

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini seluruh dunia sedang menghadapi masa-masa sulit dikarenakan wabah virus mematikan yang sedang tersebar di berbagai penjuru dunia. Virus tersebut bernama *Covid-19* dan menyebabkan banyak jiwa yang meninggal dan dirawat intensif akibat virus ini. Hal ini terjadi akibat penularan virus ini sangatlah cepat dan sangat gampang menyebar bahkan diberbagai negara beberapa bangunan terpaksa dialih fungsikan menjadi Rumah Sakit khusus untuk menangani pasien yang terinfeksi oleh virus *Corona/Covid-19*.

Presiden Joko Widodo mengatakan, kasus virus *coronadi* Indonesia terungkap usai ada laporan warga negara Jepang dinyatakan positif. Masalahnya, warga negara jepang ini baru saja berkunjung ke Indonesia. Pemerintah kemudian langsung menelusuri siapa saja yang melakukan kontak dengan pasien tersebut.”Begitu ada informasi bahwa orang jepang yang ke indonesia kemudian tinggal di Malaysia dan di cek disana positif corona, tim dari indonesia langsung telusuri. Orang jepang bertamu ke siapa, bertemu siapa, ditelusuri da ketemu. Ternyata orang yang terkena virus berhubungan dengan dua orang, ibu 64 tahun dan putrinya 31 tahun.” Tutar Jokowi.

Menteri kesehatan Terawan Agus Putranto menjelaskan dari kedua pasien, salah satunya merupakan guru dansa. Pasien 31 tahun ini lantas melakukan kontak

fisik dengan WNA asal Jepang. Untuk informasi sebelum ke Indonesia, warga negara Jepang ini bermukim di Malaysia sejak Februari 2020 lalu. Jadi, si pasien cewek ini yang 31 tahun itu guru dansa. Dia berdansa dengan teman dekatnya itu (WN Jepang),” Ujar Terawan kepada wartawan di RSPI Sulianti Saroso, Jakarta Utara, Senin (2/3). Pada 28 Februari 2020, pasien mendapatkan telepon dari temannya yang di Malaysia. Dalam sambungan telepon tersebut, pasien mendapat informasi jika WNA Jepang merupakan temannya itu positif terinfeksi virus Corona. “Kemudian pasien tersebut memberi tahu perawat rumah sakit” Jelas Terawan. Mengetahui informasi tersebut, pihak rumah sakit langsung memasukkan pasien dalam status pemantauan terkait virus corona. “Sehingga teman-teman dokter yang ada di rumah sakit tersebut menyiapkan diri standard perawatan pasien terjangkit pasien virus corona.” Jelasnya.

Setelah menjalankan tahapan pemeriksaan di rumah sakit lama, kemudian dikonfirmasi positif virus corona. Kemudian pasien langsung dipindahkan ke Rumah Sakit Penyakit Infeksi (RSPI) Sulianti Saroso, Jakarta Utara. “ Begitu dipindahkan langsung di cek. Hasilnya tadi pagi maka ditracking sudah jalan, sehingga pasien cewek ini bersama ibunya, dua-duanya di cek. Saat ini kondisinya baik, batuk-batuk sesekali,” Kata Terawan.

Untuk mengurangi dampak penyebaran virus ini, berbagai negara yang terdampak termasuk Indonesia terpaksa mengambil kebijakan membatasi segala aktivitas warganegaranya untuk memutus rantai penyebaran *Covid-19* agar tidak semakin memperbanyak korban jiwa.

Di Indonesia sendiri, pemerintah pusat menghimbau masyarakat agar tetap berada di rumah dan tidak melakukan aktivitas diluar rumah agar membatasi penularan virus *Covid-19* ini. Dengan adanya virus ini, aktivitas pendidikan pun dialihkan menjadi sistem belajar online dengan tetap berada dibawah kontrol dari guru/dosen ditempat mereka menempuh pendidikan. Bahkan beberapa pemerintah provinsi memberlakukan sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dimana, sekolah dan tempat kerja diliburkan, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan ditempat atau fasilitas umum. PSBB dilakukan setelah mendapatkan persetujuan Menteri Kesehatan melalui keputusan Menteri. Adanya pandemi *Covid-19* ini tentunya sangat berpengaruh terhadap sektor perekonomian maupun sektor pariwisata. Hal ini terbukti banyaknya karyawan yang di PHK oleh perusahaan tempat mereka bekerja, ada juga karyawan yang dirumahkan sampai waktu yang tidak ditentukan, bahkan ada karyawan yang harus rela dipotong gajinya dikarenakan pemasukan perusahaan sedang menurun drastis akibat pandemi *Covid-19* ini.

Virus corona (*Covid-19*) juga telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor pariwisata nasional. Hal ini terefleksi dengan maraknya hotel yang memutuskan untuk tutup sementara. Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Hariyadi Sukamdani mengatakan sampai dengan senin (06/04/2020) tercatat sudah ada 1.226 hotel yang tutup. Lebih lanjut, Hariyadi Sukamdani menyebutkan, penutupan hotel berdampak terhadap sekitar 150.000 karyawan. Banyaknya hotel yang tutup dikarenakan masyarakat lebih memilih untuk tetap berada di rumah karena adanya imbauan dari pemerintah untuk

melakukan *social distancing* yang membatasi aktivitas masyarakat diluar rumah, isolasi mandiri, serta *Work From home* (WFH). Situasi yang seperti ini tentu sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk menginap dihotel baik saat ini, ataupun dimasa yang akan datang kelak yang disebabkan oleh ketakutan masyarakat akan tertular oleh virus covid-19. Mengingat, hotel adalah tempat yang dapat dikunjungi oleh siapa saja untuk menginap. Hal ini dapat menjadi kekhawatiran bagi masyarakat karena mereka mungkin menganggap bahwa hotel adalah tempat yang belum terjamin kesterilannya dikarenakan banyak didatangi oleh orang dari berbagai penjuru dan dengan aktivitas yang berbeda pula. Maka dari itu, penting bagi pihak pengelola hotel untuk mengembalikan trust ataupun kepercayaan masyarakat agar meningkatkan minat untuk menginap dihotel. Kebijakan pihak manajemen hotel akan sangat vital dan berpengaruh untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat untuk kembali menginap. Menurut George R.T (2000:4) mengatakan bahwa “Manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber daya lainnya”.

Tamu hotel merupakan sektor paling vital yang menjadi sumber income terutama dihotel Sutomo Guest House agar sebuah hotel tetap bisa menjalankan operasionalnya. Menurut Bambang Sujatno (2006:6-7) “Tamu hotel adalah orang-orang yang mengkehendaki pelayanan yang disediakan oleh hotel. Tamu adalah orang-orang yang sangat penting yang menggunakan fasilitas hotel. Tamu

bukanlah benda mati, tetapi manusia yang mempunyai perasaan emosi, rasa suka, dan curiga”. Namun pada saat masa pandemi *Covid-19* yang sedang dialami dunia termasuk Indonesia pada saat ini, tamu hotel yang menginap menurun drastis. Oleh karena itu, pihak manajemen hotel perlu mengambil kebijakan dan menerapkan strategi marketing guna kembali mengembalikan trust/kepercayaan tamu hotel untuk menginap di hotel tersebut. Menurut Assauri (2009:169) strategi pemasaran pada dasarnya adalah perencanaan secara menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran atau perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan atau sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Disamping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/situasi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman. Hasil penelitian ini nantinya akan dijadikan dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi

yang akan dijalankan ditengah pandemi covid-19 saat ini untuk mengembalikan *Trust*/kepercayaan tamu hotel dimasa yang akan datang. Mengingat sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang sumber pendapatan daerah yang cukup besar. “Bahkan sejak 2018 sampai tahun 2020 ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah hotel, kuliner, dan berbagai sarana hiburan lainnya, yang tentunya meningkatkan jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara.” Ucap kadis pariwisata medan Agus Suryono.

Bisnis hotel dikota Medan-Sumatera Utara memiliki perkembangan dan pertumbuhan yang terus meningkat. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2012 jumlah hotel berbintang di Sumatera Utara adalah sebanyak 83 hotel dengan jumlah kamar sebanyak 7535 kamar. Seiring dengan semakin banyaknya pembangunan hotel berbintang di kota Medan Sumatera Utara maka sangat diperlukan kesiapan manajemen dalam menghadapi persaingan. Persaingan itu didasarkan pada upaya untuk memenangkan pasar, yaitu khalayak pengguna jasa hotel yang menginap di hotel untuk maksud tertentu. Dibutuhkan upaya maksimal yang dapat menarik minat konsumen untuk memilih menginap di hotel yang dipandangny dapat memberi kenyamanan, serta dapat menyediakan apa yang menjadi kebutuhannya, sebab jika tidak maka konsumen dapat mencari alternatif hotel lain yang sejenis yang dapat memenuhi kebutuhannya. Upaya dalam menarik minat konsumen tersebut salah satunya adalah melalui promosi. Promosi merupakan aktifitas pemasaran yang dilakukan dalam rangka menciptakan kesadaran dan menambah pengetahuan konsumen tentang produk dengan berbagai

atributnya, menginformasikan kelebihan produk, menciptakan citra produk, atau menciptakan sikap positif, preferensi, dan keinginan membeli produk bersangkutan. Menurut Tjiptono (2000), promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk konsumen. Penyusunan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya.

Sutomo Guest House adalah salah satu hotel berbintang dua yang ada dikota medan yang tentunya memiliki strategi pemasaran untuk meningkatkan kunjungan tamu serta volume penjualan kamar hotelnya. Berbeda dengan hotel bintang lima dimana melakukan promosi penjualan dan periklanan dengan menggunakan media televisi dan mengikut sertakan seluruh variabel dalam bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, publisitas, dan humas), sedangkan Sutomo Guest House melakukan kegiatan-kegiatan promosinya dengan menggunakan tiga macam alat promosi, yaitu periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan, yang biasanya dilakukan pada bagian pemasaran. Pada masa pandemi covid-19 pada saat ini, kebijakan pihak manajemen hotel harus mengambil kebijakan dan menentukan strategi marketing untuk membangun kembali trust atau kepercayaan tamu hotel untuk menginap.

Sejauh ini pengunjung di Hotel Sutomo Guest House sedang mengalami penurunan jumlah tamu yang menginap. Disaat situasi normal, *occupancy* hotel rata-rata bisa mencapai 70-80%/Hari. Sejak masa pandemi terhitung sejak akhir

maret lalu, jumlah *occupancy* hotel hanya bisa mencapai 30-40% saja dalam sehari. Tentunya situasi seperti ini sangat mengganggu sisi finansial hotel yang tidak hanya berdampak terhadap hotel, tetapi karyawan juga merasakan dampaknya. Selama masa pandemi, gaji karyawan akan dipotong sebanyak 25% apabila karyawan tidak menyetujui maka pihak hotel terpaksa merumahkan karyawan tersebut. Sebagai langkah untuk tetap bisa menjaga keunggulan bersaing dan kembali menarik minat tamu untuk menginap, maka pihak hotel dirasa perlu melakukan langkah strategis untuk meningkatkan kembali jumlah *occupancy* yang saat ini sedang mengalami penurunan. Manajemen hotel harus menerapkan strategi yang bisa membangun *Trust/Kepercayaan* tamu hotel untuk menginap. Menurut Kotler dan Keller (2012) “kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati”.

Kepercayaan tamu merupakan komponen penting yang harus dimiliki pihak hotel agar tetap menarik minat tamu untuk menginap. Selain kepercayaan, tentunya manajemen hotel juga perlu memberlakukan kebijakan atau mengambil langkah strategis lainnya untuk tetap bisa bersaing dengan kompetitor.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Pengaruh Kebijakan Manajemen Hotel dan Strategi Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Membangun Trust Masyarakat di Masa Yang Akan Datang/Pasca Pandemi (Study Kasus di Sutomo Guest House).**



## 1.2. Perumusan Masalah

Mengingat penelitian ini berfokus pada kebijakan manajemen hotel dan strategi marketing, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Apakah kebijakan manajemen hotel berpengaruh secara signifikan untuk membangun Trust atau kepercayaan masyarakat dimasa yang akan datang pada masa pandemi covid-19 saat ini.
2. Apakah strategi marketing/pemasaran berpengaruh signifikan untuk membangun trust atau kepercayaan masyarakat dimasa yang akan datang pada masa pandemi covid-19 saat ini.
3. Apakah kebijakan manajemen dan strategi marketing sama-sama memberikan pengaruh signifikan untuk membangun trust/kepercayaan masyarakat dimasa yang akan datang pada masa pandemi covid-19 saat ini.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara signifikan kebijakan manajemen hotel untuk membangun trust atau kepercayaan masyarakat dimasa yang akan datang pada masa pandemi covid-19 saat ini.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan strategi marketing/pemasaran untuk membangun trust atau kepercayaan masyarakat dimasa yang akan datang pada masa pandemi covid-19 saat ini.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam mengatasi permasalahan yang sedang terjadi serta membantu dalam pengambilan keputusan terkait membangun trust atau kepercayaan masyarakat untuk kembali menginap.

### 2. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya pengaruh kebijakan manajemen hotel dan strategi marketing untuk membangun trust atau kepercayaan masyarakat dimasa yang akan datang pada masa pandemi covid-19 saat ini.

### 3. Bagi Pihak Lain (Masyarakat Umum)

Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan masukan dan pertimbangan, khususnya mengenai masalah kebijakan manajemen hotel dan strategi marketing/pemasaran dalam membangun trust atau kepercayaan masyarakat.