

BAB1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seminar merupakan aktivitas yang bertujuan untuk melakukan analisis studi komprehensif terhadap suatu topik dengan pemecahan masalah yang melibatkan kerjasama antar peserta dalam seminar dan didukung oleh guru besar. Setiap mahasiswa yang mengerjakan tugas akhir berupa karya kompetensi kerja wajib diharapkan melaksanakan kegiatan berupa PKM (pengabdian kepada masyarakat) atau seminar dalam rangka melaksanakan kegiatan tugas akhir, serta mengadakan seminar tentang dampak penelitian yang telah dijalani dalam waktu 4 bulan. Seminar adalah proyek fase terakhir sebelum sesi sidang di mana dosen penguji dapat melihat hasil penelitian dan melakukan *review* berupa masukan untuk merevisi hasil penelitian. Penelitian yang penulis teliti memiliki judul “Pengaruh harga dan promosi hotel bintang 5 di DKI Jakarta terhadap pembelian impulsif”. COVID-19 (*coronavirus disease 2019*) merupakan virus yang dapat menular lewat udara yang ditemukan di Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Saat ini COVID-19 sudah tersebar ke seluruh negara termasuk Indonesia.

2 Maret 2020 merupakan kasus pertama di Indonesia terdapat 2 pasien positif yang diumumkan oleh pemerintah. Kasus penularan pertama kali di Indonesia diperkirakan telah terjadi di sekitar akhir Januari hingga awal Februari, hal ini mengacu pada tingginya jumlah penerbangan dari dan ke Wuhan serta belum adanya ketersediaan pemeriksaan kesehatan yang

memadai di bandara. Hingga 31 Mei 2020 tercatat 7.272 kasus positif COVID-19 (*coronavirus disease 2019*) di Jakarta yang telah menyebar di berbagai kecamatan. Hal ini mengakibatkan situasi ekonomi dan seluruh industri menjadi terganggu. Seperti industri perhotelan menjadi sepi pengunjung dengan adanya kebijakan pemerintah Indonesia. (Ichsan et al., 2020).

Menurut CNN Indonesia (2020) salah satu upaya dalam menyelamatkan perekonomian Indonesia serta meningkatkan produktivitas masyarakat Indonesia terutama DKI Jakarta adalah dengan upaya pemerintah dalam mempersiapkan penerapan kenormalan baru dalam bahasa Inggris yaitu dengan sebutan *new normal*. Penerapan kenormalan baru ini diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 Panduan Pencegahan dan Pengendalian COVID-19 ditempat kerja serta industri pada situasi pandemi yang melanda dunia termasuk Indonesia. Menurut Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Wiku Adisasmita, kenormalan baru merupakan perubahan terhadap perilaku atau menata kehidupan perilaku yang baru dalam menjalankan aktivitas yang normal akan tetapi diharuskan dengan protokol kesehatan untuk mencegah penularan COVID-19 (Rosidi & Nurcahyo, 2020). Dalam rangka penerapan kenormalan baru ini menjadikan peluang bagi industri perhotelan untuk beroperasi kembali dengan catatan harus memiliki pengetahuan yang cukup luas serta memahami protokol kesehatan yang perlu diterapkan sesuai dengan peraturan dari pemerintah (Fajri, 2020).

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh harga dan promosi hotel bintang 5 di DKI Jakarta terhadap pembelian impulsif” karena pada saat terjadi pandemi analisis ini akan memungkinkan beberapa pihak seperti industri pariwisata khususnya hotel akan menemukan pengetahuan penting tentang keadaan tersebut. Penelitian ini akan mengeksplorasi mengenai harga dan promosi yang ditawarkan oleh hotel dimasa kenormalan baru ini. Penelitian ini akan dinilai oleh dosen penguji atau reviewer guna untuk panduan revisi tugas akhir sebelum melaksanakan sidang.

B. Tujuan

Tujuan dengan diadakannya seminar hasil akhir ini yaitu :

1. Untuk mempresentasikan kepada tim penguji/dosen mengenai pengaruh kenormalan baru terhadap harga dan promosi di hotel bintang 5 DKI Jakarta pada pembelian impulsif konsumen yang telah diteliti.
2. Menjadikan masukan bagi peneliti agar dapat disempurnakan lagi melalui perbaikan sehingga menjadikan hasil dari laporan penelitian ini lebih baik lagi.

C. Manfaat

Manfaat dari seminar hasil ini yaitu menyampaikan pendapat secara lisan mengenai ilmu pengetahuan yang telah diteliti peneliti sehingga dapat menjadikan pertukaran informasi maupun pendapat antara peneliti dan dosen dan dapat mengidentifikasi masalah tersebut untuk mencari solusi.

D. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* melalui *google form* kepada orang yang pernah menginap di hotel bintang 5 pada era kenormalan baru (*purposive sampling*). Target minimal pada penelitian sampel ini adalah 125 orang. Ketika data sudah terkumpul maka analisa data akan diuji dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Science*). Pengujian data akan dilakukan seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, uji hipotesis, dan uji regresi linear berganda. Setelah data diuji maka dibandingkan dengan teori statistik dan akan menghasilkan data berupa H2 yaitu mendukung adanya *marketing mix* (harga dan promosi) berpengaruh positif kepada pembelian impulsif. Pada era kenormalan baru hotel harus melakukan promosi hotel secara rutin dengan menerapkan protokol kesehatan yang sesuai standar pemerintah. *Marketing mix* (harga dan promosi) di era kenormalan baru berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Pembelian impulsif dilakukan oleh konsumen karena adanya kebutuhan dan keinginan dalam membeli produk atau jasa. Adanya pengaruh *marketing mix* (harga dan promosi) di era kenormalan baru terhadap pembelian impulsif karena konsumen yang tetap ingin liburan di hotel.