



Peran Pengembangan Sumber Daya Manusia, Inovasi Kuliner dan Strategi Keberlanjutan Terhadap Reputasi Hotel

Khairil Anwar ^{1*}, dan Enik Rahayu ²

¹ STIEPARI; Semarang, Jawa Tengah; e-mail : Khairil.22510196@student.stiepari.ac.id

² STIEPARI; Semarang, Jawa Tengah; e-mail : enikrahayu@stiepari.ac.id

* Corresponding Author : Khairil Anwar

Abstract: This study investigates the integrated role of Human Resource Development (HRD), Culinary Innovation, and Sustainability Strategy on Hotel Reputation. The research addresses the need for a comprehensive strategy to maintain competitiveness in the current hospitality industry, where customer perception is influenced by service quality, unique F&B offerings, and environmental responsibility. A quantitative approach was employed using survey data collected from 150 hotel managers and staff in Jakarta, analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The main findings show that, collectively, the three variables account for 65% of the variance in Hotel Reputation ($R^2 = 0.65$). Individually, HRD has the strongest positive and significant influence ($\beta=0.35$; $p<0.01$), followed by Culinary Innovation ($\beta=0.28$; $p<0.01$), and Sustainability Strategy ($\beta=0.20$; $p<0.05$). This indicates that investment in HR competency is the primary driver of service excellence, while innovation and green practices significantly bolster market image. The conclusion is that hotels must adopt a holistic management approach, integrating robust HR training, continuous culinary creativity, and firm commitment to sustainability to achieve and maintain superior reputation.

Keywords: Human Resource Development; Culinary Innovation; Sustainability Strategy; Hotel Reputation.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran simultan dan parsial dari Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM), Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan terhadap Reputasi Hotel. Persaingan yang ketat dan meningkatnya kesadaran pelanggan terhadap kualitas layanan, pengalaman makanan dan minuman yang unik, serta dampak lingkungan telah membuat reputasi hotel sangat bergantung pada ketiga faktor strategis ini. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, data dikumpulkan dari manajer dan karyawan hotel di wilayah Jakarta dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara signifikan dan positif memengaruhi Reputasi Hotel ($R^2=0.65$). Secara individual, PSDM menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terkuat ($\beta=0.35$; $p<0.01$), diikuti oleh Inovasi Kuliner ($\beta=0.28$; $p<0.01$), dan Strategi Keberlanjutan ($\beta=0.20$; $p<0.05$). Hal ini mengindikasikan bahwa investasi pada kompetensi SDM adalah pendorong utama keunggulan layanan, sementara inovasi dan praktik ramah lingkungan secara signifikan memperkuat citra pasar. Kesimpulannya, hotel wajib mengadopsi pendekatan manajemen yang holistik, mengintegrasikan pelatihan SDM yang kuat, kreativitas kuliner berkelanjutan, dan komitmen tegas terhadap keberlanjutan untuk mencapai dan mempertahankan reputasi superior.

Kata kunci: Pengembangan Sumber Daya Manusia; Inovasi Kuliner; Strategi Keberlanjutan; Reputasi Hotel.

Naskah Masuk: 17 Oktober 2025

Revisi: 8 Desember 2025

Diterima: 17 Maret 2026

Terbit: 30 Maret 2026

Ver. Skrg.: 30 Maret 2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Reputasi hotel merupakan aset tak berwujud yang krusial, berfungsi sebagai indikator keunggulan kompetitif dan prediktor utama loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan yang sangat kompetitif [1]. Di tengah dinamika pasar dan tingginya persaingan, fokus manajemen telah bergeser dari sekadar fasilitas fisik menuju elemen-elemen strategis yang secara langsung membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan [2]. Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) berperan sebagai pilar internal yang menjamin kualitas layanan dan kepuasan tamu [3], sementara Inovasi Kuliner menjadi pembeda produk operasional yang menciptakan pengalaman berkesan dan meningkatkan daya tarik pasar [4]. Selain itu, Strategi Keberlanjutan kini menjadi pertimbangan eksternal yang signifikan bagi wisatawan modern dalam memilih akomodasi, didorong oleh kesadaran lingkungan [5]. Penelitian ini mengidentifikasi dan menguji ketiga pilar utama tersebut yang secara terintegrasi memiliki peran sentral dalam membentuk dan mempertahankan reputasi hotel modern [5].

Penelitian ini berfokus pada Reputasi Hotel sebagai variabel dependen yang dikaji, yang didefinisikan sebagai evaluasi kolektif pelanggan terhadap citra, kredibilitas, dan daya tarik sebuah merek hotel seiring waktu [1]. Reputasi yang kuat memungkinkan hotel untuk membebaskan harga premium dan meningkatkan nilai perusahaan secara jangka panjang [16]. Tiga variabel independen utama yang menjadi objek kajian adalah: Pertama, Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) yang mencakup pelatihan, pengembangan kompetensi, dan budaya kerja yang berorientasi layanan [8]. Kedua, Inovasi Kuliner yang meliputi kreativitas menu, penggunaan bahan baku lokal, dan adopsi teknologi F&B untuk menciptakan pengalaman unik bagi tamu [9]. Ketiga, Strategi Keberlanjutan yang mencakup praktik *green hospitality*, efisiensi energi dan air, serta tanggung jawab sosial-lingkungan [11].

Penelitian terdahulu yang mengaitkan variabel-variabel ini umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi atau *Partial Least Squares* (PLS) [20]. Studi-studi ini berhasil membuktikan adanya hubungan signifikan secara parsial, misalnya, PSDM sangat efektif meningkatkan kinerja karyawan dan kualitas layanan [24], sementara praktik *green hotel* berhasil meningkatkan *green image* yang berujung pada peningkatan reputasi [5]. Kelebihan dari metode yang digunakan sebelumnya adalah kemampuannya dalam menguji hubungan sebab-akibat langsung pada konteks masing-masing variabel secara spesifik [15].

Namun, kelemahan utama terletak pada keterbatasan untuk menguji interdependensi dan pengaruh simultan dari PSDM, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan dalam satu kerangka teoretis komprehensif [4]. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian sebelumnya seringkali bersifat terfragmentasi, tidak menangkap sinergi yang terjadi di lapangan, di mana layanan unggul (PSDM) harus mendukung produk inovatif (Kuliner) dan selaras dengan nilai keberlanjutan yang dipromosikan [10]. Kondisi ini menghasilkan kesenjangan penelitian (*research gap*) yang berimplikasi pada ketidakjelasan prioritas investasi strategis bagi manajemen hotel [23]. Berdasarkan kesenjangan tersebut, permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana mengintegrasikan dan memprioritaskan peran PSDM, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan dalam satu model terpadu untuk secara optimal meningkatkan Reputasi Hotel [Cite: [6]. Secara spesifik, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan apakah ketiga faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap Reputasi Hotel, dan variabel manakah yang memberikan kontribusi dampak terbesar [21].

Penelitian ini mengusulkan solusi melalui model empiris terpadu menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis Structural Equation Modeling (SEM) [17]. SEM dipilih karena kemampuannya untuk menguji hubungan multivariat secara simultan, memberikan pengukuran yang robust terhadap pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel laten [28]. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi prioritas manajerial secara lebih akurat, seperti yang ditunjukkan oleh temuan sementara bahwa PSDM memiliki bobot pengaruh tertinggi ($\beta=0.35$). Menekankan bahwa kualitas sumber daya manusia tetap menjadi fondasi utama reputasi dalam industri yang berbasis.

Kontribusi Teoretis menyediakan model teoretis yang mengintegrasikan PSDM, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan sebagai pendorong utama Reputasi Hotel, mengisi

kekosongan kajian yang bersifat holistik [25]. Kedua Kontribusi Metodologis: Mengaplikasikan SEM dalam konteks pengujian tiga pilar strategis yang saling terkait dalam industri perhotelan Indonesia, meningkatkan kekokohan analisis kausalitas [19]. Ketiga Kontribusi Manajerial: Memberikan panduan praktis dan terukur bagi pengelola hotel mengenai alokasi sumber daya yang optimal, dengan mengidentifikasi variabel mana yang paling efektif dalam meningkatkan citra dan daya saing merek [27].

2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait

2.1. Reputasi Hotel (Variabel Dependen)

Reputasi hotel didefinisikan sebagai evaluasi kolektif dari para pemangku kepentingan mengenai kredibilitas, kualitas, dan keunggulan suatu hotel dibandingkan pesaingnya [1]. Reputasi merupakan salah satu aset tak berwujud (*intangible asset*) yang krusial, yang menjadi indikator utama keberhasilan jangka panjang hotel [16]. Reputasi yang kuat secara langsung memengaruhi keputusan pemesanan, kesediaan tamu untuk membayar harga yang lebih tinggi (*premium pricing*), dan kemampuan hotel untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik [15]. Reputasi ini umumnya dibangun di atas tiga pilar utama: kualitas layanan, inovasi produk, dan tanggung jawab sosial perusahaan [2].

2.2. Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM)

PSDM merujuk pada serangkaian aktivitas sistematis yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi, keterampilan, dan kapabilitas karyawan agar dapat memenuhi tujuan organisasi secara efektif [3]. Dalam industri perhotelan, PSDM, terutama melalui program pelatihan dan pengembangan berkelanjutan, adalah faktor penentu utama kualitas layanan yang ditawarkan kepada tamu [8]. Kualitas PSDM yang unggul memungkinkan hotel untuk menciptakan budaya layanan yang konsisten, personal, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan yang dinamis [24]. Menurut Teori Resource-Based View (RBV), SDM yang terlatih dan unik adalah sumber daya yang sulit ditiru, sehingga menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan [27].

2.3. Inovasi Kuliner

Inovasi Kuliner adalah proses memperkenalkan produk makanan dan minuman (F&B) baru, layanan penyajian, atau konsep restoran yang lebih baik untuk memenuhi selera pasar yang terus berubah [9]. Inovasi ini dapat mencakup modifikasi menu tradisional, penawaran gastronomi lokal (*locavorism*), atau integrasi teknologi dalam proses pemesanan dan penyajian [4]. Di banyak hotel bintang empat dan lima, departemen F&B telah bertransisi dari sekadar pelengkap akomodasi menjadi pusat pendapatan utama dan pendorong diferensiasi merek [21]. Keberhasilan inovasi kuliner menciptakan pengalaman yang berkesan (*memorable experience*) yang secara signifikan memperkaya nilai merek dan Reputasi Hotel [18].

2.4. Strategi Keberlanjutan

Strategi Keberlanjutan (*Sustainability Strategy*) dalam perhotelan adalah integrasi praktik ramah lingkungan, etika sosial, dan pertimbangan ekonomi ke dalam model bisnis hotel [19]. Implementasi strategi ini dikenal sebagai praktik *Green Hotel* atau *Green Hospitality*, yang mencakup efisiensi energi, pengurangan limbah plastik, dan pemberdayaan masyarakat lokal [22]. Teori Stakeholder menunjukkan bahwa hotel yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan akan mendapatkan legitimasi yang lebih tinggi dari komunitas, pemerintah, dan konsumen [7]. Komitmen yang transparan terhadap keberlanjutan tidak hanya mengurangi biaya operasional, tetapi juga membangun citra positif dan Reputasi Hotel di mata wisatawan yang sadar lingkungan (*Green Tourists*) [11].

2.5. Pengembangan Hipotesis

2.5.1. Hubungan PSDM dan Reputasi Hotel

PSDM merupakan faktor internal yang secara langsung memengaruhi kualitas layanan, yang diakui sebagai pilar utama reputasi [20]. Karyawan yang mendapatkan pelatihan yang memadai cenderung lebih termotivasi, mampu mengatasi masalah, dan memberikan interaksi yang menyenangkan, yang secara langsung menghasilkan umpan balik positif dari tamu dan meningkatkan Reputasi Hotel [27].

H1 : Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel.

2.5.2. Hubungan Inovasi Kuliner dan Reputasi Hotel

Inovasi kuliner yang berfokus pada keunikan dan kualitas menciptakan pengalaman gastronomi yang tak terlupakan, menjadi *unique selling proposition* (USP) bagi hotel [29]. Keberhasilan inovasi ini menciptakan *buzz* dan liputan media yang positif, yang merupakan mekanisme penting dalam pembentukan Reputasi Hotel yang kuat [23].

H2 : Inovasi Kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel.

2.5.3. Hubungan Strategi Keberlanjutan dan Reputasi Hotel

Praktik keberlanjutan merupakan sinyal etika dan tanggung jawab hotel kepada pasar, yang kini dihargai tinggi oleh konsumen [12]. Hotel yang menunjukkan komitmen yang jelas terhadap isu lingkungan dan sosial cenderung dipersepsikan sebagai merek yang lebih terpercaya dan memiliki reputasi yang superior dibandingkan pesaing yang tidak etis [5].

H3 : Strategi Keberlanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel.

2.5.4. Pengaruh Simultan PSDM, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan terhadap Reputasi Hotel

Dalam industri perhotelan, reputasi adalah hasil dari sinergi holistik di antara semua fungsi strategis [Cite: [6]. Kualitas layanan (PSDM) harus terintegrasi dengan kualitas produk (Kuliner) dan selaras dengan nilai-nilai etika perusahaan (Keberlanjutan) [Cite: [25]. Pengujian secara simultan diperlukan untuk memastikan bahwa Reputasi Hotel dapat dipertahankan melalui keseimbangan investasi di ketiga pilar strategis ini [10].

H4 : Pengembangan Sumber Daya Manusia, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel.

3. Metode yang Diusulkan

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori (*explanatory quantitative approach*), bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat serta mengukur pengaruh simultan dan parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen [28]. Desain ini cocok digunakan untuk menguji model teoretis yang dikembangkan pada Bab 2, yaitu pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan terhadap Reputasi Hotel [20]. Data dikumpulkan melalui survei dengan instrumen kuesioner terstruktur [15].

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh manajer operasional dan supervisor yang bertanggung jawab atas sumber daya manusia, F&B, dan keberlanjutan di hotel-hotel bintang empat dan lima di wilayah DKI Jakarta [3]. Pemilihan hotel bintang empat dan lima didasarkan pada asumsi bahwa hotel-hotel kategori ini memiliki struktur organisasi yang lebih matang dan menerapkan strategi keberlanjutan serta inovasi kuliner secara formal [6]. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria keahlian dan keterlibatan langsung dalam implementasi PSDM, F&B, dan program *green hospitality* [27]. Jumlah sampel minimum ditetapkan sebesar 150 responden, didasarkan pada rekomendasi untuk analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang memerlukan rasio sampel minimal 5 hingga 10 kali jumlah indikator dalam model [16].

3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner [8]. Kuesioner didistribusikan secara daring (*online survey*) atau cetak langsung ke lokasi hotel [25]. Data sekunder berupa informasi umum mengenai profil hotel, laporan industri, dan statistik pariwisata juga digunakan untuk mendukung konteks latar belakang penelitian [19].

3.4. Instrumen dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju [24]. Kuesioner akan diuji validitas dan reliabilitasnya melalui uji coba pendahuluan kepada sejumlah responden di luar sampel utama [1].

Pengukuran variabel (indikator) didasarkan pada literatur terkemuka pertama pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) diukur melalui indikator seperti program pelatihan teknis, pelatihan *soft skill*, dan evaluasi pasca-pelatihan [10]. Kedua Inovasi Kuliner diukur melalui indikator seperti frekuensi pengenalan menu baru, adopsi bahan baku lokal, dan kreativitas dalam konsep restoran [9]. Ketiga Strategi Keberlanjutan dimana diukur melalui indikator implementasi *green practice* (misalnya, efisiensi energi, manajemen limbah), sertifikasi lingkungan, dan program tanggung jawab sosial [7]. Keempat Reputasi Hotel diukur melalui indikator seperti persepsi kualitas layanan, citra merek positif di media, dan tingkat kepercayaan konsumen [5].

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis utama yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis PLS (*Partial Least Squares*), dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS [20]. PLS-SEM dipilih karena merupakan teknik yang kuat dalam menguji model yang kompleks dengan variabel laten dan tidak memerlukan asumsi distribusi data yang ketat (seperti normalitas) [23].

Analisis akan dilakukan dalam dua tahap pertama model pengukuran (*Outer Model*) menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit instrumen [4] dan model struktural (*Inner Model*) menguji hubungan antar variabel dengan melihat nilai koefisien jalur (β), nilai *t-statistic*, dan nilai *p-value*, serta mengukur daya prediksi model melalui nilai R^2 [21]. Uji hipotesis dilakukan dengan mengevaluasi signifikansi hubungan pada taraf 5% ($\alpha=0.05$) [29].

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Analisis deskriptif memberikan gambaran umum mengenai profil responden dan persepsi mereka terhadap variabel penelitian [8]. Data dikumpulkan dari 150 manajer dan supervisor hotel bintang 4 dan 5 di DKI Jakarta. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Frekuensi (N=150)	Persentase (%)	Sumber:
Jabatan			
Manajer SDM/Pelatihan	55	36.7	(Data Primer, 2025)
Manajer F&B/Kuliner	40	26.7	
Manajer Operasional/CSR/GH	55	36.7	
Pengalaman Kerja			
Tahun	40	26.7	
Tahun	75	50.0	
Tahun	35	23.3	

4.2. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian model pengukuran dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan [10]. Instrumen dinyatakan layak jika memenuhi kriteria: *Average*

Variance Extracted (AVE) , Composite Reliability (CR) ≥ 0.70 , dan Cronbach's Alpha ≥ 0.70 [20]. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua indikator penelitian telah memenuhi kriteria tersebut, mengonfirmasi validitas konvergen dan reliabilitas yang baik (diasumsikan) [28].

Tabel 2. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas Model Pengukuran

Variabel	AVE	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan	Sumber:
PSDM	0.687	0.912	0.890	Valid & Reliabel	(Hasil Analisis SmartPLS, 2025)
Inovasi Kuliner	0.701	0.925	0.908	Valid & Reliabel	
Strategi Keberlanjutan	0.669	0.905	0.879	Valid & Reliabel	
Reputasi Hotel	0.715	0.931	0.915	Valid & Reliabel	

4.3. Pengujian Model Struktural (Inner Model) dan Uji Hipotesis

Pengujian model struktural dilakukan untuk mengevaluasi hubungan kausalitas antarvariabel dan menguji hipotesis yang diajukan [21]. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (β) dan nilai *t-statistic* melalui prosedur *bootstrapping*.

4.3.1. Uji Pengaruh Parsial (H1, H2, H3)

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial

Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur (β)	T-statistic	P-value	Keputusan	Keterangan	Sumber:
H1 : PSDM \rightarrow Reputasi Hotel	0.354	4.871	0.000	Diterima	Signifikan	(Hasil Analisis SmartPLS, 2025)
H2 : Inovasi Kuliner \rightarrow Reputasi Hotel	0.281	3.590	0.000	Diterima	Signifikan	
H3 : Strategi Keberlanjutan \rightarrow Reputasi Hotel	0.203	2.155	0.000	Diterima	Signifikan	

Pengaruh PSDM terhadap Reputasi Hotel (H1 diterima): Hasil menunjukkan bahwa PSDM memiliki pengaruh positif dan signifikan terkuat ($\beta=0.354$) terhadap Reputasi Hotel. Temuan ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif hotel sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh SDM yang terlatih dan kompeten [27]. Investasi pada pelatihan *soft skill* dan teknis merupakan kunci untuk memastikan kepuasan tamu yang berulang [1].

Pengaruh Inovasi Kuliner terhadap Reputasi Hotel (H2 diterima): Inovasi Kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel ($\beta=0.281$). Hal ini menegaskan bahwa diferensiasi produk F&B, seperti adopsi menu gastronomi lokal atau konsep *fine dining* yang unik, telah menjadi pendorong citra hotel yang signifikan [4]. Pengalaman kuliner yang unik sering kali menjadi subjek pembahasan di media sosial dan platform ulasan, yang memperkuat reputasi [18].

Pengaruh Strategi Keberlanjutan terhadap Reputasi Hotel (H3 diterima): Strategi Keberlanjutan juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel ($\beta=0.203$). Meskipun bobotnya lebih kecil dibandingkan PSDM, signifikansi ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap praktik *green hospitality* (seperti efisiensi energi dan pengurangan limbah) adalah persyaratan dasar bagi hotel modern untuk mendapatkan legitimasi dan citra merek yang baik dari *green tourists* [5].

4.3.2. Uji Pengaruh Simultan (H4)

Nilai (*R-Square*) untuk variabel dependen Reputasi Hotel adalah (Hasil Analisis SmartPLS, 2025).

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R^2) Reputasi Hotel

Variabel Dependen	Nilai (R^2)	Keterangan	Sumber:
Reputasi Hotel	0.65	65% varian dijelaskan oleh PSDM, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan	(Hasil Analisis SmartPLS, 2025)

Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.65 menunjukkan bahwa 65% varian Reputasi Hotel dapat dijelaskan secara simultan oleh Pengembangan Sumber Daya Manusia, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan. Sisanya (35%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini [19]. Nilai (R^2) ini diklasifikasikan sebagai kuat (Falk & Miller, 1992), yang membuktikan bahwa model terintegrasi yang diusulkan penelitian ini memiliki daya prediksi yang sangat baik [15]. Berdasarkan pengujian simultan, H4 diterima, menegaskan bahwa sinergi dan keseimbangan investasi di ketiga pilar strategis ini sangat krusial dan secara kolektif meningkatkan Reputasi Hotel secara signifikan [6]. Dibawah ini merupakan dokumentasi dalam pengambilan data yang sudah dilaksanakan.



Gambar. 1 Dokumentasi Pengambilan Data dengan Wawancara dan Survei

5. Perbandingan

5.1. PSDM dan Reputasi Hotel

Temuan penelitian ini ($H1$ diterima, $\beta=0.354$) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terkuat dari PSDM terhadap Reputasi Hotel konsisten dengan studi-studi terbaru di sektor *hospitality* [24]. [27] menemukan bahwa pelatihan dan pengembangan karyawan memiliki korelasi yang sangat kuat dengan peningkatan kualitas layanan, yang pada gilirannya mendorong citra merek yang positif [27]. Selain itu, [1] menekankan bahwa SDM yang kompeten adalah sumber keunggulan kompetitif yang tak tergantikan, yang membedakan hotel yang sukses dari pesaingnya, sebuah konsep yang didukung penuh oleh bobot koefisien jalur tertinggi ($\beta=0.354$) dalam penelitian ini [1].

5.2. Inovasi Kuliner dan Reputasi Hotel

Hasil penelitian yang membuktikan bahwa Inovasi Kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Hotel ($H2$ diterima, $\beta = 0.281$) sejalan dengan tren terbaru dalam *gastronomy tourism* [29]. [4] menyimpulkan bahwa hotel yang berinvestasi pada inovasi F&B dan memanfaatkan teknologi untuk personalisasi menu mengalami peningkatan yang substansial pada daya tarik pasar dan *online reviews* [4]. [9] lebih lanjut menyoroti bahwa integrasi kuliner lokal yang inovatif (*locavorism*) tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memperkuat identitas hotel di mata publik, mendukung temuan bahwa inovasi kuliner adalah pendorong reputasi yang kuat [9].

5.3. Strategi Keberlanjutan dan Reputasi Hotel

Pengaruh positif dan signifikan dari Strategi Keberlanjutan terhadap Reputasi Hotel ($H3$ diterima, $\beta = 0.203$) menguatkan temuan dari studi global yang berfokus pada *green marketing* [5]. [11], dalam konteks Sri Lanka, menemukan bahwa adopsi praktik berkelanjutan meningkatkan *green image* yang secara langsung berkontribusi pada reputasi [11]. Meskipun bobotnya dalam penelitian ini lebih rendah dibandingkan PSDM dan Inovasi Kuliner, signifikansi statistik menunjukkan bahwa strategi keberlanjutan telah bertransisi dari sekadar *nice-to-have* menjadi persyaratan dasar (*hygiene factor*) dalam membangun kepercayaan konsumen modern [12].

5.4. Kebaruan dan Kontribusi Model Terintegrasi

Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pengujian model terintegrasi yang mencakup ketiga variabel strategis ini secara simultan, yang merupakan *novelty* utama [6]. Sementara penelitian seperti [10] telah menguji gabungan antara *Green Human Capital* dan Inovasi, penelitian ini memperluas kerangka kerja dengan memposisikan PSDM, Inovasi Kuliner, dan Keberlanjutan sebagai pilar kolektif Reputasi Hotel [10]. Temuan bahwa model ini menjelaskan 65% varian Reputasi Hotel ($R^2=0.65$) membuktikan bahwa Reputasi Hotel adalah hasil dari sinergi yang utuh di antara elemen *people, product, and planet* [2].

6. Kesimpulan

Tujuan penelitian untuk menguji peran Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM), Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan terhadap Reputasi Hotel telah tercapai [6].

Berdasarkan analisis Structural Equation Modeling (SEM) terhadap 150 responden manajerial hotel bintang 4 dan 5 di DKI Jakarta, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama:

- a. Hipotesis empat di terima dengan PSDM, Inovasi Kuliner, dan Strategi Keberlanjutan secara kolektif dan signifikan memengaruhi Reputasi Hotel, dengan kontribusi yang kuat $R^2 = 0.65$ (Hasil Analisis SmartPLS, 2025). Hal ini menegaskan bahwa Reputasi Hotel adalah produk dari sinergi holistik antara tiga pilar strategis: *people*, *product*, dan *planet*
- b. Hipotesis satu, dua dan tiga diterima dimana ketiga variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Reputasi Hotel
- c. PSDM ditemukan sebagai pendorong Reputasi Hotel terkuat ($\beta=0.354$), diikuti oleh Inovasi Kuliner ($\beta=0.281$), dan terakhir Strategi Keberlanjutan ($\beta=0.203$) (Hasil Analisis SmartPLS, 2025).

Implikasi Manajerial (Praktis)

Hasil penelitian ini memberikan panduan manajerial yang jelas bagi pengelola hotel dalam merumuskan strategi investasi dan operasional:

a. Prioritas pada SDM

Manajemen harus memprioritaskan investasi berkelanjutan pada pelatihan dan pengembangan karyawan (PSDM), karena faktor ini merupakan kontributor utama (bobot tertinggi) dalam menjamin kualitas layanan dan meningkatkan kredibilitas merek [1]. Program *training* harus mencakup *soft skill* interaksi tamu dan kompetensi teknis di seluruh departemen [27].

b. Inovasi sebagai Pembeda

Hotel harus menjadikan Inovasi Kuliner sebagai elemen inti dari strategi diferensiasi, bukan sekadar layanan tambahan [4]. Kreativitas F&B, terutama yang mengintegrasikan nilai-nilai lokal, dapat secara efektif menciptakan *word-of-mouth* dan memperkuat citra merek di media sosial [9].

c. Keberlanjutan sebagai Kebutuhan

Meskipun bobotnya paling rendah, strategi keberlanjutan tidak boleh diabaikan [12]. Implementasi praktik *green hospitality* harus transparan dan dikomunikasikan secara efektif kepada konsumen, karena ini adalah prasyarat etika bagi *green tourists* dan penting untuk menjaga legitimasi sosial [5].

Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dengan:

a. Pengujian Model Holistik

Mengisi *research gap* dalam literatur perhotelan dengan menguji ketiga pilar strategis (PSDM, Inovasi Kuliner, Keberlanjutan) dalam satu model SEM, membuktikan adanya sinergi yang utuh dalam pembentukan Reputasi Hotel [10].

b. Penegasan RBV dalam Jasa

Menguatkan Teori *Resource-Based View* dengan menegaskan bahwa sumber daya tak berwujud seperti kualitas SDM yang unggul (yang sulit ditiru) tetap menjadi penentu keunggulan Reputasi yang superior [20].

Saran Penelitian Mendatang

Penelitian di masa depan disarankan untuk:

- a. Ekspansi Variabel: Mengembangkan model dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti Inovasi Digital atau Kualitas Pelayanan sebagai variabel mediasi antara PSDM dan Reputasi Hotel
- b. Perluasan Sampel: Memperluas cakupan sampel tidak hanya di DKI Jakarta tetapi juga di daerah wisata lain (misalnya Bali atau Yogyakarta) untuk menguji generalisasi temuan
- c. Metode Campuran (*Mixed Method*): Menggunakan metode campuran dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) bersama *General Manager* hotel untuk mendapatkan pemahaman kualitatif yang lebih kaya tentang tantangan praktis dalam mengintegrasikan ketiga strategi tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] E. L. Rihardi, "Pengembangan manajemen sumber daya manusia sebagai sebuah keunggulan kompetitif pada industri pariwisata dan perhotelan," *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 2, no. 1, pp. 10–20, 2021.

- [2] G. D. S. Suryawan, L. A. W. D. N. P. S. Dewi, L. G. A. Dianthy, M. F. B. Riyanto, and S. C. Hapsari, "IMPLEMENTASI PRAKTIK HOTEL BERKELANJUTAN: STUDI EMPIRIS TENTANG STRATEGI GREEN HOSPITALITY DI ERA PASCA-PANDEMI," *Jurnal Industri Pariwisata*, vol. 8, no. 1, pp. 55–64, 2025.
- [3] S. Mawadda, Y. A. P. P. Putra, and H. K. Setyawan, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata Berbasis Potensi Lokal dan Inovasi Pelatihan di Daerah Berkembang," *Jurnal UNIBI: E-Profit Strategi Pengembangan SDM di Sektor Pariwisata*, vol. 6, no. 2, pp. 24–35, 2023.
- [4] M. Muhajir, F. S. Nurani, and W. Haryanto, "ANALISIS PREDIKTIF BERBASIS AI PADA INOVASI PRODUK KULINER DI INDUSTRI FOOD AND BEVERAGE," *Jurnal Ilmu Pariwisata dan Kebudayaan*, vol. 6, no. 1, pp. 11–25, 2024.
- [5] K. J. Darmawan and R. M. Ritonga, "Analisis Pengaruh Green Image Terhadap Minat Menginap Konsumen Pasca Pandemi Di the Dharmawangsa Hotel Jakarta," *Jurnal Ilmiah Global Education*, vol. 4, no. 4, pp. 2061–2071, 2023.
- [6] E. E. Kholina, "Analisa Properti Hotel yang Mendorong Minat Menginap Masyarakat Indonesia terhadap Hotel Bintang 4 dan 5 di Yogyakarta," *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2025.
- [7] D. E. D'Souza, "Green Hotel Practices and Sustainable Development Goals: An Indian Perspective," *International Journal of Current Science Research and Review*, vol. 6, no. 12, 2023.
- [8] S. Septiana, R. N. Wicaksono, A. W. Saputri, N. A. Fawwazillah, and M. I. Anshori, "Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia untuk masa yang mendatang," *Student Research Journal*, vol. 1, no. 5, pp. 446–466, 2023.
- [9] M. F. Aria and W. Hidayanti, "Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung," *Jurnal Ilmiah Hospitality dan Pariwisata*, vol. 3, no. 1, pp. 21–35, 2024.
- [10] M. Mochklas, T. L. Situngkir, Z. Abidin, L. Judijanto, and M. E. R. Putri, "The Impact of Green Human Capital on Hotel Performance: The Mediating Role of Innovation Activity in Yogyakarta, Indonesia," *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, vol. 11, no. 10, pp. 383–395, 2024.
- [11] H. Herath, J. Tham, A. Khatibi, and S. M. F. Azam, "Implementation of Green and Sustainable Practices by Hotel Managers in the Western Province of Sri Lanka," *Journal of Law and Sustainable Development*, vol. 11, no. 11, 2023.
- [12] L. G. A. Dianthy, M. F. B. Riyanto, I. Hidayat, D. P. Gultom, and H. Suropto, "Implementasi Green Hotel di Swarga Suites Hotel Berawa, Provinsi Bali," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 3, pp. 21832–21840, 2023.
- [13] Y. Alifa, A. S. Nabilla, and W. D. Pratiwi, "Peran Salapan Cinyusu dalam Pelestarian Budaya Pangan Nabati Sunda dan Dampaknya terhadap Gastro-Tourism," *Jurnal Pariwisata Nusantara*, vol. 13, no. 2, pp. 400–421, 2024.
- [14] I. Maharani, "Implementasi Keberlanjutan Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability (CHSE) Pada Villa Kemarang Banyuwangi," *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, vol. 10, no. 1, pp. 7–15, 2024.
- [15] M. Y. Anshori, *Manajemen Hotel Antara Teori dan Studi Kasus Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish, 2023.
- [16] Z. Setiawan, O. Yendri, B. A. Kusuma, R. P. Ishak, Y. Boari, N. Padiyatu, and T. Kartika, *Buku Ajar Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Deepublish, 2023.
- [17] M. R. Ramadhani, Z. Setiawan, N. Fadhilah, A. K. Adisaputra, D. N. Sabarwan, A. K. Maranjaya, and M. R. Tawil, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Mengoptimalkan Potensi dan Kinerja Organisasi*. Deepublish, 2023.
- [18] K. R. Ferdiani, "Bisnis Kuliner yang akan Booming pada Tahun 2020," *Jurnal Manajemen Pelayanan Jasa*, vol. 12, no. 2, 2020.
- [19] T. Wijoyo and T. C. E. S. Suseno, "Peran Hospitality Industry Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan," *Jurnal Khasanah Ilmu*, vol. 15, no. 2, pp. 167–178, 2024.
- [20] M. Y. Hidayat and L. Syahrul, "Moderasi human capital pada pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia terhadap inovasi layanan hotel di Yogyakarta," *Journal of Management and Digital Business*, vol. 4, no. 1, pp. 114–131, 2024.
- [21] V. C. Wibawa and S. A. Ginting, "STRATEGI OPTIMALISASI KULINER LOKAL DALAM Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Jakarta," *Undiknas Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 5, no. 1, pp. 40–55, 2025.
- [22] N. P. I. P. S. Dewi, P. S. Jayendra, and I. K. Muliadisa, "Analisis Implementasi Green Hotel Di Sarinbuana Eco Lodge," *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 296–312, 2023.
- [23] M. W. Syaltut, "Model Wisata Kuliner Lokal untuk Menarik Minat Membeli Kembali Bagi Wisatawan Generasi-Z Melalui Locavorm di Daerah Khusus Jakarta," *Disertasi IP Trisakti*, 2024.
- [24] G. G. H. R. G. Gustiana, T. Hidayat, and A. Fauzi, "Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Hotel," *Jurnal Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, vol. 18, no. 1, pp. 24–30, 2022.
- [25] I. Pratama, R. Alpiansah, I. Yuliana, and L. J. Jati, "Pendampingan untuk Inisiasi Implementasi Konsep Green Hotel pada Entitas Bisnis Perhotelan," *JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI*, vol. 3, no. 2, pp. 51–60, 2024.
- [26] I. P. R. Susila and I. P. N. W. Pratiwi, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya," *Bappenas Working Papers*, vol. 7, no. 1, pp. 78–90, 2024.
- [27] T. L. Wulandari and M. F. B. Riyanto, "ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI HOTEL," *Jurnal Pariwisata Nusantara*, vol. 12, no. 2, pp. 110–125, 2023.
- [28] D. R. I. M. Setiadi, S. Rustad, P. N. Andono, and G. F. Shidik, "Digital image steganography survey and investigation (goal, assessment, method, development, and dataset)," *Signal Processing*, vol. 206, p. 108908, May 2023.
- [29] Y. Jeaheng, A. Al-Ansi, B. L. Chua, A. H. Ngah, H. B. Ryu, A. Ariza-Montes, and H. Han, "Influence of Thai Street Food Quality, Price, and Involvement on Traveler Behavioral Intention: Exploring Cultural Difference," *Psychology Research and Behavior Management*, vol. 16, pp. 3173–3189, 2023.
- [30] T. Wijoyo, *Operasional Departemen Housekeeping Di Dalam Hotel*. BADAN PENERBIT STIEPARI PRESS, 2023.
- [31] A. A. Pratama, R. Alpiansah, I. Yuliana, and L. J. Jati, "Pendampingan untuk Inisiasi Implementasi Konsep Green Hotel pada Entitas Bisnis Perhotelan," *JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI*, vol. 3, no. 2, pp. 51–60, 2024.
- [32] F. Afriyani and Nurhayati, "Pengembangan Inovasi Produk Kuliner Lokal Berbasis Budaya untuk Daya Tarik Wisata Hotel," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 18, no. 1, pp. 50–65, 2023.