

LITERATUR RIVIEW STRATEGI MANAJEMEN HOTEL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA DIGITAL

Elga Azizah¹, Sulaeman²

^{1,2}Universitas Pendidikan Mataram, (Mataram), (Indonesia)

Email: sulaeman@undikma.ac.id; elgaazizah775@gmail.com

History Article

Article history:

Received September
17, 2025

Approved Oktober
30, 2025

Keywords:

Strategi manajemen,
hotel, era digital, inovasi
layanan, sumber daya
manusia

ABSTRACT

The hospitality industry is facing significant changes due to the development of digital technology and changes in consumer behavior. To remain competitive, hotel management must develop adaptive and innovative strategies. This study aims to examine hotel management strategies in facing competition in the digital era through a literature review of ten scientific journals. The results of the study show that the main strategies used by hotels include the development of digital human resources, the implementation of technology-based service innovations, collaboration with digital platforms, and the application of sustainability management concepts. These strategies have been proven to improve operational efficiency, customer satisfaction, and hotel competitiveness.

ABSTRAK

Industri perhotelan menghadapi perubahan signifikan akibat perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen. Untuk tetap kompetitif, manajemen hotel harus mengembangkan strategi yang adaptif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen hotel dalam menghadapi persaingan di era digital melalui studi literatur dari sepuluh jurnal ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi utama yang digunakan hotel meliputi pengembangan sumber daya manusia digital, penerapan inovasi layanan berbasis teknologi, kolaborasi dengan platform digital, serta penerapan konsep keberlanjutan (*sustainability management*). Strategi- strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, serta daya saing hotel.

© 2025 Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan Lichen Institute

*Corresponding author email: author@mail.com

INTRODUCTION

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis dan sensitif terhadap perubahan teknologi serta perilaku konsumen. Dalam dua dekade terakhir, kemajuan teknologi digital telah merevolusi cara hotel beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, serta memasarkan produknya. Pergeseran dari sistem manual ke digital telah mengubah hampir semua aspek operasional mulai dari reservasi, manajemen keuangan, layanan tamu, hingga promosi dan hubungan pelanggan. Persaingan di industri perhotelan saat ini tidak hanya datang dari sesama hotel konvensional, tetapi juga dari platform berbasis digital seperti *Airbnb*, *Agoda*, *Booking.com*, dan *Traveloka*. Platform-platform tersebut menawarkan kemudahan akses, harga kompetitif, dan pengalaman pengguna yang praktis, yang menyebabkan perubahan besar dalam pola konsumsi wisatawan. Hal ini menuntut manajemen hotel untuk berpikir lebih strategis dalam memanfaatkan teknologi digital agar tetap relevan dan kompetitif.

Selain itu, pelanggan modern memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap kualitas layanan. Mereka menginginkan pengalaman yang cepat, personal, dan terintegrasi secara digital. Fenomena ini menciptakan tekanan bagi manajemen hotel untuk melakukan transformasi digital tidak hanya pada sistem pemasaran, tetapi juga pada tata kelola organisasi, budaya kerja, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM). SDM yang melek teknologi menjadi faktor kunci untuk memastikan operasional hotel tetap efisien dan adaptif terhadap perubahan.

Transformasi digital juga membuka peluang baru bagi hotel untuk meningkatkan efektivitas strategi manajemen. Dengan adanya *big data*, *customer analytics*, dan *artificial intelligence (AI)*, manajer hotel kini dapat mengambil keputusan berdasarkan data yang akurat dan real-time. Misalnya, sistem *Property Management System (PMS)* dan *Customer Relationship Management (CRM)* memungkinkan hotel memantau pola perilaku pelanggan, merancang promosi yang lebih tepat sasaran, dan memberikan pelayanan yang lebih personal. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat pula tantangan besar. Tidak semua hotel, terutama hotel berskala menengah ke bawah, mampu beradaptasi dengan cepat karena keterbatasan biaya, infrastruktur, dan kompetensi SDM. Akibatnya, muncul kesenjangan antara hotel yang sudah melakukan digitalisasi dengan hotel yang masih mengandalkan metode konvensional. Hal ini dapat memengaruhi daya saing dan keberlangsungan usaha di Tengah kompetisi yang semakin global.

Oleh karena itu, diperlukan strategi manajemen yang komprehensif dan berorientasi pada inovasi digital agar hotel dapat bertahan dan berkembang di tengah perubahan industri. Strategi tersebut mencakup pengembangan SDM berbasis digital, inovasi layanan yang ramah teknologi, kolaborasi dengan mitra digital, serta penerapan prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan operasional. Dengan strategi yang tepat, hotel tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan, tetapi juga memperkuat daya saing di pasar global yang serba digital.

METHODOLOGY

Metode yang digunakan dalam penelitian ini Adalah studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan dengan mengelola dan menganalisis bahan penelitian terkait sebanyak

10 jurnal artikel ilmiah yang diperoleh. Jurnal artikel tersebut dirangkum dan dibuat dalam bentuk table dibawah ini, dimana tabel pertama menyajikan judul, penulis, penerbit, serta tahun publikasi artikel jurnal. Tabel tersebut menyajikan isi dari jurnal artikel yang didalamnya berupa tujuan penelitian, temuan atau hasil penelitian, dan rekomendasi yang diberikan dalam penelitian tersebut

RESULTS AND DISCUSSION

NO	JUDUL	PENULIS & TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	HASIL DAN KESIMPULAN
1	Human Resource Digital Competence in Hotel Industry	Rahmawati (2020)	Menilai pentingnya kompetensi digital SDM hotel	Kompetensi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan kepuasan pelanggan
2	Service Innovation and Guest Experience in Digital Era	Lee & Park (2021)	Mengkaji inovasi layanan berbasis teknologi	Inovasi digital meningkatkan loyalitas tamu
3	Hotel Collaboration with Online Platforms	Nugroho (2022)	Menilai manfaat kerja sama hotel dengan OTA	Kolaborasi digital memperluas pasar dan meningkatkan penjualan
4	Digital Leadership in Hospitality Management	Tan & Yeo (2020)	Menganalisis gaya kepemimpinan digital manajer hotel	Pemimpin digital meningkatkan adaptasi organisasi
5	Smart Hotel Management Systems	Sitorus (2023)	Meneliti efektivitas sistem hotel pintar	Sistem digital menurunkan biaya operasional
6	Sustainability in Modern Hotel Strategy	Anderson (2022)	Menganalisis hubungan keberlanjutan dan daya saing	Hotel berkelanjutan lebih disukai konsumen global
7	Empowering Employees through Digital Training	Putri (2021)	Menilai pengaruh pelatihan digital terhadap SDM	Pelatihan meningkatkan produktivitas dan inovasi
8	Customer Relationship Management 4.0 in Hospitality	Johnson (2019)	Mengkaji penggunaan CRM digital dalam meningkatkan loyalitas	CRM 4.0 efektif meningkatkan retensi pelanggan
9	Managing Hotel Competitiveness through AI	Dewi (2024)	Mengulas penerapan AI dalam operasional hotel	AI meningkatkan efisiensi check-in dan personalisasi
10	Strategic Management for Sustainable Digital	Widodo (2023)	Meneliti strategi hotel di era digitalisasi global	Integrasi inovasi dan SDM digital kunci keberhasilan global

	Growth			
--	--------	--	--	--

Berdasarkan hasil kajian dari berbagai jurnal, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital merupakan langkah strategis yang wajib diterapkan dalam manajemen hotel modern. Digitalisasi memungkinkan hotel untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses pelayanan, dan memperluas jangkauan pasar. Penggunaan sistem seperti *Property Management System (PMS)*, *Customer Relationship Management (CRM)*, dan *Artificial Intelligence (AI)* membantu manajer hotel memahami preferensi pelanggan, mengoptimalkan alur kerja, serta menciptakan pengalaman tamu yang lebih personal. Selain itu, strategi pemasaran digital melalui media sosial, *website* resmi, dan platform daring terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik hotel di mata calon pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi bukan hanya kebutuhan teknis, melainkan strategi bisnis yang berpengaruh langsung terhadap profitabilitas dan daya saing.

Namun, strategi digital tidak akan berjalan efektif tanpa dukungan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan adaptif terhadap perubahan. Pengembangan kapasitas SDM menjadi fokus utama agar karyawan mampu menguasai teknologi, memahami perilaku konsumen digital, dan memberikan pelayanan yang konsisten serta inovatif. Selain itu, hotel juga perlu mengedepankan prinsip keberlanjutan (*sustainability management*) dalam strategi digitalnya. Integrasi teknologi dengan praktik ramah lingkungan seperti penghematan energi, digitalisasi tanpa kertas, dan efisiensi sumber daya bukan hanya mendukung operasional yang berkelanjutan, tetapi juga memperkuat citra positif hotel di mata masyarakat. Dengan demikian, kombinasi antara inovasi digital, pengembangan SDM, dan keberlanjutan menjadi kunci utama bagi hotel untuk menghadapi tantangan serta menciptakan keunggulan kompetitif di era digital.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen hotel dalam menghadapi persaingan di era digital harus dirancang secara komprehensif dengan mempertimbangkan aspek teknologi, sumber daya manusia, inovasi, serta keberlanjutan. Transformasi digital menjadi pondasi utama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Hotel yang mampu memanfaatkan sistem digital seperti *PMS*, *CRM*, dan *AI* dapat memberikan layanan yang cepat, personal, dan berorientasi pada pengalaman tamu. Namun, keberhasilan transformasi tersebut sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia yang melek teknologi dan memiliki kemampuan adaptif terhadap perubahan. Selain itu, strategi digital yang berkelanjutan yang menggabungkan efisiensi teknologi dengan kepedulian lingkungan menjadi faktor penting dalam membangun citra positif dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, manajemen hotel dituntut untuk tidak hanya berinovasi secara digital, tetapi juga menerapkan pendekatan strategis yang berorientasi pada keberlanjutan dan pengembangan kompetensi SDM, agar dapat bertahan dan berkembang dalam ekosistem industri perhotelan global yang terus berubah.

REFERENCES

- Anderson, T. (2022). *Sustainability in Modern Hotel Strategy*. *Journal of Tourism and Business Innovation*, 12(3), 115–125.
- David, F. R. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Dewi, R. (2024). *Managing Hotel Competitiveness through AI*. *Jurnal Perhotelan Digital Indonesia*, 10(1), 33–42.
- Johnson, M. (2019). *Customer Relationship Management 4.0 in Hospitality Industry*. *International Journal of Digital Business*, 8(2), 77–85.
- Kasavana, M. L. (2021). *Hospitality Management and Digital Transformation*. Pearson Education.
- Lee, H., & Park, J. (2021). *Service Innovation and Guest Experience in Digital Era*. *Journal of Hospitality and Technology*, 9(4), 220–230.
- Nugroho, B. (2022). *Hotel Collaboration with Online Platforms*. *Jurnal Pariwisata Modern*, 6(2), 58–66.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. (2020). *How Smart, Connected Products Are Transforming Competition*. Harvard Business Review.
- Setiawan, R. (2022). *Digital Human Resources Development in Hospitality*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 44–53.
- Widodo, A. (2023). *Strategic Management for Sustainable Digital Growth*. *Jurnal Inovasi Manajemen*, 11(2), 90–100.