

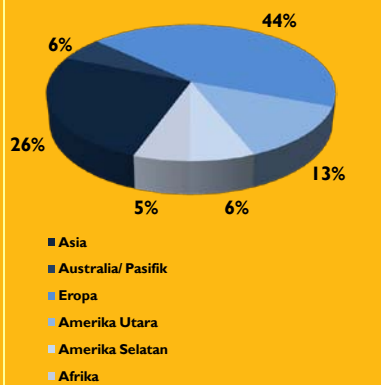


SURVEI SENTIMEN PASAR HOTEL GLOBAL

Februari 2009

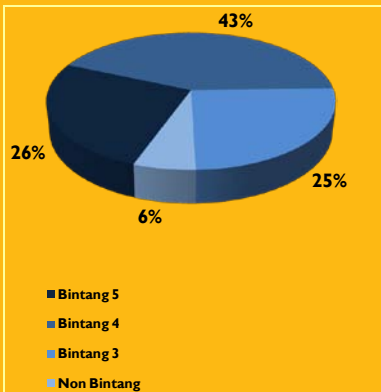
PERSENTASE RESPONDEN

PER WILAYAH



PERSENTASE RESPONDEN

PER KLASIFIKASI BINTANG



PENDAHULUAN

Survei Sentimen Pasar Hotel Global dari Horwath HTL ini dirancang untuk memberikan penaksiran secara cepat pandangan pasar industri hotel global untuk 12 bulan ke depan. Survei ini difokuskan pada pandangan ke depan untuk tingkat hunian (*occupancy*), harga kamar rata-rata (*average room rates*) dan total pendapatan (*total revenue*).

Para pelaku bisnis perhotelan ditanyakan juga untuk memberikan komentar mereka mengenai dampak dari faktor-faktor kunci yang mendorong pertumbuhan permintaan kamar hotel serta memberikan peringkat atas pandangan ke depan untuk setiap segmen pangsa pasar utama.

Laporan ini merangkum hasil survei yang dikumpulkan dari 46 negara. Dari 2,705 responden, 44 persennya berasal dari Eropa, diikuti oleh Asia (26 persen), Amerika Utara (13 persen), Amerika Selatan (6 persen), Australia/ Pasifik (6 persen) dan Afrika (5 persen). Mayoritas kontribusi datang dari hotel bintang empat (43 persen), diikuti oleh hotel bintang lima (26 persen), bintang tiga (25 persen) dan non-bintang atau budget (6 persen).

Saat ini, dengan krisis finansial yang mempengaruhi seluruh pelosok dunia, tidaklah mengejutkan jika sebagian besar dari pasar di seluruh dunia berpandangan negatif yang hampir sama terhadap prospek di tahun 2009. Namun, kami berharap bahwa analisa berikut ini dapat memberikan pengertian yang bermanfaat terhadap berbagai pasar hotel yang berbeda di dunia.



www.HorwathHTL.com

RANKING SENTIMEN

Per Wilayah	Nilai
1. Amerika Selatan	9.7
2. Afrika	-20.7
3. Australia/ Pasifik	-34.1
4. Eropa	-36.0
5. Amerika Utara	-41.0
6. Asia	-41.2

5 Negara Teratas	Nilai
1. Indonesia	-4.3
2. Korea Selatan	-7.2
3. Norwegia	-20.3
4. Afrika Selatan	-20.9
5. Meksiko	-24.5

"Nilai sentimen global sebesar negatif 34.2 dengan jelas menunjukkan bahwa para pelaku bisnis hotel diseluruh dunia mengharapkan penurunan performa di tahun 2009."

FORMAT NILAI RANKING

Jauh Lebih Buruk	-150.0
Lebih Buruk	-75.0
Tetap Sama	0
Lebih Baik	75.0
Jauh Lebih Baik	150.0

RANKING SENTIMEN

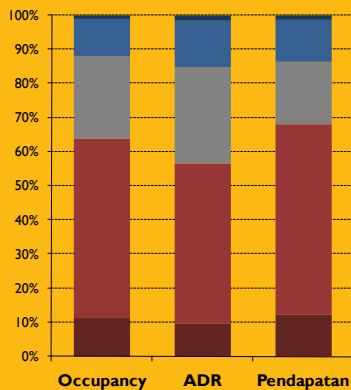
Sebagai cara untuk mengukur dan membandingkan hasil dari berbagai wilayah dan negara, kami menciptakan indeks untuk memformulasikan angka sentimen rata-rata keseluruhan dari semua pertanyaan dalam survei. Nilai-nilai ditetapkan pada setiap jawaban dan digabungkan secara merata. Indeks yang digunakan adalah dalam skala negatif 150 sampai dengan positif 150 dimana nilai negatif 150 menandakan sentimen yang paling pesimis; nilai nol mengindikasikan harapan yang tidak berubah dari tahun sebelumnya sementara nilai positif 150 menunjukkan pandangan yang sangat optimis.

Tujuan dari menciptakan indeks sentimen atau angka penilaian ini adalah juga untuk memantau secara lebih baik perubahan sentimen pasar dalam survei-survei yang akan dilakukan oleh Horwath HTL di masa yang akan datang.

Sentimen dari para pelaku bisnis hotel di semua negara jelas terpengaruh oleh krisis ekonomi global yang dapat terlihat dari hasil-hasil surveinya. Sentimen pasar secara umum cenderung pesimis dengan nilai rata-rata global sebesar negatif 34.2. Satu-satunya wilayah yang mencapai nilai sentimen rata-rata positif adalah Amerika Selatan dengan nilai 9.7. Sebaliknya, para pelaku bisnis perhotelan di Amerika Utara, termasuk pasar-pasar yang sangat terpengaruh oleh penurunan ekonomi global seperti Amerika Serikat dan Kanada, memberikan pandangan ke depan yang relatif suram untuk tahun 2009 dimana wilayah tersebut mencatat nilai sentimen sebesar negatif 41. Para pelaku bisnis perhotelan di Asia termasuk yang paling pesimis dalam pandangannya untuk tahun depan dengan nilai sentimen rata-rata sebesar negatif 41.2 dengan Jepang (-74.1), Singapura (-64.3) dan Hong Kong (-52.7) sebagai wilayah-wilayah yang paling pesimis.

Lima negara teratas (dengan jumlah respon yang cukup) dengan nilai sentiment yang tertinggi adalah Indonesia (-4.3), Korea Selatan (-7.2), Norwegia (-20.3), Afrika Selatan (-20.9) dan Meksiko (-24.5). Sementara Jepang (-74.1), Slovakia (-68.4), Singapura (-64.3), Rusia (-58.9) dan Amerika Serikat (-54.8) mencakup lima negara paling bawah.

RASIO JAWABAN



"64 persen responden menyatakan bahwa performa occupancy pasar secara umum akan lebih buruk dari 2008, hanya 15 persen yang menyatakan akan lebih baik."

RANKING PERFORMA PASAR

	Occ.	ADR	Pend.
1. Amerika Selatan	23.5	NA	NA
2. Afrika	-16.7	8.9	-1.0
3. Eropa	-52.0	-37.6	-51.8
4. Australia/Pasifik	-53.1	-27.7	-47.3
5. Asia	-55.6	-50.5	-55.7
6. Amerika Utara	-57.5	-42.0	-55.7

PERFORMA PASAR

Pertanyaan survei yang pertama adalah mengenai pandangan para responden terhadap kondisi pasar dimana mereka berada untuk tahun 2009 dibandingkan dengan 2008.

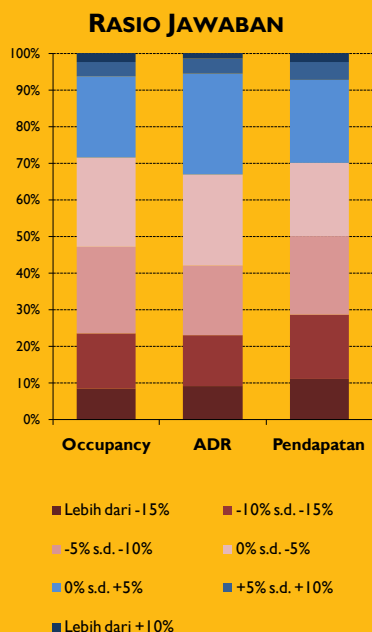
Dari tanggapan terhadap harapan kondisi tingkat hunian (*occupancy*) pasar secara umum, 64 persen pelaku bisnis hotel menjawab bahwa keadaan akan memburuk, 24 persen menyatakan kondisi akan tetap sama sementara 12 persen menyatakan kondisi akan membaik. Jelas bahwa krisis finansial global akan berdampak pada permintaan di semua wilayah di dunia.

Dari segi harga rata-rata kamar hotel (*Average Daily Room Rate* atau *ADR*), kebanyakan meyakini hasil yang cukup suram, dimana 57 persen menyatakan bahwa *ADR* akan lebih buruk dari tahun sebelumnya. 28 persen menyatakan bahwa *ADR* akan sama dengan tahun sebelumnya sementara 15 persen cukup positif dengan prestasi pasar mereka.

Pendapatan mengikuti tren yang sama dimana mayoritas atau 68 persen dari responden bersentimen suram terhadap prestasi pasar mereka yang akan datang dari segi pendapatan; sedangkan hanya 18 persen yang menyatakan bahwa pendapatan akan sama dengan tahun sebelumnya dan 14 persen yang tampak optimis tentang tahun 2009.

Indeks digunakan untuk mengukur nilai rata-rata dan semua wilayah selain Amerika Selatan mencatat nilai yang negatif. Asia, mencatat nilai terendah dengan negatif 54.0 sementara para responden dari negara-negara seperti China, Singapura dan Jepang, yang bergantung pada perdagangan global percaya bahwa situasi ekonomi yang suram akan sangat mempengaruhi performa pasar mereka. Asia diikuti oleh Amerika Utara (negatif 51.8), Eropa (negatif 47.1), Australia/ Pasifik (negatif 42.7) dan Afrika (negatif 3.0).

Amerika Selatan adalah satu-satunya kawasan yang mengantisipasi peningkatan dari segi tingkat hunian (*occupancy*) (23.5 poin) sementara Afrika adalah satu-satunya kawasan yang mengharapkan peningkatan dari segi harga rata-rata kamar (*ADR*) (8.9 poin) tahun ini.



"Berdasarkan nilai rata-rata global, ketiga indikator performa yang diukur di 2009 diprediksikan menurun sebesar 5 persen."

RANKING PERFORMA HOTEL

	Occ.	ADR	Pend.
1. Amerika Selatan	49.7	49.7	49.7
2. Australia/Pacific	-14.0	0.0	-12.1
3. Amerika Utara	-19.7	-7.8	-19.8
4. Eropa	-22.2	-14.3	-26.1
5. Asia	-25.6	-24.2	-30.0
6. Afrika	-54.9	-27.3	-39.2

PERFORMA HOTEL

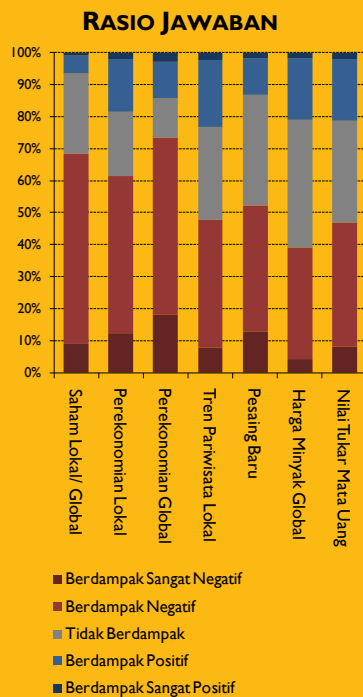
Pertanyaan kedua yang ditanyakan adalah perkiraan peningkatan atau penurunan performa hotel setiap responden di tahun 2009 dibandingkan dengan tahun 2008.

Ketika ditanya apakah mereka masih mengharapkan peningkatan performa di hotel mereka pada tahun 2009, sejumlah 71 persen responden menjawab bahwa hotel mereka akan mengalami penurunan dari segi *occupancy*. 67 persen meyakini bahwa ADR akan mengalami hal yang sama sementara 70 persen menyatakan bahwa pendapatan juga akan mengikuti tren yang sama. Hanya beberapa responden yang percaya bahwa performa akan meningkat. Hanya 6 persen, 5 persen dan 7 persen memperkirakan peningkatan dari segi *occupancy*, ADR dan pendapatan.

Berdasarkan nilai rata-rata global, ketiga indikator performa yang diukur di tahun 2009 diprediksikan menurun sekitar 5 persen.

Dengan menerapkan nilai indeks rata-rata di semua wilayah, hanya Amerika Selatan yang masih dapat menghasilkan hasil positif dengan nilai 49.7. Amerika Selatan diikuti oleh Australia/ Pasifik dengan nilai negatif 8.7, Amerika Utara (-15.7), Eropa (-20.9), Asia (-26.6) dan Afrika (-40.4).

Amerika Selatan adalah satu-satunya wilayah yang masih relatif optimis dalam ketiga indikator performa dimana mereka mampu mencatat nilai positif di ketiga kategori penilaian tersebut.



"Hal-hal yang berhubungan dengan perekonomian jelas merupakan kekhawatiran yang paling utama untuk para pelaku bisnis hotel di 2009."

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RANKING

1. Harga Minyak Dunia	-18.5
2. Tren Pariwisata Lokal	-21.7
3. Nilai Tukar Mata Uang	-24.8
4. Pesaing Baru	-35.3
5. Tren Perekonomian Lokal	-38.7
6. Pasar Saham Lokal/ Global	-55.1
7. Tren Perekonomian Global	-58.9

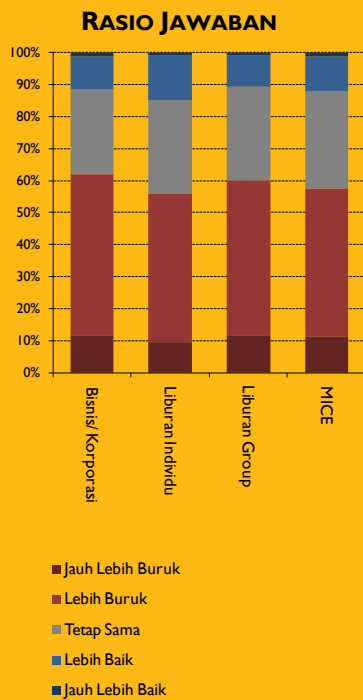
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERFORMA

Setiap pelaku bisnis perhotelan juga ditanyakan untuk mempertimbangkan sikap mereka terhadap tujuh faktor sebagai berikut (1) pasar saham lokal/global, (2) tren pertumbuhan perekonomian setempat, (3) tren pertumbuhan perekonomian global, (4) tren pariwisata lokal, (5) penambahan suplai kompetitor baru, (6) harga minyak mentah dunia dan (7) nilai tukar mata uang serta bagaimana hal-hal tersebut akan mempengaruhi performa hotel mereka di tahun 2009.

Seiring dengan kekhawatiran akan terus memburuknya ekonomi global, tren pertumbuhan ekonomi global mencatat nilai negatif tertinggi dengan 74 persen, yang menandakan bahwa mayoritas responden percaya bahwa kondisi ekonomi global yang memburuk akan berdampak negatif terhadap performa hotel mereka. Disisi lain, harga minyak yang mulai semakin stabil, kategori harga minyak global mendapatkan respon negatif yang paling sedikit dengan nilai 39 persen. Saat ini para pelaku bisnis perhotelan kurang mengkhawatirkan efek harga minyak yang membumbung terhadap frekuensi perjalanan dan permintaan kamar hotel.

Dengan menerapkan sistem indeks, semua pilihan telah mencatat hasil penilaian yang negatif, menunjukkan bahwa semua faktor diyakini akan berdampak negatif terhadap performa. Para responden merasa bahwa krisis ekonomi yang memburuk adalah hal yang kemungkinan akan paling berpengaruh secara negatif terhadap performa hotel dimana tren pertumbuhan ekonomi global mendapatkan nilai terendah dengan negatif 58.9 poin. Peringkat ini diikuti oleh pasar saham lokal/ global dengan nilai negatif 55.1 poin, tren pertumbuhan ekonomi lokal (negatif 38.7), penambahan pesaing baru (negatif 35.3), nilai tukar mata uang (negatif 24.8), tren pariwisata lokal (negatif 21.7) dan harga minyak dunia (negatif 18.5).

Mengalihkan fokus kita ke masing-masing wilayah, kecuali Afrika, semua wilayah percaya bahwa tren pertumbuhan ekonomi global yang akan paling berdampak negatif terhadap pasar mereka masing-masing dimana tren pertumbuhan perekonomian global mencatat nilai yang paling sedikit dari ke tujuh faktor yang harus dipilih untuk setiap wilayah yang ada. Asia dan Eropa adalah wilayah-wilayah yang tidak terlalu mengkhawatirkan harga minyak dunia sementara Amerika dan Australia/ Pasifik adalah yang paling tidak mengkhawatirkan soal nilai tukar mata uang mempengaruhi performa, dimana kedua faktor tersebut mendapatkan nilai tertinggi di setiap wilayah tersebut.



"Lebih dari 50 persen menyatakan bahwa performa di semua segmen akan memburuk."

PERFORMA SEGMENT PASAR

1. Leisure FIT	-37.1
2. MICE	-41.8
3. Leisure Group	-45.0
4. Corporate	-45.7

PERFORMA SEGMENT PASAR

Pertanyaan terakhir berhubungan dengan pendapat masing-masing responden terhadap segmen pasar utama yang mana terdiri dari segmen bisnis/ korporasi, liburan individu, liburan group dan MICE (pertemuan, insentif, konvensi dan eksibisi) dan harapan performa masing-masing segment tersebut di tahun 2009.

Mayoritas responden berpendapat negatif tentang performa kedepan semua segmen dimana lebih dari 50 persen menyatakan bahwa performa keempat segmen tersebut akan memburuk.

Dengan menerapkan sistem penilaian untuk mendapatkan nilai rata-rata, semua segmen menghasilkan nilai negatif, yang menunjukkan bahwa secara umum para responden berpendapat bahwa performa di semua segmen akan menurun tahun ini. Para partisipan survey juga meyakini bahwa segmen bisnis/ korporasi adalah yang paling terpengaruh tahun ini berdasarkan hasil total nilai terendah dengan negatif 45.7. Hal ini tidaklah mengejutkan mengingat dampak krisis finansial saat ini terhadap perusahaan-perusahaan besar yang ada di seluruh dunia.

Segmen liburan individu, sebagai segmen yang paling sensitif terhadap perubahan harga diantara keempat segmen yang disurvei diperkirakan menjadi segmen nomor dua yang paling buruk performanya ditahun 2009 dengan nilai negatif 45.0. Segmen MICE mencatatkan nilai negatif 41.8 sementara segmen liburan group mendapatkan nilai negatif 37.1.

Tidak satupun segmen-segmen pasar tersebut yang berhasil memperoleh nilai positif di wilayah manapun. Segmen liburan individu memperoleh nilai tertinggi (paling positif) di Asia, Australia dan Eropa dengan nilai negatif 38.2, negatif 31.5 dan negatif 34.9 berturut-turut. Segmen MICE mendapatkan nilai tertinggi di Amerika Utara (negatif 44.1) dan Afrika (negatif 3.1).

KESIMPULAN

Para pelaku bisnis hotel di semua wilayah, terkecuali di Amerika Selatan, secara umum memperkirakan tahun yang sulit dari segi pasar secara umum dan performa properti secara individu. Mayoritas kontributor memproyeksikan bahwa performa di ketiga tolak ukur yaitu tingkat hunian (*occupancy*), harga kamar rata-rata (*average room rate* atau *ADR*) dan pendapatan (*total revenue*) kemungkinan akan menurun tahun ini. Namun, para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia, Hungaria dan Meksiko rata-rata memiliki pandangan ke depan yang lebih positif dibandingkan hampir semua negara-negara lain di seluruh dunia, dan malah memperkirakan sedikit kenaikan performa di 2009.

Walau ketujuh faktor-faktor tersebut diperkirakan akan berdampak negatif terhadap performa, tren pertumbuhan perekonomian global merupakan faktor memberikan dampak yang paling parah. Cukup jelas bahwa hal-hal yang berhubungan dengan kekhawatiran masalah-masalah perekonomian, apakah itu perekonomian global secara umum, tren perekonomian setempat, ataupun performa pasar saham, adalah hal-hal yang paling dikhawatirkan oleh para pelaku bisnis hotel di seluruh dunia.

Oleh karena itu, tidaklah mengherankan apabila permintaan dari segmen bisnis/ korporasi diperkirakan akan menjadi segmen yang paling terpengaruh berat di tahun 2009.

Laporan Sentimen Pasar Lainnya

PER WILAYAH

ASEAN	Benelux	Europe	Northeast Asia	South East Europe
-------	---------	--------	----------------	-------------------

PER NEGARA

Australia	Austria	Belgium	Bulgaria	Canada	China
Croatia	Czech Republic	France	Hungary	India	Indonesia
Italy	Japan	Macedonia	Montenegro	Mexico	Netherlands
Norway	Romania	Serbia	Singapore	Slovenia	South Africa
Spain					

PER KOTA/ DESTINASI

Beijing	Hong Kong	Shanghai	Shenzhen
---------	-----------	----------	----------

Horwath HTL – Lokasi Kantor

ASIA PASIFIK

Auckland, New Zealand
Auckland@HorwathHTL.com

Beijing, China
Beijing@HorwathHTL.com

Hong Kong, SAR
HongKong@HorwathHTL.com

Honolulu, USA
Hawaii@HorwathHTL.com

Jakarta, Indonesia
Jakarta@HorwathHTL.com

Kuala Lumpur, Malaysia
KL@HorwathHTL.com

Mumbai, India
vthacker@HorwathHTL.com

Shanghai, China
Shanghai@HorwathHTL.com

Singapore, Singapore
Singapore@HorwathHTL.com

Sydney, Australia
Sydney@HorwathHTL.com

Tokyo, Japan
Tokyo@HorwathHTL.com

EROPA

Amsterdam, Netherlands
hoogendoorn@horwath.nl

Andorra la Vella, Andorra
vmarti@HorwathHTL.com

Barcelona, Spain
vmarti@horwathconsulting.com

Belfast, UK
michael.williamson@asmhorwath.com

Budapest, Hungary
budapestoffice@horwathconsulting.net

Dublin, Ireland
post@horbc.ie

Frankfurt, Germany
knospe@horwathhtl.de

Kiev, Ukraine
afernandez@horwathhtl.com

London, UK
jomahoney@horwathhtl.com

Madrid, Spain
vmarti@horwathconsulting.com

Moscow, Russia
Moscow@horwathconsulting.net

Paris, France
pdoizelet@horwathhtl.fr

Rabat, Morocco
glanfray@horwathhtl.fr

Rome, Italy
aiadecola@horwathhtl.it

Salzburg, Austria
kploberger@horwathhtl.at

Tunis, Tunisia
glanfray@horwathhtl.fr

Zagreb, Croatia
sanja.cizmar@horwath.hr

AMERIKA UTARA/TENGAH

Atlanta, USA
mbeadle@horwathhl.com

Dallas, USA
rbesse@horwathhl.com

Denver, USA
jmontgomery@horwathhl.com

Los Angeles, USA
ynathraj@horwathhl.com

Mexico City, Mexico
bbasave@horwath.com.mx

Montreal, Canada
horwath@horwath-lariviere.com

Palm Beach, USA
staylor@horwathhl.com

San Fransisco, USA
jhiser@HorwathHTL.com

Santo Domingo, Dominican Republic
sotero@codetel.net.do

Toronto, Canada
horwath@hhgi.com

AMERIKA SELATAN

Buenos Aires, Argentina
ochudnobsky@HorwathHTL.com

AFRIKA

Cape Town, South Africa
Capetown@HorwathHTL.co.za

TIMUR TENGAH

Beirut, Lebanon
kamelac@horwathac.com