

High-Volume, Short-Duration Tourism: Fenomena Baru Industri Perhotelan dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah NTB

High-Volume, Short-Duration Tourism: A New Phenomenon in the Hospitality Industry for Driving Regional Economic Growth in West Nusa Tenggara

Asri Rahmawati , Mery Afrianti , Karina Juniarti Utami , Herie Saksono 

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Al-Azhar, Mataram, Indonesia

Abstrak

Industri perhotelan di Nusa Tenggara Barat (NTB) mengalami transformasi struktural fundamental pasca-pandemi COVID-19. Penelitian ini menganalisis dinamika pemulihan hotel berbintang dan non-bintang periode 2021–2024 untuk mengidentifikasi kontribusi sektor perhotelan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder BPS NTB, penelitian menerapkan analisis CAGR terhadap tiga indikator: Jumlah Tamu Menginap (JTM), Rata-rata Lama Menginap (RLM), dan Tingkat Penghunian Kamar (TPK). Hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan JTM yang spektakuler pada hotel berbintang (CAGR 35,58%), dipimpin oleh hotel bintang 5 (66,44%) yang mengindikasikan fenomena “*revenge travel*”. Paradoks signifikan muncul pada RLM: hotel berbintang secara agregat mengalami kontraksi (-5,92%) sementara hotel non-bintang tumbuh positif (4,29%). Hotel non-bintang mencatat pertumbuhan TPK agresif (23,49%) dengan pencapaian absolut 1.019.211 tamu, yang mengonfirmasi “demokratisasi pembangunan pariwisata”. Temuan ini mengkonfirmasi evolusi menuju “Hospitality 4.0” yang dicirikan pariwisata bervolume tinggi berdurasi pendek. Polarisasi kinerja menguntungkan segmen *luxury* dan *budget*, sementara *mid-range* menghadapi tekanan kompetitif. Penelitian ini memvalidasi peran hotel sebagai sektor basis ekonomi NTB dan merekomendasikan pengembangan Master Plan Perhotelan 2025–2030 dengan strategi zonasi investasi berbasis segmen, program fasilitasi diferensial, dan implementasi sistem *monitoring real-time*. Diharapkan rekomendasi ini dapat mengoptimalkan kebijakan pembangunan sektor perhotelan yang berkelanjutan dan inklusif di NTB.

Kata Kunci

Industri Perhotelan; Pertumbuhan Ekonomi; Pemulihan Pasca-Pandemi; Transformasi Struktural; NTB.

Abstract

*The hospitality industry in West Nusa Tenggara (NTB) has undergone a fundamental structural transformation in the post-COVID-19 era. This research analyzes the recovery dynamics of star-rated and non-star hotels from 2021–2024 to identify the sector's contribution to regional economic growth. Employing a quantitative approach with secondary data from BPS NTB, the study applies Compound Annual Growth Rate (CAGR) analysis to three key indicators: Number of Guests (JTM), Average Length of Stay (RLM), and Room Occupancy Rate (TPK). The research shows a spectacular growth in JTM for star hotels (CAGR 35.58%), led by 5-star hotels (66.44%) indicating a “revenge travel” phenomenon. A significant paradox emerged in RLM: star hotels experienced a general contraction (-5.92%) while non-star hotels grew positively (4.29%). Non-star hotels recorded aggressive TPK growth (23.49%) with an absolute achievement of 1,019,211 guests, confirming “tourism democratization”. The findings confirm the evolution towards “Hospitality 4.0” characterized by high-volume, short-duration tourism. Performance polarization benefits the *luxury* and *budget* segments, while the *mid-range* segment faces competitive pressure. This research validates the role of hotels as the economic base of NTB and recommends developing the Master Plan for the Hospitality Industry 2025–2030 with investment zoning strategy based on segments, differential facilitation programs, and implementation of real-time monitoring systems. It is expected that these recommendations can optimize the sustainable and inclusive development of the hospitality sector in NTB.*

DOI

[10.63892/aletheia.2.2025.39-48](https://doi.org/10.63892/aletheia.2.2025.39-48)

Tanggal Diajukan

30 April 2025

Tanggal Diterima

9 Juni 2025

Tanggal Diterbitkan

9 Juni 2025

Penulis Korespondensi

Mery Afrianti
afriantimery53@gmail.com

© Penulis 2025



Karya ini dilisensikan di bawah lisensi CC BY 4.0. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

and Room Occupancy Rate (TPK). The findings reveal spectacular JTM growth in star-rated hotels (35.58% CAGR), led by 5-star hotels (66.44%), which indicates a "revenge travel" phenomenon among premium segments. A significant paradox emerges in RLM dynamics: star-rated hotels experienced an aggregate contraction (-5.92%), while non-star hotels showed positive growth (4.29%). Non-star hotels recorded aggressive TPK growth (23.49%) with an absolute achievement of 1,019,211 guests, confirming the "democratization of tourism development". These findings confirm the industry's evolution towards "Hospitality 4.0," characterized by high-volume, short-duration tourism. The performance polarization benefits the luxury and budget segments, while the mid-range faces significant competitive pressure. This study validates the hotel sector's role as a foundational economic driver for NTB and recommends the development of a Hospitality Master Plan 2025-2030. The plan should include segment-based investment zoning strategies, differential facilitation programs, and the implementation of a real-time monitoring system. These recommendations are aimed at optimizing policies for sustainable and inclusive hospitality development in NTB.

Keywords

Hospitality Industry; Economic Growth; Post-Pandemic Recovery; Structural Transformation; NTB.

1. Pendahuluan

Industri perhotelan global mengalami transformasi fundamental pasca-pandemi COVID-19, ditandai dengan fenomena *revenge travel* yang mendorong pertumbuhan spektakuler namun tidak merata (Guan dkk., 2024; Panzer-Krause, 2022). Pada tahun 2024, pasar perhotelan global mencapai \$4,9 triliun dengan kontribusi GDP sebesar \$11,1 triliun (10% dari GDP global), menandakan pemulihan yang kuat namun kompleks (WTTC, 2024). Nusa Tenggara Barat (NTB), sebagai destinasi pariwisata unggulan Indonesia, menunjukkan dinamika pemulihan yang unik dengan karakteristik polarisasi kinerja antara hotel berbintang dan non-bintang, menciptakan fenomena yang belum banyak diteliti dalam literatur akademik kontemporer (Indayani dkk., 2024; Pasaribu, 2024).

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke NTB mengalami peningkatan yang konsisten pasca pandemi COVID-19 yang berdampak pada meningkatnya intensitas kerja di industri pariwisata. Fenomena ini mengindikasikan evolusi menuju apa yang dapat dikonseptualisasikan sebagai "*Hospitality 4.0*" - era pariwisata bervolume tinggi namun berdurasi pendek (*high-volume, short-duration tourism*) yang belum dipahami secara komprehensif dalam konteks destinasi berkembang. Kesenjangan penelitian teridentifikasi dalam tiga dimensi utama. Pertama, meskipun *Butler's Tourism Area Life Cycle* (TALC) telah diaplikasikan secara luas (Butler, 2025), penerapannya dalam konteks polarisasi struktural pasca-pandemi masih terbatas. Kedua, integrasi *Service-Dominant Logic* dalam memahami ko-kreasi nilai antara segmen hotel berbeda belum dieksplorasi secara mendalam (Jaakkola dkk., 2024; Sondari dkk., 2025). Ketiga, aplikasi *Revenue Management Theory* dalam konteks destinasi dengan karakteristik *dual-segment recovery* seperti NTB masih memerlukan investigasi empiris (Assaf dkk., 2013; Ivanov dkk., 2021). Bahwa tahun 2025 menandai transisi dari fase "*revenge travel*" menuju normalisasi dengan pertumbuhan stabil namun lebih selektif (Grigoriadis dkk., 2025).

Novelty ini terletak pada: (1) konseptualisasi "*Hospitality 4.0*" sebagai paradigma baru industri perhotelan yang dicirikan oleh pariwisata *high-frequency, short-duration*; (2) identifikasi mekanisme polarisasi struktural yang menguntungkan segmen *luxury* dan *budget* namun menekan *mid-range*; (3) pengembangan model pemulihan diferensial yang mengintegrasikan perspektif TALC, SDL, dan *Revenue Management* dalam konteks destinasi berkembang; dan (4) formulasi strategi zonasi investasi berbasis segmen sebagai pendekatan inovatif untuk optimalisasi pembangunan perhotelan regional.

Berdasarkan identifikasi permasalahan dan kesenjangan penelitian, studi ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian: Bagaimana dinamika pertumbuhan hotel berbintang dan hotel non-bintang di Provinsi NTB periode 2021–2024? Pertanyaan penelitian ini mencakup analisis komprehensif terhadap tiga indikator kinerja utama, yaitu: 1) Jumlah Tamu Menginap (JTM); 2) Rata-rata Lama Menginap (RLM); dan 3) Tingkat Penghunian Kamar (TPK) pada kedua segmen hotel.

Tujuan penelitian dirancang untuk: (1) menganalisis pola pertumbuhan diferensial JTM, RLM, dan TPK antara hotel berbintang dan non-bintang; (2) mengidentifikasi faktor-faktor determinan yang mendorong polarisasi kinerja perhotelan; (3) mengeksplorasi implikasi transformasi struktural terhadap keberlanjutan industri; dan (4) merumuskan rekomendasi strategis berbasis *evidensi* untuk optimalisasi kontribusi sektor perhotelan terhadap pertumbuhan ekonomi regional.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan baik secara teoretis dalam memperkaya literatur manajemen perhotelan pasca-krisis, untuk pengembangan kebijakan sektor perhotelan yang adaptif, berkelanjutan, dan inklusif di era transformasi digital dan perubahan perilaku konsumen global dan dapat memberikan rekomendasi strategi kepada pemerintah dan pemangku kepentingan industri pariwisata dalam merancang kebijakan pembangunan sektor perhotelan yang berorientasi pada pertumbuhan ekonomi yang merata dan berkelanjutan di NTB.

2. Metode

Studi ini ingin melihat dinamika perhotelan yang ada di NTB dengan mengelola data JTM, RLM, dan TPK di Hotel Bintang menurut Kelas Hotel di NTB dengan kurun waktu 2021–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam studi ini adalah data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat (BPS NTB). Data diolah menggunakan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*). Selanjutnya data dianalisis dengan teknik analisis deskriptif agar dapat mendeskripsikan data sesuai keadaan senyatanya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pemulihan Kuantitatif Kinerja Hotel Berbintang

Performa industri perhotelan baik Bintang maupun Non-Bintang di NTB pada 2021–2024 menunjukkan dinamika pemulihan yang mengagumkan pasca-pandemi COVID-19. Hal ini dapat dilihat dari eksistensi jumlah tamu menginap (JTM), rata-rata lama tamu menginap (RLM), dan tingkat penghunian kamar (TPK) pada semua klasifikasi hotel. Perincian JTM, RLM, dan TPK Hotel Bintang disajikan pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. JTM, RLM, & TPK di Hotel Bintang Menurut Kelas Hotel Bintang di NTB Tahun 2021–2024

Kelas Hotel Bintang	Jumlah Tamu Menginap (JTM = Orang)			Rata-rata Lama Tamu Menginap (RLM = Hari)			Tingkat Penghunian Kamar (TPK = Persen)		
	2021	2024	CAGR (%)	2021	2024	CAGR (%)	2021	2024	CAGR (%)
Bintang 1*	-	19.469	-	-	2,59	-	-	35,17	-
Bintang 2	40.150	100.831	35,93	2,86	1,42	(20,93)	46,71	30,48	(13,26)
Bintang 3	164.777	408.843	35,38	2,66	1,71	(13,67)	36,87	34,62	(2,08)
Bintang 4	217.299	471.090	29,44	1,80	1,95	2,78	29,71	49,04	18,18
Bintang 5	24.505	112.978	66,44	2,09	2,30	3,31	19,27	41,52	29,16
Seluruh Kls.	446.661	1.113.211	35,58	2,23	1,86	(5,92)	33,51	40,25	6,30

Sumber: Perkembangan Pariwisata Nusa Tenggara Barat. Data Dinamis BPS Provinsi NTB Tahun 2021–2024. Data Diolah. 2025.

Keterangan: Data Tahun 2021 Tidak Tersedia di Laman BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Analisis JTM pada [Tabel 1](#) menunjukkan fenomena pemulihan yang menakjubkan dengan total peningkatan dari 446.661 orang (2021) menjadi 1.113.211 orang (2024). Data menunjukkan bahwa seluruh kelas hotel bintang mengalami peningkatan jumlah tamu menginap (JTM) dengan CAGR sebesar 35,58%, mencerminkan pemulihan yang solid, di mana hotel-hotel mewah (*high-end*) di berbagai destinasi mengalami pemulihan yang signifikan setelah mengalami penurunan okupansi selama pandemi COVID-19 tahun 2020. Dinamika pertumbuhan ini tidak homogen antar segmen, Hotel Bintang 5 mencatat pertumbuhan paling spektakuler dengan CAGR JTM mencapai 66,44%, mengindikasikan bahwa segmen hotel mewah (*luxury hospitality*) telah berhasil menarik kembali minat wisatawan premium yang sempat tertunda akibat pembatasan perjalanan global. Sementara Hotel Bintang 2 dan Hotel Bintang 3 dengan CAGR masing-masing 35,93% dan 35,38%. Segmen Hotel Bintang 4 menunjukkan pertumbuhan yang lebih moderat (CAGR 29,44%), namun tetap signifikan, mencerminkan posisi yang solid sebagai titik terbaik antara kemewahan dan aksesibilitas.

Meskipun dengan variasi yang menarik antarkategori, pertumbuhan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) menunjukkan tren positif dengan CAGR 6,30% untuk hotel berbintang secara agregat, meningkat dari 33,51% (2021) menjadi 40,25% (2024). Hotel Bintang 4 dan Hotel Bintang 5 menunjukkan pertumbuhan TPK yang sangat impresif dengan CAGR masing-masing 18,18% dan 29,16%. Temuan ini mengungkapkan bahwa hotel-hotel berkelas tinggi lebih berpeluang dan memiliki kemampuan adaptasi yang superior dalam mengimplementasikan strategi pemulihan, termasuk optimalisasi manajemen tarif dan peningkatan kualitas pelayanan. Fenomena ini mencerminkan transformasi fundamental dalam preferensi konsumen *post-pandemic* yang lebih mengutamakan kualitas dan keamanan akomodasi.

Secara umum, industri perhotelan NTB sedang mengalami transformasi struktural menuju era “*Hospitality 4.0*” yang ditandai oleh pariwisata bervolume tinggi dan berdurasi pendek (*high-volume, short-duration tourism*). Meskipun terjadi penurunan RLM, peningkatan signifikan dalam JTM dan TPK mengindikasikan bahwa hotel-hotel telah berhasil mengoptimalkan manajemen pendapatan melalui tingkat pergantian yang lebih tinggi (*higher turnover rate*). Di sinilah, penerapan strategi penetapan harga yang dinamis dan taktik pemesanan yang inovatif berbasis digital menjadi kunci sukses hotel dalam menghadapi perubahan pola konsumsi wisatawan.

Analisis granular terhadap JTM mengungkapkan pola pertumbuhan yang sangat heterogen namun menjanjikan. Hotel Bintang 5 dengan CAGR 66,44% mendemonstrasikan fenomena perjalanan balas dendam (*revenge travel*) dengan intensitas luar biasa. Studi [Lins dkk. \(2022\)](#) menguraikan terjadinya fenomena perjalanan balas dendam yang tampak dalam pariwisata pedesaan untuk melepaskan permintaan yang terpendam (*pent-up demand*), terutama oleh segmen *affluent*, yakni kelompok individu atau rumah tangga dengan pendapatan dan/atau aset likuid yang signifikan dan berada di atas rata-rata kelas menengah, namun di bawah kelompok terkaya. [Volgger dkk. \(2021\)](#) juga menegaskan bahwa keinginan untuk melakukan perjalanan yang lebih luas telah muncul menjadi “*revenge travelling*”, di mana ini merupakan ‘cara bagi wisatawan untuk menghilangkan rasa lelah akibat pandemi dan keinginan untuk mengejar liburan yang terlewat’.

Mencermati pertumbuhan absolut JTM dari 24.505 tamu (2021) menjadi 112.978 tamu (2024) mengindikasikan peningkatan kapasitas penyerapan hampir 5 kali lipat, didukung oleh pembukaan properti baru dan renovasi fasilitas yang telah ada sebelumnya (*existing*). Disparitas kinerja antarkelas hotel menciptakan polarisasi struktural yang mengkhawatirkan. Hotel Bintang 4 dan Hotel Bintang 5 menunjukkan harmoni pertumbuhan dengan TPK dan RLM yang sama-sama positif (CAGR RLM: 2,78% dan 3,31%), sementara hotel kelas menengah-bawah terjebak dalam spiral penurunan kualitas layanan. Kondisi ini mencerminkan bahwa sistem klasifikasi hotel—terutama yang bersifat sukarela—tidak akan mampu bertahan dari dampak besar platform ulasan tamu tanpa beradaptasi dengan cepat terhadap lanskap industri perhotelan yang terus berubah ([Koutoulas & Vagena, 2023](#)).

Terbukti pula bahwa komponen RLM menunjukkan tren penurunan yang konsisten di semua kategori, dengan hanya Hotel Bintang 4 dan Hotel Bintang 5 yang berhasil mempertahankan atau bahkan meningkatkan RLM masing-masing dengan CAGR 2,78% dan 3,31%. Fenomena ini mencerminkan apa yang dinyatakan [Martínez-García dan Raya \(2008\)](#) sebagai karakteristik pribadi wisatawan berbiaya rendah, perjalanan dan masa tinggal, serta destinasi itu sendiri, signifikan dalam menentukan durasi perjalanan.

Hotel berbintang mengalami kontraksi RLM dengan CAGR negatif -5,92%, menurun dari 2,23 hari (2021) menjadi 1,86 hari (2024). Terdapat fenomena yang mengkhawatirkan dalam komponen RLM. Penurunan sistematis RLM merepresentasikan krisis fundamental dalam proposisi nilai perhotelan NTB. Penurunan paling dramatis terjadi pada Hotel Bintang 2 (CAGR -20,93%) dan Hotel Bintang 3 (CAGR -13,67%). Penurunan drastis ini menunjukkan bahwa segmen pasar menengah menghadapi tekanan yang lebih besar dalam mempertahankan loyalitas tamu dan memperpanjang durasi menginap. Keadaan ini konsisten dengan temuan [Barros dan Machado \(2010\)](#) bahwa lama tinggal dipengaruhi oleh atribut destinasi, strategi harga, profil sosio-demografis wisatawan, diferensiasi kualitas layanan, dan dimoderasi oleh karakteristik destinasi yang dirasakan. Selain itu, penurunan RLM mengindikasikan pergeseran fundamental dalam pola konsumsi wisata yang berpotensi mengancam keberlanjutan *revenue per guest*. Fenomena ini sejalan dengan temuan [Nunkoo dkk. \(2020\)](#) yang mengidentifikasi “*transactional tourism*” sebagai karakteristik pemulihan pasca-krisis di negara berkembang.

Seiring dengan dinamika JTM dan RLM, tingkat penghunian kamar (TPK) mengalami optimasi kapasitas dan pendapatan. Analisis TPK menunjukkan peningkatan yang solid untuk seluruh kelas dengan CAGR 6,30%, namun dengan variasi kinerja yang menarik. Hotel Bintang 4 dan Hotel Bintang 5 mencatatkan

pertumbuhan TPK paling mengesankan (18,18% dan 29,16%), sementara Hotel Bintang 2 dan Hotel Bintang 3 mengalami penurunan (-13,26% dan -2,08%). Hotel Bintang 3 sebagai tulang punggung industri perhotelan NTB mencatat pertumbuhan JTM tertinggi secara absolut (244.066 tamu tambahan) dengan CAGR 35,38%. Segmen ini berhasil mengkapitalisasi titik terbaik (*sweet spot*) antara keterjangkauan (*affordability*) dan kualitas (*quality*), menarik baik wisatawan domestik kelas menengah maupun pelancong dengan tas punggung (*backpacker*) internasional yang meningkatkan preferensi akomodasi. Temuan ini konsisten studi Zheng dkk. (2022), di mana transportasi tidak hanya memengaruhi kemauan wisatawan untuk bepergian antara tempat asal dan tujuan, tetapi juga rencana perjalanan spesifik mereka setelah mencapai tujuan, terutama pilihan hotel. Dapat dikatakan bahwa hotel-hotel dengan peringkat bintang tinggi menunjukkan ketahanan yang lebih unggul dalam menghadapi krisis dan volatilitas. Kinerja TPK yang luar biasa pada hotel bintang tinggi dapat diatribusikan pada penerapan sistem manajemen pendapatan tingkat lanjut dan penyampaian layanan yang unggul. Sebaliknya, tantangan yang dihadapi hotel bintang rendah dalam optimalisasi TPK mencerminkan persaingan yang ketat dan terbatasnya kemampuan diferensiasi dalam segmen tersebut.

Hotel Bintang 2 dengan kontraksi RLM paling parah (CAGR -20,93%, dari 2,86 menjadi 1,42 hari) menghadapi “*commoditization trap*”, di mana mereka gagal menciptakan diferensiasi bermakna dari kompetitor (Dev, 2023). Paradoks ini mencerminkan perubahan fundamental dalam pola perjalanan wisatawan, lama tinggal/menginap (*length of stay*) wisatawan mengalami penurunan signifikan di destinasi-destinasi tradisional karena preferensi terhadap liburan singkat (*short breaks*) ke berbagai tujuan (*multiple destinations*). Fenomena dimungkinkan terjadi karena adanya kemudahan akses transportasi murah (*low-cost*) dan peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan (*disposable income*) mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan lebih sering namun dengan durasi lebih singkat. Dalam konteks NTB, penurunan RLM ini dapat diinterpretasikan sebagai indikator perubahan struktural dalam perilaku wisatawan yang lebih gesit dan mencari pengalaman (*mobile & experience-seeking*), namun juga menandakan potensi penurunan total pembelanjaan per pengunjung yang dapat berdampak pada optimalisasi pendapatan hotel.

Pada akhirnya, peningkatan agregat TPK Hotel Berbintang dari 33,51% menjadi 40,25% (CAGR 6,30%) mendemonstrasikan lintasan (*trajectory*) pemulihan yang stabil (*steady*) namun belum optimal. Hotel Bintang 4 memimpin dengan TPK 49,04% pada 2024 (CAGR 18,18%). Keberhasilan ini didorong oleh positioning yang tepat untuk Perusahaan (*corporate*) dan segmen MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) yang pulih lebih cepat pasca-pandemi.

3.2. Agresifnya Performa Hotel Non-Bintang

Performa Hotel Non-Bintang di NTB menunjukkan pemulihan kuantitatif yang signifikan sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. JTM, RLM, & TPK di Hotel Non-Bintang Menurut Kelompok Kamar di NTB Tahun 2021–2024

Kelompok Kamar Hotel Non Bintang	Jumlah Tamu Menginap (JTM = Orang)			Rata-rata Lama Tamu Menginap (RLM = Hari)			Tingkat Penghunian Kamar (TPK = Persen)		
	2021 ^{*)}	2024	CAGR (%)	2021	2024	CAGR (%)	2021	2024	CAGR (%)
< 10	-	207.287	-	1,29	1,81	11,90	13,71	31,37	31,76
10–24	-	484.712	-	1,26	1,48	5,66	16,08	27,16	19,09
25–40	-	170.908	-	1,38	1,55	3,79	16,87	27,88	18,13
> 40	-	156.304	-	2,07	1,58	(8,60)	10,93	25,24	32,19
Seluruhnya	-	1.019.211	-	1,39	1,58	4,29	14,61	27,81	23,49

Sumber: Perkembangan Pariwisata Nusa Tenggara Barat. Data Dinamis BPS Provinsi NTB Tahun 2021–2024. Data Diolah. 2025.

Keterangan: ^{*)} Data Tidak Tersedia di Laman BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Data empiris pada [Tabel 2](#) mengungkapkan pertumbuhan eksponensial Jumlah Tamu Menginap (JTM) dengan pencapaian absolut 1.019.211 tamu Hotel Non-Bintang pada 2024. Fenomena ini sejalan dengan temuan [Vu dkk. \(2022\)](#) yang mengidentifikasi pola pemulihan berbentuk *V-shaped* di destinasi sekunder Asia Tenggara pasca-pandemi COVID-19. Hotel Non-Bintang bahkan mencatat pertumbuhan TPK yang lebih agresif dengan CAGR 23,49%, mengindikasikan penetrasi pasar domestik yang efektif dan adaptasi terhadap preferensi wisatawan nusantara pasca-pandemi.

Bila ditinjau dari kontradiksi struktural dan degradasi kualitas, meskipun pertumbuhan kuantitatif terlihat impresif, data mengungkapkan kontradiksi struktural yang mengkhawatirkan dalam bentuk penurunan sistematis Rata-rata Lama Menginap (RLM). Paradoks muncul ketika Hotel Non-Bintang dengan kapasitas lebih besar (>40 kamar) justru mengalami penurunan RLM (CAGR -8,60%) meskipun TPK meningkat dramatis (CAGR 32,19%). Kondisi ini mengindikasikan *trade-off* antara volume dan kualitas pengalaman menginap, di mana strategi *high-volume-low-margin* berpotensi mengerosikan *brand equity* jangka panjang. [Khalfaoui dkk. \(2022\)](#) memperingatkan bahwa fokus berlebihan pada metrik okupansi tanpa memperhatikan nilai seumur hidup tamu (*guest lifetime value*) dapat menciptakan “*growth trap*” yang tidak berkelanjutan.

Langkah terpenting adalah menyiapkan strategi adaptif untuk keberlanjutan holistik. Pemulihan sejati sektor perhotelan NTB memerlukan transformasi paradigmatis dari *growth-oriented* menuju *sustainability-oriented strategy*. Model pengembangan harus mengintegrasikan tiga pilar fundamental: (1) optimisasi pengelolaan pendapatan (*revenue management*) berbasis algoritma dinamis, (2) diferensiasi produk melalui pengalaman lokal yang otentik (*authentic local experiences*), dan (3) kolaborasi ekosistem pariwisata terintegrasi. Dalam konteks NTB, integrasi dengan *mega-events* seperti MotoGP Mandalika dan pengembangan MICE *tourism* dapat menciptakan premi permintaan (*demand premium*) yang mendorong perpanjangan lama tinggal (*length of stay*).

Performa Hotel Non-Bintang menunjukkan total JTM sebesar 1.019.211 orang yang menginap pada tahun 2024, dengan distribusi yang menarik di berbagai kategori kamar. Disisi lain, Kelompok 10-24 kamar mendominasi dengan 484.712 tamu, diikuti kelompok <10 kamar (207.287 tamu). Dominasi kelompok 10-24 kamar dalam JTM mencerminkan ukuran optimal untuk akomodasi hemat yang mampu menyeimbangkan efisiensi operasional dengan pemberian layanan pribadi. Keadaan ini mengindikasikan tumbuhnya demokratisasi pembangunan pariwisata (*democratizing tourism development*) dan penetrasi pasar yang sebelumnya kurang terlayani (*underserved*).

Distribusi yang relatif merata antarkelompok kamar (20-48% per kategori) menunjukkan diversifikasi permintaan (*demand*) yang sehat, mengurangi risiko konsentrasi berlebihan pada segmen tertentu. Hal ini sejalan dengan prinsip diversifikasi portofolio dalam manajemen tujuan (*destination management*) sebagaimana studi [Rizaldi dkk. \(2024\)](#). Pola ini mengindikasikan bahwa akomodasi skala kecil (*small-scale accommodations*) menjadi tulang punggung industri perhotelan hemat (*budget-hotel industry*) di NTB, fenomena yang konsisten dengan tren global menuju pengalaman perhotelan otentik dan keramahtamahan yang intim sebagaimana dikemukakan dalam penelitian tren perhotelan pasca-pandemi. Keberadaan akomodasi kecil-menengah menunjukkan kemampuan beradaptasi yang unggul dalam menghadapi gangguan pasar dan perubahan preferensi konsumen.

Berbeda dengan Hotel Bintang yang mengalami penurunan RLM, Hotel Non-Bintang menunjukkan peningkatan dengan CAGR positif 4,29%. Fenomena menarik juga terjadi pada Hotel Non-Bintang Kelompok <10 kamar yang mencatatkan pertumbuhan paling tinggi (11,90%, dari 1,29 menjadi 1,81 hari), diikuti kelompok 10-24 kamar (5,66%). Hal ini dapat dimaknai bahwa segmen hotel mikro butik (*boutique micro-hotels*) berhasil menciptakan pengalaman intim (*intimate experiences*) yang mendorong tamu menginap atau tinggal lebih lama (*extended stays*). Keberhasilan ini mendemonstrasikan bahwa ukuran tidak menjadi masalah (*size doesn't matter*) ketika proposisi nilai tepat sasaran. Fenomena peningkatan RLM pada Hotel Non-

Bintang dapat diinterpretasikan sebagai indikasi perilaku pencarian nilai, di mana para tamu memilih untuk memperpanjang masa tinggal di akomodasi hemat untuk memaksimalkan nilai. Keadaan ini menunjukkan bahwa ketidakpastian ekonomi mendorong wisatawan untuk mengadopsi strategi sadar biaya tanpa mengorbankan pengalaman perjalanan.

Penurunan RLM (-8,60%) yang terjadi pada Hotel Non-Bintang Kelompok >40 kamar mengindikasikan bahwa akomodasi anggaran berskala besar menghadapi tantangan dalam mempertahankan retensi tamu. Kontraksi ini mengindikasikan kegagalan dalam desain pengalaman dan strategi keterlibatan tamu. Hotel-hotel besar Non-Bintang ini terjebak dalam paradigma lama “*mass tourism*” tanpa mengadaptasi harapan layanan yang dipersonalisasi, terutama untuk Generasi Millennial dan Gen Z. Solusinya memerlukan rekayasa ulang total perjalanan pelanggan dengan penerapan kerangka kerja “momen yang penting (*moments that matter*)” untuk industri perhotelan.

Transformasi dramatis TPK Hotel Non-Bintang dari 14,61% menjadi 27,81% (CAGR 23,49%) mengindikasikan penetrasi pasar yang agresif dan efektif. Hotel kategori <10 kamar dan >40 kamar mencatat CAGR TPK tertinggi (31,76% dan 32,19%), menunjukkan polarisasi preferensi konsumen, baik terhadap properti butik yang intim (*intimate boutique*) atau properti dengan layanan lengkap (*full-service properties*).

Seluruh kelompok Hotel Non-Bintang menunjukkan pertumbuhan TPK yang mengesankan dengan CAGR keseluruhan 23,49%. Kelompok >40 kamar mencatat pertumbuhan paling spektakuler (32,19%), diikuti kelompok <10 kamar (31,76%). Kinerja ini menunjukkan bahwa segmen akomodasi hemat (*budget accommodation segment*) mengalami pemulihan yang kuat dan peningkatan permintaan, yang berpotensi didorong oleh pesatnya (*booming*) pariwisata domestik dan perilaku perjalanan yang sadar biaya (*cost-conscious*) pascapandemi. Pertumbuhan TPK yang signifikan pada semua kategori Hotel Non-Bintang mencerminkan demokratisasi pariwisata, di mana segmen populasi yang lebih luas mendapatkan akses terhadap pengalaman perjalanan melalui pilihan akomodasi yang terjangkau. Hal ini sejalan dengan tren pemulihan berkelanjutan yang didorong oleh tren pariwisata domestik dan liburan di hotel (*staycation*).

4. Kesimpulan

Transformasi fundamental dialami oleh industri perhotelan di Nusa Tenggara Barat (NTB) pada periode 2021–2024, dengan pola pemulihan pasca-pandemi yang unik dibandingkan destinasi pariwisata lainnya. Hotel berbintang mencatat pertumbuhan yang signifikan dalam Jumlah Transaksi Menginap (JTM), terutama dipimpin oleh hotel bintang 5, yang mengindikasikan adanya fenomena “*revenge travel*” pada segmen wisatawan premium. Namun, paradoks terjadi pada tingkat hunian kamar (RLM), di mana hotel berbintang mengalami kontraksi, sementara hotel non-bintang justru menunjukkan pertumbuhan positif. Teori Sistem Pariwisata Leiper mengkonfirmasi kemampuan adaptasi sistem terbuka terhadap disrupsi pandemi, di mana hotel berbintang dan non-bintang memainkan peran komplementer dalam melayani segmen pasar yang berbeda.

Pertumbuhan signifikan dalam JTM dan tingkat penghunian kamar (TPK) memvalidasi peran hotel sebagai sektor basis yang efektif dalam menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) pada ekonomi lokal. Kontribusi industri hotel terhadap pertumbuhan ekonomi NTB tercermin dalam transformasi kualitatif ekosistem pariwisata yang lebih inklusif dan Tangguh. Strukturisasi baru industri perhotelan NTB menunjukkan evolusi menuju konfigurasi yang terdiversifikasi dan berkelanjutan, dengan polarisasi kinerja yang menguntungkan segmen mewah dan hemat (*luxury & budget*).

Pemerintah Daerah Provinsi NTB perlu mengembangkan Master Plan Industri Perhotelan 2025-2030 yang mengintegrasikan temuan polarisasi kinerja dengan strategi zonasi investasi berbasis segmen. Program fasilitasi investasi diferensial diperlukan, memberikan insentif khusus untuk hotel mewah dalam mengembangkan pengalaman eksklusif dan mendukung hotel non-bintang melalui program pengembangan kapasitas.

Implementasi sistem *monitoring real-time* berbasis *digital dashboard* akan memungkinkan penyusunan kebijakan yang responsif terhadap dinamika industri. Pengembangan produk wisata terintegrasi harus mengoptimalkan temuan bahwa hotel non-bintang menunjukkan RLM positif melalui paket pengalaman lokal otentik yang memperpanjang durasi menginap. Integrasi platform digital dan pengembangan pariwisata berbasis komunitas akan meningkatkan penetrasi pasar dan penciptaan nilai yang berkelanjutan. Implementasi rekomendasi ini memerlukan koordinasi multipihak dengan komitmen terhadap visi jangka panjang dan pendekatan pengelolaan adaptif yang dapat menanggapi perubahan dinamika industri pariwisata global. Penelitian lanjutan diperlukan untuk menganalisis pertumbuhan berkelanjutan, melakukan studi perbandingan dengan destinasi serupa di Asia Tenggara, dan menilai dampak komprehensif terhadap masyarakat lokal guna memastikan distribusi manfaat yang adil.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Herie Saksono yang telah memberikan materi Penulisan Persuasif Ide Bisnis pada Mata Kuliah Pengantar Hukum Bisnis Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Al-Azhar Mataram. Selain itu, kami menyampaikan penghargaan kepada kak Karina Juniarti Utami sebagai asisten dosen atas arahan yang sangat berharga yang telah diberikan selama ini. Dukungan dan ilmu yang diberikan menjadi motivasi serta sumber inspirasi yang sangat berarti dalam penyelesaian karya tulis ilmiah (KTI) yang layak dipublikasikan.

Referensi

- Assaf, A. G., Cvelbar, L. K., & Pahor, M. (2013). Performance Drivers in the Casino Industry: Evidence From Slovenia. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 149–154. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.006>
- Barros, C. P., & Machado, L. P. (2010). The Length of Stay in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 692–706. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>
- Butler, R. (2025). Tourism Destination Development: The Tourism Area Life Cycle Model. *Tourism Geographies*, 27(3–4), 599–607. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325932>
- Dev, C. S. (2023). *Global Hospitality, Travel, and Tourism Trends*. Cornell Center for Hospitality Research. <https://ecommons.cornell.edu/items/52ed26c3-ad10-419d-8514-2d16d84ca5d2>
- Grigoriadis, P., Salepaki, A., Angelou, I., & Kourkouridis, D. (2025). Risk and Resilience in Tourism: How Political Instability and Social Conditions Influence Destination Choices. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 83. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020083>
- Guan, J., Zhuang, Y., Lu, M., Hong, F., & Lau, Y. (2024). Resilience and Recovery: Revenge Tourism and the Evolution of Cross-Border Travel. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2387734>
- Indayani, I., Ayu, L., Aulia, A., Utami, K. J., & Saksono, H. (2024). Memetakan Pola Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Nusa Tenggara Barat untuk Pengembangan Bisnis Kepariwisata. *Aletheia: Jurnal Sosial & Humaniora, Inovasi, Ekonomi, dan Edukasi*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.63892/aletheia.1.2024.11-20>
- Ivanov, S., Del Chiappa, G., & Heyes, A. (2021). The Research-Practice Gap in Hotel Revenue Management: Insights From Italy. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102924. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102924>
- Jaakkola, E., Kaartemo, V., Siltaloppi, J., & Vargo, S. L. (2024). Advancing Service-Dominant Logic With Systems Thinking. *Journal of Business Research*, 177, 114592. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114592>
- Khalfaoui, R., Mefteh-Wali, S., Sami, B. J., & Tiwari, A. K. (2022). The Time–Frequency Causal Effect of COVID-19 Outbreaks on the Tourism Sector: Evidence From the European Zone. *Current Issues in Tourism*, 25(24), 3973–3993. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2043834>
- Koutoulas, D., & Vagena, A. (2023). The Present and Future of Hotel Star Ratings Through the Eyes of Star Rating Operators. *Journal of Tourism Futures*, 1–17. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2022-0120>

- Lins, S., Aquino, S., Costa, A. R., & Koch, R. (2022). From Panic to Revenge: Compensatory Buying Behaviors During the Pandemic. *International Journal of Social Psychiatry*, 68(4), 921–922. <https://doi.org/10.1177/00207640211002557>
- Martínez-García, E., & Raya, J. Ma. (2008). Length of Stay for Low-Cost Tourism. *Tourism Management*, 29(6), 1064–1075. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.011>
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service Quality and Customer Satisfaction: The Moderating Effects of Hotel Star Rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102414. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Panzer-Krause, S. (2022). Rural Tourism in and After the COVID-19 Era: “Revenge Travel” or Chance for a Degrowth-Oriented Restart? Cases From Ireland and Germany. *Tourism and Hospitality*, 3(2), 399–415. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3020026>
- Pasaribu, Y. S. (2024). Prediksi Jumlah Tamu Hotel di Provinsi NTB dengan Metode Monte Carlo. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(3), 255–262. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i3.1326>
- Rizaldi, A. S., Rumanti, A. A., & Andrawina, L. (2024). Sustainable Tourism Industry in Indonesia through Mapping Natural Tourism Potential: Taxonomy Approach. *Sustainability*, 16(10), 4201. <https://doi.org/10.3390/su16104201>
- Sondari, T., Sari, N. Z. M., & Nuraliati, A. (2025). Service-Dominant Logic in the Hotel Industry: Pathway to Brand Awareness and Loyalty. *Asian Management and Business Review*, 5(1), 231–245. <https://doi.org/10.20885/AMBR.vol5.iss1.art15>
- Volgger, M., Erschbamer, G., & Pechlaner, H. (2021). Destination Design: New Perspectives for Tourism Destination Development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100561. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100561>
- Vu, H. D., Nguyen, A. T. N., Nguyen, N. T. P., & Tran, D. B. (2022). Impacts and Restoration Strategy of the Tourism Industry Post-COVID-19 Pandemic: Evidence From Vietnam. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2021-0218>
- WTTC. (2024). Travel & Tourism Economic Impact 2024: Global Trends. Dalam *WTTC Research Hub*. WTTC. <https://researchhub.wttc.org/product/economic-impact-report-global-trends>
- Zheng, W., Gao, S., & Fang, B. (2022). How Does Public Transportation Influence Hotel Demand? Evidence From a Natural Experiment. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103338. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103338>