

BAB I PENDAHULUAN

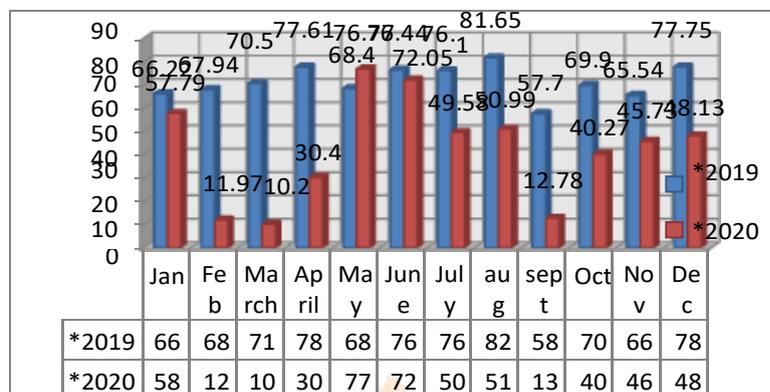
1.1. Latar Belakang

Pandemi COVID-19 berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di Bali. Kunjungan wisatawan ke Bali tahun 2020 turun hingga – 82,96% (bps.go.id, 2020). Angka ini merupakan jumlah penurunan wisatawan yang sangat tinggi. Penurunan jumlah wisatawan yang tinggi mempengaruhi roda ekonomi, utamanya di bidang bisnis pariwisata dan perhotelan.

Bisnis perhotelan di Bali sangat terguncang akibat anjloknya jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan data BPS tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang bulan September 2020 turun -57,94 poin jika dibandingkan dengan bulan September 2019 yang mencapai 63,22 persen. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap keberlangsungan hotel. Tercatat sebanyak 281 hotel terpaksa ditutup akibat pandemi (Wijaya dan Mariani, 2021). Penutupan hotel ini mengakibatkan banyak karyawan dirumahkan bahkan pemutusan hubungan kerja. Berdasarkan data pemerintah Bali, sekitar 75.000 karyawan dirumahkan dan di-PHK akibat merosotnya pariwisata di Bali, (Thomas, 2020). Dinas perindustrian dan tenaga kerja kabupaten Badung mencatat per 31 Maret, 1.781 orang pekerja pariwisata dirumahkan dan 39 orang terkena PHK di Badung (Sugiari, 2020). Salah satu dari sekian hotel yang terkena dampak pandemi adalah Bali Paragon Resort Hotel.

Bali Paragon Resort Hotel merupakan hotel bintang empat yang berada di daerah Jimbaran, Kuta Selatan. Memiliki 379 kamar dan luas kurang lebih 1 hektar. Fasilitas yang memadai dan lokasi yang strategis dekat dengan Bandara Internasional Ngurah Rai dan beberapa destinasi wisata seperti Garuda Wisnu Kencana menjadikan Bali Paragon Resort Hotel salah satu hotel favorit di Jimbaran. Sebelum pandemi, mayoritas tamu yang datang menginap adalah tamu dari China terutama tamu group. Kemudian sejak 2020 lalu, pandemi COVID-19 dikonfirmasi di Indonesia dan memberikan dampak besar bagi keberlangsungan hotel. Berdasarkan hasil wawancara awal, pandemi COVID-19 memberikan

dampak negatif bagi Bali Paragon Resort Hotel yaitu terjadinya penurunan tingkat hunian kamar, pengurangan karyawan dan pembatalan *event*.



Grafik 4.1 Tingkat hunian kamar

(sumber: P&L Report Bali Paragon, 2020)

Penurunan tingkat hunian kamar Bali Paragon Resort Hotel kurang lebih 60%. Sebelumnya rata-rata tingkat hunian kamar sebesar 85% dan setelah pandemi hanya sebesar 25%. Bagan 4.1 adalah perbandingan tingkat hunian kamar antara tahun 2019 dan 2020. Dapat dilihat adanya penurunan tingkat hunian kamar secara signifikan, walaupun sempat ada kenaikan di bulan Mei dan Juni namun kembali turun pada bulan-bulan selanjutnya.

Tidak tercapainya target tingkat hunian kamar akibat pandemi, menyebabkan manajemen Bali Paragon Resort Hotel dengan terpaksa merumahkan sebagian karyawannya sejak Maret 2020. Berdasarkan hasil wawancara dengan *human resources manager* menyatakan bahwa sebagian karyawan tidak bisa bekerja seperti normal diakibatkan oleh pemasukan hotel yang minim terlebih restoran dan spa yang masih tutup serta tingkat hunian kamar rendah. Selain itu untuk karyawan yang masih bekerja seperti biasa pun diberlakukan pemotongan gaji sebesar 50%.

Bukan hanya berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pandemi ini juga mengakibatkan pembatalan *event* atau aktivitas yang biasanya turut menyumbangkan keuntungan bagi hotel. Sebelum pandemi *event* yang diadakan di Bali Paragon bisa sekitar 5 – 10 kali per bulan, misalnya *meeting*, *gathering*, *birthday party*, *cooking class* namun setelah adanya pandemi ini

segala kegiatan yang berskala besar atau mengundang keramaian ditiadakan sehingga banyak *event* yang ditunda dan dibatalkan.

Dampak negatif tersebut menyebabkan pengoperasian hotel tidak berjalan dengan normal. Maka dari itu peran manajemen hotel sangat diperlukan dalam mencari alternatif strategi pemasaran sebagai usaha mempertahankan berjalannya aktivitas hotel. Strategi pemasaran yang tepat dalam situasi pembatasan gerak secara global ini sangat penting dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara awal menyatakan bahwa pihak pemasaran Bali Paragon Resort Hotel dengan cepat merubah strategi pemasaran dengan berfokus pada target pasar domestik yaitu *government* sehingga dari awal pandemi Bali Paragon Resort Hotel tidak pernah melakukan penutupan hotel secara total. Pihak *sales* juga menyatakan bahwa jika hotel tidak segera melakukan pendekatan dengan *government*, sehingga bisa terpilih menjadi hotel *official*, kemungkinan hotel tetap buka masih ada, namun terus akan dilakukan efisiensi dan perampingan karyawan.

Seperti halnya pada penelitian terdahulu terkait strategi pemasaran di masa pandemi dari Masatip, dkk. (2020) dengan judul “*Marketing Strategy of the Inna Parapat Hotel in a COVID-19 Pandemic Situation*” yang menghasilkan strategi pemasaran yang tepat dilakukan hotel Inna Parapat dalam situasi pandemi COVID 19 adalah dengan memanfaatkan SDM dan fasilitas hotel untuk berinovasi dan berkreasi jadi tidak hanya mengandalkan penjualan kamar. Kristiutami dan Raharjo (2021) dengan judul penelitian “Strategi Pemasaran Hotel Grand Asrilia di Masa Pandemi COVID-19” yang memperlihatkan pemasaran melalui digital memberikan dampak positif bagi hotel Grand Asrilia terlebih di situasi pandemi COVID-19. Kedua penelitian terdahulu tersebut mendukung bahwa strategi pemasaran yang tepat memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu usaha hotel apalagi di masa pandemi COVID-19.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilaksanakan guna menggali secara mendalam bagaimana strategi pemasaran yang dipilih manajemen Bali Paragon Resort Hotel untuk tetap beroperasi dan meningkatkan penjualan di masa pandemi.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Adanya penurunan tingkat kunjungan wisatawan di masa pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan tingkat hunian kamar di Bali Paragon Resort Hotel.
2. Pentingnya strategi pemasaran yang tepat guna menyesuaikan dengan situasi dan kondisi pasar.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, perlu adanya pembatasan masalah yang akan diteliti. maka penelitian ini akan dibatasi pada strategi pemasaran yang dilakukan Bali Paragon Resort Hotel di masa pandemi COVID-19

1.4. Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran Bali Paragon Resort Hotel di masa pandemi COVID-19 ?

1.5. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Bali Paragon Resort Hotel di masa pandemi COVID-19.

1.6. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat untuk ilmu pengetahuan khususnya di bidang pariwisata dalam hal strategi pemasaran hotel, sehingga bisa meningkatkan penjualan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

Menambah wawasan mengenai bagaimana hotel melakukan pemasaran dalam situasi yang tidak terduga dan menyebabkan kerugian hotel.

2. Manfaat Bagi Hotel

Para staf atau karyawan dapat mengembangkan kreatifitas yang sudah dimiliki dan mencoba berbagai inovasi baru khususnya dalam pemasaran produk yang dimiliki.

3. Manfaat Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Dapat digunakan sebagai gambaran mata kuliah manajemen pemasaran untuk bisa dipelajari lebih spesifik mendekati yang dibutuhkan di industri.

