

PROSPEKTUS INDUSTRI PERHOTELAN DI ERA DIGITAL DAN PASCA PANDEMI DI INDONESIA

Murniati

Universitas Bina Nusantara
murniatimsi@binus.ac.id

Abstrak: Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui prospek bisnis industri hotel di era digital dan pasca pandemi. Kami melakukan simulasi berdasarkan estimasi pertumbuhan pengguna internet, tourism arrival dan kinerja hotel menggunakan data dari annual report tahunan semua hotel yang terdaftar di bursa saham baik di Indonesia dan Malaysia setiap tahun dari tahun 2000 hingga 2019. Dalam membuat forecasting kinerja hotel, penelitian ini menggunakan model Autoregressive moving average (ARMA). Hasil estimasi digunakan untuk membandingkan kinerja industri perhotelan di Indonesia dari tahun 2000 hingga tahun 2019. Kami menemukan bahwa dengan inklusi internet yang masih memudahkan konsumen untuk membuat keputusan dalam memilih akomodasi.

Kata kunci: industri perhotelan, era digital, pasca pandemi

PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi untuk beradaptasi dengan tantangan semakin bervariasi dalam industri hotel. Meskipun kebijakan era pandemi masih dikembangkan di hotel-hotel di seluruh dunia termasuk Hotel di Indonesia. Dapat dikatakan bahwa tamu akan melihat perubahan besar pada saat mereka check-in di mana saja. Untuk masa yang akan datang sampai vaksin, pengobatan yang efektif secara luas atau pengujian langsung untuk virus corona tersedia.

Mengingat di hotel cenderung menjadi urusan yang mudah, terutama di hotel-hotel kelas atas di mana layanan dan fasilitas yang dipersonalisasi untuk pelanggan hotel telah lama menjadi bagian dari bisnis hotel itu sendiri. Para tamu akan menginginkan check-in dan checkout tanpa kunci dan tanpa kontak serta beberapa interaksi yang dipersonalisasi. Peran teknologi menjadi sangat penting. Trend pengembangan check in dan check out meningkat di bisnis hotel pada era pandemic covid-19. Termasuk pengembangan teknologi digital yang beradaptasi dengan pandemic. Hotel harus bertahan dan beradaptasi dengan pandemi (Hao, et al, 2020)

Mewabahnya virus covid-19 mengurangi kinerja bisnis hotel dan meningkatkan resiko bisnis hotel terutama pada okupasi hotel (Filimonau, et al, 2020). Berfokus pada inovasi teknologi untuk mengurangi interaksi tamu dengan karyawan dan meningkatkan kebersihan berpotensi sebagai peran kunci dalam pemulihan industri hotel dari pandemi virus corona 2020 (Shin & Kang, 2020).

Untuk memahami prospek bisnis perhotelan khususnya hotel, perlu pemahaman tentang kinerja hotel itu sendiri (Dredge & Gyimóthy, 2017). Untuk memahami kinerja hotel, diperlukan pemahaman tentang output produksi. Karena hotel adalah usaha jasa maka output produksinya berupa layanan jasa dimana sangat berbeda dengan output produksi berupa barang. Dimana tingkat okupasi hotel yang menjadi indikator dalam mengukur kinerja hotel. Tentunya hal ini tidak bertentangan dengan teori produksi (Feiertag, 2020).

Dalam memahami konsep prospek bisnis di masa yang akan datang, selain memahami teori produksi juga perlu memahami teori perusahaan atau the

theory of the firm (Melin, et, al, 2014; Rohn & Evens, 2020). Teori perusahaan adalah konsep mikroekonomi yang didirikan dalam ilmu ekonomi neoklasik. Dalam ilmu ekonomi neoklasik suatu pendekatan ekonomi berfokus pada produksi, konsumsi, dan distribusi pendapatan di pasar melalui penawaran dan permintaan. Teori perusahaan adalah konsep mikroekonomi yang menyatakan bahwa perusahaan adalah pembuat keputusan untuk memaksimalkan keuntungan (Brown & Nwagbara,2019).

Teori perusahaan menjelaskan bahwa pendapatan perusahaan bergantung pada permintaan produk perusahaan baik barang maupun jasa (Drucker, 2017). Dimana di terangkan dalam model berikut :

$$TR = P \times Q$$

Dimana TR adalah total revenue, P adalah Price dan Quantity adalah output produksi dimana output produksi yang menghasilkan pendapatan adalah output produksi yang terjual (Chapman, 2012). Sehingga menjadi

$$P \times S = TR$$

Dimana S adalah total output produksi yang terjual atau di sebut juga sales. Karena asal dari pendapatan adalah out put produksi dan output produksi yang menghasilkan pendapatan adalah output produksi yang terjual maka diperlukan dua sudut pandang yang yaitu sudut pandang di supply dan sudut pandang di demand (Varian, 2019).

Salah satu fungsi produksi yang dikenal dan masih di gunakan di masa modern adalah Cobb–Douglas Function (Prajapati, 2020). Fungsi Produksi Cobb-Douglas merepresentasikan hubungan antara output produksi dan kombinasi faktor input produksi yaitu modal dan tenaga kerja yang digunakan untuk memperoleh output produksi (Besanko & Braeutigam, 2020).

Fungsi produksi Cobb-Douglas dikembangkan oleh ekonom Paul Douglas dan ahli matematika Charles Cobb, fungsi produksi Cobb-Douglas biasanya digunakan dalam model makro ekonomi dan mikroekonomi karena memiliki sejumlah properti realistis (Arredondo & Garcia, 2020). Persamaan untuk rumus produksi Cobb-Douglas, dimana K melambangkan modal, L melambangkan tenaga kerja dengan persamaan matematika sebagai berikut :

$$Q=f(L,K)$$

Dimana Q merupakan output Produksi, L sebagai input tenaga kerja dan K sebagai input Capital (Aryasri,2020) .

Diera zaman modern yang penuh dengan teknologi membuat produksi semakin efisien dan teknologi menjadi faktor penting dalam proses produksi (Zheng, D., 2016). Solow memperkenalkan faktor teknologi sebagai input produksi. Solow model dikembangkan melalui fungsi produksi yang menjelaskan hubungan antara input dan output pada tingkat agregat. Fungsi Cobb – Douglas merupakan fungsi produksi yang bisa digunakan dalam model solow (Berg, 2016). Dalam bentuk yang paling sederhana Fungsi Cobb – Douglas sebagai berikut :

$$Q=f(L,K)$$

Dimana $Q(L,K) = \alpha L^\beta K^{1-\beta}$

Dimana α dan β adalah konstanta (Uskov, et, al,2020)

Solow memasukkan dua faktor ke dalam model solow yaitu pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan teknologi (Dudley & Poston,2019). Secara spesifik, pada saat t, output (Q_t) ditentukan oleh input modal (K_t) dan tenaga kerja (L_t) serta

teknologi (A_t) menurut fungsi produksi yang di adopsi dari fungsi Cobb Douglas sebagai berikut:

$$Q_t = K^a (A L)^{1-a}$$

Variabel baru A_t mewakili tingkat teknologi pada waktu t . Baik input tenaga kerja L_t dan tingkat teknologi A_t diasumsikan tumbuh pada tingkat yang konstan. Formulasi teknologi ini disebut sebagai peningkatan tenaga kerja. Teknologi membuat tenaga kerja lebih efektif sehingga input tenaga kerja yang efektif sama dengan $A_t L_t$ (Ahiakpor, 2013).

Didalam bisnis hotel, untuk memahami tingkat produksi tidak hanya dapat dilihat dari sisi supply tapi juga harus dilihat dari sisi demand karena bisnis hotel adalah bisnis jasa yang hanya bisa diproduksi ketika konsumen datang dengan tingkat produksi sebanyak kedatangan dari konsumen yang menginap di hotel atau menggunakan jasa hotel (Christou, 2016).

Fungsi produksi dapat digunakan untuk memahami sisi supply. Untuk memahami sisi demand yaitu konsumen bisa digunakan *theory absolute income*. Kembali kepada pendapatan perusahaan yang berasal dari output produksi yang terjual atau dibeli oleh konsumen. Tentunya konsumen yang membeli tersebut memiliki daya beli sebesar penghasilannya yang diterjemahkan dalam persamaan berikut :

$$Y = C$$

Dimana Y adalah pendapatan dan C adalah konsumsi atau pendapatan yang dibelanjakan. Theory Absolute Income menjelaskan tentang persamaan tersebut (Keynes, 2019). Berdasarkan persamaan tersebut dan fungsi sebelumnya sehingga dapat difahami persamaan baru yaitu

$$C = P \times S$$

Dimana C adalah jumlah uang yang digunakan untuk melakukan konsumsi sebesar harga barang atau jasa yang dikonsumsi (P) x jumlah harga barang atau jasa yang dibeli

$$\text{Sehingga } Q = S$$

$$C = Y \quad Y = TR \quad TR = C$$

Dimana Q adalah Output produksi yang dijual sebesar penjualan Output produksi (S) yang dibeli oleh konsumen sebesar $C = P \times S$ dengan pendapatan konsumen sebesar Y .

Konsumen dalam membeli output produksi dipengaruhi oleh perspektif konsumen (Bracamonte, et, al, 2020; Chawla, et, al, 2020). Dalam industri jasa termasuk hotel perspektif konsumen terhadap attribute layanan hotel menjadi sangat penting (Liu, et, al, 2020; Akhtar, et, al, 2019).

METODE

Untuk menganalisa prospek hotel syariah di masa depan khususnya setelah pandemi virus corona berakhir, kami mengadopsi theory of firm dan absolute income sebagai perpeksti supply and demand dengan menggunakan fungsi cobb-douglas dan model sollow untuk menentukan variabel dan menganalisa secara kuantitatif dengan menggunakan *Autoregressive moving average* (ARMA) model untuk membuat forecasting performa performa hotel. Hasil forecasting menjadi dasar analisa prospek bisnis hotel dan potensi ancaman serta peluang melalui perilaku variabel yang diestimasi.

Model ARMA menggabungkan metode autokorelasi (AR) dan moving averages (MA) ke dalam model komposit deret waktu (Weiss, 2018). Dengan model sebagai berikut :

$$x_t = \varphi_1 x_{t-1} + \varphi_2 x_{t-2} + \dots + \varphi_p x_{t-p} + \theta_1 \epsilon_{t-1} + \dots + \theta_q \epsilon_{t-q}$$

Secara umum, bentuk model ARMA gabungan ini dapat digunakan untuk memodelkan deret waktu dengan istilah yang lebih sedikit secara keseluruhan daripada model MA atau AR sendiri. Ini menyatakan nilai taksiran pada waktu t sebagai jumlah suku q yang mewakili variasi rata-rata variasi acak selama q periode sebelumnya (komponen MA), ditambah jumlah suku p AR yang menghitung nilai x saat ini sebagai jumlah tertimbang dari p nilai terbaru.

Persamaan Matematika

Seperti dijabarkan sebelumnya bahwa penelitian ini mengadopsi theory of the firm, absolute income theory, fungsi cobb doglas dan model solow. Dimulai dari persamaan theory of the firm yang dijabarkan di literatur review sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

$$TR = Y = C$$

Dimana TR adalah pendapatan atau total revenue dari penjualan output produksi, P adalah harga dari output produksi dan Q adalah total output produksi. Output produksi yang menghasilkan pendapatan adalah output produksi yang terjual (S). Dimana, tingkat penjualan tergantung pada tingkat daya beli konsumen yang dijelaskan dalam *Absolute income Theory* dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = C$$

Dimana Y adalah pendapatan yang dapat di belanjakan sebesar C. Karena yang menghasilkan pendapatan adalah output produksi yang terjual maka $P \times S = TR$. Sehingga $Q = S$ dalam bisnis hotel S adalah performa keuangan hotel atau revenue hotel.

Mengadopsi fungsi cobb-doglas dengan persamaan umum fungsi cobb doglas sebagai berikut:

$$Q = f(L, K)$$

Dimana Q adalah output produksi yang merupakan fungsi dari L sebagai input labor atau sumber daya manusia dan input K sebagai modal. Dimana

$$Q(K, L) = \alpha K^\beta L^{1-\beta}$$

Dimana Q (KL) merupakan output produksi atas K dan L dimana α dan β adalah konstanta yang bernilai 0 s.d 1. bisa dinotasikan sebagai berikut:

$$Q = \alpha K^\beta L^{1-\beta}$$

Mengadopsi model solow dengan model umum atas fungsi cobb doglas sebagai berikut:

$$Q_t = K^\alpha (A L)^{1-\alpha}$$

Dimana t adalah time series atas waktu. Ketika disederhanakan tanpa time series atau diwaktut0 menjadi

$$Q = K^\alpha (AL)^{1-\alpha}$$

Ketika konstanta bernilai 1 menjadi
 $Q=K(AL)$ atau $Q= KAL$ atau $Q = A K L$

Dimana A adalah faktor teknologi. Dengan persamaan sebelumnya $Q = S$ di adopsikan menjadi $S = A KL$ karena $KL = Q$ dan pada bisnis hotel $Q = \text{Total tamu}$ maka Q dapat direpresentasikan atas total kedatangan pelancong yang kami notasikan sebagai Tourism Arrival dengan mempertimbangkan persamaan berikut

$$S = A Q$$

Dimana S adalah sudut pandang supply yang dinotasikan sebagai total output produksi yang terjual dan A merupakan sudut pandang demand atau konsumen sehingga A atas teknologi dapat di representasikan atas penggunaan teknologi yang digunakan konsumen untuk memesan layanan atau output produksi hotel yang dalam penelitian ini di representasikan sebagai internet inclusion yang direpresentasikan dari total internet user di wilayah penelitian yang dalam penelitian ini di notasikan sebagai TIS

Dan Q merupakan total out put produksi. Dimana total out put produksi

Karena $TR = C$ dan $C = P \times S$ atau $P \times S = TR$ sehingga

$$PS = AQP$$

Dimana $QP = APS$

Sehingga $TR = f(A, C)$

Sehingga penelitian ini berfokus pada tiga variabel yaitu :

Hotel revenue total atau TR Hotel sebagai variabel dependent

Tourism Consumptions atau C sebagai variabel independent

Total Internet User atau A

Mengadopsi persamaan umum ARMA sebagai berikut :

$$St = \beta_1 St-1 + \beta_2 St-2 + \dots + \beta_1 At-1 + \beta_2 At-2 + \dots + \beta_1 Ct-1 + \beta_2 Ct-2 \dots + et$$

Dimana e sebagai notasi error atau variabel diluar estimasi.

Dimana

S = Sum of Hotel Performance (Kinerja Hotel Total)

A = Total Internet User

TC = Tourism Consumptions

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini dibagi sub bagian yaitu result sebagai sub dari hasil estimasi yang berisi hasil estimasi ARMA dan hasil analisa SWOT MATRIX. Yang kedua Sub Discussion yang merupakan sub pembahasan atas hasil penelitian.

Hasil estimasi ARMA Hotel non syariah sebagai berikut

$$S = -24.6545476396 * A + 774.490300768 * TC + 662180522.362$$

Dari hasil estimasi terlihat arah total internet user (A) bernilai negatif atau konstanta bernilai negatif. Artinya semakin dalam inklusi internet atas konsumen hotel dimana konsumen hotel bisa siapa saja baik lokal konsumen maupun konsumen dari luar kota atau luar negeri. Semakin dalam inklusi internet semakin banyak alternatif pilihan akomodasi sehingga tourism arrival bisa memilih akomodasi lain selain hotel seperti losmen atau hostel yang relative lebih murah dari hotel. Atau justru memilih hotel syariah dengan beragam perspektifnya seperti muslim friendly. Karena yang diestimasi dalam estimasi ini adalah hotel non syariah.

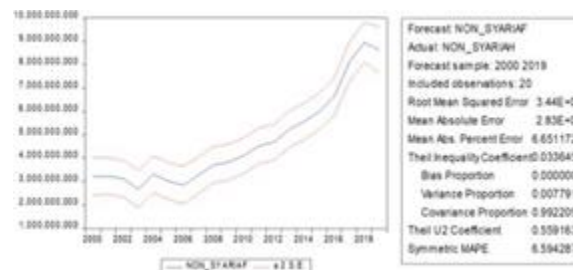
Tourism Arrival bernilai positif artinya pendapatan hotel bertumpu pada kedatangan para pelancong dimana semakin banyak pelancong yang datang, semakin banyak konsumen potensial yang menggunakan layanan hotel

Untuk memudahkan pembacaan estimasi kami rangkum dalam tabel berikut :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
A	-24.65455	16.72012	-1.474543	0.1586
TC	774.4903	164.5115	4.707818	0.0002
C	-6.62E+08	7.54E+08	-0.878694	0.3918

R-squared	: 0.969315	Mean dependent var	: 4.73E+09
Adjusted R-squared	: 0.965705	S.D. dependent var	: 2.02E+09
S.E. of regression	: 3.73E+08	Akaike info criterion	: 42.45166
Sum squared resid	: 2.37E+18	Schwarz criterion	: 42.60102
Log likelihood	: -421.5166	Hannan-Quinn criter	: 42.48081
F-statistic	: 268.5112	Durbin-Watson stat	: 1.409951

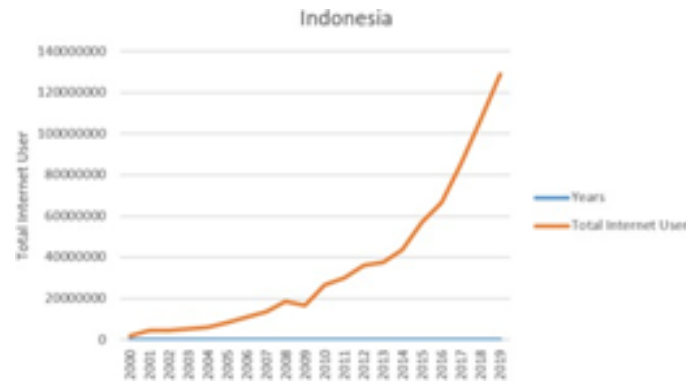
Untuk melihat trend kinerja hotel syariah disajikan forecasting ARMA berikut :



Gambar 1 Forecasting ARMA

Trend kinerja hotel total cenderung naik dimana setiap ada penurunan kinerja diikuti *recovery trend*.

Dengan adanya internet yang semakin banyak penggunaannya dan semakin tak terbatas. Menjadikan peluang sekaligus ancaman bagi industri hotel. Untuk meningkatkan peluang menjadi permintaan layanan hotel dan meminimalisir ancaman dari informasi yang salah atau fitnah.



Sumber: World Bank, 2020 (Diolah)

Dengan demografi yang cukup besar, Indonesia merupakan pasar yang cukup besa untuk bisnis hotel pada tamu domestik dengan inklusi internet yang meningkat secara dramtis sejak 2014. Tentu saja peluang untuk menapatakan okupasi melalui internet dapat terus ditingkatkan.

KESIMPULAN

Industri hotel cukup terpukul akibat pandemi corona tahun 2020. Namun, Dengan inklusi internet dan perilaku New Normal industri hotel memiliki harapan untuk pulih disaat corona sudah berakhir.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahiakpor F. 2013. *Role of Human Capital in Economic Growth in Ghana*. Volume 3, Number 2: Autumn 2013. Page 30-40.
- Akhtar, Naeem., W Ahmad., U I Siddiqi., M N Akhtar. 2019. *Predictors and outcomes of consumer deception in hotel reviews: The roles of reviewer type and attribution of service failure*. Journal of Hospitality and Tourism Management. Volume 39 June 2019, Pages 65-75. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.004>
- Arredondo, A Espinola., F M Garcia. 2020. *Intermediate Microeconomic Theory: Tools and Step-By-Step Examples*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology
- Aryasri, A R. 2020. *Business Economics and Financial Analysis*. Chennai: McGraw Hill Education
- Besanko, D., R Braeutigam. 2020. *Microeconomics*. Hoboken: John Wiley and Sons
- Berg, H Van Den. 2016. *Economic Growth And Development*. Third Edition. London: World Scientific
- Bracamonte, G M Parra, N L Villalobos, S T Morris, J F V Armijo. 2020. *An overview on production, consumer perspectives and quality assurance schemes of beef in Mexico*. Meat Science. Volume 170, December 2020, 108239. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2020.108239>
- Brown, C., U Nwagbara. 2019. *Corporate Social Responsibility and Strategic Market Positioning for Organizational Success*. Hershey: IGI Global
- Chapman, R J. 2012. *Simple Tools and Techniques for Enterprise Risk Management*. Hoboken: John Wiley and Sons
- Chawla, Y., A K Pyzalska, A S Szmer. 2020. *Perspectives of smart meters' roll-out in*

- India: An empirical analysis of consumers' awareness and preferences.* Energy Policy. Volume 146, November 2020, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111798>
- Christou, E. 2016. *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases.* New York: Routledge
- Dredge, D., S Gyimóthy. 2017. *Collaborative Economy and Tourism: Perspectives, Politics, Policies and Prospects.* Cham: Springer
- Drucker, P F. 2017. *The Theory of the Business.* Harvard: Harvard Business School Publishing
- Dudley L, Poston Jr. 2019. *Handbook of Population.* Cham: Springer
- Feiertag, H. 2020. *Hospitality Sales and Marketing: An Evolutionary Journey with Howard Feiertag.* Florida: Apple Academic Press
- Filimonau, V., B Derqui., J Matute. 2020. *The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers.* International Journal of Hospitality Management. Volume 91, October 2020, 102659. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102659>
- Hao, F., Q Xiao., K Chon. 2020. *COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda.* International Journal of Hospitality Management. Volume 90, September 2020, 102636. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102636>
- Keynes, J Maynard. 2019. *The General Theory of Employment, Interest, and Money.* Pittsburgh: General Press
- Liu, S., B Gao., M Gallivan., Y Gong. 2020. Free add-on services and perceived value in competitive environments: Evidence from online hotel reviews. International Journal of Hospitality Management. Volume 90, September 2020, 102611. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102611>
- Melin, L., M Nordqvist., P Sharma. 2014. *The SAGE Handbook of Family Business.* California: SAGE
- Prajapati, H Ram. 2020. *Organic Farming: Economics, Policy and Practices.* New Delhi: SAGE Publications India
- Rohn, U., T Evens. 2020. *Media Management Matters: Challenges and Opportunities for Bridging Theory and Practice.* New York: Routledge
- Shin, H., J Kang. 2020. Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. International Journal of Hospitality Management. Volume 91, October 2020, 102664. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102664>
- Uskov, V L., R J Howlett, L C Jain. 2020. *Smart Education and e-Learning 2020.* Singapore: Springer
- Varian, H R. 2019. *Intermediate Microeconomics with Calculus.* London: W. W. Norton & Company
- Weiss, C H. 2018. *An Introduction to Discrete Valued Time Series.* Hoboken: John Wiley and Sons
- Zheng, D. 2016. *Control, Mechatronics and Automation Technology.* London: Taylor & Francis Group