

## PENINGKATAN KUALITAS KEPUTUSAN KEUANGAN HOTEL UNTUK GENERAL MANAGER HOTEL MELALUI NEUROFINANCE

Dino Gustav Leonandri<sup>1</sup>, Rina Fitriana<sup>2</sup>

<sup>1</sup> D4 Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Indonesia

<sup>2</sup> D4 Perhotelan Politeknik Sahid, Indonesia

[dinoleonandri@stptrisakti.ac.id](mailto:dinoleonandri@stptrisakti.ac.id)<sup>1</sup>, [rinafitriana@polteksahid.ac.id](mailto:rinafitriana@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Kondisi Pandemi Covid-19 meluluh-lantakan setiap lini bisnis khususnya industri pariwisata, salah satunya hotel. General Manager diharapkan dapat tepat dalam mengambil langkah strategis terutama dari sisi yang terpenting yaitu sisi manajemen keuangan. Pelatihan bertujuan mengenalkan pendekatan neurofinance dalam penatalaksanaan keuangan Hotel menjadi penting. Dilaksanakan dengan metode zooming dan diikuti sebanyak 20 peserta, model webinar yang diprakarsai Neuroscience Learning Center (NLC) bersama Enhaier Corportion ini mencapai harapan dengan hasil uji setelah acara dimana pemahaman praktis peserta mengenai neurofinance meningkat. Neurofinance untuk Hotelier dibutuhkan dengan menggunakan pendekatan perilaku pembuat keputusan, studi neurofinance bagaimana kita mengevaluasi informasi tentang opsi keuangan yang tidak pasti di era pandemic ini, juga dibatasi jangka waktu kemampuan Kas operasional Hotel, risiko gagal bayar hutang ke pihak ketiga, dan manajemen strategik serta bagaimana keputusan keuangan diambil dipengaruhi oleh emosi, tekanan psikologis, juga dalam hal perbedaan individu (seperti jenis kelamin, gen, neuroanatomi, dan kepribadian). Neurofinance bertujuan untuk memberikan penjelasan alternatif untuk keputusan strategi diluar dari teori keuangan klasik. Hasil dari pelatihan sebagai pengantar neurofinance dan aplikasinya dalam dunia Industri Pariwisata khususnya hotel.

**Kata Kunci:** Covid-19; *Hoteliers*; *Finance*; *Neurofinance*

**Abstract:** *Pandemic conditions Covid-19 destroys every line of business, especially the tourism industry, one of which is a hotel. The decision makers are the General Manager is expected to be precise in taking strategic steps, especially from the most important side of the financial management. Neurofinance is a relatively new field of research that seeks to understand the making of financial decisions by combining insight from psychology and neuroscience with financial theory. Neuro finance for Hotelier is needed using decision-maker behavior approach, neuro finance study how we evaluate information about uncertain financial options in this pandemic era, also limited timeframe capabilities of Hotel operating cash, the risk of failing to pay debts to third parties, and strategic management as well as how the financial decisions taken are influenced by emotions, psychological distress, also in regard to individual differences (such as gender, genes, neuroanatomy, and personality). In addition, he studied how the brain processes financial information and how decisions are made. Neuro finance aims to provide an alternative explanation for strategy decisions beyond the classical financial theories. Here we provide introductory neuro finance and how in the application in the world of specialty tourism industry of the hotel.*

**Keywords:** *Covid-19; Hoteliers; Finance; Neurofinance*



#### Article History:

Received : 03-01-2021

Revised-1 : 12-01-2021

Revised-2 : 25-01-2021

Accepted : 25-01-2021

Online : 21-02-2021



*This is an open access article under the  
CC-BY-SA license*

## A. LATAR BELAKANG

Pariwisata saat ini memasuki babak baru dengan adanya Covid-19 yang mewabah ke seluruh dunia dan berimbas pada perekonomian di berbagai negara (Simanjuntak & Fitriana, 2020; Fernandes, 2020; McKibbin & Fernando, 2020; Nicola et al., 2020). Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terimbas karena pariwisata bergantung pada mobilitas manusia, sedangkan banyak pemerintah di berbagai negara menutup akses keluar/masuk negaranya dan menerapkan aturan yang ketat bahkan sampai menghentikan semua event MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) serta menutup tempat umum demi mencegah penularan virus tersebut. Indonesia sendiri menutup penerbangan domestik dan internasional sejak 24 April dan baru membukanya pada bulan Juni dengan protokol kesehatan yang ketat. Kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* telah sementara melumpuhkan destinasi pariwisata di Indonesia, termasuk di dalamnya bisnis akomodasi di seluruh Indonesia sehingga diperlukan berbagai terobosan dalam bidang pemasaran (Budastra, 2020; Darmawan, 2020; Hanoatubun, 2020; Megaartha, 2020; Pakpahan, 2020). Untuk menjaga agar semangat para hoteliers tetap menyala dalam menghadapi tantangan ini, maka para hoteliers perlu diberi kegiatan yang sifatnya membangun dan mempersiapkan mereka dalam menghadapi babak baru pariwisata. Diharapkan dengan adanya kegiatan yang positif maka pola pikir yang positif juga dapat terus dibangun di tengah masa yang penuh ketidakpastian ini (Simanjuntak & Fitriana, 2020).

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) menyatakan dampak Pandemi Covid 19 ini sehingga harus dijalankannya perluasan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) ke berbagai wilayah, akan makin memukul industri perhotelan dan restoran. PHRI menyampaikan jika sampai 1 April 2020, sudah ada sekitar 1.139 hotel yang tutup dengan lokasi terbanyak di kawasan Bali dan Jawa Barat. Dimana kerugian yang menimpa industri perhotelan dan restoran di Indonesia mencapai sebesar US\$1,5 miliar atau setara Rp.21 triliun sampai awal April (Sukamdani, 2020).

Konsekuensi adanya perubahan operasional hotel dengan protokol kesehatan yang baru ini seperti penambahan alat masker bagi seluruh karyawan dan tamu, perubahan semua menu konvensional yang menggunakan kertas diganti ke digital dengan menggunakan teknologi yang berbayar, penambahan petunjuk di fasilitas umum untuk *steps protocol*, menjaga *social distance*, penambahan alat pencuci tangan di berbagai lokasi hotel, masalah disinfektan akan menjadi biaya tambahan sekitar 10 persen juga biaya energi seperti listrik dikarenakan PT PLN (Persero) tidak bisa memberikan pelonggaran biaya minimal pemakaian tarif listrik meskipun hotel tidak beroperasi selama pandemi ini (Diayudha, 2020; Dwina, 2020; Riadil, 2020).

Dari 1.139 hotel tutup, sejumlah 1.174 hotel melakukan PHK terhadap karyawannya. Ada pula 35 hotel yang masih buka tetapi menerapkan cuti/cuti tidak dibayar hingga PHK. Sehingga permasalahan yang bertubi-tubi menghinggapi industri hotel selama April hingga Juli 2020, ditambah pertumbuhan ekonomi yang turun hingga 5 di kuartal 2 ini melengkapi penderitaan industri pariwisata di Indonesia.

Keuangan tradisional menjelaskan bagaimana harga berkembang dan bagaimana cara terbaik mengalokasikan sumber daya ekonomi ketika opsi keuangan tidak pasti, dibatasi waktu, resiko, dan strategis (Peterson, 2010). Ekonomi *bubble* seperti gelembung pasar perhotelan hanyalah salah satu indikator yang tidak selalu dapat dilakukan oleh investor mengevaluasi secara rasional dan memasukkan informasi ke dalam keputusan keuangan mereka, sehingga tidak dapat menggunakan teori/asumsi keuangan tradisional. Akibatnya, perilaku pembuat keputusan keuangan sebagai pelaku ekonomi berjuang mencari peluang solusi dengan mempelajari dan menjelaskan hubungan perbedaan situasi dengan pengambilan keputusan secara empiris. Upaya ini dilakukan dengan menggabungkan wawasan dari ilmu-ilmu sosial lain seperti psikologi dan sosiologi itu. Kajian ini membuktikan bahwa keputusan manajemen keuangan kita juga dipengaruhi oleh emosi, tekanan psikologis, dan perbedaan individu pelaku usaha.

Pendekatan Neurofinance selain menggabungkan perilaku keputusan manajemen keuangan juga menambahkan dua sasaran lainnya. Pertama, mencoba menjelaskan mekanisme biologis (saraf dan fisiologis) dari perilaku pelaku pasar keuangan (Tseng, 2006). Dan kedua, mencoba memberikan penjelasan alternatif yang dimotivasi secara fisiologis untuk menunjukkan kegagalan standar teori keuangan.

Ulasan ini akan memberikan pengantar tentang neuro finance dan difokuskan pada topik utama dengan menyajikan pilihan keputusan keuangan kemudian mengidentifikasi area yang paling memberikan harapan perbaikan di masa depan yang mengarah pada manfaat sosial dan membangun jembatan antara ilmu saraf dan aplikasi dalam bisnis dan pengambilan keputusan keuangan sehari-hari

Berangkat dari asumsi-asumsi sebelum kegiatan, maupun analisis situasi yang ada, dalam kegiatan ditemukan bahwa beberapa masalah mitra pengabdian yang ditemukan diantaranya:

1. Asumsi bahwa masih banyak para penggiat hotelier yang kesulitan di masa pandemi ini bereaksi pada keadaan dan tekanan rendahnya permintaan namun naiknya pengeluaran karena pandemi;
2. Asumsi bahwa penggiat hotelier masih bergantung pada kebijakan keuangan tradisional terbukti di lapangan;
3. Ditemukan fakta bahwa banyak Para General Manager dan Direktur Keuangan Hotel yang belum mengetahui pemahaman mengenai Neurofinance secara teori dan penerapannya khususnya di industri hotel;
4. Untuk mengetahui tingkat pengetahuan pada General Manager dan Direktur Keuangan Hotel tentang neurofinance dilakukan pengukuran sebelum pemberian materi yang menunjukkan bahwa kadar pengetahuan hampir ..... persen pengetahuan tentang neurofinance masih pada tataran pernah mendengar dan tahu sedikit. dan sesudah pemberian materi;
5. Pengenalan bahwa pengelolaan manajemen keuangan hotel memerlukan alternatif ilmu selain teori manajemen keuangan tradisional ketika kondisi tidak jelas dan batas waktu yang sangat panjang;

6. Setelah pelatihan dilakukan pengukuran kembali tingkat pengetahuan pada General Manager dan Direktur Keuangan Hotel tentang neurofinance yang menunjukkan bahwa kadar pengetahuan naik hingga.... persen dan tumbuhnya peluang harapan untuk menerapkan langsung sehingga mampu beradaptasi dan mengaplikasikan di dalam operasional hotel sebagai terobosan mengatasi krisis;

## B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yang meliputi metode sosialisasi, tutorial, diskusi dan evaluasi. Metode sosialisasi yaitu saat para peserta diberikan sosialisasi/materi tentang dasar-dasar manajemen keuangan hotel, konsep neuro finance meliputi aplikasinya di industri hotel dan bagaimana penerapannya dalam operasional keuangan hotel. Selanjutnya disambung dengan metode tutorial yang dilakukan dengan memperlihatkan contoh penerapan neurofinance pada bidang perhotelan melalui video. Setelah paparan dan contoh yang diberikan, maka peserta diberi kesempatan untuk bertanya dalam bentuk diskusi interaktif yang komprehensif.

Untuk memastikan metode pengabdian memberikan hasil yang optimal, maka pada pelaksanaan ini dilakukan metode evaluasi baik sebelum maupun sesudah (*before and after*) pelatihan.

Adapun bentuk evaluasi dilakukan dengan quiz menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut,

- a. Apakah Anda pernah mendengar Neurofinance sebelum pelatihan ini? (Jika menjawab pernah maka silakan melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya).
- b. Pernahkah Anda berinteraksi langsung dengan neurofinance dalam pekerjaan saat ini? Bagaimana kesan Anda selama interaksi berlangsung?

Setelah sosialisasi, pertanyaan serupa diulang untuk melihat pemahaman para peserta akan materi yang diberikan, ditambah dengan pertanyaan mengenai kesan atas acara ini. Kegiatan ini juga dibagi ke dalam 3 (tiga) tahapan, yaitu tahapan persiapan, pelatihan dan evaluasi. Persiapan ini berkaitan dengan mencari tahu apa sebenarnya kebutuhan peserta dan sudah sejauh mana pengetahuan mereka menyangkut materi yang akan diberikan. Evaluasi diberikan untuk mencari tahu before after dalam kegiatan ini, yaitu bagaimana pengaruh pelatihan tersebut terhadap pengetahuan peserta.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dirancang oleh NLC atau Neuroscience Learning Center bekerja sama dengan Enhaier Corporation yang bergiat dalam kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi para hotelier. Kerja sama ini berangkat dari pemikiran bahwa pendekatan neuroscience dalam beragam kajian adalah

terobosan mencari penyelesaian beragam masalah praktis yang selama ini hanya didekati dengan cara tradisional.

Webinar Series kali ini, penulis diajak serta bersama dengan beberapa pembicara lainnya yaitu: Mohamad Abdul Ghani, Phd seorang Senior Researcher di Pusat Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB UI), Yudi Priambodo, SE, MM, yang saat ini menjabat sebagai Vice Presiden Bank BRI. Melengkapi kelengkapan konten kajian juga hadir Ahmad Deskana, SE, MM selaku Geberal Manager Hotel Aston Braga Bandung dan Bambang Mintosih, yang juga seorang Marketer dan Influencer.

Seluruh pembicara dianggap penyelenggara mampu memberikan masukan dari beragam sudut pandang demi meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam bisnis perhotelan. Masing-masing pembicara diminta memberikan celah memperbaiki pendekatan yang selama ini dipergunakan para hotelier dalam penatalaksanaan keuangan hotel, terutama menyasati krisis di masa pandemi ini.

Pelatihan dilakukan dengan media virtual Zoom. Dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 15 Agustus 2020, dengan target peserta sebanyak 20 (dua puluh) orang praktisi hotelier. Pelatihan ini diberikan selama 4 jam dan para pamapar memberikan materi dengan titik berat pada Neurofinance dalam aplikasinya di bidang keuangan industri perhotelan.

Pada sesi pertama, diberikan paparan yang meliputi perkembangan perhotelan saat pandemi ini, pengembangan Neurofinance di sektor keuangan seperti bank dan pasar saham yang mengubah cara kerja dan produktivitas para pembuat keputusan keuangan. Adapun suasana penyampaian materi terlihat pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1.** Penyampaian Materi

Neurofinance sendiri adalah bidang penelitian yang relatif baru yang berusaha memahami keputusan keuangan membuat dengan menggabungkan wawasan dari psikologi dan ilmu saraf dengan teori keuangan. Neurofinance untuk Hotelier dibutuhkan dengan menggunakan pendekatan perilaku pembuat keputusan, studi neurofinance bagaimana kita mengevaluasi informasi tentang opsi keuangan yang tidak pasti di era pandemic ini, juga dibatasi jangka waktu kemampuan Kas operasional Hotel, risiko gagal bayar hutang ke pihak ketiga, dan manajemen strategik

serta bagaimana keputusan keuangan diambil dipengaruhi oleh emosi, tekanan psikologis, juga dalam hal perbedaan individu (seperti jenis kelamin, gen, neuroanatomi, dan kepribadian). Neurofinance bertujuan untuk memberikan penjelasan alternatif untuk keputusan strategi di luar dari teori keuangan klasik.

Acara dilanjutkan dengan sesi kedua yang berisi pemutaran video tentang aplikasi neurofinance di industri selain hotel. Sesi kedua ini juga diisi dengan diskusi, yang mana di saat ini para peserta pelatihan bisa dengan leluasa mengemukakan pertanyaan dan opininya seputar neurofinance di industri hotel ini. Setelah sesi kedua berakhir, para peserta kembali diberikan kuesioner yang akan memberi gambaran sudah sejauh mana materi neurofinance yang diberikan pada hari itu dipahami.

Kegiatan berjalan baik dan disambut antusias oleh para peserta yang terbanyak dari General Manager dan Direktur Keuangan hotel diikuti akademisi dari berbagai Universitas di Indonesia. Beberapa petinggi Universitas menyatakan senang atas digelarnya acara ini karena ini sebagai salah satu pengayaan bagi para dosen juga. Selama paparan, peserta menyimak dengan baik dan sesekali narasumber bertanya pada para peserta untuk lebih melibatkan mereka dalam kegiatan. Adapun pertanyaan meliputi pengetahuan dan kebiasaan mereka dalam keputusan manajemen keuangan di hotel dll. Pada akhir kegiatan para peserta menyatakan kepuasan dan merasa senang dapat mengikuti kegiatan ini.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang bisa diambil dalam pengabdian masyarakat kali ini adalah bahwa pelatihan neurofinance sangat dibutuhkan oleh para praktisi hotel khususnya yang berkecimpung pada bidang keuangan.

Hal itu terlihat dari angka perbandingan pada saat pelatihan. Pada sebelum pelatihan, 200 responden (100%) menjawab pernah mendengar, akan tetapi hanya sekitar 88% (176) yang dapat menjelaskan secara tepat apakah yang dimaksud dengan neurofinance tersebut. Pada pertanyaan kedua sebesar 100% (200 responden) menjawab pernah menggunakan neurofinance dan 92% (184 orang) menyatakan menyukainya. Sementara sisanya sebesar 8% (16 orang) menyatakan biasa saja. Setelah mengetahui bahwa setiap peserta memiliki pengalaman dengan neurofinance tetapi tidak mampu menjelaskannya secara jelas, maka penulis memutuskan akan memulai dengan hal yang tidak terlalu praktis akan tetapi lebih kepada teoritis.

Pada setelah paparan, melalui kuesioner diketahui bahwa 98% (196 peserta) memahami pada tataran teoritis dan praktis apa yang dimaksud neurofinance, sementara sisanya yang 2% (4 Orang) masih kurang mampu menjelaskan secara teoritis apa itu neurofinance. 42 persen (84 peserta) menyatakan bersedia melakukan dan menggunakan neurofinance di pekerjaan mereka saat ini, bahkan sisanya yang 58% (116 peserta) bahkan sudah melakukan hal tersebut dengan jalan melakukan pembuat scenario terbaik dan terburuk dalam manajemen keuangan di saat krisis. Adapun ke 200 peserta (100%) menyatakan senang dan bersemangat dalam mengikuti pelatihan neurofinance semacam ini.

Dari perubahan angka awareness hingga pemahaman peserta pada saat pertemuan saja, tampak para peserta kian memahami pengelolaan keuangan dapat lebih efektif dan efisien. Pelatihan ini menunjukkan masih kurangnya pelatihan-pelatihan sejenis hingga pendalaman mengenai neurofinance ini. Untuk selanjutnya, perlu diberikan keterampilan-keterampilan lain yang sifatnya terapan untuk para manjer keuangan dan GM hotel agar mampu menjalankan tugasnya dengan lebih baik lagi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada IHGMA (Indonesian Hotel General Manager Association) selaku mitra atas undangan yang diberikan kepada Penulis, serta kepada Sekolah Tinggi Pariwisata dan Politeknik Sahid yang menjadi institusi Penulis bernaung sebagai akademisi atas ijinnya melakukan abdimas ini. Semoga kegiatan ini menjadi usaha kita bersama dalam memajukan pariwisata Indonesia. Aamiin ya Robb.

## DAFTAR RUJUKAN

- Budastra, I. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 dan Program Potensial untuk Penanganannya: Studi Kasus di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*, 21(1), 48–57.
- Darmawan, M. R. (2020). Perbedaan Aktivitas Marketing Communications Sheraton Hotel & Towers Surabaya Di Tengah Krisis Karena Pandemi Covid-19 (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME*, 3(1), 41–45.
- Dwina, I. (2020). *Melemahnya Ekonomi Indonesia pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak dari Pandemi Covid-19* (hal. 1–5). Open Science Framwork. <https://doi.org/10.31235/osf.io/8e27t>
- Fernandes, N. (2020). *Economic effects of coronavirus outbreak (covid-19) on the world economy* (hal. 33). IESE Business School. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3557504>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146–153.
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2020). *The global macroeconomic impacts of covid 19: seven scenarios* (19/2020; CAMA Working Paper). [www.sensiblepolicy.com/download/2020/2020WorkingPapers/2020\\_19\\_CAMA\\_COVID19\\_mckibbin\\_fernando\\_0.pdf](http://www.sensiblepolicy.com/download/2020/2020WorkingPapers/2020_19_CAMA_COVID19_mckibbin_fernando_0.pdf)
- Megaartha, S. A. M. R. (2020). Optimalisasi dan Adaptasi Kultur Perekonomian Baru di Era Pandemi Covid-19 Guna Menggerakkan Roda Perekonomian Khususnya Pada Usaha Penginapan di Bali. *JURNAL ACITYA ARDANA*, 1(1), 18-29.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- Pakpahan, A. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *JIHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20, 2–6. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Peterson, R. (2010). Neuroeconomics and neurofinance. In H. Baker & J. Nofsinger

- (Ed.), *Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets* (hal. 73–93). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118258415.ch5>
- Riadil, I. (2020). Tourism Industry Crisis and its Impacts: Investigating the Indonesian Tourism Employees Perspectives' in the Pandemic of COVID-19. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 4(2), 98–108.
- Simanjuntak, D., & Fitriana, R. (2020). Culture Shock, Adaptation, and Self-Concept of Tourism Human Resources in Welcoming the New Normal Era. *Society*, 8(2), 403–418.
- Sukamdani, S. (2020). *PHRI: 1.139 Hotel Tutup Sementara Per 1 April 2020 Dampak Pandemi Corona COVID-19*. Liputan6. [www.liputan6.com/lifestyle/read/4218943/phri-1139-hotel-tutup-sementara-per-1-april-2020-dampak-pandemi-corona-covid-19](http://www.liputan6.com/lifestyle/read/4218943/phri-1139-hotel-tutup-sementara-per-1-april-2020-dampak-pandemi-corona-covid-19)
- Tseng, K. (2006). Behavioral finance, bounded rationality, neuro-finance, and traditional finance. *Investment Management and Financial Innovations*, 3(4), 7–18.