



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, dunia sedang dihadapkan oleh virus Covid -19 yang telah menjadi sebuah pandemi. Pandemi Covid-19 yang melanda dunia memiliki dampak yang begitu besar untuk beberapa industri, khususnya di Indonesia. Selama pandemi Covid-19, masyarakat dihimbau untuk mengikuti anjuran pemerintah agar tetap berada di rumah saja. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 menetapkan bahwa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) adalah salah satu upaya pemerintah yang wajib dipatuhi oleh masyarakat demi memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Peraturan yang ditetapkan pada 31 Maret 2020 ini, meliputi meliburkan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, serta pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. PSBB ini ditetapkan oleh Menteri Kesehatan kepada Pemerintah Daerah dengan memperhatikan ketentuan yang diatur dalam UU Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan.

Penerapan peraturan pemerintah di Indonesia yang membatasi mobilitas masyarakat ini membuat banyak industri terpuak dan tidak berjalan sesuai dengan target awal. Salah satu industri yang terpuak di masa pandemi ini adalah industri perhotelan. Dengan protokol kesehatan yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan tes swab PCR atau antigen ketika berpergian menggunakan jalur udara, masyarakat lebih memilih untuk melakukan perjalanan menggunakan kendaraan pribadi. Hal ini berdampak pada okupansi di setiap daerah belum merata. Masyarakat lebih memilih berwisata ke destinasi yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya. Dilansir dari Kontan.co.id, Sekretaris Jenderal PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia), Maulana Yusran mengungkapkan bahwa pada tahun 2020, tingkat

okupansi atau tingkat hunian hotel paling tinggi secara rata-rata nasional hanya mencapai 35% (Mediatama, 2021).

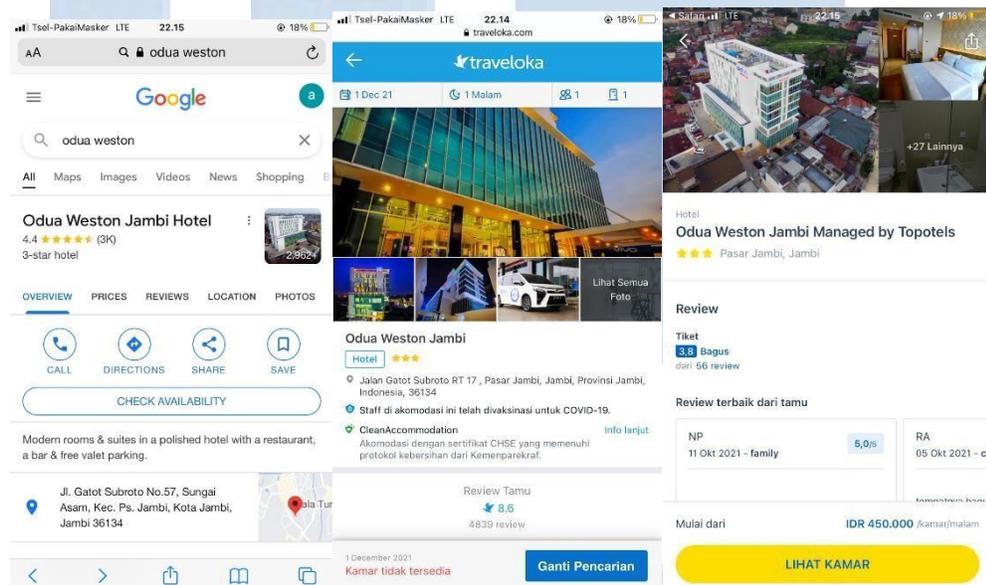
Semenjak pandemi Covid-19, okupansi hotel di Kota Jambi sendiri mengalami penurunan secara signifikan. Adanya PPKM Darurat di Jawa dan Bali turut menyumbangkan dampak untuk industri perhotelan di Jambi. Hal ini karena hotel bintang tiga keatas paling banyak bergantung pada anggaran belanja pemerintah, seperti pengadaan meeting atau seminar dari pusat. Dilansir dari Kompas.com, okupansi hotel di Kota Jambi semenjak pemberlakuan PPKM Mikro hanya 30%, padahal sebelumnya okupansi hotel, khususnya hotel bintang tiga bisa mencapai 50-70% (Widyanti, 2021). Situasi yang seperti ini mendorong para pelaku industri perhotelan, khususnya di hotel bintang tiga Odua Weston Hotel Jambi untuk memutar otak agar tetap hidup dan bertahan. Strategi dari *marketing communication* memegang tonggak penting demi keberlangsungan hotel.

Marketing communication merupakan sarana yang digunakan untuk menginformasikan, mempersuasi, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung, maupun tidak langsung mengenai produk-produk dan merek-merek yang dijual (Kotler & Keller, 2016). Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu perusahaan didasari pada tim pemasaran. Jika perusahaan, khususnya bidang pemasaran tidak mampu menghadapi pengaruh lingkungan yang selalu berubah, maka akan menimbulkan suatu tantangan yang serius, bahkan malapetaka bagi perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan menggunakan berbagai bentuk komunikasi pemasaran untuk mempromosikan apa yang mereka tawarkan dan mencapai tujuan finansial. Kegiatan pemasaran yang dimaksud, meliputi aktivitas komunikasi, seperti iklan, tenaga penjualan (*sales promotion*), papan nama toko, *display* di tempat pembelian, kemasan produk, *direct-mail*, sampel produk gratis, kupon, publisitas, dan alat-alat komunikasi lainnya (Firmansyah, 2020).

Salah satu hotel yang memanfaatkan *marketing communication* demi mendongkrak penjualan jasanya, yakni hotel Odua Weston Jambi. Odua Weston Hotel Jambi merupakan sebuah hotel di Jambi yang di-*manage* oleh Topotels Hotels &

Resorts. Hotel ini berdiri sejak tahun 2016 dan telah mendapatkan kepercayaan yang baik dari masyarakat. Hal ini terlihat dari *rating* dan *review* yang diberikan oleh masyarakat di beberapa media, seperti Traveloka (8.6/10), Tiket.com (3.8 / 5), Google (4.4 / 5).

Gambar 1.1 *Review dan Rating Odua Weston Jambi*



Sumber : Olahan penulis, 2021

Berdasarkan fakta dan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di sebuah hotel, khususnya di Odua Weston Hotel Jambi karena hotel ini merupakan hotel yang menduduki posisi puncak di pencarian hotel terbaik di Traveloka dan memiliki tingkat okupansi tertinggi diantara kompetitor atau hotel bintang tiga lainnya di Jambi. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui bagaimana cara yang dilakukan oleh *marketing communication* di hotel bintang tiga tersebut agar tetap berkembang selama masa pandemi Covid-19.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *Marketing Communication Intern* pada Odua Weston Hotel Jambi, khususnya dalam menghadapi situasi pandemi Covid-19.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan di Hotel Odua Weston Jambi yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 57, Sungai Asam, Kecamatan Pasar Jambi, Kota Jambi, 36134. Magang dilakukan selama kurang lebih 3 bulan terhitung dari tanggal 11 Agustus 2021 hingga 19 Oktober 2021. Untuk jadwal bekerja, perusahaan menetapkan harinya adalah Senin sampai Sabtu dengan waktu kerja 8 jam, dimulai dari 08.00 WIB hingga 16.00 WIB. Pelaksanaan magang dilaksanakan secara *offline* atau *work from office*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis.

- Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) dan surat pengantar magang dari kampus kepada HRD Odua Weston Hotel Jambi pada Rabu, 4 Agustus 2021 pukul 10.00 WIB.
- HR dari Odua Weston Hotel Jambi menghubungi penulis untuk melakukan *interview* pada 6 Agustus 2021 pukul 09.30 WIB.
- Pengumuman dari HR Odua Weston Hotel Jambi yang menyatakan lolos *interview* dan dapat memulai praktik kerja magang pada 11 Agustus 2021.
- Pengajuan KM-01 kepada universitas pada 5 Agustus 2021 yang berisi pernyataan akan melakukan praktik kerja magang di Odua Weston Hotel Jambi.

- Menerima KM-02 pada 10 Agustus 2021 yang menandakan praktik kerja dapat dimulai.
- Kegiatan magang terhitung tanggal 11 Agustus – 19 Oktober 2021.
- Menyerahkan *file* absensi magang, penilaian kerja kepada pembimbing lapangan magang.

