

Strategi Manajemen Hotel di Era Adaptasi Kebiasaan Baru

Dwi Agus Kristianto

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM)
Jl. Ringroad Timur No. 52, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55198

**Corresponding Email:* aguskris4867@gmail.com

*Corresponding Author

Received: 4 September 2021, Revised: 24 September 2021, Accepted: 24 September 2021

Published online: 24 September 2021

Abstrak: Pandemi COVID-19 berdampak sangat serius terhadap industri pariwisata, khususnya kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke berbagai negara. Berbagai negara menutup akses bagi wisman atau wisatawan mancanegara yang ingin pelesir ke luar demi mencegah penularan COVID-19. Sektor pariwisata yang selama ini digadang-gadang sebagai sumber kontribusi devisa terbesar kedua bagi Indonesia merasakan dampak yang luar biasa akibat adanya pandemi COVID-19. Sejak adanya instruksi menjaga jarak sosial dan gaung beraktivitas di rumah saja, sektor pariwisata menjadi lesu. Bahkan, kelesuan itu sudah dirasakan sebelum Indonesia mengumumkan ada pasien positif corona pada awal Maret 2020 lalu. Perhotelan yang berada di garis depan sektor pariwisata juga terpukul akibat pandemi COVID-19. Sejak Presiden Joko Widodo mengumumkan kasus positif COVID-19 pertama pada awal Maret 2020, destinasi wisata mulai menutup diri dari kunjungan wisatawan sehingga berdampak kepada usaha pariwisata. Apalagi setelah sejumlah daerah memberlakukan pembatasan sosial berskala besar yang mengakibatkan pariwisata khususnya sektor perhotelan pun merasakan dampak penurunan tingkat hunian. Okupansi mayoritas hotel turun drastis yang berarti tak ada pendapatan. Dalam beradaptasi dengan adat kebiasaan baru, dapat diramalkan bahwa dalam memilih hotel sebagai akomodasi tempat tinggal, para tamu hotel akan lebih berfokus kepada kebersihan, kesehatan dan keamanan dari hotel tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, industri perhotelan dalam hal ini manajemen hotel melakukan upaya dalam menyusun strategi guna membangun kembali usaha dimulai dalam masa adaptasi kebiasaan baru untuk menarik serta membangun kembali minat dan kepercayaan tamu hotel dalam menginap kembali.

Kata kunci: Strategi, Manajemen Hotel, Adaptasi Kebiasaan Baru.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada bulan Desember 2019, dunia digemparkan dengan kehadiran virus yang sangat menular. Virus ini pertama kali terdeteksi di Kota Wuhan, Tiongkok. Melansir dari laman Alodokter (2021) COVID-19

(coronavirus disease 2019) adalah penyakit yang disebabkan oleh virus severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). COVID-19 dapat menyebabkan gangguan sistem pernapasan, mulai dari gejala yang ringan seperti flu, hingga infeksi paru-paru, seperti pneumonia. Setelah enam belas bulan terakhir sejak kasus pertama diidentifikasi di Indonesia hingga Juli 2021 dilansir dari Nugrahani (2021) dalam laman Tribunnews.com, menurut data yang dirilis oleh www.worldometers.info memaparkan ada 197.299.001 kasus virus COVID-19 yang telah dikonfirmasi di seluruh dunia, sedangkan pada Sabtu (31/07/2021) Pemerintah Indonesia kembali melaporkan 37.284 kasus baru virus COVID-19, sehingga total kasus COVID-19 yang telah tercatat di Indonesia menjadi sebanyak 3.409.658 kasus. Pasien sembuh bertambah 39.372 sehingga menjadi 2.770.092 orang. Kasus virus COVID-19 ini juga menyebar di beberapa wilayah di Indonesia, termasuk Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Tercatat hingga tanggal 31/07/2021 total kasus yang telah terkonfirmasi sebanyak 114.379 kasus.

Pandemi COVID-19 tidak hanya mempengaruhi sektor kesehatan, namun juga sektor-sektor industri lainnya. Sejak saat pertama kali ditemukannya virus COVID-19, dunia telah mengalami banyak perubahan. Dampak yang paling serius dirasakan adalah pada sektor ekonomi, tidak hanya di Indonesia namun juga di seluruh dunia. Dampak yang timbul di sektor ekonomi ini mempengaruhi industri-industri di dalamnya termasuk sektor industri pariwisata. Banyak perusahaan kecil, menengah maupun besar yang akhirnya terpaksa menutup usahanya sementara. Beberapa hotel di DIY juga terpaksa ditutup untuk sementara. Sepanjang tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mencapai 16,11 juta, angka ini naik 1,88% jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan pada periode yang sama tahun 2018 yang berjumlah 15,81 juta. Kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia sepanjang tahun 2019 paling banyak berasal dari Malaysia sebanyak 2,98 juta (18,51%) yang kemudian diikuti oleh China sebesar 2,07 juta (12,86%) (BPS, 2020).

Kasus pertama COVID-19 terkonfirmasi di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Sejak merebaknya virus corona, pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan penerbangan dari dan ke luar negeri. Tidak hanya itu, pemerintah menarik rem darurat Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Berbagai kebijakan dikeluarkan guna membatasi penyebaran virus semakin meluas. Industri pariwisata dan khususnya perhotelan pun terkena imbasnya. Pariwisata sebagai sektor ekonomi yang banyak mempekerjakan banyak tenaga kerja, saat pandemi COVID-19 ini mengalami krisis. Sebagian besar hotel, restaurant, pusat perbelanjaan, dan obyek wisata di tutup dalam rangka menahan laju penyebaran virus corona. Destinasi wisata yang sepi pengunjung, tingkat hunian kamar hotel turun, toko oleh-oleh yang sepi pembeli, bahkan perusahaan moda transportasi wisata yang harus gulung tikar karena tidak ada wisatawan. Negara-negara di dunia menerapkan berbagai kebijakan pembatasan ruang gerak kepada masyarakatnya, diantaranya penerapan *lockdown* ataupun *travel warning* sebagai upaya pencegahan penularan COVID-19.

1.2. Motivasi kajian topik

Hotel merupakan salah satu industri jasa dibidang pariwisata. Hotel merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan berbagai pelayanan (service) seperti, pelayanan penginapan, penyiapan makanan dan minuman bagi siapa saja yang memerlukan. Produk utama yang dijual oleh akomodasi adalah sewa kamar atau jasa penginapan. Namun, akibat dampak dari COVID-19, terjadinya penurunan angka wisatawan berkunjung ke suatu daerah baik dalam perjalanan bisnis atau jalan- jalan ke lokasi wisata sehingga berdampak pada penurunan occupancy hotel yang menurun drastis. Sejak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sampai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di beberapa daerah yang berdampak kepada penurunan pengunjung menginap di hotel, terbukti dengan beberapa hotel berbintang memilih untuk tutup sementara dikarenakan perbandingan pemasukan hotel dibanding biaya operasional hotel per hari yang tidak sesuai.

Dari latar belakang masalah ini penulis mengidentifikasi bahwa telah terjadinya penurunan drastis tingkat hunian hampir di semua hotel sebagai dampak dari COVID-19, sehingga memotivasi penulis agar supaya manajemen hotel bisa bertahan saat pandemi COVID-19. yaitu upaya dan strategi apa yang dilakukan manajemen hotel dalam mempertahankan eksistensinya saat pandemi COVID-19.

1.3. Kontribusi Topik Yang Dikaji

Penulisan ini dalam kontribusinya yaitu sebagai bahan referensi bagi penelitian atau penulisan selanjutnya terutama dalam bidang perhotelan dan menambah wawasan bagi para peneliti tentang upaya yang dilakukan di hotel atau bidang jasa lainnya ketika terjadi bencana baik bencana alam maupun non alam seperti kondisi pandemi COVID-19 saat ini.

1.4. Manfaat

Dengan adanya penulisan yang berjudul “Strategi Manajemen Hotel di Era Adaptasi Kebiasaan Baru”, Penulis berharap penulisan ini dapat bermanfaat bagi:

a. Manfaat Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman khususnya dalam mengelola hotel di Cakra Kusuma dan Cakra Kembang Yogyakarta di Era Adaptasi Kebiasaan Baru

b. Manfaat Bagi Lembaga Pendidikan (STiPRAM)

Menjadi salah satu referensi dan tambahan literatur pustaka di bidang Perhotelan, terutama bagi mahasiswa STIPRAM.

Hasil dari penulisan ini diharapkan bermanfaat untuk membentuk mahasiswa yang profesional di bidang Perhotelan yang nantinya sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja.

c. Manfaat Bagi Perhotelan

Sebagai masukan bagi manajemen hotel dalam mengambil kebijakan khususnya dalam menentukan strategi supaya hotel bisa bertahan dan bahkan tumbuh di Era Adaptasi Kebiasaan Baru.

1.5. Sistematika penulisan

Pada akhir Pendahuluan ini dijelaskan sistematika penulisan ini secara keseluruhan sebagai berikut:

- a. Membahas Pendahuluan yang meliputi lima sub-bahasan yaitu: Latar Belakang Penulisan; Motivasi mengapa topik tersebut perlu dikaji, Kontribusi topik yang dikaji kaitannya dengan topik buku, Manfaat penulisan dan Sistematika penulisan.
- b. Membahas Landasan Teori dan Kerangka Berfikir yang berisi uraian ringkas tentang teori dasar yang dipakai dan uraian kerangka berfikir penulisan.
- c. Membahas Metode penulisan.
- d. Menyajikan Hasil dan Pembahasan, yang meliputi: Pemaparan hasil kajian yang diperoleh; dan membahas data yang diperoleh dalam kajian penulisan ini serta di analisis dengan teori / pendekatan yang telah diuraikan sebelumnya
- e. Bagian terakhir dari penulisan ini yaitu Penutup yang membahas kesimpulan dari penulisan yang sudah dikaji dan diikuti beberapa saran untuk rekomendasi bagi pembaca

2. Landasan Teori dan Kerangka Berfikir

2.1. Landasan teori

a. Pengertian Strategi

Strategi menurut Glueck & Jauch (2000) mengatakan: “Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Sedangkan Purwanto (2007) menjelaskan bahwa “*Strategi is unified comprehensive and integrated plan that relates the strategy advantages of the firm to the challenges of the enterprise and achieve through proper execution by the organization*” (strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan). Dalam manajemen sebuah organisasi strategi dapat diartikan sebagai kiat, cara, dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategis organisasi. Berdasarkan beberapa definisi strategi menurut arti bahasa yang digunakan maka dapat disimpulkan. Strategi adalah suatu perencanaan jangka waktu tertentu yang disusun untuk mencapai tujuan baik tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah maupun tujuan jangka panjang.

b. Pengertian Manajemen Hotel

Hotel Menurut Sulastiyono (2007) “Hotel adalah perusahaan atau badan usaha yang menyediakan layanan menginap untuk orang-orang yang melakukan perjalanan. Dikelola oleh pemilik atau ownernya dengan layanan tempat tidur beserta fasilitasnya makanan dan minuman serta fasilitas lengkap lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel seseorang harus membayar dengan tarif atau harga yang sudah ditentukan”. Sedangkan menurut Endar & Sulartiningrum (2001)

“Hotel adalah sebuah bangunan yang didirikan dan dikelola dengan tujuan komersial dengan jalan menyediakan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum. Dengan rincian fasilitas seperti jasa penginapan, jasa pelayanan barang bawaan, jasa penyedia makanan dan minuman, jasa fasilitas perabot dan hiasan, serta jasa pencucian pakaian”. Maka dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola untuk menyediakan fasilitas dan pelayanan jasa penginapan, makan, dan minuman kepada para tamu dan mampu membayar dengan harga yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima kepada para tamu untuk memperoleh keuntungan. Manajemen Hotel (Perhotelan) adalah studi dan praktek efektif serta seni untuk menjalankan bisnis hotel, restoran dan bisnis pariwisata lainnya yang berhubungan dengan bidang perjalanan supaya akan lebih lancar, nyaman, berkualitas sehingga memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen, yang pada tujuannya adalah menghasilkan margin keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan. Tanggung jawab manajemen dalam sebuah hotel berada pada seorang atau beberapa orang yang diberi kuasa oleh pemilik untuk mewakili kepentingannya (Komar, 2005). Manajemen hotel melibatkan kombinasi berbagai keterampilan seperti manajemen pemasaran, pengembangan sumber daya manusia, manajemen keuangan, keterampilan hubungan antar manusia, ketangkasan, dll. Adapun secara struktural, bisa digambarkan sebagai berikut:

1) *General Manager*

General Manager (perhotelan) adalah orang yang mengelola operasional sehari-hari dalam manajemen hotel. Hotel besar selalu memiliki tim untuk manajemen, dimana setiap anggota tim berkonsentrasi pada daerah kepentingan tertentu. General Manager hotel bertanggung jawab atas operasi yang efisien dan menguntungkan bagi perusahaan mereka, selain itu juga bertugas mengontrol keuangan, rumah tangga, kualitas pelayanan dan makanan, dekorasi dan interior serta pembentukan norma-norma yang harus diikuti oleh staf sambil memberikan layanan mereka kepada para tamu, dll.

2) *Departemen Hotel*

Manajemen Perhotelan memiliki sejumlah departemen di bawahnya. Beberapa departemen utama dari industri Perhotelan yaitu:

- *Front Office*

Tugas utama dilakukan di sini meliputi: penyediaan informasi, membuat pemesanan kamar dan mengurus check-in dan check-out. Hampir semua kegiatan yang ada di *front office* berhubungan dengan tamu, baik secara langsung maupun tidak langsung. *front office* memiliki peranan penting dalam operasi sebuah hotel

- *Sales & Marketing:*

Departemen ini bertanggung jawab dengan kegiatan penjualan dan pemasaran serta terus berhubungan dengan agen perjalanan dan operator wisata serta klien lainnya, Periklanan dan Hubungan Masyarakat juga biasanya ditangani oleh departemen ini.

- *Food & Beverage (F & B)*

Departemen ini adalah pusat industri makanan dan minuman hotel dan bertanggung jawab atas semua makanan dan minuman yang disusun dan disajikan di hotel.

- *House Keeping*

Fungsi utama dari departemen ini adalah bertugas membersihkan kamar, area hotel serta fasilitas hotel, baik kamar yang terisi maupun kamar kosong, karena *housekeeping* harus selalu menjaga keadaan kamar selalu siap. Departemen lainnya di hotel meliputi: Teknik (*engineering*), Personalia, Keamanan dan Akunting.

c. Pengertian Strategi Manajemen Hotel

Pengertian Strategi Manajemen adalah merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada perkembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan, proses manajemen strategi adalah suatu cara yang digunakan perencana strategi menentukan sasaran untuk membuat kesimpulan strategi (Glueck & Jauch, 2000). Proses Manajemen Strategi menurut David (2011) ada tiga tahap yaitu sebagai berikut:

- 1) Perumusan Strategi, mencakup mengembangkan visi dan misi, pengidentifikasian peluang dan ancaman eksternal organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.
- 2) Penerapan Strategi, tahap ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, pembuatan kebijakan, pemotivasian karyawan, dan pengalokasian sumber daya.
- 3) Penilaian Strategi, merupakan tahap terakhir dalam proses manajemen strategi.

Tiga aktivitas dasar dalam penilaian strategi yaitu meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan strategi saat ini, mengukur kinerja, dan mengambil langkah korektif. Manajemen strategi menekankan pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kekurangan perusahaan, disamping itu upaya untuk mencari cara untuk mengelola sumber daya guna mengembangkan keunggulan kompetitif dan membantu kesuksesan pada masa yang akan datang (Abdurrahman, 2015). Keputusan tingkat bisnis meliputi keputusan yang berkaitan dengan penentuan lokasi perusahaan, segmentasi pasar, lingkup geografis daerah pemasaran, saluran distribusi produk, dan sebagainya. Jadi strategi manajemen hotel merupakan pengimplementasian seluruh strategi yang dirumuskan pada tingkat korporasi dan tingkat bisnis dan disesuaikan dengan kondisi masing-masing hotel tersebut.

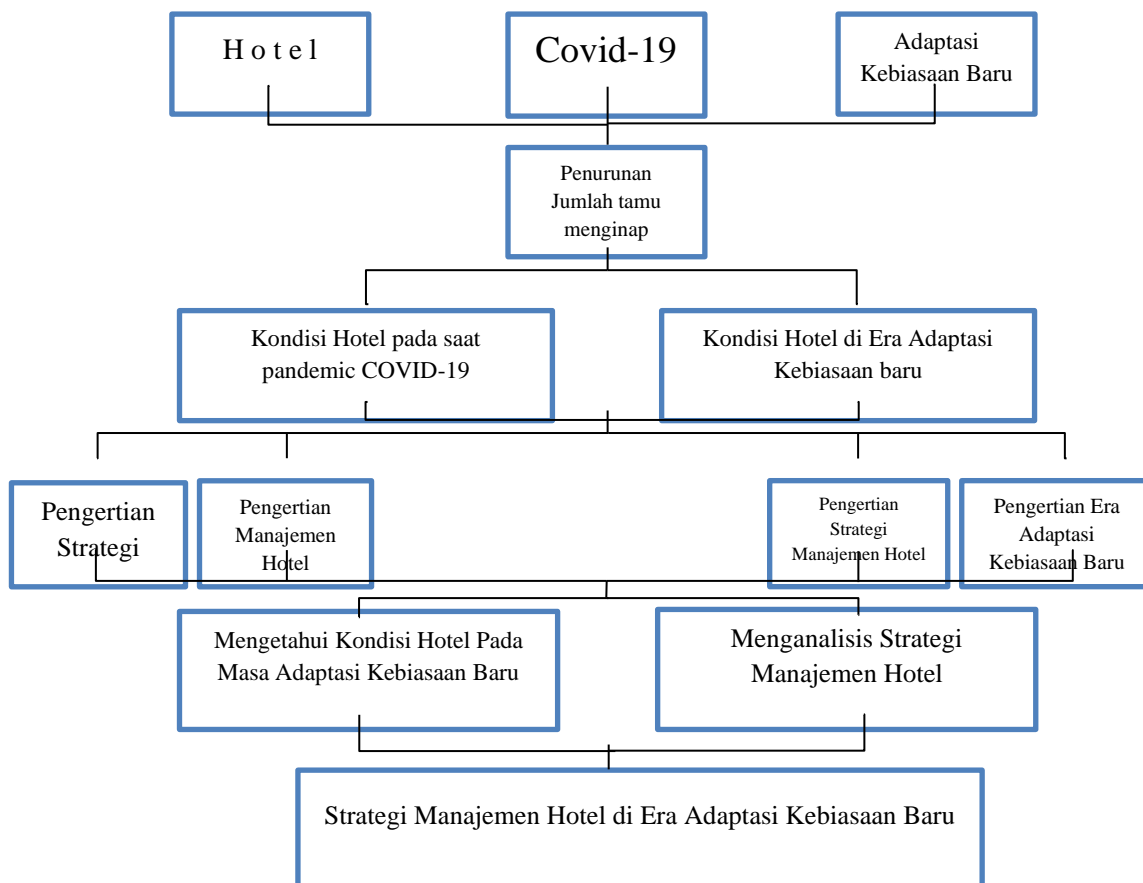
d. Pengertian Era Adaptasi Kebiasaan Baru

Era Adaptasi Kebiasaan Baru adalah era kenormalan baru dimana setiap orang melakukan aktivitas normal dengan memperhatikan protokol kesehatan di tengah pandemi COVID-19 yaitu cara hidup baru atau cara baru dalam menjalankan aktivitas hidup ditengah pandemi COVID-19 yang dilansir dari (Alodokter, Pedoman Menerapkan Adaptasi Kebiasaan Baru di Tengah Pandemi COVID-19, 2020). Era Adaptasi Kebiasaan baru ini sebagai alternatif dan sebagai dasar kebijakan nasional untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat yang berhubungan dengan kegiatan produksi dan distribusi, selain itu, kondisi sosial juga membutuhkan interaksi. Beberapa penelitian menjelaskan, suatu kebiasaan yang terus menerus dilakukan akan menjadi kebiasaan baru. Untuk hal ini, hampir semua peneliti sosial duduk

dalam pendapat yang sama, perbedaannya terletak berapa lama kebiasaan baru itu terbentuk. Jadi Adaptasi Kebiasaan Baru dapat diartikan suatu kondisi dan/atau kebiasaan sosial masyarakat atau perilaku individu yang muncul setelah COVID-19. Seperti Normal Baru, Normal Lama adalah kondisi sosial masyarakat sebelum pandemi COVID-19.

3. Metode

Metodologi atau metode penulisan adalah cara yang digunakan untuk menyelesaikan masalah penulisan. Dalam hal ini, penulis menggunakan metode penulisan deskriptif-kualitatif. Dimana metode penulisan ini memanfaatkan data kualitatif dari hasil analisa data yang berbentuk catatan, rekaman, maupun dokumentasi foto dan dijabarkan secara deskriptif. Kerangka berpikir kajian ini disajikan dalam Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil kajian

Di era pandemi masing-masing negara akan semakin *selfish* atau egois dengan berupaya keras melindungi kepentingan masing-masing. Pembatasan dan pelarangan arus keluar-masuk orang (penerbangan), barang (ekspor-impor), kontrol perbatasan akan kian massif dengan alasan kepentingan nasional masing-masing negara. Ketika vaksin diproduksi nanti, semua negara akan "berebut"

mendapatkan vaksin demi kepentingan warganegara masing-masing. Negara juga bisa semena-mena akan melarang orang asing masuk dengan alasan perlindungan warganegara. Sebut saja ini: "*Coronationalism*". Maka tak terhindarkan pandemi mendorong kohesi di dalam negara akan meningkat, sebaliknya friksi antar negara akan menguat. Beberapa negara sukses menangani krisis pandemi COVID-19, namun sebagian besar negara di dunia belum berhasil menanganinya termasuk Indonesia. Semua negara gelagapan meresponnya: mulai dari kebijakan PSBB hingga PPKM, antisipasi darurat perlengkapan dan infrastruktur kesehatan, menangani krisis ekonomi, hingga produksi/distribusi vaksin. Kini *leadership* para pemimpin negara di seluruh dunia diuji. Efektif tidaknya kepemimpinan mereka menangani krisis COVID-19 akan menentukan cepat tidaknya pemulihan ekonomi, industri, dan bisnis. Pemerintah berencana menerapkan adat kebiasaan baru atau *new normal*. Nantinya berbagai sektor akan dibuka secara bertahap termasuk hotel dan restoran akan ada protokol kesehatan yang harus diterapkan: Ada pengecekan suhu tubuh. Standar kami adalah berdasarkan protokol kesehatan yang dikeluarkan yang tidak boleh adalah 37,3 derajat untuk hotel dan restoran. Kemudian adanya jarak minimal satu meter, serta wajib disediakan hand sanitizer, cuci tangan, menyiapkan *washtafel* sebelum masuk. Sebelum tamu hotel menginap, kamar akan disemprot disinfektan. Sehingga protokol kesehatan benar-benar dilakukan guna mencegah terjadinya penularan COVID-19 sehingga kenyamanan dan keamanan setiap tamu terjamin.

Ketika ancaman COVID-19 terus mengintai, maka *Cleanliness, Healthiness, Safety, Environment* (CHSE) menjadi prioritas dan preferensi utama konsumen. Maka kepatuhan pada protokol kesehatan menjadi faktor kunci pulihnya berbagai industri. Di *hygiene economy*, disiplin protokol kesehatan menjadi alat branding paling ampuh. Hotel yang bisa membangun *customer confidence* terkait CHSE akan lebih diminati konsumen. Tak hanya itu, di era pandemi kepatuhan perusahaan terhadap protokol kesehatan menjadi jaminan terciptanya loyalitas dan *customer trust* dalam jangka panjang. Pandemi COVID-19 meningkatkan kesadaran wisatawan akan konsep CHSE (*cleanliness-health-safety-environment*). Di era next normal, CHSE akan menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Pemerintah dan pengelola destinasi wisata perlu cepat merespon isu ini dengan menerapkan protokol kesehatan. Penulis membuat atau menyampaikan strategi manajemen hotel guna menghadapi kondisi di Era Adaptasi Kebiasaan Baru di implementasikan ke dalam 4 kajian antara lain:

a. Operasional

Meyediakan sarana prasarana dan infrastruktur di area hotel yang memadai sesuai SOP protokol CHSE sesuai arahan dari pemerintah dan hal tersebut juga sudah mendapat audit dan pendampingan dari lembaga sertifikasi dalam rangka menghadapi era adat kebiasaan baru yaitu: peralatan *thermo gun* sebagai alat check suhu tubuh, *washtafel* yang dilengkapi dengan sabun, tissue dan tempat sampah, *signage* jaga jarak, banner protokol kesehatan, dll. Prinsip sesuai pedoman operasional yang telah di berikan oleh **PHRI (2020)** sebagai panduan di era adaptasi kebiasaan baru antara lain :

- Staff resepsionis harus memakai masker, faceshield dan handglove selama bertugas
- Staff resepsionis menggunakan handy thermometer (pengukur suhu) untuk tamu selama penyebaran wabah ini, adapun suhu tubuh maksimal adalah 37,3 derajat celsius

- Staff resepsionis harus sering melakukan cuci tangan dengan sabun atau dengan hand sanitizer yang berbasis alkohol.
- Pengelola hotel akan selalu menyediakan hand sanitizer dan juga menyiapkan masker dalam jumlah tertentu untuk persiapan apabila ada tamu yang kedatangan tidak membawa masker maka diberi dari hotel
- Mengingatkan para tamu untuk selalu menggunakan masker selama di lingkungan hotel dan sering mencuci tangan serta menjaga kesehatan
- Staff hotel wajib untuk mendata lengkap setiap tamu yang datang (i.e nama, alamat, no telepon, fotocopy KTP/ID)
- Area umum (public area) dan reception harus dibersihkan setiap saat untuk memastikan bagian/area tersebut benar-benar bersih dengan menggunakan desinfektan yang mengandung klorin 1:9 atau mengandung ethanol/methanol dicampur alkohol 70%.
- Penerapan social distancing dan physical distancing di setiap area yang di pergunakan oleh para tamu dan staff (i.e front office, lift tamu, lift service, dll)
- Penyemprotan desinfektan wajib untuk dilakukan secara berkala di setiap titik lingkungan hotel dengan cairan yang mengandung klorin 1:9.
- Penempatan rambu – rambu atau petunjuk terkait penerapan social distancing & physical distancing di titik yang mudah terlihat.
- Petugas *housekeeping* wajib menggunakan Alat Pelindung Diri (APD) minimum atau lengkap bila diperlukan (yang terdiri dari : headcover, kacamata, masker dan sarung tangan surgical dilapisi dengan sarung tangan karet, wearpack dan sepatu boot) dalam melakukan pembersihan kamar tamu.
- Membersihkan dengan desinfektan secara teratur untuk titik-titik tertentu yang sering disentuh manusia seperti; pegangan tangan (terali), tombol lift (1 jam sekali), kenop pintu.
- Membersihkan toilet secara teratur menggunakan deterjen netral dan air, dan kemudian menerapkan desinfektan seperti yang diperintahkan pada label produsen desinfektan dan perhatikan bagian-bagian yang sering disentuh langsung oleh manusia seperti; keran air, gagang pintu/handuk/waduk, kloset duduk dan penutupnya, *washtafel*, kenop pintu, tombol lainnya dan sakelar.
- Menyediakan tissue toilet yang secukupnya, handuk kertas (jika disediakan) serta alat pengering tangan dan sabun cair setiap saat.
- Petugas restoran wajib menggunakan masker dan sarung tangan dalam melaksanakan tugasnya.
- Mengatur jaga jarak yang cukup antara meja & kursi, sebaiknya minimal 1 meter, serta menyarankan untuk tamu melakukan *takeaway*
- Staf laundry juga harus mengenakan masker dan sarung tangan jika menangani laundry dari kamar tamu. Kain dan handuk yang memerlukan pencucian harus ditempatkan dalam kantong laundry. Kain harus dikosongkan langsung dari tas binatang ke dalam mesin cuci tanpa penanganan dan dicuci pada suhu panas normal.

b. Pemasaran

Membuat video tutorial mengenai hotel di era adaptasi kebiasaan baru, membuat paket-paket yang mendukung era adaptasi kebiasaan baru supaya aktifitas hotel tetap bisa berjalan yaitu: paket *stay cation*, paket *meals delievery*, paket *wedding* dengan kapasitas terbatas dan di sarankan menggunakan konsep *hampers*, paket virtual meeting, serta paket inovasi lainnya yang bertujuan untuk mendongkrak ekonomi dan membuat konsumen rela mengeluarkan uang di saat pandemi. Alhasil, para pelaku bisnis mulai kreatif dan inovatif membuat paket-paket penawaran. Misalnya membuat paket “*buy now, stay later*”, paket promo “*Work from Hotel*” dengan harga yang sangat murah mulai dari Rp 2 juta untuk satu bulan menginap. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan tingkat okupansi dan menjaga *cashflow* yang kian merosot oleh adanya PSBB dan PPKM.

c. Sumber Daya Manusia

Mengingat SDM yang terbatas maka sdm tersebut dituntut untuk bisa *multi tasking*, diberikan pelatihan-pelatihan terutama terkait dengan protokol kesehatan dalam menghadapi era adaptasi kebiasaan baru, yaitu seluruh staff wajib menjalankan PHBS, memakai masker dengan benar, *face shield*, *hand glove*., memeriksa suhu badan secara teratur/berkala setiap hari, meakukan pencatatan dan pemantauan harian terhadap suhu badan pegawai, melaporkan ke supervisor/atasan, memeriksakan ke dokter bila suhu badan naik dari suhu badan normal (> 37,3 derajat celsius) atau ada gejala infeksi saluran pernapasan. Menjaga kebersihan diri dengan baik (misalnya; cuci tangan selama 20 detik sebelum pengeringan dengan sabun dan air sebelum dan sesudah makan, setelah melakukan pembersihan, memegang sampah atau barang kotor lainnya dan setelah dari toilet/ gunakan). Memakai sarung tangan sekali pakai, masker dan sepatu bot karet saat membersihkan dan saat mengolah makanan atau pun sampah. Menggunakan sarung tangan sekali pakai saat membersihkan alat makan dan benda sisa di meja restoran dan/atau di kamar hotel seperti tisu bekas dan tusuk gigi.

d. Keuangan

Mengatur *cash flow* untuk kondisi-kondisi pengeluaran yang peioritas yaitu biaya pegawai dan operasional termasuk energy, pajak, dll termasuk minta stimulus atau relaksasi ke pemerintah daerah guna mendapat keringanan dalam pembayaran pajak serta menjadwal ulang pembayaran ke rekanan. Ilustrasi foto/gambar/ yang diterapkan oleh manajemen hotel di era adaptasi kebiasaan baru ditunjukkan dalam Gambar 2 – Gambar 7 sebagai berikut:



Gambar 2. Petugas *reception* dalam bekerja menggunakan uniform dengan standard protokol kesehatan



Gambar 3. Petugas *room boy* dalam membersihkan kamar sesuai panduan SOP protokol kesehatan



Gambar 4. Petugas *room service* dalam mengantarkan pesanan makanan sesuai dengan SOP protokol kesehatan.



Gambar 5. Sebelum masuk hotel, semua tamu wajib di check suhu tubuhnya, mengenakan masker, dan mencuci tangan di *washtafel* yang sudah disediakan.



Gambar 6. Semua barang wajib di disinfektan sebelum masuk ke area hotel



Gambar 7. Contoh paket inovasi yang di buat hotel di era adaptasi kebiasaan baru.

5. Penutup

5.1. Simpulan

Dalam upaya menyelamatkan industri pariwisata khususnya perhotelan di saat era adaptasi kebiasaan baru, diperlukan strategi penanganan yang tepat dan dapat dilakukan dengan tiga strategi yaitu:

- a. Strategi jangka pendek. Strategi jangka ini dapat dilakukan melalui beberapa hal, antara lain pemerintah memberikan dukungan terhadap industri perhotelan terutama dukungan finansial atau stimulus terhadap biaya operasional, membuat SOP mitigasi bencana termasuk wabah COVID-19 dengan membuat protokol kesehatan terutama di era adaptasi kebiasaan baru, selain itu pemerintah mempunyai peran dalam membuat kebijakan terutama dalam mendukung perhotelan yang sudah bersertifikat CHSE diberi kelonggaran dalam menerima kegiatan konsumen
- b. Strategi jangka menengah. Strategi jangka menengah melalui *strategy penta helik* yang merupakan strategi kolaborasi antara *Academic, Business, Costumer, Government, Media* (ABCGM). Penerapan strategi ini akan optimal apabila masing-masing mempunyai peran yang berimbang di bidangnya masing-masing sehingga dapat berkolaborasi dengan baik dan menghasilkan kekuatan yang luar biasa. Perguruan tinggi mempunyai peran dalam mencetak SDM dan melakukan riset untuk menjawab kebutuhan industri bidang pariwisata terutama program studi perhotelan beserta pengelolaannya di era adaptasi kebiasaan baru. Dan yang tidak kalah penting adalah melibatkan peran pelanggan atau komunitas dalam mengembangkan kegiatan pariwisata Termasuk peran pemerintah dalam memberikan stimulus atau relaksasi dan media sebagai pusat informasi ke publik juga sangat mendukung
- c. Strategi jangka panjang. Strategi ini dapat dilakukan dengan mendesain sistem manajemen operasi (*operation management system*) industri pariwisata khususnya di perhotelan Dalam *operation management system* di industri perlu memperhatikan beberapa elemen penting yaitu *input, process, output* dan *outcome*. Dari sisi *input* yang perlu diperhatikan adalah pembenahan kualitas produk dan layanan, kualitas sumberdaya manusia dengan menerapkan standar kompetensi dalam industri perhotelan dan penyediaan fasilitas pendukung yang memadai yang memenuhi standar keamanan dan kenyamanan sesuai protokol CHSE. Dari sisi *process* yang perlu diperhatikan adalah; dukungan kebijakan pemerintah terhadap industri pariwisata, kualitas layanan internal yang baik (fasilitas bagi para pekerja), kualitas layanan eksternal yang baik (penyediaan fasilitas untuk wisatawan), perbaikan program pemasaran yang terintegrasi dengan melibatkan stakeholders. Setelah proses tersebut dilakukan maka *output*-nya adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga *outcome* yang diharapkan adalah kunjungan kembali wisatawan dengan membawa rupiah yang lebih banyak. Untuk memperoleh *outcome* yang optimal tentu saja harus didukung oleh penerapan manajemen yang baik dengan pendekatan *total quality management* sesuai protokol CHSE.

5.2. Saran

Manajemen Hotel harus merealisasikan dan mengimplementasikan strategi yang sudah di sebutkan dalam pembahasan agar bisa bertahan dalam masa pandemi serta mendapatkan peluang bisnis guna mencapai

pendapatan yang optimal ditengah krisis serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap hotel untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alodokter. (2020, July 20). *Pedoman Menerapkan Adaptasi Kebiasaan Baru di Tengah Pandemi COVID-19*. Retrieved August 16, 2021, from <https://www.alodokter.com/pedoman-menerapkan-adaptasi-kebiasaan-baru-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Alodokter. (2021). *COVID-19*. Retrieved August 14, 2021, from <https://www.alodokter.com/covid-19>
- BPS. (2020). *Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Desember 2019 mencapai 1,38 juta kunjungan*. Retrieved August 14, 2021, from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/1711/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-desember-2019-mencapai-1-38-juta-kunjungan-.html>
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Endar, S., & Sulartiningrum, S. (2001). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Glueck, W. F., & Jauch, L. R. (2000). *Business Policy and Strategic Management, an Integrated Approach*. USA: Houghton Mifflin Company.
- Komar, R. (2005). *Hotel Management*. Jakarta: Grasindo.
- Nugrahani, A. W. (2021). *Update Corona Global 30 Juli 2021: Jumlah Kasus Covid di Seluruh Dunia 197.299.001*. Retrieved August 14, 2021, from <https://www.tribunnews.com/corona/2021/07/30/update-corona-global-30-juli-2021-jumlah-kasus-covid-di-seluruh-dunia-197299001?page=4>
- PHRI. (2020). *Buku Panduan Normal Baru Hotel dan Restoran Dalam Pencegahan COVID-19*. Jakarta: Badan Pimpinan Pusat Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia.
- Purwanto, I. (2007). *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- Sulastiyono, A. (2007). *Teknik dan Prosedur Divisi Kamar Pada Bidang Hotel*. Bandung: Alfabeta.