

Meningkatkan Kepuasan Tamu melalui Personalisasi Layanan dengan Sistem Manajemen Digital

Sheila Anindia Qotrun Nada¹, Bambang Suharto²

^{1,2} Jurusan D-4 Manajemen Perhotelan, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga
Kampus B Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan No. 28-30, Surabaya 60286

e-mail : sheila.anindia.qotrun-2021@vokasi.unair.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami strategi peningkatan kepuasan tamu dalam industri perhotelan melalui pendekatan personalisasi layanan menggunakan sistem manajemen digital. Seiring dengan perkembangan teknologi, perusahaan-perusahaan perhotelan semakin menyadari pentingnya memanfaatkan inovasi untuk menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi tamu mereka. Dalam konteks ini, studi ini fokus pada implementasi sistem manajemen digital sebagai alat utama dalam memberikan layanan yang disesuaikan dengan preferensi dan harapan individual tamu. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sistem literatur review penelitian. Penelusuran literatur melalui artikel yang dimuat di jurnal ilmiah, buku, serta portal berita online yang terpercaya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa personalisasi layanan dapat signifikan meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas pengalaman mereka. Sistem manajemen digital memungkinkan perhotelan untuk mengumpulkan dan menganalisis data perilaku tamu, preferensi, dan umpan balik dengan lebih efektif. Melalui pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan, sistem ini dapat menyusun profil individual tamu, memprediksi kebutuhan mereka, dan menawarkan layanan yang sesuai secara proaktif. Hasilnya, tamu merasa diakui dan dihargai sebagai individu, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka. Penerapan personalisasi layanan ini juga memiliki dampak positif terhadap retensi pelanggan, dengan banyak tamu cenderung kembali ke tempat yang menyediakan pengalaman pribadi yang unik. Selain itu, studi ini membahas implikasi manajerial terkait pengelolaan data pribadi tamu dan tantangan yang mungkin timbul dalam menerapkan sistem manajemen digital. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya personalisasi layanan dalam meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga menyediakan kerangka kerja praktis bagi industri perhotelan untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi layanan mereka guna mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : *Kepuasan Tamu, Personalisasi Layanan, Sistem Manajemen Digital*

Abstract

This research aims to explore strategies for increasing guest satisfaction in the hotel industry through a personalized service approach using a digital management system. As technology advances, hospitality companies increasingly recognize the importance of leveraging innovation to create unforgettable experiences for their guests. In this context, this study focuses on the implementation of digital management systems as a key tool in providing services tailored to guests' individual preferences and expectations. This research methodology uses qualitative methods with a research literature review system. Search literature through articles published in scientific journals, books and trusted online news portals. The findings of this study indicate that personalization of service can significantly improve guests' perceptions of the quality of their experience. Digital management systems enable hospitality to collect and analyze guest behavior data, preferences and feedback more effectively. Through the use of artificial intelligence technology, the system can build individual profiles of guests, predict their needs and offer appropriate services proactively. As a result, guests feel recognized and valued as individuals, which in turn increases their satisfaction. This implementation of service personalization also has a positive impact on customer retention, with many guests likely to return to establishments that provide unique, personal experiences. In addition, this study discusses the managerial implications related to managing guests' personal data and the challenges that may arise in implementing a digital management system. This research not only provides in-depth insight into the importance of service personalization in increasing guest satisfaction, but also provides a practical framework for the hospitality industry to integrate digital technology into their service strategy to achieve competitive advantage in an increasingly competitive market.

Keywords: *Guest Satisfaction, Personalization of Service, Digital Management System*

PENDAHULUAN

Industri perhotelan terus berkembang dengan pesat dan persaingan semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan ini, hotel-hotel harus mampu memberikan pengalaman yang unik dan memuaskan bagi tamu mereka. Personalisasi layanan telah diakui sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan tamu. Dalam konteks ini, penggunaan sistem manajemen digital telah menjadi penting dalam memberikan personalisasi yang efektif dan efisien.

Sistem manajemen digital adalah alat yang sangat berguna dalam mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data tamu. Dengan sistem manajemen digital, hotel dapat memperoleh informasi tentang preferensi tamu, riwayat menginap, permintaan khusus, dan preferensi lainnya. Informasi ini dapat digunakan untuk menyediakan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu tamu. Misalnya, hotel dapat menyesuaikan preferensi makanan dan minuman, pengaturan kamar, atau layanan tambahan lainnya berdasarkan data yang diperoleh dari sistem manajemen digital.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa personalisasi layanan dengan menggunakan sistem manajemen digital dapat meningkatkan kepuasan tamu. Personalisasi layanan dapat menciptakan pengalaman yang unik dan memberikankanesan bahwa hotel benar-benar memahami dan peduli terhadap preferensi tamu.

Dalam konteks ini, sistem manajemen digital memainkan peran kunci dalam mengumpulkan dan menganalisis data tamu, sehingga memungkinkan hotel untuk memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu tamu.

Terdapat beberapa dampak positif dari personalisasi layanan dalam sistem manajemen digital. Pertama-tama, personalisasi layanan dapat meningkatkan kepuasan tamu. Dengan memenuhi preferensi tamu dan memberikan pengalaman yang disesuaikan, hotel dapat menciptakan ikatan emosional dengan tamu, yang berpotensi meningkatkan loyalitas dan rekomendasi positif. Selain itu, personalisasi layanan juga memberikan hotel keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin sengit, dengan membedakan mereka dari kompetitor dan menarik tamu yang mencari pengalaman yang unik.

Namun, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah pelanggaran privasi. Pengumpulan dan penggunaan data personal tamu harus dilakukan dengan hati-hati dan sesuai dengan peraturan privasi yang berlaku. Jika data tamu digunakan atau disalahgunakan tanpa izin, dapat mengakibatkan kerugian reputasi dan kehilangan kepercayaan tamu. Selain itu, tergantung pada keterampilan dan keahlian staf, personalisasi layanan mungkin tidak selalu akurat atau relevan. Jika sistem manajemen digital tidak mampu memahami preferensi tamu dengan benar atau memberikan rekomendasi yang tidak sesuai, hal itu dapat mengakibatkan frustrasi dan kekecewaan tamu.

Trend penelitian dalam personalisasi layanan dengan sistem manajemen digital menunjukkan peningkatan minat dalam hal ini. Banyak hotel yang mengadopsi sistem manajemen digital untuk meningkatkan layanan mereka, dengan fokus pada personalisasi. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa personalisasi layanan dapat meningkatkan kepuasan tamu, loyalitas, dan kinerja keuangan hotel.

Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya hotel untuk mengelola personalisasi layanan dengan bijaksana. Hotel harus menghormati privasi tamu dan memastikan bahwa data personal tidak disalahgunakan. Selain itu, hotel juga harus memperhatikan akurasi dan relevansi dalam menyediakan layanan yang disesuaikan dengan preferensi tamu.

Namun, meskipun manfaat yang jelas dari personalisasi layanan dengan menggunakan sistem manajemen digital, masih terdapat kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut dalam konteks ini. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang cara-cara untuk meningkatkan kepuasan tamu melalui personalisasi layanan dengan sistem manajemen digital di industri perhotelan.

METODE

Metode penelitian kualitatif, seperti yang dijelaskan oleh Creswell (2013), bertujuan menghasilkan deskripsi mendalam tentang pengalaman, sikap, dan perspektif individu atau kelompok. Penelitian ini dilakukan melalui sistem literatur review dengan menggunakan data

sekunder dari Google Scholar, Scencedirect, dan buku. Dalam pencarian artikel, kata kunci seperti "personalisasi layanan," "kepuasan tamu," dan "sistem manajemen digital" digunakan, menghasilkan 454.353 jurnal yang kemudian diidentifikasi, dan sekitar 30 artikel dianggap relevan. Data yang diperoleh disaring, dianalisis, dan disajikan dalam bentuk artikel ilmiah untuk mencapai tujuan penelitian.

Personalisasi Layanan

Personalisasi layanan adalah pendekatan atau strategi yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menyediakan pengalaman yang disesuaikan dan relevan bagi setiap individu atau pelanggan. Dalam konteks ini, layanan atau produk disesuaikan dengan preferensi, kebutuhan, dan karakteristik unik setiap individu.

Personalisasi layanan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat keterlibatan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Menurut Parasuraman dan Zinkhan (2002), personalisasi layanan melibatkan penggunaan teknologi informasi, termasuk internet, untuk menyediakan layanan yang disesuaikan dengan preferensi, kebutuhan, dan karakteristik individu pelanggan.

Manfaat dari personalisasi layanan antara lain meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, meningkatkan retensi pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional dengan mengarahkan sumber daya ke pelanggan yang paling berpotensi. Namun, penting juga untuk memperhatikan privasi dan keamanan data pelangganserta menghormati preferensi pelanggan terkait dengan penggunaan data mereka.

Personalisasi layanan dalam industri perhotelan adalah pendekatan yang digunakan oleh hotel untuk menyediakan pengalaman yang disesuaikan dan memenuhikebutuhan serta preferensi setiap tamu. Personalisasi layanan dalam perhotelan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan tamu, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan tamu. Beberapa contoh personalisasi layanan dalam perhotelan meliputi:

1. Pemesanan dan check-in yang mudah: Hotel dapat mengumpulkan informasi tentang preferensi tamu, seperti pilihan kamar, fasilitas tambahan, atau preferensi makanan. Dengan menggunakan data ini, hotel dapat menyediakan proses pemesanan dan check-in yang cepat dan sesuai dengan preferensi tamu.
2. Pengaturan kamar yang disesuaikan: Hotel dapat menyesuaikan pengaturan kamar, seperti suhu ruangan, pencahayaan, atau musik latar, sesuai dengan preferensi tamu sebelum kedatangan mereka. Ini membantu menciptakan suasana yang nyaman dan sesuai dengan keinginan tamu.
3. Layanan kamar yang disesuaikan: Hotel dapat menyediakan menu makanan dan minuman yang disesuaikan dengan preferensi tamu, seperti makanan vegetarian, makanan alergi, atau makanan khas tertentu. Selain itu, hotel juga dapat memberikan rekomendasi makanan atau minuman berdasarkan preferensi tamu.
4. Layanan concierge yang personal: Staf concierge dapat memberikan rekomendasi dan arahan yang disesuaikan dengan minat dan preferensi tamu, seperti tempat wisata, restoran, atau acara khusus yang sesuai dengan minat tamu.
5. Komunikasi yang personal: Hotel dapat menggunakan komunikasi yang disesuaikan dengan preferensi tamu, seperti melalui email, pesan teks, atau aplikasi mobile,

untuk memberikan informasi tentang penawaran spesial, acara khusus, atau pembaruan terkait dengan tinggal tamu.

Personalisasi layanan dalam perhotelan membantu menciptakan pengalaman yang unik dan berkesan bagi tamu, sehingga meningkatkan kepuasan mereka dan memotivasi mereka untuk kembali serta merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Kepuasan Tamu

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi positif atau perasaan yang timbul dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dengan persepsi mereka tentang kinerja produk atau layanan tersebut. (Anderson, Fornell, & Lehman, 1994)

Kepuasan tamu merupakan indikator penting dalam mengukur kualitas layanan dan pengalaman pelanggan di industri perhotelan. Tingkat kepuasan tamu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk:

1. Kualitas pelayanan: Kemampuan hotel untuk menyediakan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional kepada tamu. Faktor ini mencakup komunikasi yang baik, kecepatan dan keakuratan dalam menanggapi permintaan tamu, serta keramahan dan sikap positif dari staf hotel.
2. Kualitas fasilitas: Kondisi dan kualitas fasilitas hotel, termasuk kamar, restoran, kolam renang, pusat kebugaran, dan fasilitas lainnya yang disediakan oleh hotel. Kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan ketersediaan fasilitas yang memadai dapat mempengaruhi kepuasan tamu.
3. Kesesuaian harapan: Sejauh mana pengalaman yang diperoleh tamu sesuai dengan harapan mereka sebelumnya. Jika pengalaman tamu melebihi harapan, maka tingkat kepuasan tamu cenderung lebih tinggi.
4. Personalisasi layanan: Tingkat personalisasi dan keterlibatan yang diberikan oleh hotel kepada tamu. Jika hotel mampu menyediakan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan tamu, hal ini dapat meningkatkan kepuasan tamu.

Kepuasan tamu yang tinggi dapat memiliki dampak positif pada hotel, termasuk peningkatan loyalitas tamu, peningkatan ulasan positif, rekomendasi kepada orang lain, dan peningkatan pendapatan melalui kunjungan ulang dan peningkatan jumlah tamu. Oleh karena itu, hotel berupaya untuk meningkatkan kepuasan tamu dengan menyediakan layanan yang berkualitas, memperhatikan kebutuhan tamu, dan menciptakan pengalaman yang berkesan.

Sistem Manajemen Digital

Sistem Manajemen Digital dapat didefinisikan sebagai rangkaian proses, teknologi, dan sistem yang digunakan untuk mengelola dan memanfaatkan informasi dan data digital dalam organisasi. Ini meliputi pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, analisis, dan penggunaan data digital untuk mendukung pengambilan keputusan dan operasi bisnis yang efektif.

Sistem manajemen digital dalam perhotelan adalah platform atau aplikasi yang digunakan oleh hotel untuk mengelola berbagai aspek operasional dan administratif secara digital. Sistem ini dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan unik industri perhotelan.

Sistem manajemen digital dalam konteks hotel mencakup berbagai komponen dan fungsionalitas, yang dapat mencakup:

1. **Reservasi dan Pemesanan:** Sistem manajemen digital hotel memungkinkan tamu untuk melakukan reservasi dan pemesanan kamar secara online melalui situs web hotel atau platform pemesanan online. Sistem ini juga memudahkan manajemen hotel dalam melacak dan mengelola reservasi tamu.
2. **Manajemen Inventaris dan Ketersediaan Kamar:** Sistem ini membantu hotel dalam mengelola inventaris kamar dan memastikan ketersediaan kamar yang akurat. Dengan sistem ini, hotel dapat memperbarui informasi ketersediaan secara real-time dan mengoptimalkan penggunaan kamar yang ada.
3. **Check-in dan Check-out:** Sistem manajemen digital memungkinkan tamu untuk melakukan proses check-in dan check-out secara mandiri melalui kios atau aplikasi seluler. Hal ini dapat mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi dalam proses pendaftaran tamu.
4. **Manajemen Keuangan:** Sistem ini membantu hotel dalam mengelola aspek keuangan, termasuk pemrosesan pembayaran tamu, pencatatan transaksi, dan pelaporan keuangan. Sistem ini dapat terintegrasi dengan sistem akuntansi hotel untuk memudahkan pelaporan dan analisis.
5. **Manajemen Hubungan Tamu:** Sistem manajemen digital dapat mencakup fitur untuk melacak preferensi dan riwayat tamu, sehingga hotel dapat memberikan pengalaman yang lebih personal dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan tamu.
6. **Analisis Kinerja:** Sistem ini dapat menghasilkan laporan dan analisis tentang kinerja hotel, termasuk tingkat hunian, pendapatan per kamar, dan ulasan tamu. Informasi ini dapat membantu manajemen hotel dalam mengidentifikasi tren, mengambil keputusan strategis, dan meningkatkan operasional hotel.

Penerapan sistem manajemen digital dalam hotel memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki pengalaman tamu, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Beberapa sistem manajemen digital yang populer di Indonesia antara lain:

1. **Mews:** Mews adalah sistem manajemen digital yang dirancang khusus untuk hotel kecil dan menengah. Mews menawarkan berbagai fitur, seperti pemesanan online, check-in dan check-out mobile, dan komunikasi dengan tamu melalui email dan SMS.
2. **Cloudbeds:** Cloudbeds adalah sistem manajemen digital yang dirancang untuk hotel dan hostel dari semua ukuran. Cloudbeds menawarkan berbagai fitur, seperti pemesanan online, channel manager, dan sistem pembayaran terintegrasi.
3. **Opera PMS:** Opera PMS adalah sistem manajemen digital yang dirancang untuk hotel besar dan kompleks. Opera PMS menawarkan berbagai fitur, seperti manajemen inventaris kamar, manajemen tarif, dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui sistem literatur review untuk mengeksplorasi konsep personalisasi layanan dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui sistem manajemen digital di industri perhotelan. Melalui analisis literatur yang telah ada, peneliti mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada keberhasilan personalisasi layanan dan penggunaan sistem manajemen digital dalam konteks ini. Berdasarkan literatur yang dianalisis, faktor-faktor yang muncul termasuk:

1. Pengumpulan data tamu: Personalisasi layanan yang efektif membutuhkan pengumpulan data yang memadai tentang preferensi dan kebutuhan tamu. Sistem manajemen digital memungkinkan hotel untuk mengumpulkan data ini secara otomatis melalui berbagai saluran, seperti formulir pemesanan online, interaksi melalui media sosial, atau riwayat kunjungan sebelumnya.
2. Analisis dan pemrosesan data: Setelah data tamu terkumpul, sistem manajemen digital dapat menganalisis dan memproses data tersebut untuk mengidentifikasi pola, preferensi, dan kecenderungan individu. Ini memungkinkan hotel untuk memberikan layanan yang relevan dan disesuaikan dengan kebutuhan tamu.
3. Interaksi personal: Personalisasi layanan tidak hanya berarti menyediakan preferensi tamu, tetapi juga melibatkan interaksi personal yang hangat dan ramah antara staf hotel dan tamu. Personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital dapat memungkinkan staf hotel untuk memiliki akses ke informasi tamu yang relevan, sehingga mereka dapat memberikan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan.

Pembahasan:

Penggunaan personalisasi layanan dengan sistem manajemen digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepuasan tamu dalam industri perhotelan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali peran sistem manajemen digital dalam meningkatkan personalisasi layanan dan kepuasan tamu dalam lima tahun terakhir.

Penelitian yang relevan menunjukkan bahwa personalisasi layanan dengan sistem manajemen digital memiliki dampak positif pada kepuasan tamu. Berikut adalah beberapa penemuan penting:

1. Penelitian oleh Xiang, Du, Ma, & Fan (2017) menunjukkan bahwa personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital dapat meningkatkan kepuasan tamu dengan penggunaan data dari platform ulasan online. Mereka menemukan bahwa penggunaan ulasan online yang disesuaikan dengan preferensi tamu dapat mengarah pada pengalaman yang lebih memuaskan.
2. Sthapit & Björk (2017) menyelidiki penggunaan personalisasi layanan dalam industri hotel dengan menggunakan data dari Tripadvisor. Mereka menemukan bahwa personalisasi layanan yang dilakukan melalui sistem manajemen digital dapat meningkatkan kepuasan tamu dan mempengaruhi niat tamu untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain.

3. Penelitian oleh Yoo & Gretzel (2019) menekankan pentingnya personalisasi layanan dengan sistem manajemen digital dalam konteks komposisi kelompok perjalanan. Mereka menemukan bahwa personalisasi layanan yang lebih baik dapat meningkatkan kepuasan tamu, terutama ketika ada variasi preferensi di antara anggota kelompok perjalanan.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa hotel-hotel perlu mengimplementasikan sistem manajemen digital yang efektif untuk meningkatkan personalisasi layanan. Dalam lima tahun terakhir, terdapat perkembangan teknologi dan sistem yang memungkinkan hotel untuk mengumpulkan dan menganalisis data tamu dengan lebih baik. Misalnya, kecerdasan buatan dan analitik data yang canggih dapat digunakan untuk mengidentifikasi preferensi tamu secara lebih akurat dan memberikan layanan yang lebih disesuaikan.

Melalui analisis literatur yang dilakukan, penelitian ini mendukung pentingnya personalisasi layanan dalam meningkatkan kepuasan tamu di industri perhotelan. Implementasi sistem manajemen digital memainkan peran kunci dalam memungkinkan personalisasi layanan yang efektif dengan memfasilitasi pengumpulan, analisis, dan pemrosesan data tamu.

Dalam konteks sistem manajemen digital, konsep personalisasi layanan melibatkan penggunaan teknologi untuk mengumpulkan dan menganalisis data tamu, serta memberikan layanan yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan individu. Dengan menggunakan sistem manajemen digital, hotel dapat mengumpulkan data secara otomatis, memrosesnya dengan cepat, dan menghadirkannya kepada staf hotel untuk memberikan pengalaman yang lebih personal kepada tamu.

Namun, penting untuk diingat bahwa personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital juga menimbulkan tantangan. Beberapa tantangan yang mungkin timbul meliputi perlindungan privasi data tamu, keamanan sistem, dan ketergantungan pada teknologi. Hotel perlu memastikan bahwa mereka memiliki kebijakan dan praktik yang memadai dalam mengelola data pribadi tamu dan melindungi informasi tersebut dari penyalahgunaan.

Studi ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital dapat meningkatkan kepuasan tamu di industri perhotelan. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi hotel untuk mengembangkan strategi personalisasi layanan yang lebih efektif dan memilih dan mengimplementasikan sistem manajemen digital yang sesuai untuk mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa hotel-hotel perlu mengimplementasikan sistem manajemen digital yang efektif untuk meningkatkan personalisasi layanan. Dalam lima tahun terakhir, terdapat perkembangan teknologi dan sistem yang memungkinkan hotel untuk mengumpulkan dan menganalisis data tamu dengan lebih baik. Misalnya, kecerdasan buatan dan analitik data yang canggih dapat digunakan untuk mengidentifikasi preferensi tamu secara lebih akurat dan memberikan layanan yang lebih disesuaikan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari jurnal ini adalah bahwa personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital dapat signifikan meningkatkan kepuasan tamu di industri perhotelan. Melalui pengumpulan dan analisis data tamu, hotel dapat menyediakan layanan yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan individu tamu. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan bagi tamu, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka.

Penerapan sistem manajemen digital memainkan peran penting dalam memungkinkan personalisasi layanan yang efektif. Dengan menggunakan teknologi, hotel dapat mengumpulkan dan mengelola data tamu dengan lebih efisien, memprosesnya dengan cepat, dan menghadirkannya kepada staf hotel untuk memberikan pengalaman yang lebih personal.

Dalam konteks industri perhotelan yang kompetitif, personalisasi layanan dan penggunaan sistem manajemen digital dapat menjadi faktor diferensiasi yang signifikan bagi hotel. Melalui layanan yang disesuaikan dan interaksi personal yang hangat, hotel dapat membangun loyalitas tamu, meningkatkan citra merek, dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Namun, hotel juga perlu memperhatikan tantangan yang terkait dengan personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital, seperti perlindungan privasi data tamu, keamanan sistem, dan ketergantungan pada teknologi. Penting bagi hotel untuk mengimplementasikan kebijakan dan praktik yang tepat untuk mengelola data pribadi tamu dengan aman dan memastikan keandalan sistem.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa personalisasi layanan melalui sistem manajemen digital dapat meningkatkan kepuasan tamu di industri perhotelan. Temuan ini memberikan dasar yang kuat bagi hotel untuk mengembangkan strategi personalisasi layanan yang lebih efektif dan mengimplementasikan sistem manajemen digital yang sesuai untuk meningkatkan pengalaman tamu, loyalitas, dan keunggulan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). *Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden*. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). *SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value*. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151-161.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X15000207?via%3Dihub>
- Chen, L., Law, R., & Li, X. (2020). *Personalization in hospitality and tourism: A systematic literature review*. *Journal of Travel Research*, 59(6), 1001-1020
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). *Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach*. *Tourism Management*, 29(4), 624-636.

- <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001525?via%3Dihub>
- Galliers, R. D., & Leidner, D. E. (2003). *Strategic information management: Challenges and strategies in managing information systems*. Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5282-5.X5001-8>
- Homburg, C., et al. (2017). Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 377-401. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-016-0503-0>
- Lee, I. (2017). *Digital business strategy and value creation: Framing the dynamic cycle of control points*. *Journal of Information Technology*, 32(2), 160-174. <https://doi.org/10.1057/s41265-016-0032-1>
- Li, H., & Suomi, R. (2009). An empirical study on customers' acceptance of SMS advertising. *Journal of Systems and Information Technology*, 11(4), 336-350. www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13287260910996722/full/html
- O'Connor, P., & Frew, A. J. (2004). *The future of electronic information exchange in the international hotel industry*. *International Journal of Hospitality Management*, 23(4), 425-442. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2003.10.001>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill Education, https://www.researchgate.net/publication/253415316_Satisfaction_A_Behavioral_Perspective_on_the_Consumer
- Parasuraman, V., & Zinkhan, G. M. (2002). *Marketing to and serving customers through the internet: An overview and research agenda*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 286-295. <https://link.springer.com/article/10.1177/009207002236911>
- Sigala, M. (2017). *Advancing hospitality guest experience research: An analysis of the personalization process from a service-dominant logic perspective*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 198-227. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2015-0422>
- Sigala, M., & Christou, E. (2019). *The digitalization of services in tourism: Concepts and trends*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-72923-7>
- Sthapit, E., & Björk, P. (2017). Personalization of hotel services using guest reviews from TripAdvisor. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(3), 314-327. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-01-2017-0006/full/html>
- Tsaur, S. H., Lin, Y. C., & Lin, Y. C. (2004). *Evaluating tourist hotel choice: A fuzzy approach*. *Tourism Management*, 25(5), 607-615. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.07.009>
- Verhoef, P. C., et al. (2010). CRM in data-rich multichannel retailing environments: A review and future research directions. *Journal of Interactive Marketing*, 24(2), 121-137. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1094996810000113>
- Wang, D., Li, X., & Liang, X. (2018). *Enhancing guest experience through personalized service: A case study of hotels in China*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 125-135. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.02.006>

- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). *A comparative analysis of personalization strategies in the hotel industry*. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 91-101. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.01.003>
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). Personalization of hotel services: The role of online reviews and loyalty programs. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 79-89. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431916301326>
- Yoo, K. H., & Gretzel, U. (2019). Personalization of hotel services in group travel: The role of online reviews and travel companions. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1240-1254. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287518793614>