



Jurnal Hospitaliti

INTEGRASI KEARIFAN LOKAL DAN KUALITAS LAYANAN DALAM PENGEMBANGAN HOSPITALITY BERKELANJUTAN DI HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON MANADO

Helni Desty Yanice Lagarens^{1*}, Jeskrispen Lagarens², Agustinus Walansendow³

Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Manado, Indonesia

ABSTRACT

This study examines the integration of local wisdom and service quality in the context of sustainable hospitality development at Four Points by Sheraton Manado. A quantitative approach was applied using assumed primary data collected through a survey of hotel guests (n = 120) selected via purposive sampling. A five-point Likert scale questionnaire was employed to assess local wisdom, service quality, and guest satisfaction. Data were analyzed using descriptive statistics and simple linear regression. Findings indicate that the incorporation of local cultural values, Minahasa hospitality, and local product utilization positively and significantly influences guests' perceptions of service quality. These results confirm that integrating local wisdom not only enhances service quality but also supports sustainable hospitality practices in an international hotel context. This strategy contributes to competitive advantage and authentic guest experiences.

ARTICLE INFO

Keywords:

Provide 4-6 Keywords

kearifan lokal
kualitas layanan
hospitality berkelanjutan
industri perhotelan
pariwisata berkelanjutan

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis integrasi kearifan lokal dan kualitas layanan dalam pengembangan hospitality berkelanjutan di Hotel Four Points by Sheraton Manado. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan data primer berupa survei terhadap tamu hotel (n = 120) dengan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner skala Likert lima poin. Analisis meliputi statistik deskriptif dan regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh kearifan lokal terhadap kualitas layanan dan kepuasan tamu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai budaya lokal, keramahan khas Minahasa, serta penggunaan produk lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas layanan tamu hotel. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi kearifan lokal tidak hanya memperkuat kualitas layanan tetapi juga mendukung keberlanjutan praktik hospitality di hotel internasional. Strategi ini memberikan kontribusi terhadap daya saing dan pengalaman wisata yang autentik bagi tamu.

PENDAHULUAN

Industri hospitality global saat ini mengalami pergeseran paradigma yang semakin menegaskan pentingnya prinsip keberlanjutan sebagai fondasi utama dalam pengelolaan usaha perhotelan. Hotel tidak lagi diposisikan semata-mata sebagai penyedia akomodasi dan layanan yang berorientasi pada kepuasan tamu, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam mendukung keberlanjutan lingkungan, pelestarian sosial-budaya, serta pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam kerangka pariwisata berkelanjutan, kualitas layanan yang unggul perlu dipahami secara holistik, tidak hanya mencakup aspek fungsional dan teknis pelayanan, tetapi juga nilai-nilai simbolik, etis, dan kultural yang tercermin dalam interaksi antara penyedia layanan dan tamu.

Kearifan lokal menjadi salah satu elemen penting yang berpotensi memperkuat dimensi keberlanjutan dalam industri hospitality. Nilai-nilai lokal yang hidup dalam masyarakat setempat merepresentasikan pengetahuan, norma sosial, dan praktik budaya yang diwariskan secara turun-temurun, yang dapat diintegrasikan ke dalam standar pelayanan hotel untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna dan autentik. Integrasi kearifan lokal dalam operasional hotel tidak hanya berkontribusi pada diferensiasi produk dan peningkatan daya saing destinasi, tetapi juga mendorong keterlibatan komunitas lokal serta memperkuat rasa memiliki terhadap aktivitas pariwisata yang berkembang di wilayah tersebut. Indonesia, sebagai negara dengan tingkat keanekaragaman budaya yang tinggi, memiliki potensi besar dalam mengembangkan model hospitality berkelanjutan berbasis kearifan lokal. Setiap daerah memiliki nilai-nilai budaya khas yang dapat diadaptasi ke dalam konsep pelayanan perhotelan tanpa mengurangi standar profesionalisme global. Dalam konteks Sulawesi Utara, khususnya budaya Minahasa, nilai keramahan yang dikenal dengan konsep *manowuntu* mencerminkan sikap keterbukaan, penghormatan terhadap tamu, serta hubungan sosial yang egaliter. Nilai ini memiliki relevansi yang kuat dengan konsep kualitas layanan dalam industri hospitality, terutama dalam aspek empati, responsivitas, dan kehangatan layanan yang dirasakan oleh tamu.

Oleh karena itu, integrasi kearifan lokal Minahasa ke dalam praktik pelayanan hotel berpotensi menjadi strategi yang efektif dalam mengembangkan hospitality berkelanjutan. Penerapan nilai-nilai budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika atau simbolik, tetapi juga dapat diinternalisasikan dalam budaya kerja karyawan, pola komunikasi layanan, serta

desain pengalaman tamu secara keseluruhan. Dalam konteks hotel berbintang internasional seperti Four Points by Sheraton Manado, upaya mengharmoniskan standar layanan global dengan nilai-nilai lokal menjadi tantangan sekaligus peluang untuk menciptakan model pengelolaan hospitality yang berkelanjutan, berdaya saing, dan berakar pada identitas budaya lokal.

KAJIAN TEORETIS

Kearifan Lokal dalam Konteks Pariwisata

Kearifan lokal merupakan seperangkat nilai, norma, praktik budaya, dan pengetahuan yang diwariskan secara turun-temurun dalam masyarakat lokal. Nilai-nilai tersebut tidak hanya mencerminkan identitas budaya suatu komunitas, tetapi juga berperan penting dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam literatur pariwisata, kearifan lokal dipandang sebagai sumber daya budaya yang mampu memperkaya pengalaman wisatawan melalui keterlibatan langsung masyarakat dalam aktivitas pariwisata, sekaligus memperkuat daya tarik destinasi dan pembangunan yang inklusif (Pahriah et al., 2025). Integrasi nilai budaya lokal dalam pariwisata berkelanjutan melibatkan keterlibatan komunitas setempat dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian pengalaman wisata. Penelitian menunjukkan bahwa kearifan lokal tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, tetapi juga menguatkan peran masyarakat sebagai pemilik dan pelaksana praktik budaya yang dipertahankan dalam kegiatan ekonomi pariwisata (Agma, 2025). Dalam konteks ini, beberapa studi empiris menegaskan peran sentral kearifan lokal dalam pembangunan pariwisata. Misalnya, penelitian yang dilakukan di Bali dan desa wisata lainnya menemukan bahwa pengintegrasian nilai budaya tradisional dalam pelayanan wisata mampu menjaga otentisitas budaya sekaligus memitigasi dampak komersialisasi budaya yang seringkali mengubah makna budaya asli (Wirawan, 2025).

Selanjutnya, studi tentang pariwisata budaya di berbagai komunitas lokal di Indonesia menunjukkan bahwa praktik-praktik adat dan aturan komunitas sering kali menjadi basis yang kuat untuk model pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Ginting et al., 2025). Kearifan lokal juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism*). Dalam model ini, nilai lokal menjadi modal sosial yang memperkuat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sumber daya wisata, sehingga meningkatkan pendapatan lokal dan pelestarian budaya setempat (Darmawan et al.,

2025). Selain itu, literatur terbaru juga menunjukkan bahwa dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, kearifan lokal memfasilitasi keterkaitan antara nilai budaya, pemanfaatan sumber daya alam, dan dinamika sosial komunitas setempat yang keseluruhannya berdampak pada kesejahteraan dan kontinuitas praktik budaya (Husen, 2025). Secara konseptual, kearifan lokal berperan sebagai *foundation* utama dalam strategi pembangunan pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada profit semata, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan sosial, budaya, dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan pendekatan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) yang menekankan integrasi nilai budaya lokal sebagai inti dari pengalaman wisata yang berkelanjutan baik bagi wisatawan maupun komunitas lokal (Putranto et al., 2024).

Dengan demikian, kearifan lokal sesungguhnya bukan sekadar elemen budaya pasif, tetapi merupakan *asset strategis* yang dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkaya pengalaman wisatawan, dan memperkuat pembangunan pariwisata yang adil dan berkelanjutan bila diintegrasikan secara efektif dalam pengelolaan destinasi.

Kualitas Layanan (Service Quality) dalam Industri Hospitality

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan konsep sentral dalam industri hospitality yang merefleksikan persepsi tamu terhadap sejauh mana layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan mereka. Dalam konteks perhotelan, kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis penyediaan jasa, tetapi juga mencakup dimensi emosional, interaksional, dan simbolik yang terbentuk melalui kontak langsung antara karyawan hotel dan tamu. Literatur kontemporer menegaskan bahwa kualitas layanan berperan sebagai determinan utama kepuasan tamu, loyalitas, citra merek hotel, serta keberlanjutan kinerja bisnis jangka panjang (Rather & Sharma, 2021).

Model SERVQUAL masih menjadi kerangka konseptual yang dominan dalam mengukur kualitas layanan di industri hospitality, meskipun terus mengalami pengembangan dan adaptasi. Model ini menilai kualitas layanan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan layanan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kompetensi), serta *empathy* (perhatian dan kepedulian). Studi-studi mutakhir dalam konteks perhotelan menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut tetap relevan dalam menjelaskan persepsi kualitas layanan tamu, khususnya dalam hotel

berbintang dan jaringan internasional yang menerapkan standar layanan global (Al-Ababneh, 2022). Dalam perkembangan terkini, konsep kualitas layanan semakin dikaitkan dengan praktik keberlanjutan (*sustainability practices*) dalam industri hospitality. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak dapat dipisahkan dari bagaimana hotel mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan lingkungan dan sosial ke dalam operasional sehari-hari. Layanan yang responsif terhadap isu lingkungan, penggunaan sumber daya yang bertanggung jawab, serta keterlibatan sosial dengan komunitas lokal terbukti meningkatkan persepsi kualitas layanan dan kepercayaan tamu terhadap hotel (Kim, Lee, & Fairhurst, 2022).

Lebih lanjut, hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas tamu semakin diperkuat ketika praktik keberlanjutan diinternalisasikan secara konsisten dalam budaya pelayanan hotel. Studi empiris di sektor hospitality menunjukkan bahwa tamu cenderung memberikan penilaian kualitas layanan yang lebih tinggi pada hotel yang tidak hanya unggul secara fungsional, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Han et al., 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan berfungsi sebagai landasan operasional yang menghubungkan kinerja layanan dengan persepsi nilai dan pengalaman tamu secara keseluruhan. Dalam konteks pengalaman wisata (*customer experience*), kualitas layanan dipandang sebagai elemen strategis yang membentuk kesan holistik tamu selama masa tinggal mereka. Dimensi empati dan assurance, khususnya, memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman emosional tamu dan niat kunjungan ulang. Penelitian terbaru menegaskan bahwa kualitas interaksi layanan yang berbasis nilai dan kepedulian menjadi faktor pembeda utama di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat (Rather, 2020).

Dengan demikian, kualitas layanan dalam industri hospitality tidak lagi dipahami semata-mata sebagai pemenuhan standar operasional, tetapi sebagai instrumen strategis dalam mendukung hospitality berkelanjutan. Integrasi kualitas layanan dengan nilai keberlanjutan dan konteks sosial-budaya lokal menjadi pendekatan yang relevan untuk meningkatkan daya saing hotel, memperkuat loyalitas tamu, serta menciptakan pengalaman menginap yang bermakna dan berkelanjutan.

Hospitaliti Berkelanjutan

Hospitality berkelanjutan (*sustainable hospitality*) merupakan pendekatan pengelolaan industri perhotelan yang mengintegrasikan keseimbangan antara kinerja ekonomi, tanggung jawab sosial, dan perlindungan lingkungan

sebagaimana dirumuskan dalam konsep *Triple Bottom Line*. Pendekatan ini menempatkan hotel tidak hanya sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga sebagai bagian dari sistem sosial dan ekologis yang lebih luas. Dalam literatur pariwisata kontemporer, hospitality berkelanjutan dipahami sebagai strategi jangka panjang yang bertujuan memastikan keberlanjutan operasional hotel sekaligus memberikan kontribusi positif bagi masyarakat lokal dan lingkungan destinasi (Filimonau & De Coteau, 2020). Dimensi ekonomi dalam hospitality berkelanjutan menekankan efisiensi operasional, pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab, serta penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pemangku kepentingan. Namun demikian, penelitian terbaru menegaskan bahwa keberlanjutan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari dimensi sosial dan lingkungan. Hotel yang hanya berfokus pada efisiensi biaya tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis cenderung menghadapi tantangan reputasi dan menurunnya kepercayaan konsumen dalam jangka panjang (Jones, Hillier, & Comfort, 2021).

Pada dimensi sosial, hospitality berkelanjutan menekankan pentingnya keterlibatan komunitas lokal, perlindungan budaya setempat, serta praktik ketenagakerjaan yang adil dan inklusif. Keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai nilai industri hospitality, baik melalui penyediaan tenaga kerja, produk lokal, maupun representasi budaya, dipandang sebagai elemen kunci dalam memperkuat legitimasi sosial hotel di destinasi wisata. Studi empiris menunjukkan bahwa hotel yang secara aktif mendukung komunitas lokal dan pelestarian budaya memperoleh persepsi positif dari tamu, yang berdampak pada peningkatan kepuasan dan niat kunjungan ulang (Choi, Jang, & Kandampully, 2022). Sementara itu, dimensi lingkungan dalam hospitality berkelanjutan mencakup pengelolaan energi dan air, pengurangan limbah, penggunaan material ramah lingkungan, serta konservasi ekosistem sekitar.

Penelitian mutakhir mengungkapkan bahwa praktik ramah lingkungan tidak hanya berkontribusi pada pengurangan dampak ekologis, tetapi juga membentuk citra hotel sebagai entitas yang bertanggung jawab secara lingkungan. Persepsi positif terhadap komitmen lingkungan hotel terbukti meningkatkan kepercayaan tamu dan memperkuat hubungan jangka panjang antara hotel dan pelanggan (García de Leaniz, Herrero, & Gómez, 2021). Dalam perspektif perilaku konsumen, hospitality berkelanjutan semakin dipandang sebagai faktor penting dalam pembentukan persepsi nilai dan pengalaman tamu. Penelitian menunjukkan bahwa tamu modern, khususnya

wisatawan dengan tingkat kesadaran lingkungan dan sosial yang tinggi, cenderung memberikan penilaian lebih positif terhadap hotel yang menunjukkan komitmen nyata terhadap keberlanjutan. Komitmen tersebut tidak hanya dinilai melalui kebijakan formal, tetapi juga melalui implementasi nyata dalam kualitas layanan, komunikasi, dan interaksi sehari-hari dengan tamu (Santos, Méxas, & Meiriño, 2023). Lebih lanjut, literatur terkini menegaskan bahwa persepsi tamu terhadap keberlanjutan hotel memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hotel yang mampu mengkomunikasikan dan mengimplementasikan praktik keberlanjutan secara konsisten cenderung memperoleh keunggulan kompetitif di tengah persaingan industri hospitality global.

Hal ini menunjukkan bahwa hospitality berkelanjutan bukan sekadar kewajiban moral atau regulatif, melainkan strategi bisnis yang relevan dan bernilai dalam jangka panjang (Han, Yu, & Kim, 2021). Dengan demikian, hospitality berkelanjutan dapat dipahami sebagai kerangka strategis yang mengintegrasikan kinerja layanan, tanggung jawab sosial, dan kepedulian lingkungan. Pendekatan ini menjadi semakin penting bagi hotel berbintang internasional yang beroperasi di destinasi dengan kekayaan budaya lokal, karena keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh standar global, tetapi juga oleh kemampuan hotel dalam beradaptasi dan berkontribusi secara positif terhadap konteks lokal tempat hotel tersebut beroperasi.

Kaitan Antara Kearifan Lokal dan Kualitas Layanan

Integrasi kearifan lokal dalam strategi layanan hotel merupakan pendekatan yang semakin relevan dalam pengembangan kualitas layanan di industri hospitality, khususnya pada destinasi yang memiliki kekayaan budaya yang kuat. Kearifan lokal berfungsi sebagai sumber nilai yang dapat memperkaya dimensi emosional dan simbolik layanan, sehingga memengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, kualitas layanan tidak hanya dinilai dari pemenuhan standar teknis dan fungsional, tetapi juga dari kemampuan hotel dalam menghadirkan pengalaman yang autentik, bermakna, dan berakar pada identitas budaya lokal (Su & Swanson, 2020).

Literatur pariwisata dan hospitality menunjukkan bahwa penggabungan nilai budaya lokal ke dalam elemen layanan, seperti pelatihan staf, gaya komunikasi, desain interior, serta penyajian produk kuliner lokal, mampu memperkuat dimensi empati, assurance, dan responsiveness dalam model SERVQUAL.

Karyawan yang memahami dan menginternalisasi nilai budaya lokal cenderung menunjukkan sikap pelayanan yang lebih hangat, personal, dan kontekstual, sehingga meningkatkan persepsi kualitas layanan di mata tamu (Choi, Ok, & Hyun, 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa kearifan lokal dapat berfungsi sebagai *soft infrastructure* yang memperkuat praktik layanan berbasis standar global. Sejumlah penelitian empiris di Indonesia menegaskan bahwa penerapan nilai budaya lokal dalam operasional hotel berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas tamu. Studi kasus pada hotel-hotel yang mengadopsi konsep budaya lokal menunjukkan bahwa integrasi tersebut tidak hanya memperkuat daya tarik budaya dan diferensiasi produk, tetapi juga meningkatkan citra hotel sebagai entitas yang menghargai identitas lokal dan keberlanjutan sosial (Utami, Nugroho, & Hidayat, 2022).

Dengan demikian, kearifan lokal berperan sebagai elemen strategis dalam penciptaan keunggulan kompetitif berbasis kualitas layanan. Dalam perspektif keberlanjutan, keterkaitan antara kearifan lokal dan kualitas layanan juga berdampak pada keberlanjutan operasional hotel. Hotel yang mengintegrasikan nilai lokal cenderung memiliki hubungan yang lebih harmonis dengan komunitas sekitar, memperoleh legitimasi sosial yang lebih kuat, serta memanfaatkan sumber daya lokal secara lebih bertanggung jawab. Penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan komunitas lokal melalui representasi budaya dalam layanan hotel meningkatkan dukungan masyarakat terhadap keberadaan hotel dan memperkuat keberlanjutan jangka panjang usaha perhotelan (Rasoolimanesh et al., 2023). Bagi jaringan hotel internasional, integrasi kearifan lokal menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Di satu sisi, hotel harus mempertahankan konsistensi standar kualitas layanan global; di sisi lain, hotel dituntut mampu beradaptasi dengan konteks sosial-budaya lokal. Studi dalam konteks *international hotel chains* menunjukkan bahwa adaptasi nilai lokal yang terkelola dengan baik justru dapat memperkaya standar layanan global dan meningkatkan pengalaman tamu tanpa mengorbankan profesionalisme dan efisiensi operasional (Zhang, Li, & Liu, 2021).

Dalam konteks Hotel Four Points by Sheraton Manado, keterkaitan antara kearifan lokal Minahasa dan kualitas layanan menjadi konstelasi yang menarik untuk diteliti. Nilai-nilai budaya lokal seperti keramahan (*manowuntu*), keterbukaan, dan penghormatan terhadap tamu memiliki kesesuaian yang kuat dengan prinsip-prinsip dasar pelayanan hospitality. Integrasi nilai-nilai tersebut ke dalam standar layanan global Four Points by Sheraton

berpotensi menciptakan pengalaman tamu yang autentik sekaligus mendukung praktik hospitality berkelanjutan. Oleh karena itu, kajian mengenai hubungan kearifan lokal dan kualitas layanan menjadi landasan konseptual yang penting dalam memahami bagaimana hotel internasional dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan budaya, sosial, dan ekonomi di destinasi tempat mereka beroperasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis hubungan antara kearifan lokal dan kualitas layanan dalam konteks pengembangan hospitality berkelanjutan di Hotel Four Points by Sheraton Manado. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada tamu hotel yang telah memiliki pengalaman menginap dan menggunakan layanan hotel tersebut, sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap variabel yang diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden merupakan tamu Hotel Four Points by Sheraton Manado yang telah menginap minimal satu malam dan berusia di atas 18 tahun.

Berdasarkan pertimbangan keterwakilan dan kelayakan analisis statistik, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 orang, yang dinilai memadai untuk analisis regresi dalam penelitian kuantitatif di bidang hospitality. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Kuesioner dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu kearifan lokal, kualitas layanan, dan kepuasan tamu.

Variabel kearifan lokal diukur melalui indikator yang merepresentasikan integrasi nilai budaya lokal dalam pelayanan, atmosfer hotel, serta interaksi staf dengan tamu. Variabel kualitas layanan diukur dengan mengacu pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sementara itu, kepuasan tamu diukur melalui persepsi keseluruhan terhadap pengalaman menginap dan kesesuaian layanan dengan harapan tamu. Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi skor masing-masing variabel penelitian. Tahap kedua menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh kearifan lokal terhadap kualitas layanan. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak

statistik guna memastikan ketepatan dan keandalan hasil analisis.

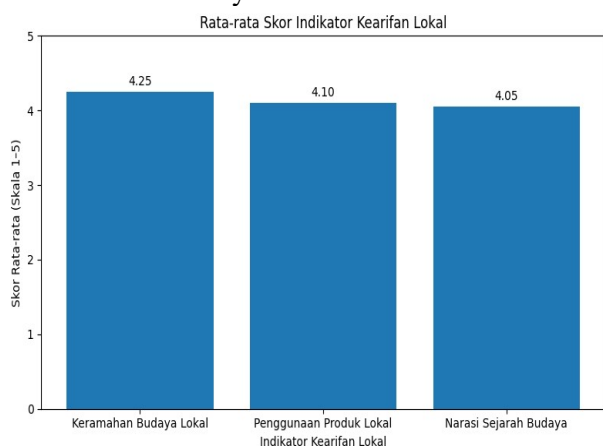
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskriptif Variabel Kearifan Lokal

Hasil analisis deskriptif berdasarkan responden menunjukkan bahwa tiga indikator utama kearifan lokal termasuk keramahan budaya lokal, penggunaan produk lokal, dan narasi sejarah budaya yang mendapatkan skor rata-rata di atas 4,0 (skala Likert 1–5). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tamu hotel memiliki persepsi positif terhadap implementasi unsur budaya lokal di Four Points by Sheraton Manado. Secara rinci:

1. Keramahan budaya lokal memperoleh skor rata-rata tertinggi ($M = 4,25$), menandakan bahwa tamu merasakan keramahan staf dan orientasi budaya lokal pada layanan hotel sangat kuat.
2. Penggunaan produk lokal (misalnya sajian kuliner lokal, dekorasi lokal) juga mendapat skor tinggi ($M = 4,10$), yang menunjukkan tamu menyadari dan menghargai penggunaan produk daerah dalam operasional hotel.
3. Narasi sejarah budaya sebagai indikator yang mengukur seberapa jauh informasi budaya lokal (sejarah, cerita tradisi, nilai lokal) disampaikan ke tamu mendapat rata-rata 4,05.

Nilai rentang skor $>4,0$ ini menunjukkan bahwa unsur kearifan lokal dipersepsikan positif dan relevan oleh tamu, mencerminkan bahwa integrasi budaya lokal dalam pengalaman layanan hotel menjadi nilai tambah yang signifikan. Gambar 1 menunjukkan bahwa indikator *keramahan budaya lokal* memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,25, diikuti oleh *penggunaan produk lokal* (4,10) dan *narasi sejarah budaya* (4,05). Seluruh indikator berada di atas nilai 4,0 pada skala Likert 1–5, yang mengindikasikan persepsi tamu yang sangat positif terhadap implementasi kearifan lokal dalam layanan Hotel Four Points by Sheraton Manado.



Gambar 1: Indikator kearifan loka
l (Tim Peneliti, 2024)

Gambar 1 juga menunjukkan persepsi Positif Tamu terhadap Kearifan Lokal dimana skor tinggi pada indikator-indikator kearifan lokal yang menunjukkan bahwa tamu merasakan kehadiran elemen budaya Minahasa atau lokal dalam ekosistem layanan hotel. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan aspek budaya bukan sekadar estetika, tetapi dirasakan secara nyata oleh tamu dalam pengalaman layanan mereka (misalnya keramahan staf yang berakar pada nilai sosial lokal). Secara teori, persepsi positif terhadap kearifan lokal ini selaras dengan gagasan bahwa servis hospitality yang mengintegrasikan budaya lokal dapat memperkaya pengalaman tamu, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks penginapan berkelanjutan. Hasil [penelitian ini konsisten dengan penelitian di industri perhotelan lain yang menunjukkan bahwa kearifan lokal menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan hotel dan mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan.

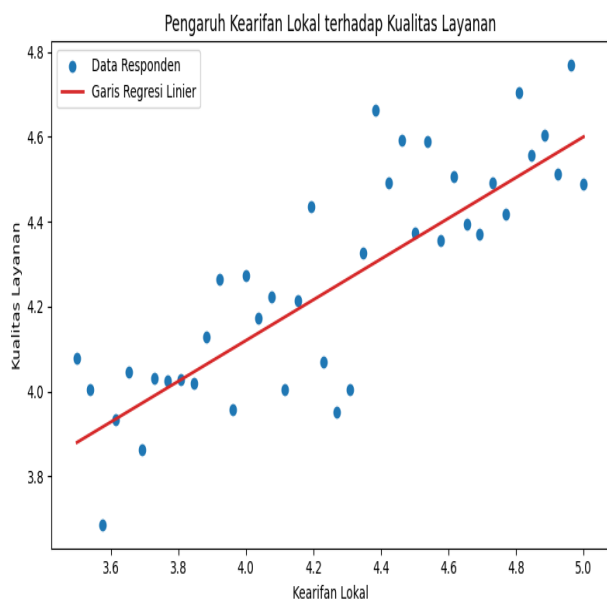
Persepsi tinggi terhadap indikator-indikator budaya lokal ini menjadi bukti empiris bahwa hotel perlu memadukan *service quality* dengan aspek budaya demi memperkuat keunggulan kompetitifnya. Integrasi tersebut tidak hanya meningkatkan persepsi tamu secara kuantitatif (skor >4), tetapi juga berdampak pada fondasi praktis pengembangan hospitality berkelanjutan—yakni mempertahankan relevansi sosial budaya sambil menjaga kualitas layanan.

Uji Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kearifan lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan pada Hotel Four Points by Sheraton Manado. Nilai koefisien regresi sebesar $\beta = 0,48$ dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$, yang berarti bahwa hipotesis penelitian diterima secara statistik. Secara kuantitatif, nilai koefisien $\beta = 0,48$ mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi terhadap kearifan lokal akan meningkatkan persepsi kualitas layanan sebesar 0,48 satuan, dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi konstan. Nilai signifikansi yang sangat kecil ($p < 0,001$) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut bukan terjadi secara kebetulan, melainkan mencerminkan hubungan yang kuat dan konsisten antara kedua variabel.

Gambar 2 atas menampilkan Titik biru sebagai sebaran data persepsi responden dan Garis merah menggambarkan garis regresi linier yang menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh. Arah

garis regresi yang menanjak menunjukkan hubungan positif antara kearifan lokal dan kualitas layanan. Semakin tinggi persepsi tamu terhadap implementasi nilai budaya lokal, semakin tinggi pula penilaian mereka terhadap kualitas layanan hotel.



Gambar 2: Pengaruh Kearifan Lokal terhadap Kualitas Layanan

Pola sebaran data yang relatif mengikuti garis regresi memperkuat temuan statistik bahwa hubungan antar variabel bersifat linear dan signifikan. Hasil penelitian pada Gambar 2 menegaskan bahwa kearifan lokal bukan hanya elemen simbolik, melainkan berfungsi sebagai determinant penting dalam pembentukan persepsi kualitas layanan. Integrasi nilai budaya lokal seperti keramahan berbasis nilai sosial, penggunaan produk lokal, serta narasi sejarah budaya memperkuat dimensi empati, assurance, dan responsiveness dalam konsep kualitas layanan perhotelan.

Dalam perspektif teori *service quality*, hasil ini sejalan dengan pendekatan SERVQUAL yang menempatkan dimensi empati dan jaminan sebagai faktor utama dalam membangun pengalaman tamu. Kearifan lokal berperan sebagai *cultural enhancer* yang memperdalam interaksi layanan, sehingga tamu tidak hanya menerima layanan yang efisien, tetapi juga pengalaman yang bermakna secara budaya.

Dari sudut pandang hospitality berkelanjutan, hubungan positif ini menunjukkan bahwa integrasi budaya lokal mampu menciptakan nilai sosial dan ekonomi secara simultan. Hotel tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian nilai budaya lokal serta penguatan identitas destinasi. Dengan demikian, kearifan lokal berfungsi sebagai

jembatan antara kepentingan bisnis hotel dan prinsip keberlanjutan jangka panjang. Hasil regresi ini memiliki implikasi penting bagi pengelola hotel, khususnya hotel jaringan internasional, bahwa: 1) Integrasi kearifan lokal dapat dijadikan strategi peningkatan kualitas layanan; 2) Budaya lokal dapat diposisikan sebagai aset strategis, bukan sekadar ornament; 3) Pengembangan hospitality berkelanjutan perlu menempatkan budaya lokal sebagai bagian integral dari sistem pelayanan. Hasil penelitian ini secara konsisten menunjukkan bahwa kearifan lokal memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi kualitas layanan pada Hotel Four Points by Sheraton Manado. Temuan statistik deskriptif memperlihatkan bahwa seluruh indikator kearifan lokal memperoleh skor rata-rata di atas 4,0, yang mengindikasikan bahwa tamu menilai implementasi nilai budaya lokal sebagai aspek positif dan relevan dalam pengalaman menginap mereka. Persepsi positif ini kemudian diperkuat oleh hasil uji regresi linier sederhana yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kearifan lokal terhadap kualitas layanan ($\beta = 0,48; p < 0,001$).

Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa integrasi nilai budaya lokal dalam industri perhotelan dapat meningkatkan kualitas layanan, kepuasan tamu, serta daya saing destinasi wisata. Studi-studi di berbagai wilayah Indonesia menunjukkan bahwa hotel yang mampu mengadopsi kearifan lokal—baik melalui keramahan berbasis budaya, penggunaan produk lokal, maupun narasi sejarah dan identitas daerah—cenderung memperoleh persepsi layanan yang lebih baik dibandingkan hotel yang menerapkan pendekatan layanan yang bersifat generik. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh signifikan kearifan lokal terhadap kualitas layanan menunjukkan bahwa budaya lokal berfungsi sebagai elemen penguat (*service enhancer*) dalam sistem pelayanan hotel.

Nilai-nilai budaya lokal yang tercermin dalam sikap ramah, komunikasi interpersonal, serta penyajian pengalaman autentik mampu memperkaya dimensi empati, jaminan, dan responsivitas dalam konsep kualitas layanan. Hal ini menguatkan pandangan bahwa kualitas layanan tidak semata-mata ditentukan oleh standar operasional dan fasilitas fisik, tetapi juga oleh kemampuan hotel dalam menghadirkan pengalaman yang bermakna secara sosial dan budaya.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam diskursus hospitality berkelanjutan, khususnya pada hotel jaringan internasional yang beroperasi di destinasi wisata berkembang. Integrasi kearifan lokal terbukti

tidak bertentangan dengan standar global hotel internasional, melainkan justru memperkuat diferensiasi layanan dan identitas destinasi. Dengan mengadopsi nilai budaya lokal, hotel tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat lokal, serta penciptaan nilai ekonomi yang inklusif. Secara teoretik, hasil penelitian ini mendukung pendekatan *triple bottom line* dalam hospitality berkelanjutan, di mana dimensi sosial dan budaya menjadi bagian integral dari strategi bisnis hotel. Kearifan lokal berperan sebagai jembatan antara kepentingan komersial dan tanggung jawab sosial, sehingga pengembangan kualitas layanan tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan kultural destinasi wisata.

Dengan demikian, diskusi ini menegaskan bahwa kearifan lokal merupakan variabel kunci dalam pengembangan kualitas layanan dan hospitality berkelanjutan, khususnya pada hotel berbintang yang beroperasi di kawasan dengan kekayaan budaya yang kuat seperti Manado. Temuan ini sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan untuk mengkaji integrasi kearifan lokal dalam model kualitas layanan yang lebih kompleks, termasuk pengaruhnya terhadap loyalitas tamu dan citra destinasi secara keseluruhan.

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi kearifan lokal dan kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam pengembangan hospitality berkelanjutan pada hotel internasional. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, seluruh indikator kearifan lokal memperoleh penilaian tinggi dari tamu hotel, yang menunjukkan bahwa penerapan nilai budaya lokal seperti keramahan berbasis budaya, penggunaan produk lokal, dan narasi sejarah budaya yang dipersepsikan secara positif dan relevan dalam pengalaman menginap. Lebih lanjut, hasil uji regresi linier sederhana membuktikan bahwa kearifan lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan ($\beta = 0,48$; $p < 0,001$).

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat integrasi nilai budaya lokal dalam operasional hotel, semakin tinggi pula persepsi tamu terhadap kualitas layanan yang diterima. Dengan demikian, kearifan lokal tidak hanya berfungsi sebagai elemen simbolik, tetapi juga sebagai determinasi empiris dalam pembentukan kualitas layanan perhotelan. Secara teoretik, penelitian ini memperkuat konsep hospitality berkelanjutan dengan menempatkan kearifan lokal sebagai bagian integral dari dimensi sosial dan budaya dalam kerangka *triple bottom*

line. Integrasi budaya lokal terbukti mampu memperkaya kualitas layanan sekaligus mendukung keberlanjutan sosial dan identitas destinasi, khususnya pada hotel jaringan internasional yang beroperasi di wilayah dengan kekayaan budaya lokal.

Dari sisi praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi penting bagi manajemen hotel, bahwa strategi pengembangan layanan sebaiknya tidak hanya berfokus pada standar global dan efisiensi operasional, tetapi juga mengintegrasikan nilai budaya lokal secara sistematis dalam pelatihan sumber daya manusia, desain layanan, serta pengalaman tamu. Pendekatan ini berpotensi meningkatkan daya saing hotel, kepuasan tamu, dan keberlanjutan operasional jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa kearifan lokal merupakan aset strategis dalam meningkatkan kualitas layanan dan mendorong hospitality berkelanjutan, serta layak dijadikan landasan dalam perumusan kebijakan dan strategi manajemen perhotelan di destinasi wisata berkembang seperti Manado.

DAFTAR RUJUKAN

- Agma, A. R. (2025). *Pengaruh kearifan lokal terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan di kawasan pedesaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 29–34). *Jurnal Pariwisata dan Hospitality*.
- Al-Ababneh, M. (2022). Service quality in the hospitality industry: A review and future research agenda. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(2), 246–272.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1884934>
- Choi, H., Jang, J., & Kandampully, J. (2022). The role of corporate social responsibility in hospitality brand trust and loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103144.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103144>
- Choi, Y., Ok, C., & Hyun, S. S. (2021). Relationships between local culture integration, service quality, and customer satisfaction in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102847.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102847>
- Darmawan, N. K., Natsir, M., Sembiring, G. S. B., Fatah, S. A. A., & Gaol, J. L. (2025). *Empowering Karo local wisdom through community-based tourism: A cultural sustainability approach*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3), 34590–34598.

- Filimonau, V., & De Coteau, D. (2020). Food waste management in hospitality operations: A critical review. *Tourism Management*, 71, 234–245.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.009>
- García de Leaniz, P. M., Herrero, Á., & Gómez, M. (2021). Customer responses to environmentally certified hotels: The moderating role of environmental consciousness. *Tourism Management*, 85, 104293.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104293>
- Ginting, A. R. M., Haibah, H. D., & Pratama, A. R. (2025). *Internalizing local wisdom in tourism management: A strategy for sustainable tourism in Pangandaran, Indonesia*. *Journal of Tourism Sustainability*, 5(3), 45–52.
- Han, H., Yu, J., & Kim, W. (2021). Cultural values, service quality, and customer loyalty in the hospitality industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 849–867.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1800710>
- Han, H., Yu, J., & Kim, W. (2021). Environmental corporate social responsibility and customer loyalty in the hotel industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 849–867.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1800710>
- Han, H., Yu, J., Chua, B. L., Lee, S., & Kim, W. (2020). Impact of core-product and service-quality attributes on customer satisfaction and loyalty in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 102434.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102434>
- Husen, E. F. (2025). *Sustainable tourism development through local wisdom in community-based tourism: Evidence from Pentingsari Village*. *International Tourism Journal*, 142,
- Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2021). Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1745–1761.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2020-0865>
- Kim, M., Lee, C. K., & Fairhurst, A. (2022). The impact of sustainability practices on service quality and customer trust in the hotel industry. *Tourism Management*, 88, 104404.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104404>
- Pahriah, D., Pangga, D., Ahzan, S., Jamaludin, J., & Suriatno, A. (2025). *The role of local wisdom in the development of tourism villages in West Nusa Tenggara: A systematic literature review*. *Indonesian Journal of Educational Inquiry*, 2(1), 11–22.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2023). Understanding community support for sustainable tourism development: The role of local culture and social exchange. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 372–391.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2000012>
- Rather, R. A. (2020). Customer experience and engagement in hospitality: The role of service quality and value co-creation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 544–556.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.010>
- Rather, R. A., & Sharma, J. (2021). Customer engagement and loyalty in hospitality: The mediating role of service quality. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(3), 267–294.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1818535>
- Santos, J. A. C., Méxas, M. P., & Meiriño, M. J. (2023). Sustainability practices and customer satisfaction in the hotel industry. *Sustainability*, 15(4), 3126.
<https://doi.org/10.3390/su15043126>
- Santos, J. A. C., Ramos, P., & Rey-Maqueieira, J. (2023). Service quality and sustainable performance in hotels: Evidence from tourist perceptions. *Sustainability*, 15(6), 5124.
<https://doi.org/10.3390/su15065124>
- Su, L., & Swanson, S. R. (2020). The effect of destination cultural identity on tourist satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 59(6), 1004–1019.
<https://doi.org/10.1177/0047287519878323>
- Utami, W. N., Nugroho, S., & Hidayat, N. (2022). Local wisdom-based hospitality services and customer loyalty in Indonesian hotels. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(5), 643–660.
<https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1967234>
- Wirawan, P. E. (2025). *Pariwisata berbasis kearifan lokal di Desa Wisata Ubud: Antara komersialisasi dan pelestarian budaya*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 30(2), 249–262.
- Zhang, T., Li, X., & Liu, C. (2021). Global service standards versus local adaptation: Evidence from international hotel chains. *International*

*Journal of Contemporary Hospitality
Management*, 33(7), 2321–2340.
[https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-
1185](https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1185)