

ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL MOXY BANDUNG DI ERA PANDEMIK

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
studi pada Program Studi Administrasi Hotel
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

NICHOLAS ANDREANUS

NIM: 201822697

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2022

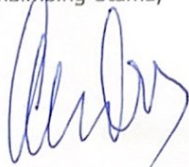
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL MOXY BANDUNG DI ERA PANDEMIK

NAMA : Nicholas Andrianus
NIM : 201822697
PROGRAM STUDI : Administrasi Hotel

Pembimbing Utama,



Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE
NIP. 19670217 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Sukmadi, SE., M.M.
NIP. 19700810 200605 1 001

Penguji I,



Siti Yulia Irani Nugraha, SE., MM.Par., CHM
NIP. 19780729 200502 2 001

Penguji II,



Dr. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par., CIQaR
NIP. 19851109 199503 1 001

Bandung, 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP
19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

MOTTO

“Jangan takut untuk bercita-cita,
lakukan semua prosesnya sebaik mungkin.”

PERSEMBAHAN

“Kepada Tuhan Yang Maha Esa dan orang tua
serta semua pihak yang berpartisipasi dalam mewarnai hidup saya”

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nicholas Andreanus
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta / 12 Oktober 1999
NIM : 201822697
Program Studi : Administrasi Hotel
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
“ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL MOXY BANDUNG DI ERA PANDEMIK” ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 27 Juni 2022
Yang membuat pernyataan,



Nicholas Andreanus
201822697

ABSTRAK

Nicholas Andreanus. 2022. “Analisis Strategi Promosi Hotel Moxy Bandung di Era Pandemi”. Proyek Akhir. Jurusan Hospitaliti. Program Studi Administrasi Hotel. Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Pembimbing I. Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE. Pembimbing II. Dr. Sukmadi, S.E., M.M.

Pandemik yang melanda seluruh dunia menyebabkan berbagai dampak. Industri perhotelan dan pariwisata merupakan sektor bisnis yang menerima dampak negatif dari adanya Covid-19. Berbagai peraturan pemerintah dibuat guna mencegah penyebaran dari virus tersebut, akan tetapi hal tersebut memberikan pengaruh yang kurang baik sebagai contohnya adalah pembatasan mobilitas masyarakat dan juga pembatasan untuk berkerumun yang menyebabkan menurunnya penjualan dari sektor bisnis hotel dan pariwisata.

Penelitian ini disusun sesuai dengan tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang bertempat di Hotel Moxy Bandung. Penelitian ini akan membahas mengenai fenomena bisnis yang terjadi di Hotel Moxy Bandung yaitu adanya pergeseran segmentasi pasar tamu hotel yang seharusnya adalah segmentasi *leisure* menjadi *corporate* dan *government* yang dikarenakan oleh adanya pandemi Covid-19. Penelitian ini akan fokus kepada pembahasan mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Hotel Moxy Bandung, ditinjau dari aspek bauran promosi dan peralatan promosi yang digunakan. Melalui metode penelitian dan pendekatan kualitatif, data penelitian akan didapatkan melalui wawancara serta studi dokumentasi yang akan dilakukan oleh penulis.

Hasil dalam penelitian ini adalah adanya indikator dari bauran promosi dan peralatan promosi yang belum digunakan secara maksimal oleh Hotel Moxy Bandung yang dapat menjadi faktor dalam fenomena bisnis mengenai pergeseran segmentasi pasar di Hotel Moxy Bandung.

Kata Kunci: strategi promosi, bauran promosi, peralatan promosi.

ABSTRACT

Nicholas Andreanus. 2022. "Promotion Strategy Analysis at Moxy Hotel Bandung in the Pandemic Era". Final Project. Hospitality Department. Hotel Administration Study Program. Tourism Polytechnic NHI Bandung. Supervisor I. Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE. Supervisor II. Dr. Sukmadi, S.E., M.M.

Pandemic that hit the whole world has caused various impacts. The hospitality and tourism industry is a business sector that receives a negative impact from the existence of COVID-19. Various government regulations are made to prevent the spread of the virus, but this has an unfavorable influence, for example, is the limitation of community mobility and also restrictions on gathering which causes declining sales from the hotel and tourism business sector.

This research was organized according to the stages of research conducted by researchers who took place at the Moxy Hotel Bandung. This research will discuss the business phenomenon that occurs in Moxy Hotel Bandung, namely the miss in segmentation of the hotel guest market which should be segmentation of leisure into corporates and governments that are wared by the Covid - pandemic19. This research will focus on discussions on promotion strategies carried out by Moxy Hotel Bandung, reviewed from aspects of the promotional mix and promotional tools used. Through research methods and qualitative approaches, research data will be obtained through interviews and documentation studies to be carried out by the authors.

The results in this study are indicators of promotional mixes and promotional tools that have not been used to the maximum by the Moxy Hotel Bandung which can be a factor in business phenomena regarding miss market segmentation in Moxy Hotel Bandung.

Keywords: *promotion strategy, promotion mix, promotional tools*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas berkat dan rahmat-Nya yang telah dilimpahkan, atas karunia-Nya peneliti dapat menuntaskan Proyek Akhir karya peneliti dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL MOXY BANDUNG DI ERA PANDEMIK”** sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penyusunan Proyek Akhir ini memiliki tujuan agar peneliti dapat menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S. Tr. Par.) pada program studi Diploma IV Administrasi Hotel di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Terdapat banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak kepada peneliti selama kegiatan penyusunan Proyek Akhir ini berlangsung, dengan rasa hormat peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHRMP. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Administrasi Hotel Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE. selaku Dosen Pembimbing I peneliti yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan Proyek Akhir.

6. Bapak Dr. Sukmadi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II peneliti yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan Proyek Akhir.
7. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., MPPar., CHE. selaku Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberikan bimbingan pada peneliti selama periode perkuliahan berlangsung.
8. Seluruh dosen dan staf Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan ilmu, bantuan, serta dukungan bagi peneliti, khususnya pada program studi Administrasi Hotel.
9. Ibu Astri Limbong selaku Asisten *Human Resources Manager* Hotel Moxy Bandung yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk menyelenggarakan penelitian di Hotel Moxy Bandung.
10. Orang tua dan keluarga besar peneliti yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan yang terbaik bagi peneliti dalam keadaan apa pun.
11. Seluruh rekan Administrasi Hotel angkatan 2018 dan Administrasi Hotel RPL 2021, khususnya HOAMITY yang telah berjuang bersama dan saling mendukung selama 4 tahun masa perkuliahan.

Penyusunan Proyek Akhir ini tentunya tidak luput dari adanya kekurangan dan peneliti sepenuhnya sadar akan hal tersebut, minimnya pengalaman yang dimiliki peneliti tentunya merupakan salah satu faktor penyebab adanya kekurangan. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Bandung, 27 Juni 2022

Nicholas Andreanus

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
A. Kajian Teori	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Pengertian Promosi.....	12
3. Pengertian Strategi Promosi	13
4. <i>Promotion Mix</i>	15
5. <i>Promotional Tools</i>	18
6. Pandemik.....	20
B. Kerangka Pemikiran	22
BAB III	24
A. Rancangan Penelitian	24
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	25
C. Pengumpulan Data	26
D. Analisis Data	27
E. Pengujian Keabsahan Data	28
F. Jadwal Penelitian.....	30

BAB IV	32
A. Hasil Penelitian	32
B. Pembahasan.....	38
1. Hotel Moxy Bandung.....	38
2. Bauran Promosi/ <i>Promotion Mix</i>	40
3. Peralatan Promosi/ <i>Promotional tools</i>	44
BAB V	50
A. SIMPULAN	50
1. Simpulan Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	50
2. Simpulan Peralatan Promosi (<i>Promotional tools</i>).....	51
B. REKOMENDASI.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Infografis PSBB yang Berlaku di Indonesia	3
Gambar 2 Infografis Penyesuaian Aturan PPKM Level 3.....	4
Gambar 3 Data Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang Tahun 2020 dan 2021.....	5
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 5 Jadwal Penelitian	31

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Persentase Segmentasi Pasar <i>Quarterly</i> Hotel Moxy Bandung Periode 2020 - 2022	6
Tabel 2 Data Okupansi <i>Quarterly</i> Hotel Moxy Bandung Periode 2020 - 2022	7
Tabel 3 Hasil Reduksi Wawancara dengan Informan 1.....	32
Tabel 4 Hasil Reduksi Wawancara dengan Informan 2.....	34
Tabel 5 Hasil Reduksi Wawancara dengan Informan 3.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Lokus.....	55
Lampiran 2 Bukti Bimbingan Proyek Akhir.....	56
Lampiran 3 Hasil Turnitin.....	57
Lampiran 4 Pedoman Wawancara.....	58
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Informan 1.....	59
Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Informan 2.....	65
Lampiran 7 Transkrip Wawancara dengan Informan 3.....	69
Lampiran 8 Surat Kesediaan Wawancara Informan 1.....	72
Lampiran 9 Surat Kesediaan Wawancara Informan 2.....	73
Lampiran 10 Surat Kesediaan Wawancara Informan 3.....	74
Lampiran 11 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian.....	75
Lampiran 12 <i>Instagram Page</i> Hotel Moxy Bandung.....	76
Lampiran 13 <i>Instagram Page</i> Hotel Moxy Bandung.....	77
Lampiran 14 <i>Instagram Page</i> Hotel Moxy Bandung.....	78
Lampiran 15 <i>Facebook Page</i> Hotel Moxy Bandung.....	79
Lampiran 16 <i>Facebook Page</i> Hotel Moxy Bandung.....	80
Lampiran 17 <i>Facebook Page</i> Hotel Moxy Bandung.....	81
Lampiran 18 Biodata Penulis.....	82

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. D. (2017). Analisis Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Adel Aksesoris Palembang. 12.
- Basrowi i Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, G. i Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion, Sixth Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- bungin, B. (2005). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dharmmesta, B. S. i Irawan. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*. Yogyakarta: Liberty.
- Herawati. (2016). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. 7.
- Hertiana, I. E. (2015). Penerapan *Promotional Tools* Pada Promosi Event Sunday Market Surabaya. 28-37.
- Kotler, P. i Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. England: PEarson Education, Inc.
- Kotler, P. i Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. i Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, M., Huberman, A. i Johnny, S. (2013). *Qualitative Data Analysis*. New Jersey: SAGE Publications.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Putro, A. H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Surabaya. *Artikel Ilmiah*, 2.

- Sandy, F. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Santoso, T. (2011). *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Jakarta: PT. Suka buku.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tania, C. (2018). Implementasi Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli. 8-10.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: ANDI.