

Penerapan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Kualitas Layanan di Kantor Depan (Studi Kasus ValStar Hotel Canggu)

Endrayani¹, Ida Bagus Nyoman Krisna Prawira Yuda²¹D4 Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Bisnis, Pariwisata dan Pendidikan, Universitas Triatma Mulya, Badung, Indonesia²S1 Pariwisata, Fakultas Bisnis, Pariwisata dan Pendidikan, Universitas Triatma Mulya, Badung, Indonesiae-mail: ¹endrayani.endrayani@triatmamulya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penerapan inovasi digital dalam meningkatkan kualitas layanan di kantor depan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknologi inovasi apa saja yang sudah di implementasikan di kantor depan dan sejauh mana tingkat pemanfaatannya dalam proses *check-in*, *check-out*, informasi tamu, penanganan keluhan dan pembayaran dan Bagaimana penerapan inovasi digital di departemen kantor depan berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan menurut teori dimensi SERVQUAL. Metode yang digunakan adalah metode fenomena dengan wawancara, observasi dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem pembayaran non tunai (QRIS) di pindai (*scan*) pada POS machine (*contactless payment*), 2. Kode QR terintegrasi dengan website hotel tersedia pada setiap kamar tamu, 3. *Customer relationship management* (CRM) terhubung dengan AI *chatbot*. Berdasarkan analisis dimensi SERVQUAL, inovasi digital memberikan positif terhadap dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*, sedangkan dimensi *empathy* tim manajemen hotel berusaha untuk meningkatkan keperluan tamu, karena ini menjadi titik poin mempengaruhi dari kualitas pelayanan. Penelitian ini berkontribusi memberikan gambaran kepada tim manajemen ValStar Hotel dalam merumuskan teori dimensi SERVQUAL terhadap kualitas pelayanan.

Kata kunci :

Inovasi Digital; Kantor Depan; Kualitas Layanan; SERVQUAL

ABSTRACT

This study examines the application of digital innovation in improving service quality in the front office. This study aims to determine what innovation technologies have been implemented in the front office and the extent of their utilization in the check-in, check-out, guest information, complaint handling and payment processes and how the application of digital innovation in the front office department contributes to improving service quality according to the SERVQUAL dimension theory. The method used is the phenomenon method with interviews, observations and document analysis. The results of the study show that the non-cash payment system (QRIS) is scanned on the POS machine (contactless payment), 2. QR codes integrated with the hotel website are available in each guest room, 3. Customer relationship management (CRM) is connected to an AI chatbot. Based on the SERVQUAL dimension analysis, digital innovation has a positive impact on the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness and assurance, while the empathy dimension of the hotel management team strives to improve guest needs, because this is a point of influence on service quality. This study contributes to providing an overview for the ValStar Hotel management team in formulating the SERVQUAL dimension theory of service quality.

Keywords :

Digital Innovation; Front Office; Service Quality; SERVQUAL

A. PENDAHULUAN

Kehadiran digitalisasi dalam industri perhotelan global telah menandai transisi signifikan dari penyediaan layanan tradisional menuju platform layanan berbasis teknologi yang lebih inovatif. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara hotel mengelola operasional, tetapi juga membentuk kembali lanskap pariwisata di berbagai destinasi, termasuk Bali sebagai pusat pariwisata internasional (Kandampully et al., 2023). Melalui penerapan inovasi digital, hotel dapat mengoptimalkan beragam aktivitas operasional, mulai dari pemasaran, manajemen tamu, hingga peningkatan kualitas pelayanan di kantor depan yang menuntut responsivitas tinggi. Implementasi teknologi ini tidak hanya berfungsi meningkatkan efisiensi proses kerja, namun juga berkontribusi secara langsung terhadap

peningkatan kepuasan tamu, yang berdampak pada ulasan tamu dengan memandu keputusan strategis dalam peningkatan layanan. (Adiwijaya & Nurmala, 2023; Tanrisevdi et al., 2022)

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Kebangsaan Ke Bali Tahun 2024

Negara	Jumlah Wisatawan	Percentase
Australia	1,544,141	24.38%
India	550,379	8.69%
China	448,446	7.08%
Amerika	261,863	4.13%
Perancis	257,504	4.07%
Malaysia	246,145	3.89%
Singapura	218,926	3.46%
Jerman	204,641	3.23%
Russia	162,097	2.56%
Belanda	138,099	2.18%

Sumber data Disparda Bali, 2024

Berdasarkan Tabel 1, wisatawan asal Australia merupakan kontributor terbesar kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, dengan jumlah mencapai 1.544.141 kunjungan atau sebesar 24,38%. Sebaliknya, wisatawan asal Belanda mencatat jumlah kunjungan terendah, yaitu sebanyak 138.099 kunjungan atau sebesar 2,18%. Temuan ini mengindikasikan bahwa Bali memiliki daya tarik yang kuat di pasar internasional, khususnya bagi negara-negara dengan kedekatan geografis dan keterikatan historis dalam aktivitas pariwisata.

Daya tarik Bali tidak hanya bertumpu pada keindahan alam, tetapi juga pada kekayaan seni dan budaya serta nilai-nilai keramahtamahan yang menjadi ciri khas masyarakat lokal. Secara global, Bali kerap dipersepsikan sebagai "*Island of Paradise*", sebuah destinasi yang menawarkan pengalaman wisata holistik dan berkesan bagi wisatawan mancanegara. Pengalaman positif yang diperoleh selama berkunjung, termasuk saat menginap di akomodasi pariwisata, berperan penting dalam membentuk citra destinasi dan mendorong *revisit intention* maupun *word-of-mouth* positif setelah wisatawan kembali ke negara asalnya.

ValStar Hotel yang berlokasi di Canggu, Bali, mulai beroperasi pada Maret 2024 dan berada di kawasan destinasi pariwisata dengan tingkat persaingan yang tinggi, khususnya di antara hotel dan resor kelas menengah hingga *premium*. Canggu dikenal sebagai salah satu kawasan pariwisata yang berkembang pesat di Bali, dengan karakteristik pasar yang dinamis dan didominasi oleh wisatawan mancanegara, digital nomads, serta wisatawan dengan preferensi terhadap pengalaman menginap yang modern dan berbasis teknologi. Kondisi ini mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat antar pelaku industri perhotelan, tidak hanya dalam hal harga dan fasilitas fisik, tetapi juga dalam kualitas layanan dan pemanfaatan inovasi teknologi digital sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Sebagai hotel berbintang empat dengan 48 kamar, ValStar Hotel menyediakan berbagai fasilitas penunjang, antara lain restoran, *spa*, kolam renang, area parkir, serta akses *Wi-Fi* gratis, dan melayani beragam segmen wisatawan mulai dari *backpacker* hingga wisatawan bisnis. Pada tahun pertama operasionalnya, komposisi tamu didominasi oleh wisatawan asal Rusia, yang mencerminkan segmentasi pasar spesifik sekaligus menuntut kemampuan adaptasi layanan yang tinggi. Berikut data kunjungan tamu ke ValStar Hotel Canggu Tahun 2024.

Tabel 2. Data Kunjungan Tamu Ke ValStar Hotel Canggu Tahun 2024

Bulan	Jumlah Kunjungan Tamu	Occupancy (%)
Maret 2024	444 Tamu	19.27%
April 2024	1,601 Tamu	81.13%
Mei 2024	1,524 Tamu	71.12%
Juni 2024	1,646 Tamu	78.76%
Juli 2024	2,538 Tamu	78.84%

Agustus 2024	1,779 Tamu	81.10%
September 2024	1,615 Tamu	79.38%
Okttober 2024	1,533 Tamu	75.09%
November 2024	1,605 Tamu	77.05%
Desember 2024	1,655 Tamu	72.32%
Total	14,940 Tamu	66.48%

Sumber data ValStar Hotel Canggu, 2024

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa okupansi hotel di tahun 2024 berjumlah 66,48% dengan total 14,940 tamu. (wawancara dengan *Front Office Manager*, 1 Oktober 2025), mengungkapkan bahwa manajemen hotel masih menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas pelayanan terutama pada fase sibuk seperti proses *check-in* dan *check-out*, serta merespons beragam permintaan tamu dalam lintas departemen, termasuk layanan makanan dan minuman, bagian dapur, dan bagian *housekeeping*.

Tantangan tersebut sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tanpa dukungan sistem digital yang memadai berpotensi mengurangi dan menyeimbangkan beban kerja petugas hotel, mengurangi resiko kecelakaan kerja disetiap departemen, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan (Song et al., 2022; Pitakoso et al., 2025; Permadi & Gunadi; 2025). Oleh karena itu, permasalahan ValStar Hotel ini menunjukkan perlunya penerapan inovasi digital seperti *Artificial Intelligence* (AI), *chatbot*, kios *self check-in* dan inovasi digital lainnya sebagai solusi strategis untuk meningkatkan kualitas layanan secara konsisten ditengah operasional yang tinggi.

Seiring berkembangnya kebutuhan akan layanan yang lebih efisien, berbagai hotel di Bali telah mulai mengadopsi teknologi digital seperti *Artificial Intelligence* (AI), *chatbot*, kios *self check-in*, dan sistem pemesanan otomatis untuk mendukung proses *check-in*, *check-out*, dan pemesanan layanan makanan dan minuman (Knani et al., 2022; Wang et al., 2023; Samala et.al., 2022). Penelitian Narayan et al. (2022) juga menunjukkan bahwa penggunaan sistem umpan balik otomatis *real time* di hotel dapat meningkatkan kualitas layanan melalui pemantauan pengalaman tamu secara langsung. Keberhasilan hotel tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi namun juga konteks dalam kesiapan sumber daya manusia, kemampuan untuk melayani tamu, hingga dalam konteks berorganisasi dengan staf. Beberapa studi sebelumnya (Gaur et al., 2021; Ayyildiz et al., 2022) mengungkapkan bahwa kegagalan integrasi dengan menggunakan teknologi digital, khususnya pada hotel yang baru beroperasional justru dapat menimbulkan masalah baru seperti miskomunikasi layanan, rendahnya bersosialisasi dengan staf, serta kurangnya empati dalam interaksi dengan tamu.

Dalam konteks kawasan Canggu, yang dikenal sebagai destinasi dengan karakter wisatawan modern dan berorientasi pada pengalaman (*experience-based tourism*), kualitas layanan hotel menjadi faktor krusial dalam mempertahankan daya saing destinasi. Oleh

karena itu, penerapan layanan perhotelan yang mengedepankan keramahan, kenyamanan, serta pemanfaatan inovasi digital menjadi elemen strategis dalam memperkuat kepuasan dan loyalitas wisatawan selama berada di Bali, khususnya di wilayah Canggu.

Dengan memperhatikan perkembangan tersebut, penelitian ini menggunakan teori dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1985a), mengusulkan bahwa kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Penerapan kerangka ini penting untuk menilai sejauh mana inovasi digital dapat meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi dalam pengembangan model integrasi teknologi digital di industri perhotelan, serta menawarkan panduan praktis bagi manajemen hotel dalam merancang dan mengimplementasikan inovasi digital yang efektif di departemen kantor depan.

Secara spesifik, artikel ini mengkaji dua aspek utama. Pertama, mengidentifikasi dan menganalisis jenis-jenis inovasi digital yang telah diimplementasikan pada kantor depan ValStar Hotel serta tingkat pemanfaatannya dalam mendukung proses operasional, meliputi layanan *check-in* dan *check-out*, penyediaan informasi bagi tamu, penanganan keluhan, serta sistem pembayaran. Kedua, menganalisis kontribusi penerapan inovasi digital tersebut terhadap peningkatan kualitas layanan berdasarkan dimensi SERVQUAL. Selanjutnya, artikel ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan secara komprehensif, yang diakhiri dengan penarikan kesimpulan serta rekomendasi strategis bagi pengembangan penelitian lanjutan dan implementasi praktis di masa mendatang.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif (Subadra, 2019; Flick, 2014). Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan praktik operasional yang terkait dengan penerapan inovasi digital di departemen kantor depan ValStar Hotel Canggu. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposif, berdasarkan pertimbangan bahwa ValStar Hotel merupakan salah satu hotel yang sedang melakukan transformasi digital dan belum pernah diteliti sebelumnya terkait implementasi inovasi digital dalam konteks kualitas layanan, sehingga memberikan peluang penelitian yang relevan dan aktual.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-struktur, observasi dan analisis dokumen, di mana pertanyaan disusun berdasarkan teori dimensi SERVQUAL guna memastikan bahwa data yang diperoleh selaras dengan fokus penelitian. Observasi secara langsung dan non-partisipatif dilakukan di kantor depan selama 3 hari. Observasi difokuskan pada aktivitas

operasional layanan di kantor depan saat di saat jam aktivitas sibuk maupun non sibuk.

Wawancara dilakukan dengan secara semi-struktur kepada manajer kantor depan yang memiliki posisi jabatan struktural di kantor depan, staf kantor depan yang terlibat langsung dalam proses *check-in*, *check-out*, pelayanan informasi tamu, penanganan keluhan, dan transaksi pembayaran, dan staf IT yang memahami penggunaan sistem digital seperti QRIS, penyediaan kode QR yang terintegrasi dengan website hotel sebagai *guest information system* di setiap kamar, serta pemanfaatan *customer relationship management* (CRM) yang terhubung dengan AI *chatbot*. Pertanyaan penelitian mencakup dua aspek utama yakni: 1. Bagaimana bentuk teknologi inovasi digital yang telah diterapkan di kantor depan dan sejauh mana tingkat pemanfaatannya dalam aktivitas operasional layanan, serta 2. Bagaimana penerapan inovasi digital tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*).

Untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian, proses analisis dilakukan menggunakan metode triangulasi data (Subadra, 2019; Patton, 2014), yaitu dengan menggabungkan data dari wawancara mendalam, observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan di kantor depan, serta analisis dokumentasi terkait inovasi digital yang telah diimplementasikan oleh hotel. Teknik analisis data dilakukan secara bertahap dan sistematis mengacu pada model analisis kualitatif (Miles & Huberman, 2014) yang meliputi : 1. Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data hasil wawancara dan observasi agar relevan dengan tujuan penelitian, 2. Penyajian data, yaitu pengorganisasian data dalam bentuk narasi deskriptif dan di kategorikan berdasarkan teori dimensi SERVQUAL untuk memudahkan proses interpretasi. 3. Penarikan Kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses interpretasi makna data serta pengujian konsistensi temuan melalui triangulasi sumber dan teknik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Teknologi Inovasi di Kantor Depan ValStar Hotel Canggu

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer kantor depan, dapat diketahui bahwa ValStar Hotel telah mengadopsi beberapa bentuk inovasi digital untuk mendukung aktivitas pelayanan di departemen kantor depan. Inovasi digital yang saat ini diterapkan meliputi penggunaan sistem pembayaran non-tunai melalui QRIS dengan memindai kode QR pada mesin POS (*contactless payment*), penyediaan kode QR yang terintegrasi dengan website hotel sebagai *guest information system* di setiap kamar, serta pemanfaatan *customer relationship management* (CRM) yang terhubung dengan AI *chatbot* untuk menangani komunikasi dan permintaan tamu secara otomatis. Sistem pembayaran non-tunai terbukti

memberikan efisiensi yang signifikan, di mana durasi transaksi dapat dipangkas menjadi sekitar satu menit per tamu, dibandingkan dengan pembayaran tunai yang dapat memakan waktu hingga lima menit karena harus menghitung dan mengembalikan uang secara manual. Penelitian yang sama dengan dilakukan oleh (Khando et al., 2022) menjelaskan bahwa lebih efektif menggunakan pembayaran melalui Kode QR melalui ponsel dengan mengetuk mesin POS (*contactless payment*) dengan ponsel. Sejauh ini, dengan adanya proses pembayaran non-tunai tamu melakukan pembayaran sekitar 1 menit per tamu, jika menggunakan tunai tamu melakukan pembayaran sekitar 5 menit karena harus mengembalikan sisa uang yang diterima oleh petugas kantor depan.

Pada aspek penyediaan informasi, hotel memanfaatkan kode QR sebagai media akses cepat menuju website yang berisi informasi terkait fasilitas hotel, jadwal spa, promosi restoran mingguan, serta agenda hiburan seperti DJ (*Disk Jockey*) dan pertunjukan akustik setiap hari Jumat. Sistem informasi digital ini berfungsi menggantikan brosur fisik dan sekaligus mengurangi interaksi langsung yang tidak diperlukan, sehingga lebih efisien dan selaras dengan tren digitalisasi industri perhotelan. Sementara itu, dalam penanganan keluhan dan permintaan tamu, hotel menggunakan CRM yang terintegrasi dengan AI *chatbot* sehingga setiap pesan tamu dapat diteruskan secara otomatis ke bagian terkait tanpa harus menunggu staf kantor depan merespons secara manual. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa integrasi CRM berfokus pada layanan pelanggan dan inovasi digital berkelanjutan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Wibowo, 2023; Lin & Chen., 2025).

Secara keseluruhan, tingkat pemanfaatan inovasi digital di departemen kantor depan ValStar Hotel tergolong cukup tinggi pada aktivitas operasional utama seperti proses *check-in*, *check-out*, transaksi pembayaran, dan penyampaian informasi kepada tamu. Digitalisasi ini menunjukkan adanya transisi positif menuju pelayanan berbasis teknologi yang diharapkan oleh manajemen hotel sebagai langkah awal menuju transformasi digital yang lebih luas. Penelitian yang sama dari (Amirulloh et al., 2024) menyampaikan bahwa inovasi digital dalam industri perhotelan memainkan peran krusial dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin kompetitif sekaligus mempertahankan loyalitas dan kepuasan tamu. Inovasi digital umumnya digunakan oleh staf kantor depan, kasir, dan bagian reservasi dalam mewujudkan keinginan tamu.

Penerapan Inovasi Digital Berdasarkan Dimensi SERVQUAL

Bagaimana penerapan inovasi digital di kantor depan ValStar Hotel Canggu dilakukan dengan menggunakan teori SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985b) terdiri atas lima dimensi kualitas layanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*),

daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Hasil penerapan inovasi digital berdasarkan dimensi SERVQUAL disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil penerapan inovasi digital berdasarkan dimensi SERVQUAL

Inovasi Digital	SERVQUAL	Hasil Penerapan
QRIS (<i>Contactless Payment</i>).	Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)	Melalui penggunaan kode QR pada mesin POS (<i>contactless payment</i>) untuk mendukung sistem pembayaran non-tunai yang lebih cepat, aman, dan efisien.
	Keandalan (<i>reliability</i>)	Dapat mengurangi kesalahan pada staf (<i>human error</i>) saat menginput nominal transaksi dan mempercepat pembayaran secara konsisten.
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Mempercepat waktu pembayaran terutama saat staf kantor depan melakukan <i>check-in</i> dan <i>check-out</i> tamu.
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	pembayaran non tunai dan enkripsi data yang tinggi untuk menjamin data tamu setelah bertransaksi aman dari serangan <i>hacker</i> .
	Empati (<i>Empathy</i>)	Tidak berkontribusi langsung terhadap empati karena minim interaksi personal.
Kode QR (<i>guest information system</i>)	Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)	Menggantikan brosur fisik dengan akses digital yang di letakkan di seluruh kamar hotel.
	Keandalan (<i>reliability</i>)	Memberikan informasi layanan hotel secara cepat dan berstandar sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur).
	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	Memperoleh informasi secara mandiri tanpa menunggu staf mengangkat telepon saat keadaan sibuk.
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Mengurangi miskomunikasi informasi layanan hotel.
	Empati (<i>empathy</i>)	Kontribusi empati bersifat tidak langsung karena interaksi manusia diminimalkan.
CRM terintegrasi dengan AI <i>chatbot</i>	Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)	Menggunakan <i>chatbot</i> yang di integrasikan pada website hotel.
	Keandalan (<i>reliability</i>)	Penerapan sistem <i>customer relationship management</i> (CRM) yang terintegrasi dengan AI <i>chatbot</i> memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan akurasi dengan menjamin pencatatan keluhan dan permintaan tamu secara sistematis dan akurat

Inovasi Digital	SERVQUAL	Hasil Penerapan
	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	Penerapan AI <i>chatbot</i> menyediakan akses cepat dan mudah ke dukungan pelanggan 24/7, pihak kantor depan memberikan respon cepat terhadap pertanyaan, permintaan maupun keluhan tamu
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Meningkatkan kepercayaan tamu melalui sistem komunikasi yang terkontrol.
	Empati (<i>empathy</i>)	Mendukung empati secara terbatas melalui personalisasi data, namun tetap membutuhkan interaksi staf (<i>high touch</i>).

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa setiap inovasi digital memberikan kontribusi yang berbeda terhadap teori dimensi SERVQUAL. QRIS dan Kode QR berkontribusi paling kuat pada dimensi *tangibles*, *reliability*, dan *responsiveness* berkaitan dengan efisiensi, kecepatan, dan konsistensi layanan. Sementara itu, CRM yang terintegrasi dengan AI *chatbot* memiliki peran paling luas karena mampu mendukung keandalan, daya tanggap, serta aspek jaminan melalui sistem pencatatan dan komunikasi yang terkontrol.

Namun demikian, tabel ini juga menegaskan bahwa kontribusi inovasi digital terhadap dimensi empati masih bersifat terbatas. Teknologi berfungsi sebagai alat pendukung (*supporting system*) dalam memahami preferensi tamu, tetapi tidak dapat sepenuhnya menggantikan peran interaksi manusia dalam membangun hubungan emosional (Wang, 2024). Temuan ini memperkuat argumen bahwa penerapan *high tech* dalam layanan perhotelan harus selalu diimbangi dengan *high touch*, khususnya pada hotel kelas menengah yang mengandalkan keramahan dan pelayanan personal sebagai keunggulan kompetitif.

Dalam konteks ini, temuan di ValStar Hotel memperkuat gagasan bahwa pendekatan *high tech* harus selalu didampingi oleh *high touch*. CRM dan AI *chatbot* berfungsi sebagai *enabler* yang membantu staf memahami preferensi tamu secara lebih akurat (Zhang et.al., 2023), namun peran staf kantor depan tetap krusial dalam menerjemahkan data tersebut menjadi interaksi yang hangat, ramah, dan empatik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pada hotel yang baru beroperasi, seperti ValStar Hotel, tantangan utama bukan hanya pada adopsi teknologi, tetapi pada kemampuan manajemen dalam mengintegrasikan teknologi tersebut dengan kompetensi interpersonal staf. Dengan demikian, dimensi empati muncul sebagai area strategis yang menuntut sinergi antara kecanggihan sistem digital dan kualitas sumber daya manusia.

D. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan teori SERVQUAL dalam konteks penerapan *Artificial Intelligence* (AI) di industri perhotelan, khususnya pada hotel kelas menengah. Temuan menunjukkan bahwa inovasi digital secara efektif memperkuat dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* melalui peningkatan efisiensi, kecepatan, konsistensi, serta keamanan layanan. Namun, dimensi empati tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh teknologi, sehingga mempertegas bahwa kualitas layanan di era AI berkembang ke arah model hibrida, di mana *high tech* berperan sebagai pendukung pemahaman kebutuhan tamu, sementara *high touch* tetap menjadi inti pembentukan pengalaman emosional. Dengan demikian, SERVQUAL tidak lagi dipahami sebagai model statis, tetapi sebagai kerangka yang adaptif terhadap transformasi digital dan dinamika layanan berbasis teknologi.

Secara manajerial, hotel kelas menengah disarankan untuk memfokuskan inovasi digital pada proses layanan rutin dan administratif, seperti pembayaran, penyediaan informasi, serta pengelolaan keluhan tamu, guna meningkatkan efisiensi operasional tanpa menambah beban sumber daya manusia. Pada saat yang sama, manajemen perlu memperkuat dimensi *assurance* melalui mitigasi risiko keamanan data dengan menerapkan sistem digital yang tersertifikasi, enkripsi data transaksi dan informasi tamu, pengaturan hak akses berbasis peran, serta pembaruan dan pencadangan sistem secara berkala. Peningkatan literasi keamanan siber bagi staf kantor depan dan staf IT, disertai dengan prosedur penanganan insiden keamanan data yang jelas, menjadi langkah penting untuk menjaga kepercayaan tamu. Pendekatan terintegrasi antara inovasi teknologi, keamanan data, dan kualitas interaksi manusia ini memungkinkan hotel kelas menengah membangun daya saing layanan yang berkelanjutan di era digital.

Saran

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan gambaran yang jelas kepada tim manajemen ValStar Hotel mengenai penerapan dimensi SERVQUAL dalam meningkatkan kualitas layanan melalui inovasi digital. Optimalisasi pemanfaatan teknologi berbasis *artificial intelligence* (AI), terutama pada sistem CRM dan AI *chatbot*, merupakan faktor kunci dalam mempertahankan citra hotel yang modern serta meningkatkan daya saing di tengah pesatnya transformasi digital dalam industri perhotelan. Selain itu, keterlibatan aktif staf kantor depan dan departemen terkait lainnya sangat penting untuk menciptakan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap inovasi digital yang diterapkan, sehingga teknologi tersebut tidak hanya menjadi alat, tetapi menjadi bagian integral dari budaya pelayanan

hotel. Implementasi inovasi digital ini juga memiliki potensi besar untuk direplikasi pada berbagai jenis akomodasi lain di Bali baik hotel, villa, maupun restoran, guna memperkuat citra industri pariwisata Bali sebagai destinasi yang berdaya saing, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dalam konteks pengembangan ke depan, manajemen disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan rutin terkait teknologi digital, keamanan data, dan penggunaan sistem berbasis AI. Hotel juga dapat mempertimbangkan untuk memperluas inovasi digital pada proses lain seperti kios *self check-in*, integrasi aplikasi mobile hotel, hingga sistem otomatisasi layanan kamar (*smart room technologies*). Langkah-langkah ini berpotensi memperkuat seluruh dimensi SERVQUAL, termasuk empati, dengan menciptakan kombinasi seimbang antara sentuhan teknologi dan interaksi manusia yang berkualitas.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah informan yang terbatas, khususnya wawancara yang hanya dilakukan dengan manajer kantor depan, membuat cakupan data belum sepenuhnya menggambarkan persepsi seluruh staf yang terlibat dalam operasional layanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak narasumber dari berbagai posisi, seperti bagian staf kantor depan, reservasi, *housekeeping*, dan IT, agar hasil penelitian lebih komprehensif. Kedua, ValStar Hotel merupakan hotel yang baru beroperasi selama satu tahun, sehingga beberapa inovasi digital masih dalam tahap awal penerapan dan belum berfungsi secara maksimal. Hal ini membatasi peneliti dalam menilai efektivitas teknologi secara jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dianjurkan untuk memperluas kajian dengan menambahkan model inovasi digital, mengembangkan rancangan bangun inovasi digital yang lebih komprehensif, serta mengevaluasi strategi implementasi yang paling sesuai bagi hotel-hotel di Bali. Penelitian longitudinal juga sangat diperlukan untuk melihat dampak inovasi digital secara berkelanjutan terhadap kualitas layanan, kepuasan tamu, dan performa operasional hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, K., & Nurmala, N. (2023). Experiential marketing in the budget hotel: do Gen Y and Gen Z change the game? *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(4), 467–482. <https://doi.org/10.1108/CBTH-10-2022-0185>
- Amirulloh, A. F., Deliana, D., & Suyamto, S. (2024). Digital Transformation in the Hospitality Industry: Improving Efficiency and Guest Experience. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 428–437. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.3201>
- Ayyildiz, A. Y., Baykal, M., & Koc, E. (2022). Attitudes of hotel customers towards the use of service robots in hospitality service encounters. *Technology in Society*, 70, 101995. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101995>
- Flick, U. (2014). *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781446282243>
- Gaur, L., Afaq, A., Singh, G., & Dwivedi, Y. K. (2021). Role of Artificial Intelligence and Robotics to Foster The Touchless Travel During a Pandemic: a Review and Research Agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 4079–4098. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2020-1246>
- Kandampully, J., Bilgihan, A., Van Riel, A. C. R., & Sharma, A. (2023). Toward Holistic Experience-Oriented Service Innovation: Co-Creating Sustainable Value With Customers and Society. *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(2), 161–183. <https://doi.org/10.1177/19389655221108334>
- Khando, K., Islam, M. S., & Gao, S. (2022). The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review. *Future Internet*, 15(1), 21. <https://doi.org/10.3390/fi15010021>
- Knani, M., Echchakoui, S., & Ladhari, R. (2022). Artificial intelligence in tourism and hospitality: Bibliometric analysis and research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103317. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103317>
- Koc, E., & Yazici Ayyildiz, A. (2022). An Overview of Tourism and Hospitality Scales: Discussion and Recommendations. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 927–949. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2021-0147>
- Lin, J. Y., & Chen, C. C. (2025). Driving Innovation Through Customer Relationship Management—A Data-Driven Approach. *Sustainability*, 17(8), 3663. <https://doi.org/10.3390/su17083663>
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications.
- Narayan, R., Gehlot, A., Singh, R., Akram, S. V., Priyadarshi, N., & Twala, B. (2022). Hospitality Feedback System 4.0: Digitalization of Feedback System with Integration of Industry 4.0 Enabling Technologies. *Sustainability*, 14(19), 12158. <https://doi.org/10.3390/su141912158>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985a). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future

- Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/00224298504900403>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985b). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/00224298504900403>
- Patton, M. (2014). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (4th Edition). Sage.
- Pecoraro, M., Uusitalo, O., & Valtonen, A. (2021). Experiencing Ethical Retail Ideology in The Servicescape. *Journal of Marketing Management*, 37(5–6), 520–547. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1851287>
- Pitakaso, R., Golinska-Dawson, P., Luesak, P., Srichok, T., & Khonjun, S. (2025). Embracing open innovation in hospitality management: Leveraging AI-driven dynamic scheduling systems for complex resource optimization and enhanced guest satisfaction. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), 100487. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100487>
- Samala, N., Katkam, B. S., Bellamkonda, R. S., & Rodriguez, R. V. (2022). Impact of AI and robotics in the tourism sector: a critical insight. *Journal of tourism futures*, 8(1), 73–87.
- Song, Y., Liu, K., Guo, L., Yang, Z., & Jin, M. (2022). Does Hotel Customer Satisfaction Change During The COVID-19? A Perspective From Online Reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 132–138. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.02.027>
- Subadra, I. N. (2019). *Gaining In-Depth Understanding Through Mixed Methods Case Study: An Empirical Research From Temple Tourism in Bali*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526487056>
- Subagyo, A. (2010). *Marketing in Business*. Mitra Wacana Media.
- Tanrisevdi, A., Öztürk, G., & Öztürk, A. C. (2022). A supervised data mining approach for predicting comment card ratings. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(5), 1823–1853. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2021-0675>
- Wang, X., Zhang, Z., Huang, D., & Li, Z. (2023). Consumer Resistance To Service Robots at The Hotel Front Desk: A Mixed-Methods Research. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101074. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101074>
- Wang, P. Q. (2025). Personalizing guest experience with generative AI in the hotel industry: there's more to it than meets a Kiwi's eye. *Current Issues in Tourism*, 28(4), 527–544. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2300030>
- Wibowo, I. (2023). Implementation of Customer Relationship Management (CRM) in Operational Management. *Jurnal Info Sains: Informatika Dan Sains*, 13(03), 1182–1188.
- Zhang, J. J. Y., Følstad, A., & Bjørkli, C. A. (2023). Organizational factors affecting successful implementation of chatbots for customer service. *Journal of Internet Commerce*, 22(1), 122–156. <https://doi.org/10.1080/15332861.2021.1966723>
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 2–22.