

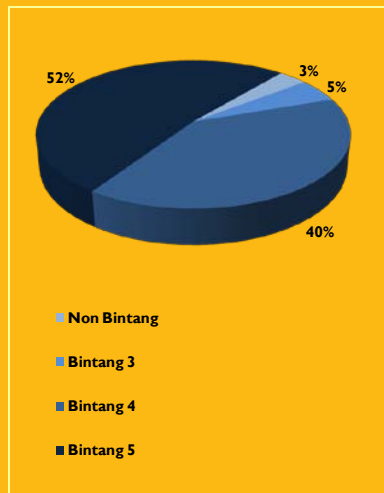


SURVEI SENTIMEN PASAR HOTEL INDONESIA

Juli 2009

PERSENTASE RESPONDEN

BERDASARKAN KLASIFIKASI BINTANG



PENDAHULUAN

Survei Sentimen Pasar Hotel Global dari Horwath HTL ini dirancang untuk memberikan penaksiran yang cepat terhadap pandangan industri perhotelan global dengan melihat prospek pasar yang akan datang. Survei ini terfokus pada tingkat hunian (*occupancy*), rata-rata harga kamar (*average room rates*) dan total pendapatan (*total revenue*).

Di survei pertengahan tahun ini, para pelaku bisnis perhotelan ditanyakan juga mengenai harapan-harapan mereka untuk semester depan dibandingkan dengan semester sebelumnya serta pengaruh krisis terhadap permintaan kamar hotel.

Laporan ini merangkum hasil survei yang berasal dari responden di Indonesia. Dari 2,593 responden, 40 persen berasal dari Eropa, diikuti oleh Asia (27 persen), Amerika Utara (11 persen), Amerika Selatan dan Afrika (8 persen), Australia/Pasifik (6 persen) sedangkan kontribusi dari Indonesia sebanyak 2,4 persen responden.

Saat ini, dengan krisis finansial yang masih mempengaruhi seluruh pelosok dunia, tidaklah mengejutkan jika sebagian pasar di seluruh dunia berpandangan negatif terhadap prospek ditahun 2009 ini. Namun, kami berharap bahwa analisa berikut dapat memberikan pemahaman yang bermanfaat terhadap berbagai pasar perhotelan di seluruh dunia.

Sebagai survei yang kedua yang dilakukan oleh Horwath HTL ditahun ini, kami telah menganalisa nilai-nilai sentimen sebelumnya agar dapat memberikan analisa yang lebih mendalam.



www.HorwathHTL.com

PERINGKAT SENTIMEN

Nilai Per Wilayah		
	Jul	Feb
1. Amerika Selatan	3	9.7
2. Afrika	-22	-20.7
3. Asia	-41	-41.2
4. Amerika Utara	-46	-41.0
5. Australia Pasifik	-48	-34.1
6. Eropa	-55	-36.0

5 Negara Teratas		
	Jul	Feb
1. Indonesia	19	-4.3
2. Brazil	18	N/A
3. India	-1	-40.1
4. Macedonia	-4	-8.6
5. Serbia	-16	17.2

"Nilai sentiment positif 19, mengindikasikan bahwa para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia berharap adanya peningkatan performa di 2009."

FORMAT NILAI PERINGKAT

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

PERINGKAT 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.

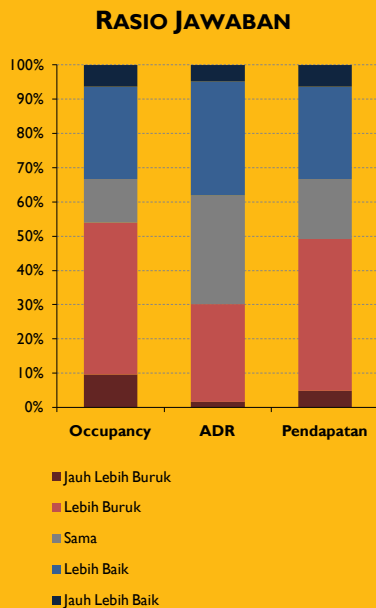
Tujuan dari menciptakan indeks sentimen atau angka penilaian ini adalah juga untuk memantau secara lebih baik perubahan sentimen pasar dalam survei-survei yang akan dilakukan oleh Horwath HTL di masa yang akan datang.

Sentimen dari para pelaku bisnis perhotelan di semua negara jelas terpengaruh oleh krisis ekonomi global yang terlihat dari hasil-hasil surveinya. Sentimen pasar secara umum cenderung pesimis dengan nilai rata-rata global sebesar negatif 40, turun lebih jauh dari hasil kalkulasi di bulan Februari sebesar negatif 34. Hasil ini memperlihatkan bahwa krisis saat ini tetap memiliki pengaruh yang kuat terhadap masa depan pasar perhotelan global. Berlawanan dengan permulaan tahun, tidak ada wilayah yang menunjukkan sentimen positif di semester kedua tahun 2009. Amerika Selatan mempertahankan nilai sentimen positif 3, dan tetap menjadi satu-satunya wilayah dengan hasil angka yang positif.

Afrika dan Asia tidak melihat adanya perubahan yang dramatis terhadap sentimen mereka di semester kedua dan tetap memberikan pandangan yang pesimis, dengan angka-angka negatif 22 dan 41. Australia/Pasifik dan Eropa menunjukkan penurunan yang signifikan terhadap angka sentimen mereka, kedua wilayah telah kehilangan dua peringkat utama dan jatuh ke peringkat ke 5 dan 6 secara berurutan. Eropa mewakili beberapa negara yang paling pesimis dalam survei dimana Republik Ceko (-93), Irlandia (-88), dan Slovakia (-84) menunjukkan angka sentimen yang terendah.

Para pelaku bisnis perhotelan di Amerika Utara, karena masih tetap mengharap masa depan yang suram diakhir tahun 2009, mencatat nilai sentimen negatif 46; lebih rendah 5 poin dibandingkan dibulan Februari. Slovakia (-84), Irlandia (-88), Republik Ceko (-93), Hong Kong (-94), dan Singapura (-80) merupakan 5 negara dengan nilai terendah. Jepang yang memiliki angka sentimen yang terendah di semester sebelumnya (-74), mendapatkan nilai yang serupa (-72) yang menempatkan mereka di peringkat 9 dari 10 negara dengan angka sentimen terendah.

PERFORMA PASAR SEMESTER PERTAMA



"54 persen para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia menjawab bahwa performa di semester pertama lebih buruk atau jauh lebih buruk daripada yang diharapkan."

NILAI PERFORMA PASAR INDONESIA

	Jul	Feb
Tingkat Hunian	-17.9	-24.0
Rata-rata Harga Kamar	8.3	22.9
Pendapatan	-10.7	1.1

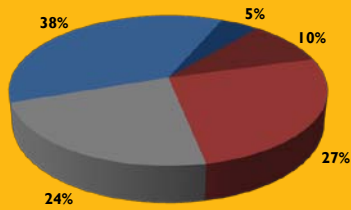
Pertanyaan pertama dalam survei berhubungan dengan performa aktual para kontributor di semester pertama dibandingkan dengan harapan mereka di permulaan tahun.

Menanggapi harapan terhadap performa tingkat hunian di pasar, 54 persen para pelaku bisnis perhotelan menjawab bahwa performa di semester pertama lebih buruk atau jauh lebih buruk daripada yang diharapkan, 13 persen menjawab bahwa performa tingkat hunian sama, kemudian 33 persen menjawab lebih baik atau jauh lebih baik. Sebagai perbandingan, 56 persen para pelaku bisnis perhotelan mengharapkan penurunan tingkat hunian dalam survei kami di bulan Februari.

31 persen responden menunjukkan bahwa performa rata-rata harga kamar (ADR) buruk atau lebih buruk daripada yang diharapkan, 32 persen menunjukkan tetap sama dan nyatanya sebanyak 38 persen menunjukkan performa yang lebih baik atau jauh lebih baik. Survei di bulan Februari kami menunjukkan bahwa 50 persen responden juga merasakan performa rata-rata harga kamar (ADR) yang lebih baik atau jauh lebih baik.

Di dalam performa pendapatan, mayoritas sebanyak 49 persen menjawab bahwa performa lebih buruk atau jauh lebih buruk, 17 persen performa yang sama, dan 33 persen performa yang lebih baik atau jauh lebih baik daripada yang diharapkan. Tren ini mirip dengan survei di bulan Februari dimana 42 persen responden mengharapkan performa yang lebih buruk atau jauh lebih buruk.

RASIO JAWABAN



- Sangat Banyak Terpengaruh
- Banyak Terpengaruh
- Sama
- Sedikit Terpengaruh
- Sangat Sedikit Terpengaruh

*"Indonesia
mendapatkan nilai
sentimen positif 6."*

DAMPAK KRISIS FINANSIAL

Indonesia	6
1. Amerika Selatan	-17
2. Asia	-18
3. Australia/Pasifik	-24
4. Eropa	-29
5. Afrika	-36
6. Amerika Utara	-41

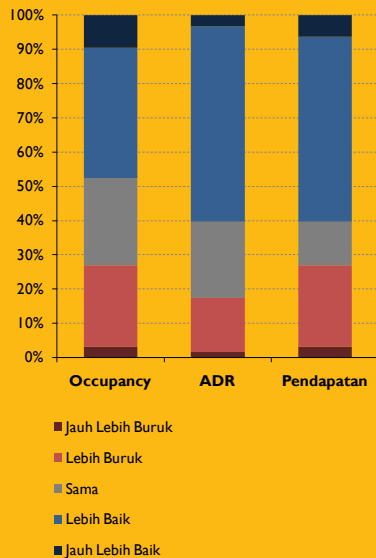
DAMPAK KRISIS FINANSIAL

Pertanyaan kedua menanyakan para responden apakah krisis ekonomi saat ini telah berdampak terhadap permintaan seperti apa yang diharapkan.

Ketika para pelaku bisnis perhotelan ditanyakan apakah krisis telah berdampak pada permintaan seperti yang di harapkan, 33 persen menjawab bahwa permintaan telah dipengaruhi lebih atau lebih jauh lagi dari yang diharapkan. 24 persen, menjawab bahwa permintaan telah dipengaruhi sejauh apa yang diperkirakan dan 43 persen responden berpendapat menuntut bahwa krisis kurang berdampak pada permintaan atau jauh lebih kurang berdampak dari yang diharapkan.

Membandingkan peringkat performa perhotelan per wilayah, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki nilai sentimen yang lebih positif, meskipun dibandingkan dengan Asia yang jatuh ke tempat kedua dengan angka sentimen negatif 18.

RASIO JAWABAN



"60 persen para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia mengharapkan pendapatan yang lebih tinggi di semester kedua 2009 dibandingkan dengan semester kedua 2008."

NILAI PERFORMA HOTEL

Tingkat Hunian	20.2
Rata-rata Harga Kamar	33.3
Pendapatan	27.4

PANDANGAN PASAR SEMESTER KEDUA

Para pelaku bisnis perhotelan ditanyakan mengenai harapan mereka untuk semester kedua tahun ini dibandingkan dengan semester kedua tahun lalu, sehubungan dengan tingkat hunian kamar hotel (*occupancy*), rata-rata harga kamar (*average room rate*) dan pendapatan hotel (*hotel revenues*).

27 persen responden menyatakan bahwa mereka mengharapkan seluruh tolok ukur performa akan lebih buruk atau jauh lebih buruk, 25 persen menyatakan performa yang sama, sedangkan mayoritas, 48 persen, menjawab bahwa tingkat hunian akan berjalan lebih baik atau jauh lebih baik di semester kedua tahun ini dibandingkan dengan semester kedua tahun lalu.

Rata-rata harga kamar (ADR) mencatat hanya 18 persen lebih buruk atau jauh lebih buruk daripada performa yang diharapkan, sedangkan 22 persen mengharapkan tetap sama, dan sebanyak 60 persen responden mengharapkan performa lebih baik atau jauh lebih baik.

Dari segi pendapatan, 27 persen responden mengharapkan performa yang lebih buruk atau jauh lebih buruk, 13 persen mengharapkan tetap sama, dan mayoritas sebanyak 60 persen, mengharapkan performa pendapatan lebih baik atau jauh lebih baik, berbagi tren yang sama dengan performa rata-rata harga kamar (ADR).

HARAPAN PERFORMA HOTEL

Pertanyaan terakhir yang ditanyakan dalam survei adalah agar para pelaku bisnis perhotelan memberikan harapan mereka tentang bagaimana masing-masing hotel mereka akan berprestasi di semester kedua 2009 dibandingkan dengan semester kedua tahun 2008, dalam persentase.

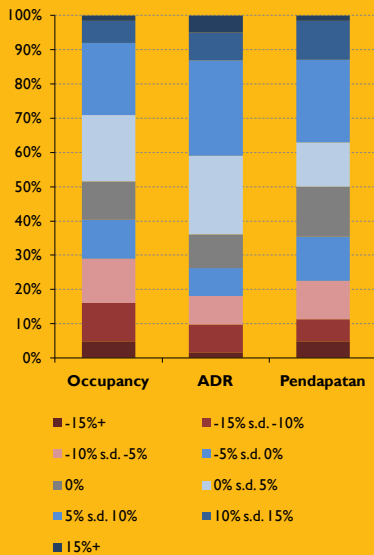
Pandangan sentimen global lagi-lagi terlihat suram dari sisi para pelaku bisnis perhotelan, dengan rata-rata angka sentimen global negatif 49. Diatas 60 persen dari para pelaku bisnis perhotelan mengharapkan jatuhnya pertumbuhan kinerja paling tidak 5 persen, dan rata-rata 15 persen dari para pelaku bisnis perhotelan di seluruh dunia mengharapkan performa industri perhotelan menciut sebesar 15 persen atau lebih.

Meskipun nilai sentimen negatif 1.2 telah tercatat, mayoritas sebanyak 21 persen responden mengharapkan 5 sampai 10 persen kenaikan diikuti oleh apa yang mereka harapkan yaitu 0 sampai 5 persen kenaikan.

Dengan nilai sentimen 25.2 untuk performa rata-rata harga kamar (ADR), 28 persen responden mengharapkan 5 sampai 10 persen kenaikan diikuti oleh sebanyak 23 persen mengharapkan 0 sampai 5 persen kenaikan.

Mayoritas, 24 persen responden mengharapkan 5 sampai 10 persen kenaikan pendapatan sedangkan mayoritas, 50 persen responden mengharapkan kenaikan pendapatan. Para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia mendapat angka sentimen positif 10.3 untuk semester kedua selanjutnya tahun 2009.

RASIO JAWABAN



"48 persen para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia berharap untuk melihat kenaikan permintaan, 64 persen mengharapkan kenaikan rata-rata harga kamar dan 50 persen mengharapkan kenaikan pendapatan di semester kedua tahun 2009"

NILAI PERFORMA HOTEL

Tingkat Hunian	-1.2
Rata-rata Harga Kamar	25.2
Pendapatan	10.3

KESIMPULAN

Perlu diperhatikan bahwa survey ini dilakukan sebelum pemilihan presiden di Indonesia serta sebelum ledakan bom di hotel JW Marriott dan Ritz-Carlton di Mega Kuningan Jakarta, dan hanya difokuskan kepada dampak dari krisis finansial global.

Walaupun krisis finansial telah berdampak ke seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia, dengan performa rata-rata harga kamar (*ADR*) yang sedikit lebih baik dari yang telah diperkirakan pada semester pertama tahun 2009, para pelaku industri perhotelan di Indonesia secara umum mengharapkan performa yang lebih baik dari segi permintaan, Rata-rata harga kamar (*ADR*) dan pendapatan pada semester kedua tahun 2009.

Laporan Sentimen Pasar Lainnya

BERDASARKAN WILAYAH

ASEAN Benelux Europe Northeast Asia South East Europe

BERDASARKAN NEGARA

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

BERDASARKAN 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
JParis@HorwathHTL.es

Barcelona, Spain
PPitarch@HorwathHTL.es

Belfast, UK
michael.williamson@asmhorwath.com

Budapest, Hungary
budapestoffice@horwathconsulting.net

Dublin, Ireland
post@horbc.ie

Frankfurt, Germany
knospe@HorwathHTL.de

Kiev, Ukraine
HRodriguez@horwath.com.ua

London, UK
VMarti@HorwathHTL.es

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