

STRATEGI PEMASARAN HOTEL *THE 101* BOGOR SURYAKANCANA DI MASA PANDEMI COVID-19

PROYEK AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat
dalam menyelesaikan Program Diploma IV
Program Studi Administrasi Hotel
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung**



Oleh :

FARAH MAR'ATUSH SHALIHA
Nomor Induk: 202030905

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL
JURUSAN HOSPITALITI
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

STRATEGI PEMASARAN HOTEL THE 101 BOGOR SURYAKANCANA
DI MASA PANDEMI COVID-19

NAMA : FARAH MAR'ATUSH SHALIHA
NIM : 2020309059
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI HOTEL
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,



Faisal, MM.Par., CHE
NIP.197307061995031001

Pembimbing II,



Pudin Saepudin, S.ST.Par, MP.Par
NIP.197705142009021002

Bandung, 4 Juli 2021

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP.19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Farah Mar'atush Shaliha
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta/11 Mei 1994
NIM : 2020309059
Program Studi : Administrasi Hotel
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:
Strategi Pemasaran Hotel The 101 Bogor Suryakencana di Masa Pandemi Covid-19 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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir 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 Proyek Akhir 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 2 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,


A 10000 METERAI TEMPEL
A892AAJX240346390
Farah Mar'atush Shaliha
NIM. 2020309059

ABSTRAK

Salah satu industri yang memberikan kontribusi paling signifikan dalam perekonomian Indonesia adalah industri perhotelan. Kota Bogor merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki cukup banyak perusahaan perhotelan. Hotel The 101 Bogor Suryakencana adalah salah satu perusahaan perhotelan yang ada di Bogor. Namun ditemukan jenis virus baru semenjak awal tahun lalu yang berasal dari Wuhan, China yang menyebabkan pandemi covid-19 dan berdampak begitu besar untuk perekonomian Indonesia bahkan berdampak sampai ke bagian dunia lainnya. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui strategi yang tepat bagi Hotel The 101 Bogor Suryakencana dalam memasarkan produknya pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan data observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka serta menginterpretasikan dan menguraikan data yang ada dalam hubungannya dengan keadaan saat ini.

Kata kunci: Industri Perhotelan, Pandemi Covid-19, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

One of the industries that makes the most significant contribution to the Indonesian economy is the hotel industry. Bogor City is one of the areas in West Java that has quite a number of hotel companies. Hotel The 101 Bogor Suryakencana is one of the hospitality companies in Bogor. However, a new type of virus was discovered since the beginning of last year from Wuhan, China, which caused the COVID-19 pandemic and had such a big impact on the Indonesian economy that it even had an impact on other parts of the world. This study has a goal, to find out the right strategy for The 101 Bogor Suryakencana Hotel in marketing its products during the covid-19 pandemic. This study uses a quantitative descriptive method with data collection techniques of observation, interviews, questionnaires, literature studies and interpreting and describing the existing data in relation to the current situation.

Keywords: Hospitality Industry, Covid-19 Pandemic, Marketing Strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena rahmat dan ridonya-lah penulis dapat menyelesaikan naskah proyek akhir yang berjudul Strategi Pemasaran Hotel *The 101* Bogor Suryakencana di Masa Pandemi Covid-19.

Adapun tujuan pembuatan proyek akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Administrasi Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Dalam penyusunan proyek akhir ini penulis menyadari akan kekurangan dan keterbatasan pengetahuan. Namun penulis selalu berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan proyek akhir ini dengan sebaik-baiknya walaupun masih banyak kekurangan di dalamnya. Semua ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan serta semangat dan dorongan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu penulis dengan ikhlas menyampaikan serta mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan Pembimbing 1.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

4. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par, MP.Par selaku Ketua Program Studi Administrasi Hotel dan Pembimbing 2.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama ini, khususnya dosen jurusan hospitaliti program studi D-IV Administrasi Hotel.
6. Ibu Atika Septiani selaku HR & Learning Development Coordinator serta seluruh karyawan Hotel The 101 Bogor Suryakencana.
7. Mas Miftah, Aika, dan keluarga besar yang telah memberi banyak dukungan dan semangat.
8. Seluruh rekan mahasiswa kelas RPL program studi Administrasi Hotel angkatan tahun 2020 atas semangat kebersamaan yang terjalin.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberi dukungan dan bantuan dalam penulisan proyek akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan semoga amal dan perbuatan baik pihak tersebut mendapatkan pahala dan ridho dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih perlu disempurnakan. Oleh karena itu penulis berharap semoga dalam penyusunan proyek akhir ini bisa bermanfaat bagi penulis dan pihak yang telah membacanya. Aamiin.

Bandung, Juni 2021

Penulis,

Farah Mar'atush Shaliha

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori Mengenai Kebutuhan Tamu Hotel <i>The</i> 101 Bogor Suryakencana di Masa Pandemi Covid-19.....	12
B. Kajian Teori Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel <i>The</i> 101 Bogor Suryakencana di Masa Pandemi Covid-19.....	13

C.	Kajian Teori Mengenai Hotel <i>The</i> 101 Bogor Suryakencana Mempromosikan Produk di Masa Pandemi Covid-19.....	19
D.	Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Pendekatan Penelitian.....	24
B.	Obyek Penelitian.....	24
C.	Populasi dan Sampling.....	25
D.	Metode Pengumpulan Data.....	27
E.	Definisi Operasional Variabel	28
F.	Analisis Data	39
G.	Jadwal Penelitian	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian dan Pembahasan Mengenai Kebutuhan Tamu Hotel <i>The</i> 101 Bogor Suryakencana di Masa Pandemi Covid-19.....	41
B.	Hasil Penelitian dan Pembahasan Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel <i>The</i> 101 Bogor Suryakencana di Masa Pandemi Covid- 19.....	42
C.	Hasil Penelitian dan Pembahasan Hotel <i>The</i> 101 Bogor Suryakencana Mempromosikan Produk di Masa Pandemi Covid- 19.....	52

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan.....55

B. Rekomendasi..... 56

DAFTAR PUSTAKA..... 57

LAMPIRAN 1 Pedoman dan Hasil Wawancara 60

LAMPIRAN 2 Kuesioner Penelitian..... 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Data Kondisi Virus Covid-19 di Kota Bogor.....	3
1.2 Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto Kota Bogor.....	3
1.3 Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto Kota Bogor Pada Sektor Penyediaan Akomodasi.....	4
1.4 Tingkat Hunian Kamar Hotel The 101 Bogor Suryakencana Tahun 2019 - 2020.....	7
1.5 Target dan <i>Actual</i> Hunian Kamar Hotel The 101 Bogor Suryakencana Tahun 2020.....	8

DAFTAR TABEL

Tabel

3.1 Jadwal Penelitian.....	40
4.1 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kebutuhan Tamu Hotel di Masa Pandemi Covid-19.....	41
4.2 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola	43
4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Pintu Masuk/ <i>Lobby</i>	44
4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Ruang Pertemuan...	45
4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Ruang Makan.....	46
4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Kolam Renang.....	47
4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Pusat Kebugaran....	48
4.8 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Mushala	49
4.9 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Pengelola Bagian Fasilitas/Pelayanan Lainnya.....	50
4.10 Hasil Jawaban Responden Mengenai Penetapan Produk dan Layanan Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Karyawan.....	51

4.11 Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi Produk Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Strategi Pemasaran Menggunakan Digital <i>Marketing</i>	53
4.12 Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi Produk Hotel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kategori Promosi <i>Online</i>	54

DAFTAR PUSTAKA

- Andriasan Sudarso. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Jakarta: Deepublish.
- Bilson Simamora. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Brown, G dan Hepner, K. 2000. *Introduction to Food and Beverage Service*. Oxford: Blackwell Scientific Publications.
- Devy Dwi Fajri. 2020. *Jurnal Abdimas Pariwisata Pelatihan penerapan protokol Kesehatan Karyawan Hotel di Masa Tatanan Normal Baru*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
- Dicky Sumarsono. 2019. *New Business Model for Hotel Industry Winning Competition*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hadion Wijoyo. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Henny Kustini. 2017. *General Hotel Management*. Jakarta: Deepublish.
- Hessel Nogi S Tangkilisan. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

John W. Creswell. Research Design Qualitative, Quantitative, and mixed methods approached.

Joseph P. Cannon, William D. Pereault, Jr., E. Jerome McCarthy. 2008. Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global. Jakarta: Salemba Empat.

Kismono Gugup. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPF

Philip Kotler. 1997. Marketing Management. Jakarta: Pren Hallindo.

M Anang Firmansyah. 2019. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Jakarta: Qiara Media.

M Nur Rianto. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.

Mokhtar Sayyid. 2020. Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi. Sidoarjo: Zifatama Jawara.

Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, William Wells. 2008. Advertising Ed.8. Jakarta: Kencana.

Yayuk Sri Perwani. 1993. Teori dan Petunjuk Praktek Housekeeping Untuk Akademi Perhotelan Make Up Room. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.