seperti yang kita ketahui, Industri Perhotelan dengan Industri Pariwisata sangat erat kaitannya. Bagaimana tidak, banyak sekali kontribusi dari Industri Perhotelan yang membantu perkembangan Industri Pariwisata. Salah satunya adalah menjadi tolak ukur suatu keberhasilan daerah dalam mempromosikan atau mengundang wisatawan untuk datang ke daerah tersebut. Suatu daerah tujuan wisatawan tentu saja membutuhkan tempat untuk menginap dan disinilah peran

hotel sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

Dikutip dari laman Republika.co.id – 7 Maret 2020, GM *Secretary* Hotel Santika Depok, Hera Panjaitan, mengungkapkan bahwa untuk tingkat hunian pada akhir pekan memang sedikit menurun dibandingkan sebelumnya. Ketika akhir pekan tiba, biasanya ramai dengan keluarga yang memesan kamar dan pandemi ini membuat beberapa *event* pun terpaksa harus di *cancel*. Perihal yang sama pun diungkapkan oleh PR *Manager* The Margo Hotel, Kartika Sekartaji yang mengatakan banyak pengunjung yang merasa khawatir dan membatalkan berkunjung ke Kota Depok. Yang terbaru, pihaknya juga melakukan pembersihan yang lebih sering ke benda-benda yang sering digunakan pengunjung, seperti pembersihan gagang pintu, tombol lift, pegangan tangga dan toilet serta juga melakukan penyemprotan disinfektan.

Dikutip dari (Warta Ekonomi), Wali Kota Depok, Mohammad Idris menegaskan bahwa Kota Depok saat ini aman terkendali dan yang bersangkutan pun meminta masyarakat untuk tidak panik terhadap COVID-19 serta mempersilahkan bagi masyarakat yang berasal dari luar Kota Depok untuk berkunjung. Fenomena ini tentunya membuat bisnis perhotelan di Kota Depok harus memutar otak dan berusaha sebaik mungkin dalam memanfaatkan pasar yang tersedia dengan memberi citra/*image* serta layanan khusus kepada para tamunya. Kondisi ini juga membuat hotel harus mempunyai strategi bisnis yang fleksibel dan tepat sasaran, sehingga perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan.

Maka dari itu, salah satu yang menarik perhatian peneliti adalah salah satu Hotel yang berada di Kota Depok, yaitu Hotel Bumi Wiyata. Hotel yang berkonsep *Green MICE Hotel*. *MICE* sendiri merupakan singkatan dari *Meeting Incentive Conference Exhibition*. *MICE* adalah jenis kegiatan yang terdapat dalam industri pariwisata. *MICE* menurut Pendit (1999:25), diartikan sebagai wisata konvensi, dengan Batasan : usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayan bagi suatu pertemuan sekelompok

orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Sedangkan menurut Kesrul (2004:3), *MICE* sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, cobentions, congresses, conference* dan *exhibition*. Hotel Bumi Wiyata Depok merupakan satu-satunya Hotel di kota Depok yang berkonsep *Green MICE* Hotel. Dengan luas lahan yang kurang lebih mencapai 12 hektar, membuat Hotel Bumi Wiyata Depok memiliki *strength point* yang tidak dimiliki oleh kompetitor.

Menurut pra-riset pada bulan Juni 2020 yang dilakukan oleh peneliti dengan Ibu Hesty sebagai *General Manager* dari Hotel Bumi Wiyata Depok, Ibu Hesty mengatakan bahwa kompetitor dari Hotel Bumi Wiyata Depok adalah hotel-hotel yang terletak di Kawasan Margonda Raya Depok. Margonda Raya sendiri merupakan pusat perkotaan dari kota Depok. Kompetitor nya yaitu hotel Santika, Grand Savero, The Margo Hotel dan Fave hotel. Ibu Hesty menambahkan bahwa dari ke empat kompetitor itu merupakan pendatang baru dan hanya memiliki fasilitas layaknya hotel pada umumnya. Peneliti sempat melakukan survey lapangan untuk mengetahui situasi dan kondisi dari kompetitor, peneliti menemukan fakta bahwa fasilitas yang dimiliki oleh kompetitor tidak selengkap Hotel Bumi Wiyata.

Fungsi hotel tidak hanya tempat untuk menginap bagi wisatawan, namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar atau sekedar untuk bersantai sambil menikmati ketenangan. Hotel Bumi Wiyata Depok merupakan hotel terbesar yang ada di Kota Depok dengan luas wilayah sekitar 12 hektar, hal ini dapat dibuktikan dari jumlah kamar sebanyak 91 kamar dengan 6 tipe kamar yaitu *Standard Room, Deluxe Superior Room, Suite Room, Deluxe Suite Room* dan *Executive Room*, mempunyai 3 tipe kolam renang serta ruang pertemuan (*meeting room*) sebanyak 16 ruang dengan 2 *Ballroom*. Hotel

Bumi Wiyata Depok juga mempunyai *Driving Range, Outbond Area, Fitness Center*.

Berikut adalah gambar perbandingan okupansi hotel tahun 2019 dan 2020

Comparison Period (Pandemic Covid 19)

Mth	2019			2020		
	RNS	Occ %	Total Guest Occupied	RNS	Occ %	Total Guest Occupied
Mar	1497	53,07	3255	1361	48,25%	3232
April	1767	64,73	3962	389	14,25	710
Mei	1163	41,23	1486	358	12,69	636
Jun	1094	40,07	2318	422	15,46	739
Jun	1708	60,55	3229	691	24,49	1221
Agustus	1701	60,30	3581	818	29,00	1478

GM/file/20

Gambar 1.4 Perbandingan data okupansi hotel tahun 2019 dan 2020
(Sumber : Hotel Bumi Wiyata)

Dari gambar yang tertera diatas dapat dilihat bahwa Hotel Bumi Wiyata mengalami penurunan yang signifikan dalam masa pandemi ini dibandingkan dengan sebelum terjadi pandemi COVID-19. Okupansi Hotel di tahun 2019 menunjukkan Hotel Bumi Wiyata berada di presentase yang cukup baik. Memasuki tahun 2020 dunia di kagetkan dengan fenomena COVID-19 yang membuat okupansi Hotel Bumi Wiyata pun mengalami penurunan. Dalam menghadapi pandemi ini, Hotel Bumi Wiyata Depok melalui *Marketing Communication* melakukan penyusunan strategi yang tepat demi menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Hal ini perlu dilakukan oleh Hotel Bumi Wiyata Depok, mengingat bahwa persaingan di bidang usaha ini sangatlah ketat, sehingga perlu menyusun strategi dalam masa pandemi seperti ini. *Marketing Communication* sebagai pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan, perusahaan tidak akan mampu bersaing tanpa peran *Marketing Communication*. Strategi pemasaran tersebut merupakan kiat perusahaan untuk mencapai keuntungan yang diinginkan. Macam-macam taktik dan strategi perlu dikembangkan oleh sebuah perusahaan supaya dapat bersaing dalam setiap keadaan, termasuk pada saat pandemi seperti sekarang ini.

Sebuah hotel harus mampu merancang strategi promosi yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuannya adalah dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel dengan pelayanan/fasilitas yang ditawarkan. Maka dari itu, untuk menarik perhatian tamu hotel, perusahaan harus bisa menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dengan segala kondisi yang sedang dihadapi. Menurut Assauri (2009:169), Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, Strategi pemasaran berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan dan melibatkan perencanaan program-program pemasaran untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Perusahaan bergantung pada strategi pemasaran untuk mencanangkan lini produk atau jasanya (Hermawan, 2012:40). Strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan /kondisi pada saat ini.

Dalam melakukan pemasaran produk dan jasa, tentunya tidak lepas dari komunikasi karena salah satu tujuan dari komunikasi menurut Dedy Mulyana (2004) dalam Suryanto (2015:27) adalah informasi yang disampaikan dapat dipahami orang lain, komunikator yang baik dapat menjelaskan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti hal-hal yang dimaksudkan.

Alasan peneliti memilih Hotel Bumi Wiyata Depok sebagai objek penelitian adalah, karena Hotel Bumi Wiyata merupakan hotel pertama yang ada di kota Depok dan memiliki lahan paling luas yaitu mencapai 12 hektar, hal ini dapat dibuktikan dari fasilitas yang dimiliki serta satu-satunya yang berkonsep *Green MICE* Hotel, Hotel Bumi Wiyata Depok juga memiliki *strength point* yang tidak dimiliki oleh kompetitor seperti *Driving Range*, *Outbond Area* dan lahan yang luas, terlebih lagi Depok merupakan kota pertama di Indonesia yang terdapat kasus positif COVID-19. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi

komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Bumi Wiyata dalam masa pandemi COVID-19.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk memfokuskan dan membatasi uraian serta penjelasan penelitian yang hanya terkait dengan masalah yang diteliti. Maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah **bagaimana strategi komunikasi pemasaran Hotel Bumi Wiyata Depok dalam masa pandemi COVID-19.**

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Hotel Bumi Wiyata Depok dalam masa pandemi COVID-19 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan masalah yang telah dijelaskan di atas. Maka dapat ditemukan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran Hotel Bumi Wiyata Depok di masa pandemi COVID-19.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua aspek, yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi dan wawasan bagi para mahasiswa yang membaca atau bagi para pembaca lainnya, untuk mengerjakan sebuah penelitian yang bertemakan mengenai strategi komunikasi pemasaran pada industri perhotelan.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai referensi perusahaan dalam menerapkan strategi

komunikasi pemasaran

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada bulan Juni 2020 hingga dengan bulan Desember 2020