JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Transformasi Digital dan Inovasi Layanan Dalam Meningkatkan Kinerja *Industri Hospitality* : *Systematic Literature Review*

R Mochamad Daud Rizky F[1]*, Sri Astuti Pratminingsih[2]
[1,2] Universitas Widyatama, Indonesia
* E-mail: daud.rizky@widyatama.ac.id

Information Article

History Article
Submission: 17-10-2026
Revision: 09-11-2026
Published: 12-11-2026

DOI Article:
10.62421/jibema.v4i2.920

A B S T R A K

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap industri *hospitality*. Persaingan bisnis perhotelan tidak lagi hanya ditentukan oleh fasilitas dan harga, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pengalaman pelanggan, mengembangkan inovasi layanan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran transformasi digital dan inovasi layanan dalam meningkatkan kinerja industri *hospitality* melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Kajian menggunakan teori *Resource-Based View* (RBV), *Dynamic Capabilities Theory*, dan *Service-Dominant Logic* sebagai landasan konseptual. Literatur yang dikaji mencakup penelitian mengenai transformasi digital, inovasi layanan, pengalaman pelanggan, keunggulan bersaing, dan kinerja organisasi *hospitality*. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pelayanan, dan hubungan dengan pelanggan. Namun, keberhasilan penerapannya bergantung pada kemampuan organisasi mengintegrasikan teknologi, sumber daya manusia, dan strategi bisnis. Inovasi layanan berperan penting dalam mengubah pemanfaatan teknologi menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Kebaruan kajian ini terletak pada integrasi transformasi digital, kapabilitas dinamis, dan inovasi layanan sebagai faktor yang mendukung keunggulan bersaing dan kinerja berkelanjutan industri *hospitality*. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen *hospitality* serta rekomendasi praktis bagi pengelola hotel dan organisasi jasa.

Kata Kunci: *Hospitality* Management, Transformasi Digital, Inovasi Layanan, Kapabilitas Dinamis, Kinerja Organisasi

A B S T R A C T

The development of digital technology has brought significant changes to the hospitality industry. Competition in the hotel business is no longer determined solely by facilities and pricing but also by an organization's ability to deliver superior customer experiences, develop service innovations, and improve operational efficiency. This study aims to analyze the role of digital transformation and service innovation in improving hospitality industry performance through a Systematic Literature Review (SLR) approach. The study adopts the Resource-Based View (RBV), Dynamic Capabilities Theory, and Service-Dominant Logic as its conceptual foundations. The literature reviewed covers studies on digital transformation, service innovation,

Acknowledgment

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

customer experience, competitive advantage, and organizational performance in the hospitality industry. The findings indicate that digital transformation can improve operational efficiency, service quality, and customer relationships. However, its successful implementation depends on an organization's ability to integrate technology, human resources, and business strategies effectively. Service innovation plays a crucial role in transforming technological utilization into added value for customers. The novelty of this study lies in integrating digital transformation, dynamic capabilities, and service innovation as key factors supporting competitive advantage and sustainable performance in the hospitality industry. This study is expected to contribute theoretically to the development of hospitality management and provide practical recommendations for hotel managers and service organizations.

Key word: *Hospitality Management, Digital Transformation, Service Innovation, Dynamic Capabilities, Organizational Performance*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Industri *hospitality* merupakan salah satu sektor jasa yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pariwisata, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan bisnis berbasis pengalaman pelanggan. Industri ini mencakup berbagai bidang usaha, seperti perhotelan, restoran, resort, penyedia akomodasi, dan layanan pendukung pariwisata lainnya. Perkembangan industri *hospitality* tidak hanya ditentukan oleh kualitas fasilitas fisik, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan *hospitality* dituntut untuk terus mengembangkan strategi dan inovasi agar mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Perubahan lingkungan bisnis yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam industri *hospitality*. Digitalisasi mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, mengelola operasional, memasarkan produk, serta menyampaikan layanan. Teknologi seperti *artificial intelligence* (AI), *big data analytics*, cloud computing, *Internet of Things* (IoT), aplikasi *mobile*, dan sistem reservasi digital semakin banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan. Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi yang dipicu oleh penggunaan teknologi digital dan berdampak terhadap penciptaan nilai, struktur organisasi, serta model bisnis. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup perubahan strategi, proses bisnis, budaya organisasi, dan kompetensi sumber daya manusia.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Dalam industri *hospitality*, transformasi digital dapat terlihat melalui penggunaan sistem pemesanan kamar secara daring, layanan *check-in* dan *check-out digital*, pembayaran elektronik, chatbot untuk komunikasi pelanggan, sistem manajemen hotel terintegrasi, serta pemanfaatan data pelanggan untuk memberikan layanan yang lebih personal. Penerapan teknologi tersebut memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan konsumen secara lebih akurat dan memberikan respons yang lebih cepat. Selain itu, teknologi digital dapat membantu perusahaan mengurangi biaya operasional, meningkatkan produktivitas karyawan, mempercepat proses pelayanan, dan memperkuat efektivitas pengambilan keputusan manajerial.

Meskipun demikian, penerapan teknologi digital tidak secara otomatis menghasilkan peningkatan kinerja perusahaan. Keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan organisasi, kualitas sumber daya manusia, kemampuan kepemimpinan, dukungan infrastruktur, serta kemampuan perusahaan mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis. Sebagian perusahaan *hospitality* masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan investasi teknologi, rendahnya literasi digital karyawan, kesulitan mengintegrasikan sistem, keamanan data pelanggan, dan resistensi terhadap perubahan organisasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital harus dipahami sebagai proses strategis yang membutuhkan perencanaan dan pengelolaan secara berkelanjutan.

Selain transformasi digital, inovasi layanan menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan bersaing pada industri *hospitality*. Karakteristik industri jasa yang tidak berwujud, melibatkan interaksi langsung antara penyedia layanan dan pelanggan, serta sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen menyebabkan inovasi layanan memiliki peranan yang signifikan. Inovasi layanan dapat diwujudkan melalui pengembangan prosedur pelayanan, penciptaan pengalaman pelanggan yang berbeda, penggunaan teknologi dalam interaksi layanan, personalisasi pelayanan, serta pengembangan produk dan fasilitas baru. Vargo dan Lusch (2004) melalui perspektif *Service-Dominant Logic* menekankan bahwa nilai tidak hanya dihasilkan oleh perusahaan, tetapi juga terbentuk melalui interaksi dan kolaborasi antara perusahaan dengan pelanggan.

Dalam konteks *hospitality*, pelanggan tidak hanya membeli produk atau menggunakan fasilitas hotel, tetapi juga memperoleh pengalaman secara menyeluruh sejak proses pencarian informasi, pemesanan, kedatangan, penggunaan fasilitas, hingga setelah menerima layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan inovasi yang mampu meningkatkan kenyamanan, kemudahan, kecepatan, dan kepuasan pelanggan. Pine dan Gilmore (1998) menjelaskan bahwa pengalaman merupakan elemen penting dalam penciptaan nilai ekonomi. Perspektif tersebut relevan dengan industri *hospitality* karena pengalaman pelanggan dapat menjadi pembeda utama antara satu penyedia layanan dengan penyedia layanan lainnya.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Hubungan antara transformasi digital dan inovasi layanan juga dapat dijelaskan melalui *Resource-Based View* (RBV) yang dikembangkan oleh Barney (1991). Perspektif ini menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat dibangun melalui pengelolaan sumber daya dan kapabilitas perusahaan yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Dalam industri *hospitality*, teknologi digital, pengetahuan pelanggan, kompetensi karyawan, kualitas pelayanan, serta kemampuan mengelola informasi dapat menjadi sumber daya strategis. Namun, sumber daya tersebut perlu dikelola dan dikombinasikan secara efektif agar dapat menghasilkan inovasi dan kinerja organisasi yang berkelanjutan.

Selanjutnya, *Dynamic Capabilities Theory* yang dikembangkan oleh Teece, Pisano, dan Shuen (1997) memberikan penjelasan mengenai kemampuan organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Teori ini menekankan pentingnya kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, memanfaatkan peluang, serta melakukan transformasi terhadap sumber daya dan proses organisasi. Dalam industri *hospitality* yang sangat dinamis, kemampuan tersebut diperlukan agar perusahaan dapat menyesuaikan strategi pelayanan dengan perubahan preferensi pelanggan, perkembangan teknologi, dan intensitas persaingan. Dengan demikian, transformasi digital akan memberikan manfaat yang lebih besar apabila didukung oleh kapabilitas dinamis dan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan inovasi layanan.

Persaingan dalam industri *hospitality* semakin menuntut perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga pada penciptaan nilai dan pengalaman pelanggan. Pelanggan saat ini memiliki akses yang luas terhadap informasi, ulasan daring, perbandingan harga, dan berbagai alternatif penyedia layanan. Perubahan perilaku tersebut meningkatkan tuntutan terhadap kecepatan pelayanan, transparansi informasi, kemudahan transaksi, dan personalisasi pengalaman. Perusahaan yang tidak mampu mengikuti perkembangan tersebut berisiko kehilangan pelanggan dan mengalami penurunan daya saing. Sebaliknya, perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dengan inovasi layanan berpeluang membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi, memperkuat posisi pasar, dan meningkatkan kinerja bisnis.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas transformasi digital dalam konteks organisasi dan industri jasa. Vial (2019) menguraikan bagaimana transformasi digital memengaruhi perubahan organisasi dan penciptaan nilai. Sementara itu, penelitian mengenai kapabilitas dinamis menjelaskan pentingnya kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan dan mengembangkan sumber daya untuk menghadapi perubahan lingkungan (Teece et al., 1997; Teece, 2007). Dalam konteks *hospitality*, kajian mengenai teknologi digital dan inovasi layanan juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dapat mendukung pengembangan proses pelayanan dan peningkatan pengalaman pelanggan. Namun, hasil

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

dan fokus penelitian masih tersebar dalam berbagai tema, seperti adopsi teknologi, digitalisasi operasional, inovasi layanan, pengalaman pelanggan, dan kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu pendekatan penelitian yang dilakukan melalui proses pencarian, pemilihan, evaluasi, dan analisis literatur secara sistematis. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai perkembangan penelitian transformasi digital dan inovasi layanan dalam industri *hospitality*. Tranfield, Denyer, dan Smart (2003) menjelaskan bahwa systematic review dapat digunakan dalam penelitian manajemen untuk mengembangkan pengetahuan berdasarkan hasil penelitian terdahulu. Sementara itu, Snyder (2019) menyatakan bahwa kajian literatur dapat menjadi metode penelitian apabila dilakukan melalui prosedur yang sistematis dan transparan.

Penelusuran literatur dirancang menggunakan basis data Scopus, Web of Science, ScienceDirect, dan *Emerald Insight*. Kata kunci yang digunakan meliputi *hospitality management*, *digital transformation*, *service innovation*, *dynamic capabilities*, *customer experience*, dan *organizational performance*. Literatur yang menjadi fokus kajian adalah artikel jurnal internasional yang relevan dengan topik penelitian, terutama publikasi tahun 2010–2026. Artikel teori klasik tetap digunakan sebagai landasan konseptual. Kriteria inklusi mencakup artikel ilmiah yang membahas transformasi digital, inovasi layanan, pengalaman pelanggan, atau kinerja organisasi *hospitality*. Sementara itu, artikel yang tidak relevan dengan fokus penelitian dan publikasi nonilmiah dikeluarkan dari kajian.

Proses seleksi dirancang mengikuti pedoman PRISMA 2020 yang dikembangkan oleh Page et al. (2021), meliputi identifikasi artikel, penghapusan duplikasi, penyaringan judul dan abstrak, pemeriksaan teks lengkap, serta penentuan artikel yang memenuhi kriteria. Data literatur dianalisis menggunakan pendekatan sintesis tematik. Hasil penelitian terdahulu dikelompokkan berdasarkan tema transformasi digital, inovasi layanan, kapabilitas dinamis, pengalaman pelanggan, dan kinerja *hospitality*. Selanjutnya, hasil kajian dibandingkan untuk menemukan pola hubungan, kesenjangan penelitian, dan peluang pengembangan teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian literatur mengenai transformasi digital, inovasi layanan, dan kinerja industri *hospitality*, ditemukan beberapa tema utama yang memiliki keterkaitan dalam menjelaskan pengembangan daya saing perusahaan. Hasil sintesis literatur disajikan pada Tabel 1.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Tabel 1. Sintesis Literatur Transformasi Digital dan Inovasi Layanan dalam Industri *Hospitality*

No.	Peneliti	Fokus Kajian	Hasil atau Temuan Utama	Relevansi terhadap *Hospitality*
1	Barney (1991)	*Resource-Based View*	Sumber daya strategis yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan dapat menciptakan keunggulan bersaing.	Teknologi, kompetensi karyawan, dan pengetahuan pelanggan merupakan sumber daya strategis perusahaan *hospitality*.
2	Teece et al. (1997)	Dynamic Capabilities	Kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan dan mengembangkan sumber daya diperlukan untuk menghadapi perubahan lingkungan.	Perusahaan *hospitality* perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan pelanggan.
3	Pine dan Gilmore (1998)	Experience Economy	Pengalaman pelanggan merupakan elemen penting dalam penciptaan nilai ekonomi.	Kualitas pengalaman pelanggan menjadi pembeda dalam persaingan hotel, restoran, dan resort.
4	Vargo dan Lusch (2004)	*Service-Dominant Logic*	Nilai layanan terbentuk melalui interaksi dan kolaborasi antara perusahaan dan pelanggan.	Pelanggan perlu dilibatkan dalam penciptaan pengalaman dan peningkatan kualitas layanan.
5	Teece (2007)	Dynamic Capabilities	Organisasi perlu memiliki kemampuan sensing, seizing, dan transforming untuk mempertahankan daya saing.	Perusahaan *hospitality* perlu mengenali tren pelanggan, memanfaatkan peluang teknologi, dan memperbarui proses pelayanan.
6	Vial (2019)	Transformasi Digital	Teknologi digital mendorong perubahan organisasi, proses bisnis, dan penciptaan nilai.	Digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan *hospitality*.
7	Snyder (2019)	Metodologi Literature Review	Kajian literatur perlu dilakukan secara sistematis untuk menghasilkan sintesis pengetahuan yang terstruktur.	Menjadi dasar metodologis dalam mengkaji perkembangan penelitian *hospitality*.
8	Ziyae et al. (2022)	Inovasi Layanan Hotel	Kapabilitas dinamis berkaitan dengan kemampuan perusahaan mengembangkan inovasi layanan.	Kemampuan adaptasi organisasi mendukung pengembangan layanan hotel yang inovatif.

Sumber: Diolah dari literatur yang dikaji.

Hasil sintesis tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dan inovasi layanan memiliki keterkaitan dalam mendukung peningkatan kinerja industri *hospitality*. Teknologi digital berperan sebagai sumber daya dan sarana pengembangan proses bisnis, sedangkan kapabilitas organisasi menentukan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan teknologi tersebut untuk menciptakan inovasi.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Transformasi Digital dalam Industri *Hospitality*

Transformasi digital merupakan salah satu faktor penting dalam perubahan model bisnis industri *hospitality*. Pemanfaatan teknologi seperti *artificial intelligence*, *big data analytics*, aplikasi *mobile*, *sistem reservasi daring*, dan *Internet of Things* memungkinkan perusahaan mengembangkan proses pelayanan yang lebih cepat, efektif, dan terintegrasi. Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan organisasi dalam menciptakan nilai. Dalam industri *hospitality*, perubahan tersebut terlihat dari pergeseran pelayanan konvensional menuju pelayanan berbasis digital. Contohnya adalah penggunaan sistem pemesanan daring, digital check-in, pembayaran elektronik, serta layanan pelanggan berbasis chatbot.

Tabel 2. Bentuk Transformasi Digital dalam Industri *Hospitality*

Teknologi Digital	Bentuk Penerapan	Manfaat bagi Perusahaan	Dampak terhadap Pelanggan
Artificial intelligence	Chatbot dan rekomendasi layanan	Mempercepat respons pelayanan	Mendapatkan informasi secara cepat
Big data analytics	Analisis perilaku dan preferensi pelanggan	Mendukung pengambilan keputusan	Layanan lebih personal
***Mobile* Application**	Reservasi dan pemesanan layanan	Mempermudah proses operasional	Kemudahan akses layanan
Internet of Things	Smart room dan pengaturan fasilitas otomatis	Meningkatkan efisiensi fasilitas	Kenyamanan dan pengalaman lebih baik
Cloud Computing	Sistem manajemen hotel terintegrasi	Mempermudah pengelolaan data	Proses pelayanan lebih terkoordinasi
Digital Payment	Pembayaran elektronik	Mempercepat transaksi	Transaksi lebih praktis

Sumber: Sintesis konseptual berdasarkan Vial (2019) dan literatur transformasi digital.

Tabel 2 memperlihatkan bahwa teknologi digital memiliki manfaat pada dua sisi, yaitu internal perusahaan dan pengalaman pelanggan. Pada sisi internal, teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi, mengurangi kesalahan operasional, serta mempercepat pengambilan keputusan. Pada sisi pelanggan, teknologi memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam memperoleh layanan. Namun, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi. Perusahaan juga harus memperhatikan kesiapan sumber daya manusia, budaya organisasi, keamanan informasi, dan integrasi sistem. Oleh karena itu, transformasi digital perlu ditempatkan sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang.

Inovasi Layanan sebagai Penciptaan Nilai

Inovasi layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan atau memperbaiki layanan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dalam industri *hospitality*, inovasi tidak selalu berupa penciptaan produk baru, tetapi juga dapat berupa perubahan proses pelayanan, pengem-

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

bangan fasilitas, personalisasi layanan, dan peningkatan interaksi dengan pelanggan. Berdasarkan perspektif *Service-Dominant Logic*, Vargo dan Lusch (2004) menjelaskan bahwa nilai terbentuk melalui interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan. Artinya, pelanggan bukan hanya penerima layanan, tetapi juga bagian dari proses penciptaan nilai.

Tabel 3. Dimensi Inovasi Layanan dalam Industri *Hospitality*

Dimensi Inovasi	Contoh Implementasi	Nilai yang Dihasilkan
Inovasi proses	Digital check-in dan check-out	Efisiensi dan kecepatan pelayanan
Inovasi produk layanan	Paket pengalaman wisata dan wellness	Diferensiasi layanan
Inovasi teknologi	Smart room dan layanan berbasis aplikasi	Kemudahan dan kenyamanan
Inovasi interaksi	Personalisasi komunikasi pelanggan	Hubungan pelanggan yang lebih baik
Inovasi pengalaman	Konsep layanan tematik dan pengalaman lokal	Pengalaman pelanggan yang berkesan

Sumber: Sintesis konseptual berdasarkan Vargo dan Lusch (2004) serta Pine dan Gilmore (1998).

Inovasi layanan memiliki peran penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan pengalaman berbeda berpotensi memiliki posisi yang lebih kuat dibandingkan pesaing. Dengan demikian, inovasi layanan harus menjadi bagian dari strategi pengembangan bisnis *hospitality*, bukan hanya kegiatan operasional.

Peran *Resource-Based View* dan Dynamic Capabilities

Resource-Based View (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing perusahaan berasal dari kemampuan mengelola sumber daya strategis. Barney (1991) menekankan bahwa sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan dapat menjadi dasar keunggulan bersaing berkelanjutan. Dalam industri *hospitality*, sumber daya tersebut dapat berupa teknologi, kompetensi karyawan, reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, data pelanggan, serta jaringan kemitraan. Akan tetapi, kepemilikan sumber daya saja belum cukup. Perusahaan juga harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan dan mengembangkan sumber daya tersebut.

Dynamic Capabilities Theory dari Teece et al. (1997) menjelaskan pentingnya kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang sumber daya untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Tabel 4. Integrasi *Resource-Based View* dan Dynamic Capabilities dalam *Hospitality*

Perspektif Teori	Fokus Utama	Penerapan dalam *Hospitality*	Kontribusi Strategis
Resource-Based View	Kepemilikan dan pengelolaan sumber daya strategis	Teknologi, kompetensi karyawan, reputasi, dan data pelanggan	Membangun keunggulan bersaing

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Perspektif Teori	Fokus Utama	Penerapan dalam *Hospitality*	Kontribusi Strategis
Dynamic Capabilities	Kemampuan beradaptasi dan mengembangkan sumber daya	Mengidentifikasi tren, mengadopsi teknologi, dan memperbarui layanan	Meningkatkan kemampuan adaptasi organisasi
Service-Dominant Logic	Penciptaan nilai melalui interaksi layanan	Kolaborasi perusahaan dan pelanggan dalam proses pelayanan	Meningkatkan nilai dan pengalaman pelanggan

Sumber: Barney (1991), Teece et al. (1997), Teece (2007), serta Vargo dan Lusch (2004).

Integrasi ketiga perspektif tersebut memberikan pemahaman bahwa keberhasilan perusahaan *hospitality* tidak hanya bergantung pada sumber daya yang dimiliki, tetapi juga pada kemampuan mengembangkan sumber daya menjadi inovasi yang menghasilkan nilai bagi pelanggan.

Pengalaman Pelanggan dan Keunggulan Bersaing

Pengalaman pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam industri *hospitality* karena karakteristik bisnis ini sangat bergantung pada kualitas interaksi dan persepsi konsumen. Pine dan Gilmore (1998) menjelaskan bahwa pengalaman dapat menjadi sumber penciptaan nilai yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya. Transformasi digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk memahami preferensi pelanggan melalui data dan interaksi digital. Informasi tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan pelayanan yang lebih personal, meningkatkan kualitas komunikasi, serta memberikan rekomendasi layanan sesuai kebutuhan konsumen.

Tabel 5. Hubungan Transformasi Digital, Inovasi Layanan, dan Pengalaman Pelanggan

Aspek	Peran Transformasi Digital	Peran Inovasi Layanan	Hasil yang Diharapkan
Kemudahan layanan	Menyediakan sistem reservasi digital	Menyederhanakan proses pelayanan	Kepuasan pelanggan
Kecepatan layanan	Menggunakan sistem otomatisasi	Memperbaiki prosedur operasional	Efisiensi waktu
Personalisasi	Mengolah data preferensi pelanggan	Menyesuaikan layanan dengan kebutuhan	Pengalaman individual
Interaksi pelanggan	Menggunakan aplikasi dan kanal digital	Mengembangkan komunikasi interaktif	Loyalitas pelanggan
Kualitas pengalaman	Mengintegrasikan sistem pelayanan	Menciptakan pengalaman yang berbeda	Keunggulan bersaing

Sumber: Sintesis konseptual dari literatur yang dikaji.

Tabel 5 menunjukkan bahwa transformasi digital dan inovasi layanan saling melengkapi. Transformasi digital menyediakan dukungan teknologi, sedangkan inovasi layanan menerjemahkan dukungan tersebut menjadi manfaat yang dirasakan pelanggan. Kombinasi keduanya dapat memperkuat pengalaman pelanggan dan membangun keunggulan bersaing perusahaan.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Transformasi Digital dan Kinerja Perusahaan *Hospitality*

Kinerja perusahaan *hospitality* dapat dilihat dari berbagai aspek, baik finansial maupun nonfinansial. Indikator finansial meliputi pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, dan efisiensi biaya. Sementara itu, indikator nonfinansial dapat mencakup kepuasan pelanggan, loyalitas, reputasi, kualitas layanan, serta produktivitas karyawan. Transformasi digital berpotensi meningkatkan kinerja melalui efisiensi operasional dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Namun, pengaruh tersebut tidak selalu bersifat langsung. Perusahaan perlu memastikan bahwa investasi teknologi benar-benar mendukung kebutuhan bisnis dan menghasilkan peningkatan kualitas layanan.

Tabel 6. Indikator Kinerja Industri *Hospitality*

Dimensi Kinerja	Indikator	Kontribusi Transformasi Digital dan Inovasi
Kinerja finansial	Pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas	Peningkatan efisiensi dan peluang penjualan
Kinerja operasional	Produktivitas dan efisiensi proses	Otomatisasi dan integrasi sistem
Kinerja pelanggan	Kepuasan dan loyalitas pelanggan	Personalisasi dan peningkatan kualitas layanan
Kinerja pasar	Reputasi dan daya saing	Diferensiasi layanan dan penguatan citra digital
Kinerja organisasi	Kemampuan adaptasi dan kompetensi karyawan	Pengembangan kapabilitas digital dan pembelajaran organisasi

Sumber: Sintesis konseptual berdasarkan literatur manajemen strategis dan hospitality.

Berdasarkan sintesis tersebut, peningkatan kinerja *hospitality* dapat dipahami sebagai hasil dari kombinasi pemanfaatan teknologi, inovasi layanan, dan kemampuan adaptasi organisasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengukur keberhasilan transformasi digital tidak hanya berdasarkan jumlah teknologi yang digunakan, tetapi juga berdasarkan dampaknya terhadap kualitas pelayanan dan pencapaian tujuan bisnis.

Sintesis Konseptual dan Agenda Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan pembahasan, penelitian ini merumuskan hubungan konseptual bahwa transformasi digital dapat memperkuat kapabilitas organisasi dalam mengembangkan inovasi layanan. Inovasi tersebut selanjutnya berpotensi meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat keunggulan bersaing, dan mendorong kinerja perusahaan *hospitality*.

Tabel 7. Sintesis Hubungan Antarvariabel

No.	Hubungan Konseptual	Penjelasan
1	Transformasi Digital → Kapabilitas Organisasi	Teknologi digital mendukung kemampuan perusahaan mengelola informasi dan proses bisnis.
2	Kapabilitas Organisasi → Inovasi Layanan	Kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya mendorong pengembangan layanan baru.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

No.	Hubungan Konseptual	Penjelasan
3	Transformasi Digital → Inovasi Layanan	Teknologi membuka peluang untuk menciptakan proses dan pengalaman layanan yang lebih baik.
4	Inovasi Layanan → Pengalaman Pelanggan	Inovasi meningkatkan kemudahan, kenyamanan, dan nilai yang dirasakan pelanggan.
5	Pengalaman Pelanggan → Keunggulan Bersaing	Pengalaman positif dapat memperkuat diferensiasi dan loyalitas pelanggan.
6	Keunggulan Bersaing → Kinerja Perusahaan	Diferensiasi dan posisi pasar yang kuat berpotensi meningkatkan kinerja bisnis.

Sumber: Sintesis peneliti berdasarkan Barney (1991), Teece et al. (1997), Vargo dan Lusch (2004), serta Vial (2019).

Secara keseluruhan, sintesis tersebut menghasilkan kerangka konseptual bahwa transformasi digital tidak seharusnya dipandang sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai instrumen strategis untuk membangun kapabilitas organisasi dan inovasi layanan. Inovasi layanan menjadi mekanisme penting yang menghubungkan pemanfaatan teknologi dengan penciptaan nilai pelanggan dan peningkatan kinerja perusahaan. Dari sisi manajerial, perusahaan *hospitality* perlu mengembangkan strategi transformasi digital yang disesuaikan dengan karakteristik pelanggan dan kemampuan organisasi. Investasi teknologi perlu diikuti dengan pelatihan karyawan, penguatan keamanan data, pembaruan prosedur pelayanan, serta evaluasi kinerja secara berkala. Dari sisi akademik, penelitian selanjutnya dapat menguji secara empiris hubungan antara transformasi digital, kapabilitas dinamis, inovasi layanan, pengalaman pelanggan, keunggulan bersaing, dan kinerja perusahaan. Pengujian dapat dilakukan pada berbagai jenis usaha *hospitality*, seperti hotel berbintang, hotel independen, restoran, resort, dan penyedia akomodasi berbasis digital.

Dengan demikian, hasil kajian ini memperkuat pemahaman bahwa integrasi teknologi digital, kapabilitas organisasi, dan inovasi layanan merupakan elemen penting dalam membangun daya saing industri *hospitality* yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur, transformasi digital dan inovasi layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja industri *hospitality*. Teknologi digital membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pelayanan, mengelola informasi pelanggan, dan mengembangkan strategi pemasaran. Namun, penerapan teknologi perlu didukung oleh kemampuan organisasi, kompetensi sumber daya manusia, dan strategi inovasi yang tepat. *Resource-Based View* menjelaskan pentingnya sumber daya strategis sebagai dasar keunggulan bersaing, sedangkan *Dynamic Capabilities Theory* menjelaskan kemampuan organisasi dalam menyesuaikan dan mengembangkan sumber daya

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

menghadapi perubahan. *Service-Dominant Logic* memperkuat pemahaman bahwa nilai layanan terbentuk melalui interaksi antara perusahaan dan pelanggan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi transformasi digital, kapabilitas dinamis, dan inovasi layanan dalam menjelaskan peningkatan kinerja *hospitality*. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan *hospitality* perlu mengembangkan strategi digital yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga pada kualitas pengalaman pelanggan, keunggulan bersaing, dan keberlanjutan bisnis. Penelitian selanjutnya dapat menguji kerangka konseptual ini melalui penelitian empiris pada hotel, restoran, resort, maupun organisasi *hospitality* lainnya untuk mengetahui pengaruh transformasi digital dan inovasi layanan terhadap kinerja organisasi secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Gessa, A., Jiménez-Jiménez, A., & Nemer, R. (2026). Leveraging digital technology to improve hotel performance: A *Systematic Literature Review*. *Information Technology & Tourism, 28*, Article 62. https://doi.org/10.1007/s40558-026-00399-7

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ, 372*, Article n71. https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Peng, X., Zhu, J., Lee, S., Zhou, D., Song, W., & Ying, T. (2024). Digital transformation in the *hospitality* industry: A bibliometric review from 2000 to 2023. *International Journal of Hospitality Management, 120*, Article 103761. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103761

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review, 76*(4), 97–105.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research, 104*, 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal, 28*(13), 1319–1350. https://doi.org/10.1002/smj.640

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal, 18*(7), 509–533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 4850-4862

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management, 14*(3), 207–222. https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing, 68*(1), 1–17. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems, 28*(2), 118–144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

Ziyae, B., Sadeghi, H., & Golmohammadi, M. (2022). Service innovation in the hotel industry: The dynamic capabilities view. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 16*(4), 582–602. https://doi.org/10.1108/JEC-12-2020-0205

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License