

**KEBIJAKAN PROMOSI SELAMA PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR DI THE SULTAN HOTEL & RESIDENCE, ARYADUTA SUITES SEMANGGI DAN GRANDHIKA ISKANDARSYAH
(THE POLICY OF PROMOTION DURING THE LARGE SCALE RESTRICTATION AT THE SULTAN HOTEL AND RESIDENCE, ARYADUTA SUITES SEMANGGI AND GRANDHIKA ISKANDARSYAH)**

Asep Parantika¹

Polytechnics Sahid Jakarta
asepparantika@polteksahid.ac.id

Sheyla Juliandra²

Polytechnics Sahid Jakarta

ABSTRACT

In early 2020, the entire world suffered the Covid-19 Pandemic which impacted the hotel industry enormously. One of the impacts felt by several hotels was a decline in hotel occupancy, resulting in a quite shortfalls. To suppress the increasing number of Covid-19 virus cases, the regional government of DKI Jakarta Province has implemented a Large-Scale Social Risticions Policy (PSBB). Hence, the objectives of this study are (1) to find out the impacts on hotels' during the PSBB period, (2) to find out hotel's promotion policy during the Covid-19 pandemic (3) to find out the outcomes of hotels' promotion policy implementation during the Covid-19 pandemic. This study uses qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques are used by conducting interviews and documentation studies. The results showed that hotel industry undergone a tremendous impact, one of which was the decrease in hotel occupancy. Some hotels have developed some promotion policy to keep their operation wheels moving. The following is the hotel promotion policy, including creating a "Work From Hotel" package or working in a hotel, namely by designing hotel rooms as personal offices equipped with fast Wi-Fi, selling 3 night packages for 2 nights including 2 breakfast, selling complete sanitation packages for living quarters, offices, houses of worship, schools or other areas, selling food in boxes that can be delivered to the destination and selling the "Buy Now Stay Later" promotion, namely buy now, stay later ".

Keywords : *Impact of Pandemic, Covid-19, PSBB, Marketing Policy*

ABSTRAK

Pada awal tahun 2020, seluruh dunia mengalami Pandemi Covid- 19 yang mengakibatkan industri perhotelan mendapatkan dampak yang sangat besar. Dampak yang dirasakan beberapa hotel salah satunya adalah penurunan okupansi hotel, sehingga berujung kerugian. Untuk menekan semakin bertambah banyaknya kasus virus Covid-19 pemerintah daerah Provinsi DKI Jakarta, melakukan kebijakan Perbatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui dampak tingkat okupansi yang terjadi pada hotel selama masa PSBB, (2) Mengetahui strategi kebijakan

promosi hotel selama pandemi Covid-19 (3) Mengetahui hasil penerapan strategi promosi hotel selama pandemi Covid-19. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah menggunakan wawancara dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri hotel merasakan dampak yang luar biasa salah satunya berkurangnya okupansi hotel. Beberapa hotel menyusun kebijakan promosi agar tetap dapat menggerakkan roda operasionalnya. Berikut kebijakan promosi hotel antara lain membuat paket “*Work From Hotel*” atau bekerja di hotel yaitu dengan merancang kamar hotel seperti kantor dilengkapi dengan speed wifi yang tinggi, menjual paket 3 malam seharga 2 malam sudah termasuk 2 orang sarapan, menjual paket sanitasi lengkap untuk tempat tinggal, kantor, rumah ibadah, sekolah ataupun area-area lain, menjual makanan box yang dapat diantar ke tempat tujuan dan menjual promo “*Buy Now Stay Later*” yaitu beli sekarang menginap nanti”.

Kata Kunci : Dampak Pandemi, Covid-19, PSBB, Strategi Promosi

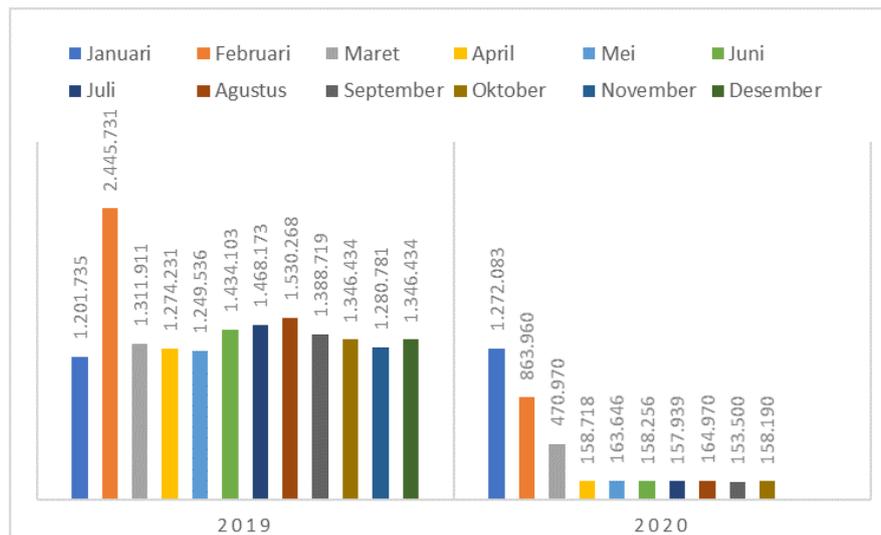
Received: January 8, 2021/ Reviewed: March 12, 2021/ Published: July 25, 2021

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020 seluruh dunia digemparkan dengan adanya pandemi yang luar biasa yaitu Virus COVID-19 yang pertama kali ditemukan di Wuhan, provinsi Hubei Cina di akhir tahun 2019 (Yuliana, 2020). Sejak pemerintah Indonesia mengumumkan ditemukannya pasien pertama COVID-19 pada tanggal 2 Maret 2020, masyarakat mulai mengalami kepanikan dan ketakutan akan penyebaran virus COVID-19. Banyak masyarakat berinisiatif untuk mengurangi, menunda, bahkan membatalkan aktivitas perjalanan termasuk perjalanan untuk berwisata. Pemerintah mengeluarkan persyaratan-persyaratan yang cukup ketat sesuai dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan dan menjadi pertimbangan masyarakat untuk berpergian jauh, sehingga bukan hanya wisatawan mancanegara yang berkurang tetapi wisatawan domestik juga ikut berkurang. Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan tegas berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) melalui peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020, yang tujuannya mempercepat penanganan dan mengurangi penyebaran COVID-19.

Kebijakan tersebut berdampak negatif bagi dunia usaha. Beberapa perusahaan menutup sementara dan bahkan sampai gulung tikar karena berkurangnya minat beli para konsumen, termasuk usaha perhotelan. Laporan yang disampaikan oleh Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) melalui ketua umumnya, menyebutkan bahwa tingkat okupansi hotel berbintang di Jakarta selama pemberlakuan PSBB hanya 30%, artinya 70% kamar hotel tidak terisi yang menyebabkan beberapa hotel terpaksa untuk menutup hotelnya (Anwar, 2020). Bahkan di Bali, penutupan operasional hotel sudah dimulai sejak awal pandemi masuk ke Indonesia (Diayuda, 2020).

Berikut merupakan grafik penurunan jumlah Wisatawan pada masa COVID-19 :



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Asing tahun 2019-2020

Sumber : Badan Pusat Statistika, 2020

Berdasarkan data di atas, wisatawan mancanegara mengalami penurunan yang sangat signifikan setiap bulannya, khususnya pada bulan Januari hingga bulan Oktober 2020, jumlah wisatawan asing menurun sekitar 10,92 juta wisatawan. Badan Pusat Statistika Republik Indonesia memprediksikan bahwa pandemi COVID-19 akan sangat berpengaruh terhadap okupansi hotel, terutama beberapa daerah pariwisata (BPS, 2021).

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memutuskan membuat kebijakan pelonggaran PSBB yang disebut “*New Normal*” atau disebut juga PSBB transisi. Kebijakan tersebut salah satunya memperbolehkan hotel melakukan kegiatan operasionalnya, tetapi dengan kapasitas karyawan yang ditentukan yaitu 50% dan yang diperbolehkan bekerja adalah karyawan berumur dibawah 45 tahun. Dengan adanya pelaksanaan kebijakan PSBB *New Normal* ini, beberapa hotel di Jakarta kembali membuka ruang bagi manajemen hotel untuk mempertahankan bisnis hotelnya, agar okupansi tidak terus menerus anjlok yang berimbas pada kerugian.

Beberapa hotel bekerjasama dengan Satuan Gugus Tugas Penanganan COVID-19 (Satgas COVID-19) menawarkan diri sebagai fasilitas tempat isolasi mandiri bagi orang yang terkena suspek COVID-19 yang termasuk Orang Tanpa Gejala (OTG). Namun ada juga manajemen hotel yang menolak hotelnya digunakan sebagai tempat isolasi mandiri. Dikarenakan banyak masyarakat yang ingin menginap dengan tujuan untuk berlibur, dan juga manajemen hotel menghindari persepsi negatif dari tamu-tamu umum. Untuk menyakinkan tamu umum, beberapa hotel di Jakarta gencar mengkomunikasikan dan mempromosikan bahwa hotel mereka telah tersertifikasi aman dan bersih sesuai dengan protokol penanganan COVID-19 yang telah disiapkan oleh pihak hotel. Karena itu perlu dilakukan penelitian terkait kebijakan promosi hotel berbintang pada masa PSBB di Jakarta sehingga dapat diketahui dampak apa saja yang dirasakan pihak hotel dalam penerapan kebijakan PSBB di masa pandemi COVID-19, lalu bagaimana kebijakan promosi yang dilakukan oleh hotel–hotel tersebut selama PSBB serta penerapannya di hotel tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang diharapkan akan menghasilkan data deskriptif berbentuk kata-kata lisan maupun tulisan dari orang atau dari perilaku yang diamati (Bogdan and Taylor, 1992). Selain itu dengan menggunakan metode deskriptif akan dapat menggambarkan “*apa adanya*” tentang suatu variabel, gejala ataupun keadaan, arena tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis (Hikmawati, 2019).

Dalam penelitian ini sample yang dipilih adalah anggota populasi, dalam hal ini manager atau staff marketing hotel berbintang di Jakarta yang terpilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk dilibatkan dalam penelitian dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017) baik untuk diamati, diberi perlakuan, atau dimintai pendapat tentang kebijakan promosi di hotel mereka (Endang, 2018). Dalam penentuan informan menggunakan manager dan staff marketing pada hotel bintang 4 dan bintang 5 di Jakarta yaitu dari The Sultan hotel & Residence, Aryaduta Suites Semanggi dan Grandhika Iskandarsyah menjadi sampel pada penelitian ini, karena diyakini para informan tersebut dapat menjadi representatif bagi hotel-hotel berbintang 4&5 di Jakarta. Namun ditambahkan dengan data pendukung beberapa pihak dari hotel dari luar Jakarta yakni Hotel Bogor Valley, Eastparc Yogyakarta dan Oakwood Hotel & Residence Surabaya. Jadi total informan dalam penelitian ini adalah 6.

Metode dalam pengumpulan data menggunakan data primer maupun sekunder, data primer diperoleh dari wawancara mendalam (*In-depth Interview*) secara online menggunakan zoom, google meet dan video call. Penggunaan Triangulasi sumber data untuk menganalisis data primer dan sekunder yang telah diperoleh, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan kredibilitas dan akurasi data dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak COVID-19 yang dirasakan Hotel

Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pertumbuhan perekonomian Indonesia masuk pada kuartal II 2020 minus hingga mencapai 5,32% (Kompas.com) hal ini tidak lepas dari kebijakan dari Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 9 tahun 2020 mengenai Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar membuat adanya pembatasan aktivitas masyarakat di luar rumah. Sehingga, kebijakan ini berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada pariwisata.

Dalam penelitian ini, tiga hotel berbintang di Jakarta yang dipilih yakni: The Sultan hotel & Residence, Aryaduta Suite Semanggi dan Grandhika Iskandarsyah yang dipaparkan kondisinya, baik sebelum maupun semenjak diberlakukannya PSBB akibat pandemi COVID-19.

a. The Sultan Hotel & Residence Jakarta



Gambar 2. Tingkat Hunian Kamar The Sultan Hotel & Residence empat bulan terakhir Desember 2019-Maret 2020

Sumber : The Sultan hotel & Residence

Berdasarkan data grafik diatas bahwa adanya penurunan okupansi pada tingkat hunian kamar di The Sultan hotel & Residence, yakni bulan Desember sebelum adanya pandemi COVID-19 di Indonesia khususnya di Jakarta, kondisinya masih stabil okupansi mencapai 95% dan hotel tetap beroperasi seperti biasa. Namun pada bulan Januari hingga Maret 2020 mengalami penurunan kamar yang drastis.

Setelah adanya pemberitaan virus COVID-19 pertama kali di China, hotel sudah mulai menyusun beberapa kebijakan untuk menghadapi dampak dari virus COVID-19 dikarenakan mayoritas tamu yang berkunjung untuk bekerja maupun berlibur sebagian besar berasal dari negara China. Adapun kebijakan yang telah dipersiapkan antara lain, hotel melakukan kampanye tentang protokol kesehatan dan membuat promosi dengan memberikan harga spesial untuk dapat menarik perhatian tamu. Walaupun sudah memiliki kebijakan untuk menghadapi virus COVID-19 tetap saja hotel The Sultan Hotel & Residence Jakarta mengalami penurunan okupansi.

b. Aryaduta Suites Semanggi



Gambar 3. Tingkat Hunian Kamar Aryaduta Suite Semanggi empat bulan terakhir Desember 2019-Maret 2020

Sumber : Aryaduta Suite Semanggi

Dari data grafik diatas menyatakan hotel Aryaduta Suite Semanggi mengalami penurunan tingkat hunian kamar. Pada bulan Desember tingkat hunian kamar mencapai 90% dan kondisi hotel berjalan dengan normal. Pada bulan Januari 2020 mulai adanya

penurunan okupansi hingga mencapai 65%, bulan Februari menurun hingga 35% dan paling parah di bulan Maret yaitu 20% karena dampak dari penerapan PSBB yang menghimbau masyarakat tetap didalam rumah. Tamu yang menginap mayoritas adalah tamu *bussiness* yang bekerja pada perusahaan di sekitar hotel tersebut. Maka dari pada itu, perusahaan-perusahaan menetapkan kebijakan bahwa para karyawan diperintahkan untuk berkerja dari rumah (*Work From Home*). Hal itu menjadi alasan menurunnya jumlah okupansi hotel Aryaduta Suites Semanggi.

Saat adanya pemberitaan virus COVID-19 masuk ke Indonesia, manajemen hotel Aryaduta Suites Semanggi belum menyusun kebijakan apapun, hanya saja mensosialisasikan kepada karyawan untuk tetap menjaga protokol kesehatan. Namun hotel tetap beroperasi dengan melakukan *shifting* kepada karyawan dan pemotongan gaji hingga 35%. Bukan hanya itu, manajemen hotel mengurangi jumlah karyawan, serta tidak memperpanjang karyawan yang sudah habis masa kontraknya. Menghentikan penggunaan *daily worker* atau *training* sebanyak 50%.

c. Grandhika Iskandarsyah



Gambar 4. Tingkat Hunian Kamar Grandhika Iskandarsyah empat bulan terakhir Desember 2019-Maret 2020

Sumber : Grandhika Iskandarsyah

Menurut gambar grafik diatas dampak yang dirasakan hotel ini, tidak jauh beda dengan kedua hotel sebelumnya, Okupansi kamar hotel dan pemesanan ruang *meeting* menurun dengan sangat draktis. Pada bulan Desember berjalan dengan normal dan baik, adanya pemesanan kamar maupun ruang meeting. Namun semenjak pemberitaan mengenai COVID-19 di Kota Wuhan, China pada bulan Januari okupan hotel menurun diikuti dengan bulan Febuari dan Maret. Namun yang menjadi pusatnya adalah bulan Maret karena pemerintah menyatakan adanya 2 orang terinfeksi Virus COVID-19 di Indonesia. Dalam hal ini membuat calon tamu semakin takut untuk keluar rumah. Namun, hotel Grandhika Iskandarsyah tidak menutup hotel dan tetap beroperasi dengan normal.

Dengan adanya informasi tersebut, manajemen hotel Grandhika Iskandarsyah sudah mulai menyusun kebijakan untuk menghadapi pandemi COVID-19 salah satunya adalah tetap menjalin kedekatan dan kerjasama dengan organisasi pemerintah dan perusahaan yang berada di sekitar hotel guna mendapatkan pemesanan ruang meeting dan kamar.

Selama operasional berlangsung, pihak manajemen tidak sama sekali memberhentikan karyawan tetap kecuali *Daily Worker* dan untuk gaji atau insentif yang diberikan pihak manajemen hotel tetap 100% dan untuk bonus pelayanan tetap mengikuti profit yang didapatkan hotel perbulannya.

Kebijakan Promosi Hotel Selama Masa PSBB

Strategi pemasaran yaitu logika pemasaran yang digunakan perusahaan dengan harapan bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan (Yuliana & Sandy, 2021). Pada saat ini Indonesia mengalami pandemi COVID-19 dan menimbulkan dampak yang buruk bagi perekonomian, termasuk sektor industri perhotelan. Penurunan tingkat hunian kamar dan berbagai kegiatan hotel lainnya tidak hanya dialami oleh hotel non bintang tetapi juga hotel berbintang. Hal tersebut disebabkan karena berkurangnya aktivitas berkunjung dan menginap wisatawan mancanegara dan wisatawan local akibat pembatasan aktifitas masyarakat melalui PSBB dan kurangnya rasa kepercayaan tamu kepada kebersihan dan lingkungan area hotel dari COVID-19 menjadi faktor utama dalam penurunan okupansi hotel. Penting bagi industri perhotelan memiliki untuk menginformasikan dan mempromosikan dirinya agar masyarakat lebih percaya dan guna mempertahankan eksistensi hotel tersebut.

a. The Sultan Hotel & Residence Jakarta

Dengan diterapkannya PSBB oleh Pemda DKI Jakarta dan semakin bertambahnya kasus-kasus penderita COVID-19 di Jakarta, membuat para calon tamu personal, tamu *company* ataupun tamu *government* membatalkan reservasi kamarnya dan mengakibatkan turunnya okupansi kamar. Maka dari pada itu, kebijakan promosi yang dilakukan The Sultan Hotel & Residence guna meningkatkan okupansi hotel yaitu “*Work From Your Another Home*” dengan maksud bekerja dari rumahmu yang lain, dimana kamar hotel tersebut memberikan kenyamanan dalam bekerja serta dilengkapi dengan wifi berkecepatan tinggi.

Hotel ini juga mempromosikan paket “*Stay 3 Pay 2*”, menginap 3 malam bayar 2 malam, dengan catatan menginap dengan periode 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021, sudah termasuk 2 orang sarapan. Hotel ini bekerjasama dengan beberapa travel agent untuk dapat menciptakan promo-promo menarik bagi tamu.

Dalam hal ini, hotel mulai menjalankan operasional dengan menerapkan protokol kesehatan serta memastikan bahwa kamar selalu dibersihkan sesuai standar *hygiene* dan sanitasi protocol anti COVID-19 agar para tamu yang menginap akan menrasa nyaman dan nyaman untuk menginap di hotel tersebut. Langkah-langkah awal pencegahan virus COVID-19 baik karyawan maupun tamu yang berkunjung diwajibkan untuk melakukan pengecekan suhu tubuh, *rapid test* COVID-19, menggunakan masker dan menetapkan *Physical Social Distancing* (Diayudha, 2020).



Gambar 5. *Work From Your Another Home*



Gambar 6. *Stay 3 Pay 2*

Sumber : Instagram The Sultan Hotel & Residence Jakarta

b. Aryaduta Suites Semanggi

Selama masa PSBB Hotel Aryaduta Suites Semanggi menyusun beberapa kebijakan diantaranya; pertama menyediakan paket isolasi mandiri (Isoman) dan bekerjasama dengan rumah sakit Siloam yang jaraknya berdampingan dan masih satu group (Lippo group). Disediakan para perawat dikhususkan penanganan COVID-19 yang siap selama 24 jam untuk menangani para pasien isolasi mandiri (isoman). Kedua, menyediakan jasa penyemprotan desinfetan di rumah, sekolah, kantor dan berbagai tempat lain yang membutuhkan. Ketiga, menyediakan paket “*Work from Hotel*”, paket tersebut ditawarkan mulai dari Rp 500,000,- dilengkapi dengan kamar hotel yang bersih dan tersanitasi, wifi dengan kecepatan internet yang memumpuni, mendapatkan satu orang makan siang dan juga mendapatkan *free flow* kopi dan teh dalam kamar. Keempat, menjual *meal box* untuk makan pagi yang dapat diantarkan ke pelanggan dengan harga yang terjangkau. Untuk meminimalisir pengeluaran hotel Aryaduta Suites Semanggi, pihak manajemen hotel tersebut memilih untuk mengurangi karyawannya dan tetap melakukan *shifting* agar dapat disesuaikan dengan pemasukan yang ada.

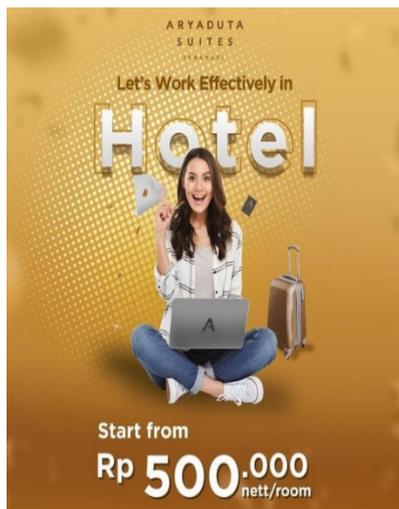


Gambar 7. *Hotel Isolation Package*



Gambar 8. *General Cleaning and Sanitation Treatment*

Sumber : Instagram Aryaduta Suites Semanggi



Gambar 9. *Let's Work Effectively in Hotel*

Sumber : Instagram Aryaduta Suites Semanggi



Gambar 10. *Rice Box*

c. Grandhika Iskandarsyah

Beberapa kebijakan diterapkan oleh Hotel Grandhika Iskandarsyah, selama masa PSBB salah satunya meningkatkan kepercayaan tamu, dengan menerapkan kebersihan sesuai dengan protokol kesehatan, Dalam Segi harga, hotel tersebut menerapkan penurunan harga dan bekerjasama dengan pihak *travel agent* untuk menciptakan promo-promo yang menarik. Kebijakan promosi yang dilakukan adalah *"Pay 2 For 3 Night"*, dengan artian membeli 2 malam untuk 3 malam. Setelah itu hotel Grandhika juga memasang harga Rp. 600.000,- menginap 1 malam dilengkapi dengan 2 orang sarapan, harga tersebut sangat terjangkau untuk dikalangan hotel bintang 4.



Gambar 11. *Stay & Get More, Pay 2 For 3 Night*



Gambar 12. *Weekend Deals*

Sumber: Instagram Grandhika Iskandarsyah

Pihak manajemen hotel juga menjual makanan box untuk makan pagi dan siang yang dapat diantar ke tempat tujuan dengan cita rasa dan harga yang sesuai. Dari segi operasional, hotel mempergunakan beberapa lantai dan jadwal masuk bekerja dilakukan *shifting* oleh pihak manajemen agar dapat menekan pengeluaran yang dikeluarkan oleh hotel.



Gambar 13. GrandDhi- Box

Sumber: Instagram Grandhika Iskandarsyah

Selain kebijakan hotel di atas, ditemukan kebijakan yang berbeda dari beberapa hotel di sekitar Jakarta, yaitu hotel bekerjasama dengan Satgas COVID-19 menjadikan hotel sebagai tempat karantina tamu repatriasi dari luar negeri. Salah satunya adalah Grand Hyatt Jakarta, The 101 Darmawangsa dan All seasons Jakarta Thamrin. Bukan hanya itu, beberapa hotel lainnya di Jakarta direkomendasi serta dipercaya oleh pemerintah sebagai tempat repatriasi yaitu Pullman Jakarta Indonesia, Fairmont Jakarta, Raffles Jakarta, Mercure Jakarta Gatot Subroto, dan Ibis Styles Jakarta Airport.

Langkah-Langkah Penerapan Kebijakan

Dengan berlakunya peraturan PSBB oleh pemerintah. Hal ini, sangat kontradiktif dengan harapan pelaku industri pariwisata, karena masyarakat dihimbau agar tetap berada di dalam rumah secara langsung berkurangnya pendapatan yang disebabkan oleh menurunnya tingkat hunian kamar.

Dari ketiga hotel dalam penelitian ini baik The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Aryaduta Suites Semanggi dan Grandhika Iskandarsyah memiliki hambatan dalam mempromosikan hotel tersebut kepada calon tamu. Hambatan yang dimiliki oleh ketiga hotel tersebut berimbas pada departemen *sales* dan *marketing* karena tidak bisa melakukan kunjungan atau *sales call* kepada perusahaan maupun organisasi pemerintah untuk mendapatkan pengadaan kamar dan ruang *meeting*. Pada umumnya *sales call* adalah salah satu cara efektif yang dilakukan departemen *sales marketing* untuk menjaring calon tamu.

Budaya masyarakat saat ini berubah akibat pandemi COVID-19. Masyarakat lebih memilih berinteraksi menggunakan sosial media. Menurut hasil interview kepada *sales* dari hotel The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Aryaduta Suites Semanggi dan Grandhika Iskandarsyah penggunaan sosial media menjadi sarana yang efisien dan efektif di era ini. Sosial media yang digunakan salah satunya ialah *Instagram*. Dari *Instagram*, tidak sedikit hotel yang bekerjasama dengan beberapa keluarga artis dalam bentuk *endorsement*, agar dapat mempromosikan lebih luas kepada masyarakat Indonesia contohnya hotel Eastparc Yogyakarta.. Penerapan promosi berbasis *digital marketing*

menghasilkan dampak yang positif yaitu dengan menambahkan sedikit demi sedikit okupansi pada hotel dan juga mengurangi biaya pengeluaran untuk mempromosikan kebijakan-kebijakan yang dimiliki oleh ketiga hotel diatas.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil dari penelitian di atas, dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya: Dampak yang dirasakan hotel akibat Pandemi COVID-19, sangat merugikan hingga sampai melumpuhkan dan mematikan sebagian besar industri perhotelan. Dengan adanya penerapan PSBB yang dilakukan pemerintah dengan melarang masyarakat beraktivitas di luar rumah. Hal ini sangat dirasakan dampak negatifnya oleh hotel-hotel berbintang di Jakarta, terbukti tingkat okupansi hotel menurun drastis, hal ini juga dialami oleh ketiga hotel yaitu The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Aryaduta Suites Semanggi dan Grandhika Iskandarsyah. Tetapi bukan hanya hotel-hotel di Jakarta yang terkena dampaknya melainkan hotel-hotel diluar Jakarta khususnya hotel Bogor Valley, hotel Oakwood Surabaya, dan hotel Eastparc Yogyakarta.

Kebijakan promosi yang digunakan oleh hotel-hotek di Jakarta memiliki kebijakan yang tidak jauh berbeda yaitu mempromosikan promo-promo menarik menggunakan sosial media dengan kebijakan yaitu “Pay Now Stay Later”, “Pay 2 Stay 3” dan “Work From Hotel”. Namun ada beberapa hotel di Jakarta yang memiliki kebijakan lain untuk menjalankan operasional bisnis hotelnya dengan menjadikan hotel tempat repratriasi bagi warga negara asing (WNA) dan warga negara Indonesia (WNI) yang datang luar negeri, serta tempat menginap bagi relawan COVID-19

Dari sisi internal, pihak manajemen hotel mengurangi jumlah karyawan yang bekerja, memberlakukan *Unpaid leave* dengan pembayaran gaji sesuai jumlah masuk kerja, dari sisi external hotel membatasi penggunaan fasilitas untuk menekan biaya operasional,

Langkah- langkah dalam penerapan kebijakan promosi yang digunakan oleh The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Aryaduta Suites Semanggi dan Grandhika Iskandarsyah pada masa pandemi COVID-19 adalah mempromosikan promo-promo yang menarik dengan sosial media. Salah satunya adalah *Instagram*, media sosial yang paling sering digunakan oleh hotel guna mengurangi pertemuan kontak langsung antara calon tamu dengan staff hotel.

Dari berbagai temuan tersebut ada beberapa saran untuk ketiga hotel di atas dalam melewati PSBB dalam masa Pandemi COVID-19, diantaranya tetap menjaga kualitas dari produk dan pelayanan yang dihasilkan dengan kesesuaian harga yang dikeluarkan. Selalu menjaga konsistensi dalam segi *hygiene* dan sanitasi agar tetap menerapkan protokol kesehatan dan Menciptakan kebijakan yang berbeda dari pesaing-pesaing hotel lainnya agar dapat menarik minat menginap para calon tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, Robert dan Steven Taylor (1992). *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Diayuda, L (2020) ‘Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif ‘ *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*

- Hardani, H. A., Ustiawaty, J., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sykmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group
- Hikmawati, D. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Indrawati, Ph. D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Kemenparekraf. (2013, Oktober 3). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif no. 53*. Retrieved from <https://old.kemenparekraf.go.id/old.kemenparekraf.go.id/post/peraturan-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-no-53-tahun-2013>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing Edition 14*. Global Edition: Pearson Education.
- Kotler., Keller. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kristiutami, Yuliana P., Raharjo, Sandy N (2021) Strategi Pemasaran Hotel Grand Asrilia di Masa Pandemi COVID-19, *Jurnal Media Wisata*
- Parantika, A et al (2018) “Analisis Strategi ‘SOAR’ Dalam Mengantisipasi Tingkat Hunian Kamar Hotel Sebagai Dampak Pembangunan MRT di Jakarta Selatan”, *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*
- Parantika, A et al (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Berwisata Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor), *Majalah Ilmiah Widyacakra*
- Shou Ye, Shih (2021) Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic, *Tourism Recreation Research*, Taylor Francis Online
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yuliana. (2020). Corona Virus Diseases (COVID-19) . *Wellness and Healthy Magazine*, 187.
- Yuliana. (2020). Corona Virus Diseases (COVID-19) . *Wellness and Healthy Magazine*, 187.

Website

- Anwar, M. C. (2020, Maret 12). Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312153348-4-144422/70-kamar-hotel-di-jakarta-kosong-karyawan-tak-gajian-full>
- CFR. (2021). Retrieved from Communications For Research: <https://www.cfrinc.net/cfrblog/in-depth-interviewing>
- Fadli, D. R. (2021, April 12). Retrieved from Halodoc.com: <https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>
- Ulya, Fika N (2021, April 12) Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2020/08/05/120854826/pertumbuhan-ekonomi-ri-minus-532-persen-pada-kuartal-ii-2020>