



PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL BOROBUDUR JAKARTA DALAM MENGHADAPI KRISIS PANDEMI COVID-19

Siti Nur Chotimah Azhari, Umaimah Wahid, Nawiroh Vera

Abstract: Indonesia is a country affected by the Covid-19 virus. One of the sectors affected by the virus is hospitality. During a pandemic like this, hospitality in Indonesia experienced a significant decline in revenue. This is because of the government's recommendation that appeals to the public to stay at home and not to go out if it's not too urgent. This research uses descriptive qualitative where the data collected is in the form of words that can be obtained through interview scripts to sources or field notes. Based on interviews obtained by employees of the borobudur hotel, they really make quick movements to deal with visitors and guests so they can not worry about using hospitality services, especially the borobudur hotel and improving the recovery of hotel income itself, this will have an impact on customer loyalty due to the guarantee provided for the borobudur hotel in order to maintain safety together by preparing a team of medics so that what is experienced by the symptoms of covid 19 can be resolved quickly and the recovery of self-isolation at the hotel.

Keywords: Marketing Public Relations, Loyalitas Pelanggan, Hotel Borobudur Jakarta.

Abstrak: Indonesia merupakan negara yang terkena dampak virus Covid-19. Salah satu sektor yang terkena dampak virus ini adalah perhotelan. Di masa pandemi seperti ini, perhotelan di Indonesia mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Sebab, anjuran pemerintah yang mengimbau masyarakat untuk tetap berada di rumah dan tidak keluar rumah jika tidak terlalu mendesak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata yang diperoleh melalui naskah wawancara kepada narasumber atau catatan lapangan. Berdasarkan wawancara yang diperoleh karyawan hotel borobudur sangat melakukan gerak cepat dalam menghadapi pengunjung dan tamu sehingga tidak perlu khawatir dalam menggunakan jasa perhotelan khususnya hotel borobudur dan meningkatkan pemulihan pendapatan hotel itu sendiri, hal ini akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan karena adanya jaminan yang diberikan kepada pihak hotel borobudur demi menjaga keselamatan bersama dengan menyiapkan tim medis agar gejala yang dialami akibat covid 19 dapat cepat teratasi dan pemulihan isolasi mandiri di hotel.

Kata Kunci: Marketing Public Relations, Loyalitas Pelanggan, Hotel Borobudur Jakarta.

PENDAHULUAN

Pada Desember 2019, virus baru muncul di kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Kemudian virus mulai menyebar luas di banyak negara di dunia. World Health Organization (WHO) telah menamai virus tersebut dengan Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus -2 (SARSCoV2) atau Coronavirus Disease 2019 (COVID19) dikutip dari (WHO, 2020). Saat pertama muncul penyebaran dari virus ini tidak dapat diketahui mengenai penularannya terhadap manusia maupun binatang. Namun, dengan berjalannya waktu ada kasus penularan terhadap manusia yang bertambah. Kasus yang terdeteksi yaitu adanya 15 petugas medis terinfeksi yang bersumber dari 1 pasien yang dicurigai "super spreader" (Channel News Asia, 2020).

Ketika virus ini menyerang manusia, itu menyebabkan infeksi pernapasan

seperti flu pada manusia, MERS (Middle East Respiratory Syndrome), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*).

Indonesia merupakan negara mendapatkan dampak dari virus Covid-19. Sektor yang mendapatkan dampak dari virus tersebut salah satunya yaitu perhotelan. Pada saat pandemi seperti ini, perhotelan di Indonesia mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Karena adanya anjuran pemerintah yang memberikan himbauan kepada masyarakat agar berada di rumah dan tidak melakukan aktivitas keluar rumah apabila tidak terlalu mendesak. Sehingga, hal tersebut membuat masyarakat enggan memesan hotel untuk sekedar refreshing atau liburan semata. Masyarakat lebih baik tetap tinggal di rumah untuk melakukan pencegahan terjangkitnya virus Covid-19 yang akan tersebar pada keluarganya apabila banyak melaksanakan aktivitas di luar rumah. Dengan demikian, bisnis dibidang perhotelan terdampak cukup besar yang diakibatkan oleh pandemi ini.

Menurut data PHRI sejauh ini, 1642 hotel di berbagai lokasi di Indonesia tutup akibat kerugian dari munculnya pandemi COVID-19 ini. Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) pada 16 April 2020, Haryadi Sukamdani mengungkapkan bahwa dari total 1.642 hotel. Angka hotel yang mengalami kerugian dan tutup tertinggi berada di di Jawa Barat dengan total 501 hotel, dilanjutkan dengan di Bali yang berjumlah 281 hotel serta di daerah Jakarta dengan jumlah total 100 hotel. Hal tersebut mengakibatkan kerugian yang besar di dalam sektor pariwisata yang berpotensi kehilangan pendapatan dari turis asing sebesar Rp 60 triliun dan dari menginap di hotel sejumlah Rp30 triliun (Diayudha,2020).

Salah satu hotel yang terkena dampak adalah Hotel Borobudur Jakarta. Hotel Borobudur Jakarta adalah hotel bintang 5 yang terletak di pusat kota Jakarta, Jalan Lapangan Banteng Selatan. Hotel ini berada di lokasi yang sangat strategis di tengah ibukota Jakarta, dan sering kali menjadi tempat peristirahatan pengunjung baik untuk refreshing di saat weekend maupun hanya sekedar bermalam bagi para pekerja. Selain itu Hotel Borobudur Jakarta juga memiliki restoran dan balai pertemuan untuk acara dan fasilitas lainnya. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini berakibat pada pendapatan yang menurun karena jumlah pengunjung yang relatif lebih sedikit. Para pengunjung hotel lebih berfikir untuk berdiam dirumah supaya dapat menghindari paparan virus Covid-19. Untuk itu usaha- usaha yang harus dilaksanakan perusahaan adalah tetap mempertahankan usahanya dan lebih berinovasi agar usahanya tetap dapat berjalan.

Berdasarkan hasil data Badan Pusat Statistik (BPS) bulan Maret 2020, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang secara nasional mengalami penurunan menjadi 32,34% dari 49,22% (Februari 2020) dan 52,88% (Maret 2019). Sementara itu di Jakarta sendiri, TPK bulan Maret sejumlah 36,93%, mengalami penurunan dari 54,28% (Februari

2020) dan 59,56% (Maret 2019). Hotel Borobudur yang berlokasi di Lapangan Banteng, Jakarta ini juga mengalami penurunan TKP. Selain itu, Hotel Borobudur Jakarta juga mengalami penurunan dalam pendapatan dari aktivitas Meeting, Incentive, Conferece and Exhibition (MICE). Walaupun mengalami Tingkat Penurunan Kamar (TKP) setiap perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan ini diharapkan sanggup menghasilkan fungsi dan pelayanan pemasaran yang baik terutama di saat pandemi Covid-19, agar terpenuhinya tiap harapan dari

konsumen. Untuk menghasilkan hal tersebut dibutuhkan serangkaian aktivitas pengecekan serta penilaian atas aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Borobudur Jakarta yakni berupa marketing public relations.

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, penelitian ini berfokus kepada marketing public relation yang mempengaruhi tingkat pendapatan hotel di masa pandemi sekarang ini, maka penulis tertarik memilih Hotel Borobudur Jakarta sebagai objek penelitian untuk penulisan tesis yang berjudul "Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Tingkat Pendapatan Hotel Borobudur Jakarta dalam Menghadapi Krisis Pandemi Covid-19".

Marketing public relations

Menurut Ruslan, 2014: 245 dalam tinjauan (Rahmah & Naning, 2019) Marketing Public Relations (MPR) adalah program perencanaan dan evaluasi promosi penjualan dan pelanggan. Ini dilakukan dengan memberikan informasi dan kesan yang dapat diandalkan yang dapat menghubungkan perusahaan dan produknya dengan kebutuhan dan perhatian pelanggannya. Kemudian, menurut (Royan, Sumadira dan Cholidah, 2021), Marketing Public Relations (MPR) adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program untuk mendorong atau mempromosikan pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi yang andal dengan menyampaikan informasi dan menciptakan kesan yang mengidentifikasi perusahaan dan produknya dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan minat pelanggan.

Dengan kata lain, Marketing Public Relations (MPR) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, serta evaluasi, menghubungkan informasi dan komunikasi yang kredibel untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

loyalitas pelanggan

Menurut (Hidayat, 2015) Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki kecintaan yang relatif konsisten terhadap produk/jasa atau perusahaan yang menjadi pilihannya. Kemudian menurut (Sitepu, Kumadji, & Wilopo, 2015) loyalitas pelanggan adalah untuk meminimalkan dampak serangan dari pesaing bisnis serupa. Persaingan antar bisnis sejenis tidak hanya dalam hal produk manufaktur tetapi juga persepsi masyarakat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Dengan kata lain, loyalitas pelanggan merupakan suatu pengaruh rangsangan yang dipengaruhi oleh fanatisme yang relatif jangka panjang atas kepercayaan produk ataupun jasa yang diberikan.

METODE

Menurut (Adhimah, 2020) Penelitian kualitatif adalah penelitian alamiah dan hasilnya deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus. Penelitian ini berfokus secara mendalam pada subjek tertentu yang sedang dipelajari sebagai kasus. Data studi kasus dapat dikumpulkan dari semua pemangku kepentingan.

Penelitian kualitatif biasanya mengumpulkan data dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dimungkinkan juga untuk menggunakan sumber informasi non-manusia, seperti dokumen dan catatan yang tersedia. Pelaksanaan pendataan juga mencakup banyak kegiatan pendukung lainnya, seperti pembuatan laporan, pemilihan informan, pencatatan data/informasi dari hasil pendataan, penggunaan metode kualitatif data yang dikumpulkan

menggunakan berupa kata-kata yang dapat diperoleh melalui naskah wawancara terhadap sumber, catatan lapangan, penelitian kualitatif memerlukan pemahaman hasil interpretasi yang diperoleh agar dapat dibandingkan dan diterima oleh sumber yang dituju dan digunakan sebagai sumber data.

Teknik pengumpulan data adalah metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data penelitian dari sumber data (subyek dan sampel penelitian). Teknik pengumpulan data sangat penting karena sangat penting. Kemudian digunakan sebagai dasar untuk mengedit peralatan penelitian.

Subjek penelitian ini adalah hotel borobudur jakarta yang dimana saat ini pandemi covid 19 yang mengakibatkan tingkat pengguna hotel menurun drastis dimana semua masyarakat mengikuti peraturan pemerintah yang tetap dirumah saja, data yang diperoleh merupakan hasil dokumen yang dimiliki hotel borobudur yang dilihat dari pengunjung yang tidak berkenjung ke hotel serta melakukan teknik wawancara kepada publik relation.

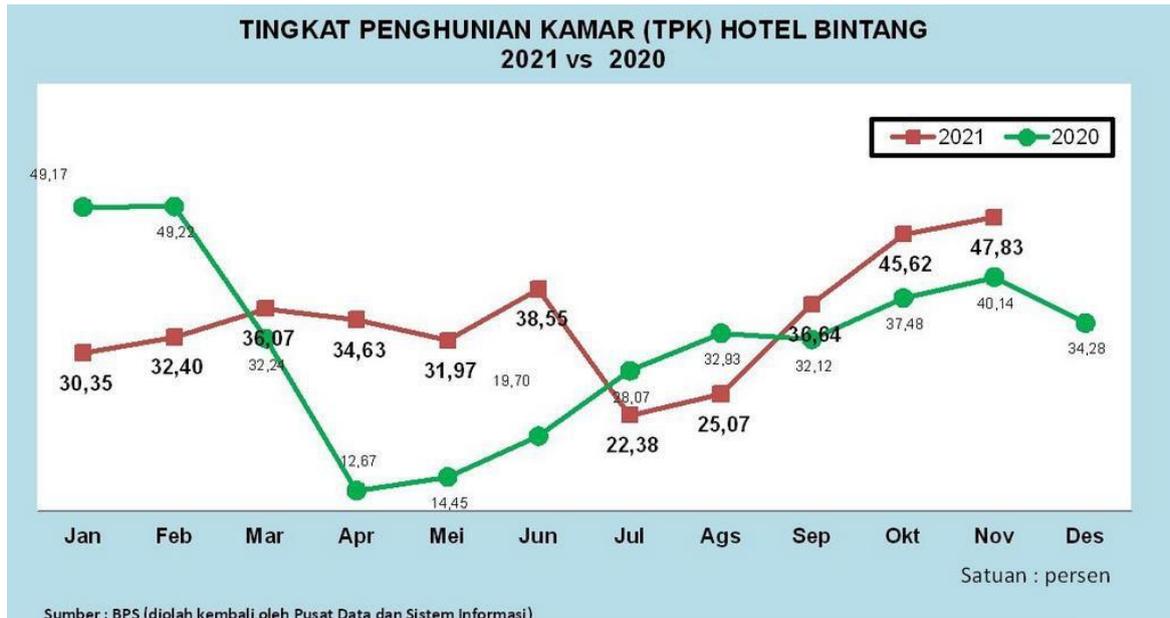
Kemudia langkah selanjutnya adalah Pemilihan Informan harus dilakukan secara otomatis, berdasarkan apa yang diketahui tentang variasi dan faktor yang ada, atau sesuai dengan kebutuhan penelitian, informan yang ada di Hotel Borobudur Jakarta memiliki 2 orang dibagian Marketing Public Relations. Fungsinya untuk mendapatkan sebuah data yang akurat dengan tehnik mewawancarai mereka terkait loyalitas pelanggan Hotel Borobudur Jakarta pada saat situasi pandemi covid19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hal ini penggunaan teknik wawancara semi struktur terhadap publik relation yang berada di hotel borobudur terkat dengan turunnya omset dari pengunjung yang dimana saat pandemi covid 19 itu datang, wawancara ini akan menghasilkan pertanyaan-pertanyaan yang dijelaskan dalam pedoman wawancara. Peneliti dapat membuat pertanyaan dan memutuskan sendiri pertanyaan mana yang akan diajukan, misalnya : berapakah penurunan yang dialami hotel borobudur jakarta terkait kurangnya pengunjung yang ada dan juga bagaimana caraantisipasi agar dapat menurunkan kerugian bagi para industri perhotelan dalam hal ini hotel borobudur.

Pedoman wawancara tidak harus diikuti secara ketat, tetapi bisa sangat panjang dan terperinci. Pedoman wawancara berfokus pada subjek tertentu yang sedang diteliti, tetapi dapat direvisi setelah wawancara apabila ide-ide baru muncul kemudian. Pewawancara bertujuan untuk mendapatkan perspektif responden, tetapi perlu diingat bahwa pewawancara perlu mengendalikan diri untuk mencapai tujuan penelitiannya dan mengeksplorasi topik kajian penelitian.

Selain itu adanya data yang diperoleh yang tersimpan dari bentuk dokumentasi, sebagian data yang tersebear adalah data statistik tingkat penghuni hotel pada saat pademi covid 19 ditahun 2020 sampai dengan tahun 2021 yang diambil dari kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif / badan pariwisata dan ekonomi kreatif republik Indonesia.



Sumber: <https://kemenparekraf.go.id/statistik-akomodasi/Tingkat-Penghunian-Kamar-Hotel-Bintang-Tahun-2021>

Dari data yang didapat bahwa industri pariwisata khususnya hotel berbintang yang salah satunya hotel borobudur jakar sangat menurun signifikan ditahun 2020 yang awalnya terjadi pandemi covid 19 dibulan april 2020. Hal ini langsung direspon dari publik relation untuk mengikuti standar protokol kesehatan yang sangat ketat dan para tamu undangan harus diwajibkan mengikuti atura-aturan yang ada demi keselamatan antar para karyawan hotel dan juga pengunjung, pemberitahuan ini dibuat di halaman web pada hoteol borobudur itu sendiri yang dimana menjadi fokus utama terkait isi untuk meniptakan lingkungan yang bersih dan aman bagi semua tamu pengunjung dan karyawan, para karyawan dikhususkan untuk menyemprotkan disinfektan keruangan-ruangan yang ada dihotel borobudur dan membersihkan tiap-tiap bagain semisalnya hendel pintu ataupun jendela dan lainnya dengan pembersihan yang cukup rutin agar terhindar dari penyebaran covid 19 yang timbul di berbagai tempat yang ada.

Serta bagi para tamu dikhususkan agar memiliki suhu tidak tinggi melebihi 37.5 derajat serta menyiapkan tim paramedis yang setia setiap saat apabila para tamu mengalami hal ataupun gejala-gejala yang dimiliki orang tanpa gejala virus covid19. Hal ini untuk mendorong pendapatan bagi hotel borobudur untuk bangkit dari minusnya pendapatan dibulan april hingga mei 2020 dan mengalami kebangkitan untuk terus menaik bagi para pengunjung hotel borobudur. Dan pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali yang mewajibkan orang-orang agar tetap tinggal dirumah dimana hal ini menjadi gelombang kedua covid 19 naik kembali indonesia, dan setubulan setelahnya para industri pariwisata khususnya perhotelan mengalami kenaikan sedikit demi sedikit.

Informan 1

Pertanyaan: Selamat pagi Pak, mohon izin untuk bertanya apakah pandemi ini sangat berdampak pada industri pariwisata khususnya perhotelan.?

Jawab: Sangat berdampak sekali dikarenakan pada saat pandemi masyarakat diwajibkan untuk tinggal dirumah saja, hal ini memengaruhi pendapatan industry pariwisata khususnya perhotelan.

Pertanyaan: Bagaimana cara Hotel Borobudur dalam mengevaluasi pengurangan pada saat pandemi ini serta cara strategi pemasaran yang dilakukan.?

Jawab: Hal yang dilakukan adalah dengan memberikan potongan harga serta jaminan kesehatan yang tersedia di Hotel Borobudur, agar masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan terhadap jasa pariwisata di Hotel Borobudur. Terima kasih Bapak atas waktu dan kesempatan yang telah diberikan.

Informan 1

Pertanyaan: Selamat siang ibu, mohon izin untuk bertanya terkait situasi pandemi ini bagaimana Hotel Borobudur dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya.?

Jawab: Terkait situasi ini, pihak kami selalu berinovasi dalam memberikan informasi agar dapat memudahkan para pelanggan dalam memaknai bagaimana cara menggunakan jasa Hotel Borobudur ini dengan melihat web kami yang ada di internet tujuannya adalah sebagai bentuk kepekaan terhadap para pelanggan yang ingin menggunakan Hotel Borobudur sebagai penginapan ataupun yang lainnya.

Pertanyaan: Bagaimana cara agar masyarakat mengetahui bahwa Hotel Borobudur ini telah menggunakan protocol kesehatan supaya para pelanggan terjamin kesehatannya.

Jawab: Pertanyaan ini sudah dapat dilihat, kami menyediakan beberapa alat swab serta pengecekan suhu sebelum pelanggan melakukan cekkin kami serta memberikan disinfektan setiap pelanggan yang akan datang. Tujuannya adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap kami sebagai penyedia jasa perhotelan yang ada di Jakarta, demikian.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada jurnal ini adalah lebih menekankan bagi para publik relation untuk memberikan informasi-informasi yang baik dan dapat dimudahkan serta dimengeti oleh para pengunjung hotel agar dapat menciptakan suasana yang kondusif serta gerakan cepat dalam pemberian service khususnya industri pariwisata perhotelan ini yang memberikan service jasa, dari apa yang telah dilakukan oleh karyawan hotel borobudur sangat membuat pergerakan cepat untuk menangani para pengunjung dan tamu agar dapat tidak khawatir dalam memkai jasa perhotelan khusunya hotel borobudur serta perbaikan recovery pendapatan hotel itu sendiri, hal ini akan menimbulkan dampak pada loyalitas pelanggan yang dikarenakannya adanya jaminan yang diberikan bagi hotel borobudur demi menjaga keselamatan bersama dengan menyiapkan tim para medis agar apa yang dialami gejala-gejala covi19 dapat teratasi dengan cepat serta pemulihan isolasi mandiri yang ada dihotel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(20), 57–62.
- Adhisasono, 2004, "Marketing Public Relations: Pengakuan Konseptual Trend dan Keunikannya Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif (Survey Terhadap

Advertising dan Public Relations Agency di Jakarta). Tesis pada Program Studi Magister Manajemen". Jakarta: Universitas Indonesia.

Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan di Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Jurnal FAME*. 3(1): 41-45.

Hidayat, T. (2015). Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 102–115.

Rahmah, D. A., & Naning, S. (2019). Peran Marketing Public Relations Dalam Customer Loyalty Program Kerjasama Operasi Terminal Petikemas Koja Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 6, 39–47.

Royan, D. S., Sumadiria, A. S. H., & Cholidah, L. I. (2021). Strategi Marketing Public Relations Grab Melalui Pembayaran OVO. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4, 13–32. <https://doi.org/10.15575/reputation.v4i1.2095>

Sitepu, R. D., Kumadji, S., & Wilopo. (2015). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Wisatawan Taman Rekreasi Selecta, Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24, 1–6.

WHO. (2020). WHO Director-General's remarks at the media briefing on 2019-nCov on 11 February 2020. Cited on Jul 3rd 2020. Available on: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-generals-remarks-at-the-media-briefing-on-2019-ncov-on-11-february-2020>.

<https://kemenparekraf.go.id/statistik-akomodasi/Tingkat-Penghunian-Kamar-Hotel-Bintang-Tahun-2021>