

ANALISIS FORECAST BANQUET REVENUE PASCA RENOVASI GRAND BALLROOM

Sam Yuan Permadi^{1*}, Djibrael Djawa², Fonny Sangari³

¹ Best Western The Lagoon Hotel Manado

^{2,3} Prodi Manajemen Perhotelan DIV, Jur. Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

E-mail: samypermadi@gmail.com

Abstract : *The Analysis of Banquet Revenue Forecast on Post Renovation of Grand Ballroom.* Historical data of InterContinental Jakarta MidPlaza reveal that its twenty-four function rooms owned has been contributing a large number of revenue to the hotel. InterContinental Jakarta MidPlaza has planned to have a renovation on its Grand Ballroom aiming to increase the banquet revenue as its main purpose. This phenomenon emerged a prediction of an increment of banquet revenue will occur after the completion of grand ballroom renovation process. The purpose of this study is to analyze the validity that the increment of banquet revenue will be occurred after the completion of grand ballroom renovation. Research method used in the study was descriptive quantitative method and the analysis used was simple regression analysis and hypothesis T test. The result stated that the forecast of banquet revenue on the 5 (five) following years shows an increment. The result of this research has been proved with the simple regression analysis test generated from the equation of $Y = 38,048,152,207 + 2,932,055,491X$, meaning that any increment of one unit year by 1 score will result at 5% increment higher than previous year. Based on the result we can conclude that the banquet revenue forecast in InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel will be increased in the amount of 5% per year.

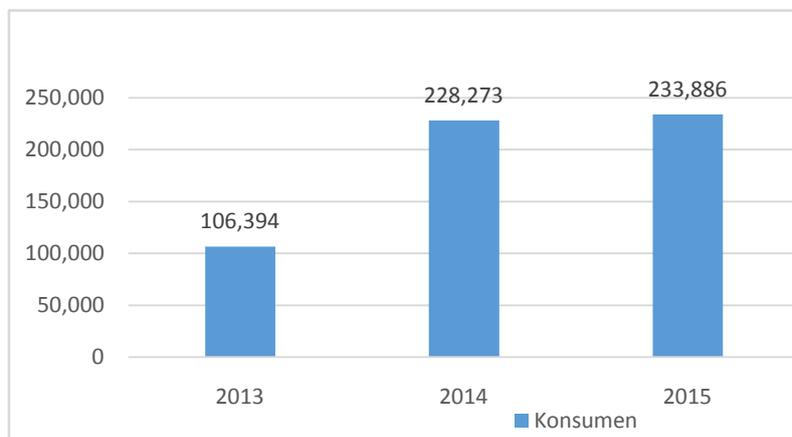
Keywords : *banquet, revenue, forecast, renovation, grand ballroom, InterContinental Jakarta Mid Plaza.*

Abstrak: Analisis Forecast Banquet Revenue Pasca Renovasi Grand Ballroom. Data historis dari InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel menyatakan bahwa 24 function room nya telah memberikan revenue yang tidak sedikit. Grand Ballroom - salah satu dari 24 function room tersebut - yang merupakan venue terbesar dan terpopuler telah menjadi penyumbang terbesar dari total banquet revenue. Untuk tetap bisa bersaing dengan hotel-hotel kompetitornya pada banquet revenue, InterContinental Jakarta MidPlaza akan mengadakan renovasi pada Grand Ballroom dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan Banquet. Fenomena ini memunculkan prediksi bahwa banquet revenue akan meningkat setelah grand ballroom selesai direnovasi. Tujuan penelitian ini menganalisa apakah banquet revenue akan meningkat setelah grand ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza direnovasi. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bersifat kuantitatif dan analisis yang dipakai adalah analisis regresi sederhana dan hipotesis uji t. Hasil penelitian menyatakan bahwa forecast/ estimasi banquet revenue pada periode 5 tahun kedepan menunjukkan peningkatan. Hasil penelitian dibuktikan dengan pengujian regresi sederhana yang dihasilkan dari persamaan $Y = 38,048,152,207 + 2,932,055,491X$, artinya bila setiap satuan tahun dinaikan sebesar 1 skor maka akan terjadi kenaikan sebesar 2,932,055,491 atau 5% lebih tinggi dari pada tahun sebelumnya. Sebagai kesimpulan, forecast banquet revenue di InterContinental Jakarta Midplaza direnovasi akan mengalami peningkatan sebesar 5% setiap tahunnya.

Kata kunci : *banquet, revenue, forecast, renovasi, grand ballroom, Inter Continental Jakarta Mid Plaza*

Banquet atau yang lebih kita kenal dengan Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions(MICE) merupakan penyumbang pendapatanyangbesardalamindustriperhotelan. Banquetdalam suatu hotel juga memiliki ruang gerak yang luas untuk memperolehpendapatan dari non-corporate customer melalui acara seperti: wedding reception, birthday party,

reunion, gathering, atau acara-acara occasional lainnya. InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel juga merupakan salah satu hotel bintang lima yang mengandalkan banquet sebagai sumber pendapatannya. Berikut ini adalah gambaran jumlah pengunjung/konsumen banquet di ICMP pada periode 2013-2015 yang dijabarkan dalam bentuk grafik batang.



Gambar 1: Grafik Jumlah Konsumen Banquet di InterContinental Jakarta MidPlaza 2013– 2015 (Data Olahan, 2016)

Dari Gambar 1 diatas terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada jumlah konsumen banquet di ICMP dalam 3 tahun terakhir. Jumlah pengunjung banquet pada tahun 2013 mencapai 106,394 orang. Pada tahun 2014 terjadi peningkatan hingga mencapai angka 228,273 orang sedangkan pada tahun 2015 peningkatan

yang terjadi tidak terlalu signifikan dari tahun sebelumnya yaitu pada angka 233,886. Banquet revenue pada periode tahun 2007 hingga tahun 2015 telah menunjukkan peningkatan banquet revenue seperti tertera pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1: Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2007-2015

Tahun	Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2007-2015 dalam rupiah
2007	25,645,512,387
2008	29,156,928,347
2009	29,535,641,924
2010	33,727,876,646
2011	41,095,364,156
2012	45,824,259,802
2013	50,248,252,938
2014	36,343,575,801
2015	50,855,957,864

Sumber: Data olahan, 2016

Kenaikan prosentase banquet revenue tidak lepas dari kontribusi pendapatan dari Grand Ballroom ICMP. Oleh karena itu, untuk bisa tetap bersaing dengan hotel-hotel kompetitor, manajemen ICMP telah merencanakan

program renovasi pada grand ballroom dengan tujuan untuk meningkatkan revenue bagi banquet section. Penelitian yang didasarkan pada data-data historis yaitu pendapatan grand ballroom ditahun-tahun sebelumnya bertujuan

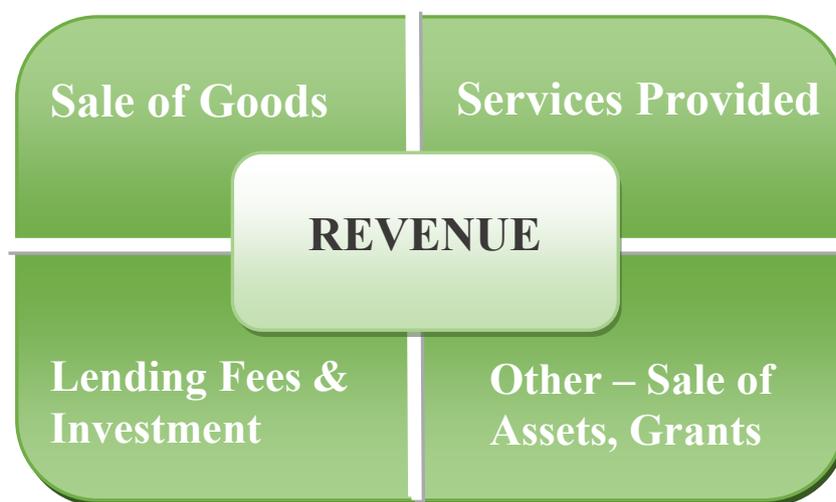
untuk menguji apakah banquet revenue akan meningkat setelah grand ballroom di InterContinental Jakarta MidPlaza direnovasi.

Revenue (Pendapatan)

Pendapatan grand ballroom diharapkan mengalami peningkatan yang signifikan setelah direnovasi. Peningkatan pendapatan banquet yang maksimal menjadi penting bagi manajemen hotel demi memperbesar profit perusahaan. Sedangkan program-program untuk mencapai target banquet revenue juga menjadi agenda yang harus diperhatikan sebagai strategi dalam pencapaian target banquet revenue section. Permasalahan inilah yang akan diteliti dalam penelitian ini, untuk menjawab pertanyaan tentang apakah banquet revenue akan menunjukkan peningkatan setelah grand ballroom selesai direnovasi. Ikatan Alumni Indonesia (IAI) (2007:23) menyatakan sebagai berikut: Pendapatan adalah arus masuk bruto manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama periode yang mengakibatkan kenaikan ekuitas,

yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Pendapatan hanya terdiri dari arus masuk bruto manfaat ekonomi yang diterima oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Jumlah yang ditagih untuk dan atau atas nama pihak ketiga bukan merupakan pendapatan karena tidak menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas. Menurut FASB (Financial Accounting Standards Board), pengertian pendapatan (Stice et al, 2004:230), didefinisikan sebagai berikut :Pendapatan merupakan suatu arus masuk yang berupa uang yang dihasilkan oleh suatu usaha aktivitas jual beli ataupun jasa baik dari satu perusahaan maupun anak cabang atau anak usaha perusahaan tersebut dalam suatu periode tertentu. (FASB, Stice et al:2004). Ditinjau dari ilmu ekonomi, John (2003:311) menyatakan pendapatan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

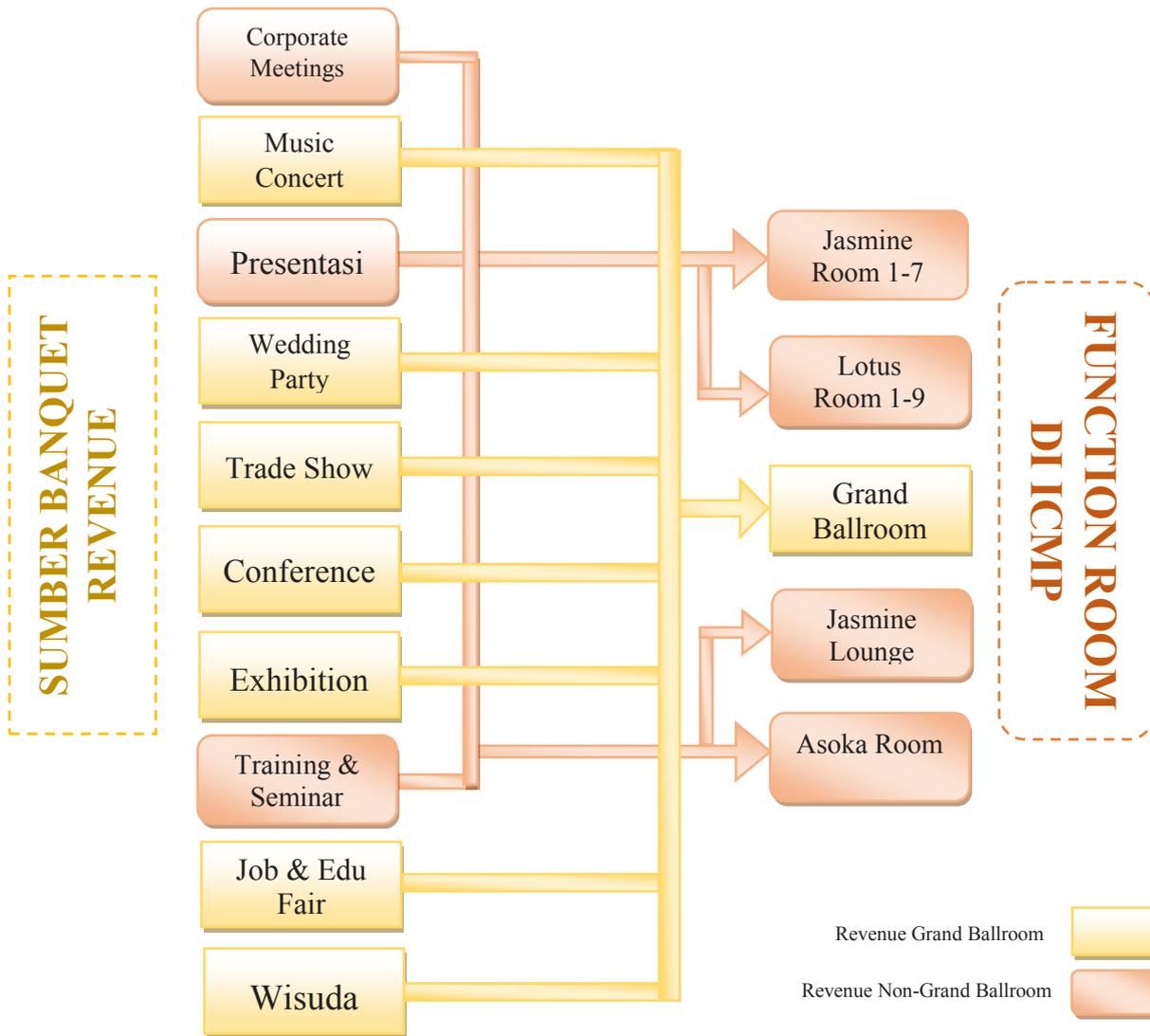
Gambar 2: Tipe-Tipe Revenue (www.saylor.org)



org)

Gambar 2 diatas menunjukkan tipe-tipe revenue: Sales of Goods; Service Provided; Lending Fees & Investment; Other-Sale of Asset, Grants Sugiarto (1997) berpendapat bahwa revenue terbesar dari suatu hotel

adalah dari penyewaan kamar hotel. Dibawah ini peneliti akan menyajikan ilustrasi skema sumber pendapatan banquet berdasarkan function room yang dipakai:



Gambar 3: Skema Sumber Revenue Banquet berdasarkan Function Room InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel (Olahan data, 2016)

Gambar 3 adalah ilustrasi bahwa Grand Ballroom menjadi salah satu venue dengan sumber banquet revenue terbanyak dan/atau terbesar bagi ICMP. Sebagian besar banquet event dengan kapasitas pengunjung dan arrangement yang besar dan kompleks seperti konferensi, pameran dan pesta pernikahan mengaruskan untuk diakomodasi dalam Grand Ballroom. Penjelasan diatas menguatkan pendapat peneliti bahwa grand ballroom adalah venue/ruangan meeting dengan banquet revenue yang besar.

Forecast (Peramalan): Supranto (1984) menyatakan bahwa forecasting atau peramalan adalah memperkirakan sesuatu pada waktu-waktu yang akan datang berdasarkan data masa lampau yang dianalisa secara ilmiah, khususnya menggunakan metode statistika. Sedangkan Pangestu S. (1986) mendefinisikan

forecasting adalah peramalan (perkiraan) mengenai sesuatu yang belum terjadi. Forecasting (peramalan) menjadi salah satu unsur yang sangat penting dalam pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan. Pengertian lebih lanjut menurut Nasution (2006) mengenai forecasting (peramalan) adalah proses untuk memperkirakan beberapa kebutuhan di masa yang akan datang yang meliputi kebutuhan dalam ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang dan jasa.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor: 120/PMK.06/2007 tentang Penatausahaan Barang Milik Negara lampiran VII tentang Kebijakan Penatausahaan Barang Milik Negara memberikan pengertian Renovasi dan Restorasi sebagai suatu aktivitas/kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas dan/atau

kapasitas suatu aset tetap (Daniarti, 2010). Renovasi memiliki akar kata yaitu 'renovate' yang berarti "to make changes and repairs to (an old house, building, room, etc.) so that it is back in good condition." (merriam-webster.com). Dalam suatu tulisan berjudul *Remodeling and Renovation of Nonresidential Buildings in California* dinyatakan bahwa renovasi atau remodeling adalah akibat dari tingkat turnover dari pemakaian dari ruangan komersil (Dohrmann et al, 2002). Menurut Supandi, (1990) perawatan atau maintenance dapat didefinisikan sebagai pekerjaan yang dapat dilakukan untuk menjaga atau memperbaiki setiap fasilitas sehingga mencapai standart yang dapat diterima. Sedangkan Govil, 1983 berpendapat bahwa perawatan adalah suatu kombinasi dari setiap tindakan yang dilakukan untuk menjaga barang atau memperbaikinya sampai pada suatu kondisi yang bisa diterima.

Banquet: Marsum (2001: 298) menyebutkan, "Banqueting adalah suatu istilah yang dipergunakan untuk meliputi kegiatan pelayanan dari upacara-upacara spesial didalam sebuah perusahaan pelayanan makan yang berpisah dari pelayanan makan yang terdapat diberbagai restoran pada umumnya dan di grill room, dimana hidangan panggang-panggang disajikan juga dalam ruang istirahat yang lazim disebut Lounge. Banqueting adalah suatu istilah yang dipergunakan untuk meliputi kegiatan pelayanan banquet. Penjabaran lain mengenai definisi banquet adalah suatu pelayanan yang dilakukan secara serentak yang mana semua tamu dilayani pada waktu yang sama. Semua penataan, menu, minuman dan waktunya harus dijadwalkan dengan hati-hati sebelum acara sebelumnya. (Goodman, 2003:83). Menurut Any Noor (2009:7) definisi event adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu-waktu tertentu. Ditinjau dari segi pariwisata, event telah menjadi suatu penggerak bagi pariwisata karena grafik perkembangannya sangat meningkat di banyak destinasi pariwisata. (Getz, 2007). Suatu event diadakan untuk mendatangkan

jumlah pengunjung yang mencapai target atau bahkan melebihi target yang diharapkan dan ditetapkan. Hal ini didasari oleh tolak ukur bila jumlah pengunjung yang sesuai yang sesuai atau melebihi target adalah salah satu kesuksesan sebuah event. (Any Noor, 2009:182). Definisi event menurut Shone and Parry (2010:4) adalah: *Special events are that phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.* Intisari yang dapat diambil dari beberapa definisi diatas adalah bahwa suatu kegiatan event diadakan untuk merayakan atau memperingati sesuatu secara sendiri-sendiri atau berkelompok serta memiliki kaitan yang erat dengan bisnis pariwisata sebab berperan penting dalam membawa dampak yang positif.

Ballroom: Ballroom konvensional biasanya terdapat di kediaman-kediaman pribadi seperti mansion atau rumah dengan ukuran besar dan luas. Menjawab kebutuhan wisata konvensi yang sangat berkembang, hotel-hotel mulai mengadopsi konsep ballroom kedalam hotel untuk diterapkan dalam bisnis banquet, event dan meeting. *Hotel function rooms are rooms that can be served in different functions such as meetings, banquets, exhibitions, storage rooms, etc. Hotels can sell function rooms to in-house guests, non-in-house guests or companies. To maximize the revenue per available square feet for each function room, hotels sometimes should not only consider the revenue generated from the function room but also the additional revenue along with it such as room revenue, F&B revenue* (Anonym. 2013)

Kerangka Berpikir

Untuk dapat menganalisis lebih jelas lagi dalam penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan alur berkipir berdasarkan skema yang akan disajikan dibawah ini. Penggunaan skema alur tersebut akan mempermudah pemecahan permasalahan dan pengambilan suatu kesimpulan. Berikut ini adalah skema alur berpikir untuk penelitian ini:

Hipotesis

Hipotesis yang telah diajukan adalah “Diduga banquet revenue berpotensi meningkat setelah Grand Ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel selesai direnovasi“. Hipotesis uji yang akan digunakan adalah sebagai berikut:
 Ho: “Diduga banquet revenue tidak berpotensi meningkat secara signifikan pasca renovasi Grand Ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel“

Ha: “Diduga banquet revenue berpotensi meningkat secara signifikan pasca renovasi Grand Ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel“

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang bersifat kuantitatif dan melakukan proses dokumentasi melalui pengumpulan berbagai data yang berkaitan dengan penelitian sebagai metode pengumpulan datanya. Beberapa metode analisa yang digunakan yaitu:

Analisis Regresi Sederhana: Analisa Regresi Sederhana dilakukan untuk mengukur perbandingan rasio dan signifikansi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini variabel independen adalah banquet revenue pada saat sebelum grand ballroom direnovasi, dan variabel dependen adalah forecast banquet revenue pada saat sesudah grand ballroom direnovasi. Rumus Regresi Sederhana:

$$Y = a + bx$$

Rumus persamaan dengan syarat $\Sigma x = 0$

$$a = \frac{(\Sigma y) (\Sigma x^2) - (\Sigma x) (\Sigma xy)}{n (\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{n (\Sigma xy) - (\Sigma x) (\Sigma y)}{n (\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

Keterangan :

Y : Peramalan kebutuhan besarnya pendapatan

a : Konstanta, atau sama dengan peramalan pendapatan pada waktu $x = 0$

b : Besarnya perubahan y untuk satu perubahan x

X : Unit waktu

n : Satuan tahun terhitung

Analisis Korelasi Product Moment (Korelasi Pearson): Analisis korelasi produk momen digunakan untuk menguji hubungan antara dua variabel dengan data yang bersifat interval atau rasio. Alat uji ini akan peneliti terapkan untuk menguji hubungan jumlah konsumen banquet dengan banquet revenue. Rumus yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{(n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

Σx : Total jumlah variabel X

Σy : Total Jumlah Variabel Y

Σxy : Jumlah perkalian x dengan y

x^2 : Kuadrat dari x (deviasi x)

y^2 : Kuadrat dari y (deviasi y)

Analisis Hipotesis dengan Uji T Satu Sampel (One Sample T Test): Uji T satu sampel merupakan salah satu uji parametrik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan mean populasi atau penelitian terdahulu dengan mean data sampel penelitian. Dalam analisis ini akan diuji perbedaan mean banquet revenue sebelum dengan mean banquet revenue setelah grand ballroom direnovasi. Rumus yang akan digunakan adalah berikut:

$$t = \frac{x - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

Keterangan :

x : Rata-rata sampel

μ : Rata-rata populasi/penelitian terdahulu

S : Standar deviasi

n : Jumlah sampel

Hipotesis uji yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Ho: Diduga banquet revenue tidak berpotensi meningkat secara signifikan pasca renovasi grand ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel.

Ha: Diduga banquet revenue berpotensi meningkat secara signifikan pasca renovasi grand ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada data jumlah konsumen banquet di InterContinental Jakarta MidPlaza hotel

berikut ini dijabarkan dalam tabel 2 secara detail data angka per bulan pada periode tahun 2013-2015.

Tabel 2: Konsumen Banquet di InterContinental Jakarta MidPlaza 2013 - 2015

	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Rata-rata Prosentase Peningkatan/Penurunan
Jan	13,735	15,335	10,565	-0.1 %
Feb	17,912	24,171	7,867	-0.7 %
Mar	12,128	23,958	23,885	0.4 %
Apr	14,869	17,750	19,411	0.2 %
May	8,724	7,395	23,959	0.1 %
Jun	363	10,395	23,963	1.2 %
Jul	200	8,554	13,362	1.1 %
Aug	98	23,149	18,420	0.8 %
Sep	204	26,780	26,042	0.9 %
Oct	956	23,833	29,093	1.0 %
Nov	978	33,402	21,818	0.7 %
Dec	36,227	13,551	15,501	-1.6 %
Total	106,394	228,273	233,886	0.5 %
Prosentasi Peningkata per tahun	115 %		2,4 %	

Sumber: Olahan data, 2016

Kolom paling kanan pada tabel 2 menunjukkan rata-rata prosentase peningkatan/penurunan jumlah konsumen banquet pada masing-masing bulandalam periode tahun 2013 hingga tahun 2015. Prosentase menunjukkan peningkatan pada angka konsumen tertinggi terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 115%. Pada tahun berikutnya peningkatan hanya sebesar 2,4%. Meskipun demikian, secara umum dalam 2

tahun terakhir, dari tahun 2013 ke tahun 2015, jumlah konsumen pada banquet section telah mencapai persentase yang cukup tinggi, yaitu sebesar 102%.

Berikut ini akan disajikan tabel perbandingan antara revenue wedding, exhibition dan conference dengan event lainnya di ICMP dari periode tahun 2012-2015.

Tabel 3: Perbandingan Revenue Wedding, Exhibition & Conference dengan event lainnya di InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel tahun 2012-201

	Wedding, Exhibition & Conference	Meeting	Lunch & Dinner
2012	10,675,334,667	5,050,770,731	7,265,371,792
2013	7,265,371,792	14,800,756,395	4,429,217,977
2014	19,598,949,772	16,778,932,631	5,261,842,906
2015	13,154,731,886	13,188,266,876	5,497,675,516
Total	56,679,399,991	49,818,726,633	22,454,108,191

Sumber: Olahan data, 2016

Dibawah ini akan disajikan dalam bentuk grafik tren yang mengacu pada data tabel diatas (Tabel 3).



Gambar 4: Grafik Perbandingan Revenue Wedding, Exhibition & Conference dengan event lainnya pada MidPlaza Hotel tahun 2012-2015 (Olahan data, 2016)

Tabel 3 dan Gambar 4 diatas menjadi data pendukung dalam 4 tahun terakhir, yaitu periode tahun 2012-2015 yang menyatakan bahwa grand ballroom InterContinental Jakarta MidPlaza hotel adalah venue yang

menyumbangkan pendapatan besar bagi –banquet section.

Berikut ini dapat dilihat data revenue banquet InterContinental Jakarta MidPlaza Hotel sejak tahun 2007 hingga 2015.

Tabel 4: Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2007-2015 (periode Januari-Juni)

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN
2015	4,640,510,177	3,668,328,031	4,548,043,047	3,748,400,602	4,516,560,395	5,066,883,483
2014	3,247,429,601	3,967,900,357	4,376,365,500	2,686,624,130	3,697,623,609	4,110,331,856
2013	3,791,419,710	4,147,459,282	4,230,617,145	3,083,199,300	3,719,908,046	5,782,818,121
2012	3,326,245,990	3,146,734,218	2,639,297,098	2,971,491,922	3,352,837,268	4,468,108,336
2011	3,145,914,930	2,568,228,398	3,104,892,547	2,131,950,229	3,341,285,656	4,776,320,402
2010	3,383,120,213	2,138,264,687	2,379,149,677	2,051,476,271	2,388,497,658	2,824,842,894
2009	2,374,441,828	2,125,386,878	2,373,852,539	1,297,165,683	2,571,770,138	2,470,039,881
2008	2,361,892,383	1,748,960,087	2,225,678,748	1,645,273,455	2,164,700,225	2,485,313,611
2007	2,177,752,417	1,149,324,016	2,644,361,698	1,659,958,203	1,781,151,782	1,853,219,580

Sumber: Olahan data, 2016

Tabel 5 : Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2007-2015 (periode Juli - Desember) dalam rupiah

	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
2015	2,913,408,265	4,357,482,311	6,251,412,728	6,265,812,071	2,983,232,394	1,895,884,360
2014	1,943,078,622	3,237,417,177	6,054,058,955	4,721,069,927	5,774,446,919	6,121,054,027
2013	3,300,398,321	1,798,805,046	4,849,915,092	4,134,580,085	6,272,482,825	4,725,849,96
2012	2,427,074,615	1,594,386,498	4,869,137,063	5,049,245,604	6,683,282,825	5,282,228,515
2011	3,652,815,348	1,038,935,155	3,757,329,800	4,957,083,255	4,670,723,544	3,947,324,334
2010	2,304,352,679	2,517,470,552	1,658,248,026	3,760,348,710	4,823,197,001	3,498,908,278
2009	1,901,925,620	2,200,338,000	973,306,623	3,515,240,371	3,390,549,871	4,093,158,831
2008	2,568,638,211	3,303,017,445	1,777,310,691	1,968,960,759	4,343,339,732	2,563,843,000
2007	2,167,559,481	2,060,626,119	1,884,290,029	1,465,730,184	3,612,010,518	3,189,528,360

Tabel 4 dan tabel 5 diatas secara berurutan menjabarkan pendapatan (revenue) banquet dari tahun 2007 hingga 2015 secara mendetail berdasarkan jumlah pendapatannya setiap bulan. Sepanjang tahun jumlah banquet revenue

setiap bulannya sangat bervariasi mulai angka terendah di sekitar sembilan ratus juta hingga capaian tertinggi pada kisaran enam milyar rupiah.

Tabel 6: Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2007-2015 dalam rupiah.

Tahun	Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2007-2015
2007	25,645,512,387
2008	29,156,928,347
2009	29,535,641,924
2010	33,727,876,646
2011	41,095,364,156
2012	45,824,259,802
2013	50,248,252,938
2014	36,343,575,801
2015	50,855,957,864

Sumber: Olahan data, 2016

Pada tabel 6 terlihat jumlah total per tahun dari data banquet revenue pada kedua tabel sebelumnya. Seperti telah dijelaskan pula pada bab 1, pendapatan banquet InterContinental Jakarta MidPlaza mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Meski sempat mengalami penurunan pada tahun 2014 hingga mencapai 38%, namun prosentase sepanjang tujuh tahun kebelakang (2007-2015) banquet revenue di ICMP menunjukkan peningkatannya pada angka rata-rata 7% setiap tahunnya.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya dalam menghitung perkiraan/forecast banquet revenue, peneliti akan menggunakan metode analisis regresi sederhana sebagai alat analisa. Data pendapatan (revenue) banquet selama 9 tahun kebelakang yang telah diperoleh peneliti akan menjadi data pokok yang akan dibahas dalam subbab ini.

Tabel 7: Tabel Rangkuman Faktor Pendukung Analisis Regresi Sederhana

n = Jumlah satuan tahun terhitung	y	x	xy	x ²
2007	25,645,512,387	-4	-102,582,049,548	16
2008	29,156,928,347	-3	-87,470,785,041	9
2009	29,535,641,924	-2	-59,071,283,848	4
2010	33,727,876,646	-1	-33,727,876,646	1
2011	41,095,364,156	0	0	0
2012	45,824,259,802	1	45,824,259,802	1
2013	50,248,252,938	2	100,496,505,876	4
2014	36,343,575,801	3	109,030,727,403	9
2015	50,855,957,864	4	203,423,831,456	16
9	342,433,369,865	0	175,923,329,454	60

Sumber: Olahan data, 2016

Analisis Regresi Sederhana

Merujuk pada data tabel 4.6, berikut ini adalah rumus persamaan analisis regresi sederhana :

$$Y = a + bx$$

Didalam menyelesaikan persamaan tersebut, maka besarnya nilai a dan b harus dicari terlebih

dahulu. Dalam penelitian ini – seperti pula telah dijabarkan di tabel 4.6 – bahwa $\Sigma x = 0$, maka perhitungan yang akan dipakai adalah dengan menggunakan rumus persamaan yang kedua yaitu Rumus persamaan dengan syarat $\Sigma x = 0$. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{(342,433,369,865) (60) - (0) (175,923,329,454)}{9 (60) - (60)^2}$$

$$b = \frac{9 (175,923,329,454) - (0) (342,433,369,865)}{9 (60) - (60)^2}$$

$$Y = 38,048,152,207 + 2,932,055,491x$$

$$Y = 38,048,152,207 + 2,932,055,491x$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka hasil perolehan forecast banquet revenue ICMP

dalam 5 tahun kedepan adalah seperti tertera di dalam tabel 8 dibawah ini.

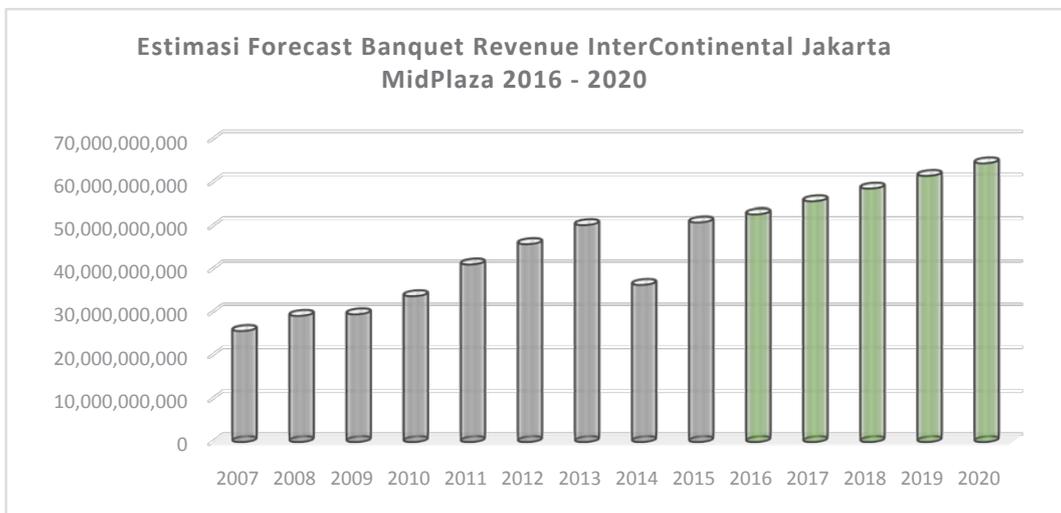
Tabel 8 : Forecast Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza setelah renovasi Grand Ballroom pada periode 2016-2020 dalam rupiah

	Forecast	Estimasi Forecast Banquet Revenue tahun 2016-2020
2016	52,708,429,662	4%
2017	55,640,485,153	5%
2018	58,572,540,644	5%
2019	61,504,596,134	5%
2020	64,436,651,625	5%

Sumber: Olahan data, 20176

Berikut ini akan disajikan grafik banquet revenue pada periode tahun 2007 sampai dengan 2020. Secara menyeluruh, grafik ini

mencakup data historis serta estimasi forecast banquet revenue pada tahun 2016 hingga 2020 (data forecast ditandai oleh warna oranye)



Gambar 5: Grafik Estimasi Forecast Banquet Revenue InterContinental Jakarta MidPlaza 2016 - 2020

Gambar5 menunjukkan estimasi/forecast banquet revenue pada periode 5 tahun kedepan adalah meningkat. Tahun 2016 banquet revenue diperkirakan akan meningkat sebanyak 4% sedangkan pada tahun berikutnya hingga tahun 2020, peningkatan diperkirakan akan mencapai 5% per tahun. Data historis ditunjukkan dengan warna abu-abu sedangkan estimasi forecast ditunjukkan dengan warna oranye.

Dari dua ilustrasi data diatas (Tabel 8 dan Gambar 5) dapat kita lihat tentang peningkatan dari banquet revenue baik pada data historical maupun pada estimasi/forecast. Perincian yang lebih detail pada tabel 4.5 menyatakan bahwa hasil forecast tahun pertama (2016) setelah renovasi selesai akan mengalami peningkatan sebesar 4% yaitu pada angka 52,708,429,662 sedangkan pada tahun berikutnya (2017) estimasi peningkatannya adalah 5% dengan angka revenue 55,640,485,153. Pada tahun ketiga

(2018) hasil forecast menyatakan peningkatan akan berada di level yang sama yaitu 5% dengan angka pendapatan 58,572,540,644 sedangkan hasil forecast pada dua tahun berikutnya yaitu 2019 dan 2020 masih pada prosentase kenaikan yang konstan yaitu 5% dengan angka masing-masing secara berurutan yaitu 61,504,596,134 dan 64,436,651,625. Sebagai pendukung dari tabel 4.5, gambar 4.11 telah dibuat sedemikian rupa sebagai kompilasi antara data historis banquet revenue dan hasil estimasi/forecast yang disusun dalam bentuk tren grafik yang menunjukkan peningkatan yang relatif konstan pada periode-periode setelah grand ballroom selesai direnovasi.

Analisis Korelasi Product Moment

Berikut ini adalah tabel penolong yang mengandung faktor-faktor yang diperlukan dalam perhitungan korelasi produk momen:

Tabel 9: Tabel Rangkuman Faktor Pendukung Analisis Korelasi Product Moment Pearson

N (Tahun)	X	Y	x	y	xy	x ²	y ²
2013	106,394	50,248,252,938	-83,124	-2,467,181,832	205,081,200,236,932	6,909,543,960	6,086,986,193,795,660,000
2014	228,273	36,343,575,801	-28,112,465,946	29,156,928,347	-819,673,155,254,719,000,000	790,310,741,583,751,000,000	850,126,470,632,092,000,000
2015	233,886	50,855,957,864	233,886	29,535,641,924	6,907,973,147,036,660	54,702,660,996	872,354,143,862,746,000,000
N=3	568,553	137,447,786,603	-45,815,549,832	91,631,857,735	-1,665,094,861,372,660,000,000	2,099,078,421,041,750,000,000	3,926,829,448,932,430,000,000

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{3 \cdot -1,665,094,861,372,660,000,000 - (-45,815,549,832) (91,631,857,735)}{\sqrt{\{3 \cdot 2,099,078,421,041,750,000,000 - (-45,815,549,832)^2\} \{3 \cdot 3,926,829,448,932,430,000,000 - (91,631,857,735)^2\}}}$$

$$r = \frac{(76,610,598,788,660,200) - (78,146,351,416,495,500)}{(354,392,720,283 - 323,252,513,809) (19,296,212,626,767,600,000,000 - 18,891,894,042,063,800,000,000)}$$

$$r = \frac{\sqrt{-1,535,752,627,835,220}}{3,548,318,504,439,980}$$

$$r = -0,433$$

Tabel 10: Tabel Kriteria Korelasi

r	Kriteria Hubungan
0	Tidak ada Korelasi
0 s/d -0.5	Korelasi Lemah
-0.5 s/d -0.8	Korelasi Sedang
-0.8 s/d -1	Korelasi Kuat/Erat
-1	Korelasi Sempurna

Melalui perhitungan diatas dapat dinyatakan bahwa korelasi antara jumlah konsumen banquet dengan banquet revenue InterContinental Jakarta MidPlaza pada periode tahun 2013-2015 adalah -0,433. Bila hasil perhitungan diterapkan pada tabel 4.9, berarti kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang lemah dan bentuk hubungannya adalah linear negatif.

Uji T Satu Sampel (One Sample T Test)

Rumus yang akan digunakan adalah seperti

tertera disamping:Peneliti menerapkan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. rumus diatas kedalam perhitungan dengan Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{x - \mu}}{S / n}$$

<i>n</i> (Tahun)	<i>Sampel</i> (Banquet Revenue)
2007	25,645,512,387
2008	29,156,928,347
2009	29,535,641,924
2010	33,727,876,646
2011	41,095,364,156
2012	45,824,259,802
2013	50,248,252,938
2014	36,343,575,801
2015	50,855,957,864

T Test: One Sample

SUMMARY		Alpha	0.05			
Count	Mean	Std Dev	Std Err	Mean Difference	t	df
9	38048152207.22220	9417724133.14054	3139241378	1704576406.22222	0.54299	8

T Test: One Sample

		Hyp Mean	36,343,575,801		
	<i>p-value</i>	<i>t-crit</i>	<i>lower</i>	<i>upper</i>	<i>Sig</i>
One Tail	0.300966453	2.30600			No Sig
Two Tail	0.601932906	1.859548038	30809048609	45287255806	No Sig

Perhitungan diatas menyatakan bahwa nilai p pada tabel “one tail” adalah (0,300) yang berarti lebih dari nilai $\alpha = 0,05$, maka H_0 tidak dapat ditolak, melainkan harus diterima. Secara statistik tidak ada perbedaan yang cukup signifikan antara banquet revenue pasca grand ballroom direnovasi.

SIMPULAN

Kesimpulan sederhana yang bisa kita ambil sebagai output dari hasil dan pembahasan peneliti adalah bahwa benar adanya bahwa banquet revenue akan meningkat setelah grand ballroom direnovasi. Namun uji hipotesis menyatakan bahwa hipotesis null diterima dan hipotesis alternateditolak. Hasil ini menyatakan

bahwa peningkatan banquet revenue yang terjadi sebagai hasil forecast dari perhitungan analisis regresi sederhana bukanlah suatu peningkatan yang signifikan. Dalam rangka mencapai angka revenue yang telah di estimasi maka penulis juga akan menyajikan beberapa rekomendasi program bagi banquet section untuk bisa di implementasikan khususnya pada saat renovasi sedang berlangsung maupun pada periode-periode setelah grand ballroom selesai direnovasi. Beberapa rekomendasi upaya dan strategi untuk mencapai target banquet revenue: 1) Grand Ballroom In-Progress Tour. (khusus pada waktu renovasi sedang berlangsung); 2) Mengadopsi strategi marketing jemput bola, konsep dari strategi ini akan dilakukan dengan

cara mengundang klien loyal Grand Ballroom untuk mengunjungi dan melihat perkembangan renovasi Grand Ballroom; 3) Paket Live Hot Open Kitchen; 4) Salah satu fasilitas baru yang akan disediakan di dalam Grand Ballroom yang baru adalah Live Hot Open Kitchen. Peneliti bermaksud merekomendasikan strategi penjualan paket event grand ballroom yang termasuk dengan penggunaan hot open kitchen yang ada. Secara otomatis paket ini akan memiliki harga sewa yang lebih dengan paket grand ballroom yang reguler; 5) Complimentary Customized Backdrop; 6) Client dengan event yang memenuhi spending revenue yang telah ditentukan bagi pemakaian Grand Ballroom yang baru berhak mendapatkan backdrop secara cuma-cuma untuk event mereka; 7) Pemaksimalan penggunaan Function Rooms lainnya (khusus pada waktu renovasi sedang berlangsung); 8) Guna mencapai target revenue yang telah di estimasi pada tahun 2016, manajemen harus mengupayakan pemaksimalan pemakaian ruangan meeting yang tidak direnovasi dengan mempertimbangkan kapasitas ruangan, bentuk ruangan, fasilitas ruangan tinggi ceiling, dll dengan lebih seksama; 9) Program Referral yaitu strategi marketing yang dilakukan dengan cara mempromosikan suatu produk atau layanan kepada klien baru melalui referensi dari orang lain yakni untuk memotivasi para klien yang sebelumnya sudah pernah mengadakan event di grand ballroom untuk melakukan promosi pada relasi mereka pihak manajemen bisa mengupayakan untuk memberikan referral incentive; dan 10) Digital Marketing – Endorsement yaitu upaya untuk merekomendasikan manajemen hotel untuk memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Twitter, Instagram dan Facebook sebagai sarana promosi Grand Ballroom yang baru.

DAFTAR RUJUKAN

Anonym.(2013). *Revenue Management Applications In Untraditional Industries*. [cited 2016 Feb 19]. Available from <http://blogs.cornell.edu/armapp/2013/03/26/revenue-management-for-hotel-function-rooms/>
Anonym.t.t. *Building construction/renovation*

Sam Yuan Permadi, dkk, *Analisis Forecast Banquet.....* 197
Procura+Key Criteria – Extended version [cited 2016 Mar 9]. Available from http://deep.iclei europe.org/fileadmin/template/projects/procuraplus/New_website/Detailed_Product_Information/
Any, Noor.(2009) . *Management Event*. Bandung: Alfabeta
Baskerville, Peter. t.t. *What is revenue in accounting?* [cited 2016 Feb 9]. Available from: <http://www.saylor.org/site/wp-content/uploads/2011/12/bus103/revenue/pdf.sa Peter Baskerville9>
Daniarti, S. 2010. *Perlakuan Akuntansi Terhadap Aset Tetap Renovasi*. [cited 2016 Mar 9]. Available from <http://ftp1.perbendaharaan.go.id/>
Dohrmann, Donald R. (2002). *Remodeling and Renovation of Nonresidential Buildings in California*. ACEEE.org
Earl K. Stice, James D. Stice dan K. Fred Skousen. (2004). *Akuntansi Intermediate*, Edisi Lima Belas, Buku 1, Alih Bahasa oleh Salemba Empat, Salemba Empat, Jakarta.
Format Elektronik
Getz, Donald. (2007). *Event Tourism: Definition, Evolution and Research*. Elsevier. Canada
Goodman, Raymond J, Ir. (2003). *Food & Beverage Service Management*. Erlangga. Jakarta
Govil, A.K. (1983). *Reliability Engineering*. Tata-McGraw-Hill Publishing Company Limited. New Delhi.
Ikatan Alumni Indonesia.(2007). *Standar Akuntansi Keuangan*. Edisi 2007. Salemba Empat. Jakarta.
Ivancevich, John, M, dkk. (2008). *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, jilid 1. Jakarta: Erlangga
John J. Wild. (2003). *Financial Accounting: Information for Decisions*. Edisi Kedua. Diterjemahkan oleh Yanivi S. Bachtiar. Salemba Empat. Jakarta
Kesrul, M. (2004). *Meeting Incentive Trip Conference Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu
Marsum WA. (2001). *Restoran dan Segala Permasalahannya.Andi*. Jogjakarta
Nasution, Arman Hakim.(2006). *Manajemen Industri*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Seebaluck et al. 2013. Seebaluck, V., Naidoo, P & R Ramseook Munhurrin, P. (2013). *Meetings, Incentives, Conference and Exhibitions as a Tourism Development Strategy in Mauritius. Global Conference on Business and Finance Proceedings*. San Jose, Costa Rica, May 8-3 (2013), 8(2), 3554-364, ISSN 1941-9589
- Shone, dan B. Parry. (2010). *Successful Events Management: A Practical Handbook*. Third Edition. Hampshire. South-Western.
- Subagyo, Pangestu. (1986). *Forecasting Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPPE UGM.
- Sugiarto, Endar. (1997). *Operasional Kantor Depan Hotel*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Tama
- Supandi, 1990. *Manajemen Perawatan Industri*. Bandung: Ganesha Exact
- Supranto, J., (1984). *Ekonometrik: Buku Dua*, Indonesia: Ghalia Indonesia.