

SINERGI HIGH-TECH DAN HIGH-TOUCH: MENGOPTIMALKAN EFISIENSI DAN LOYALITAS TAMU MELALUI INOVASI IN-ROOM DINING DI HOTEL PADMA SEMARANG

Agi Rafli Nurmeidy¹, Tuwuh Adhistyo Wijoyo²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
agi.22510016@student.stiepari.ac.id¹, adhistyo@stiepari.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi transformasi layanan *In-Room Dining* (IRD) di Hotel Padma Semarang dalam upaya meningkatkan pengalaman tamu dan loyalitas pelanggan di segmen hotel bintang lima. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini membedah sinergi antara aspek pelayanan manusiawi (*high-touch*) dan efisiensi teknologi (*high-tech*) sebagai pilar utama keberhasilan operasional. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi untuk menangkap dinamika pelayanan secara holistik. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan sistem pemesanan digital berbasis *QR Code* yang terintegrasi dengan *Kitchen Display System* (KDS) terbukti efektif mereduksi kesalahan pesanan sebesar 15% dan mempercepat waktu pengiriman hingga 10 menit. Selain itu, strategi personalisasi "*Surprise and Delight*" serta standarisasi manajemen suhu makanan melalui infrastruktur *hot box* menjadi faktor determinan dalam memenuhi ekspektasi tamu mewah. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keberhasilan layanan IRD tidak hanya bergantung pada kualitas produk kuliner, tetapi pada kemampuan manajemen mengorkestrasi teknologi untuk mendukung staf dalam menciptakan interaksi interpersonal yang lebih berkualitas. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi industri perhotelan mengenai pentingnya keseimbangan antara inovasi digital dan sentuhan layanan personal untuk mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: *In-Room Dining*, Pengalaman Tamu, Hotel Bintang Lima, Efisiensi Teknologi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the transformation strategy of In-Room Dining (IRD) services at Padma Hotel Semarang in an effort to enhance guest experience and customer loyalty within the five-star hotel segment. Utilizing a descriptive qualitative approach, this study dissects the synergy between human-centric service (high-touch) and technological efficiency (high-tech) as the primary pillars of operational success. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies to capture service dynamics holistically. The research findings reveal that the implementation of a QR Code-based digital ordering system integrated with a Kitchen Display System (KDS) effectively reduced order errors by 15% and accelerated delivery time by up to 10 minutes. Furthermore, the "Surprise and Delight"

personalization strategy and standardized food temperature management via hot box infrastructure emerged as determinant factors in meeting the expectations of luxury guests. The study concludes that the success of IRD services depends not only on the quality of culinary products but also on management's ability to orchestrate technology in supporting staff to create higher-quality interpersonal interactions. This research provides practical implications for the hospitality industry regarding the importance of balancing digital innovation with personal service touches to maintain competitiveness in a highly demanding market.

Keywords: *In-Room Dining, Guest Experience, Five-Star Hotel, Technological Efficiency, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Lansekap industri perhotelan mewah saat ini telah bergeser dari sekadar penyediaan fasilitas fisik yang megah menuju pada penciptaan nilai melalui pengalaman emosional yang personal. Hotel Padma Semarang, sebagai representasi akomodasi bintang lima kontemporer di Jawa Tengah, menghadapi tantangan untuk mempertahankan standar layanan yang tidak hanya memenuhi ekspektasi, tetapi juga melampauinya (*exceeding expectations*). Di tengah dinamika ini, layanan In-Room Dining (IRD) muncul sebagai indikator krusial kualitas layanan hotel (Jang, 2019). IRD bukan lagi sekadar fungsi pendukung untuk memenuhi rasa lapar tamu, melainkan sebuah panggung di mana hotel harus mampu menduplikasi kenyamanan rumah dengan kemewahan restoran fine dining di dalam ruang privat tamu (Abrudan, 2020).

Pengalaman tamu (*guest experience*) dalam industri perhotelan mewah merupakan konstruksi psikologis yang terbentuk dari akumulasi interaksi antara tamu dengan penyedia layanan (Armita & Suharto, 2024). Dalam konteks In-Room Dining, pengalaman ini bersifat sangat privat dan krusial karena terjadi di dalam ruang personal tamu, di mana ekspektasi terhadap kenyamanan dan eksklusivitas berada pada titik tertinggi (Baek et al., 2020). Hotel bintang lima seperti Padma Semarang dituntut untuk tidak hanya sekadar mengantar makanan, tetapi mampu menghadirkan atmosfer restoran mewah ke dalam kamar, yang mencakup aspek estetika, aroma, dan kualitas layanan yang setara dengan layanan di gerai makan utama. Lebih lanjut, pengalaman tamu yang berkesan dalam layanan IRD sering kali ditentukan oleh detail-detail kecil yang melampaui standar fungsional (Setiawan & Sukmana, 2023). Hal ini melibatkan pemenuhan kebutuhan emosional melalui pelayanan yang hangat dan responsif. Ketika seorang waiter mampu menyajikan hidangan dengan tata krama yang sempurna serta memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan masakan secara antusias, tamu akan merasakan nilai tambah yang signifikan (Lafifa & Sandy, 2023). Pengalaman positif ini secara langsung akan membentuk persepsi nilai (*perceived value*) yang kuat, yang pada akhirnya menjadi fondasi bagi terciptanya loyalitas pelanggan jangka panjang.

Namun, realitas operasional seringkali menunjukkan adanya kesenjangan antara janji kemewahan dan eksekusi di lapangan. Masalah-masalah klasik seperti penurunan suhu makanan selama proses distribusi, inkonsistensi rasa, hingga keterlambatan waktu pengantaran sering kali menjadi titik lemah yang mencederai reputasi hotel bintang lima (Jang & Moutinho, 2019). Di Hotel Padma Semarang, tuntutan terhadap presisi layanan IRD menjadi lebih tinggi mengingat profil tamu yang didominasi oleh kalangan pebisnis dan pelancong kelas atas yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap efisiensi waktu dan estetika penyajian. Kegagalan kecil dalam alur IRD dapat berdampak domino pada persepsi keseluruhan tamu terhadap merek "Padma" secara global.

Strategi peningkatan kepuasan pelanggan di hotel bintang lima berpusat pada kemampuan manajemen untuk memperkecil celah (gap) antara harapan tamu dan kenyataan layanan yang diterima (Alrawadieh, 2019). Salah satu strategi fundamental adalah penerapan personalisasi layanan (Adhistyo et al., 2021), di mana hotel menggunakan basis data profil tamu untuk mengantisipasi preferensi kuliner atau kebutuhan diet khusus sebelum tamu memintanya (Erdem, 2019). Dengan mengintegrasikan kerangka kerja Service Quality (ServQual), pihak manajemen dapat secara konsisten mengevaluasi dimensi keandalan (reliability) dan daya tanggap (responsiveness) staf IRD dalam menangani setiap permintaan pelanggan (Gumano & Octafian, 2023). Selain personalisasi, strategi kepuasan pelanggan juga melibatkan manajemen pemulihan layanan (service recovery) yang proaktif (Cheng, 2019). Mengingat layanan IRD rentan terhadap kendala logistik, kecepatan dalam merespons komplain misalnya penggantian hidangan yang tidak sesuai suhu dengan segera menjadi penentu apakah tamu akan tetap merasa puas atau tidak. Strategi yang efektif tidak hanya berfokus pada produk makanan itu sendiri, tetapi juga pada kemudahan proses pemesanan hingga penarikan alat makan (tray clearance) yang cepat, sehingga privasi dan kenyamanan ruang tamu tetap terjaga dengan maksimal (Randynata & Wijoyo, 2024).

Strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam konteks IRD memerlukan pendekatan multidimensi yang melampaui standar operasional prosedur (SOP) konvensional (Ekawati, 2018). Keberhasilan layanan ini sangat dipengaruhi oleh sinergi antara aspek psikologis tamu dan aspek teknis operasional (Anggraini & Utami, 2022). Faktor-faktor seperti keramahan staf dalam menyapa, kemampuan mengantisipasi kebutuhan tamu melalui data preferensi, hingga kemampuan teknis dalam menjaga integritas hidangan menjadi penentu apakah layanan IRD akan dianggap sebagai nilai tambah atau justru beban biaya bagi tamu (Adilla, 2017). Tanpa strategi yang tajam dalam memetakan kebutuhan tamu, layanan IRD hanya akan terjebak pada fungsi logistik makanan yang kaku dan minim impresi (Abdullah, 2022).

Seiring dengan akselerasi transformasi digital, peran teknologi menjadi variabel yang tidak dapat diabaikan dalam ekosistem IRD modern (Azis et al., 2018).

Implementasi sistem pemesanan berbasis aplikasi atau QR Code yang terintegrasi di Hotel Padma Semarang bukan sekadar upaya mengikuti tren, melainkan solusi teknis untuk mengeliminasi hambatan komunikasi (communication breakdown). Teknologi berperan sebagai jembatan yang mempercepat aliran informasi dari kamar ke dapur, meminimalisir kesalahan manusia, dan memungkinkan pengumpulan data perilaku tamu yang berharga (Deeb, 2020). Efisiensi yang dihasilkan oleh teknologi memberikan ruang bagi staf operasional untuk lebih fokus pada interaksi interpersonal yang berkualitas daripada terjebak dalam tugas-tugas administratif yang repetitive (Alfarizy et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat relevan untuk membedah bagaimana Hotel Padma Semarang mengorkestrasi seluruh sumber dayanya dalam mengoptimalkan layanan IRD. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bermaksud menggali lebih dalam mengenai dinamika operasional yang terjadi, mengevaluasi efektivitas strategi yang telah diterapkan, serta memetakan peluang inovasi berbasis teknologi. Dengan pemahaman yang tajam mengenai faktor-faktor keberhasilan dan hambatan yang ada, hotel dapat merumuskan cetak biru layanan IRD yang tidak hanya efisien secara bisnis, tetapi juga mampu menciptakan momen-momen "ajaib" yang memperkuat loyalitas pelanggan di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini memfokuskan perhatian pada kompleksitas operasional dan strategis layanan In-Room Dining di Hotel Padma Semarang melalui identifikasi beberapa persoalan sentral. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk membedah bagaimana strategi spesifik yang diterapkan manajemen dalam mentransformasi layanan IRD agar mampu menjadi instrumen utama dalam meningkatkan pengalaman tamu secara personal dan eksklusif. Selanjutnya, analisis diarahkan untuk memetakan faktor-faktor determinan yang menjadi pilar keberhasilan layanan di standar bintang lima, sekaligus mengevaluasi sejauh mana integrasi teknologi digital mampu mengeliminasi inefisiensi operasional dan hambatan komunikasi antara tamu, staf layanan, dan bagian dapur. Akhirnya, rumusan masalah ini bermuara pada pencarian solusi atas kendala-kendala faktual yang muncul di lapangan guna merumuskan model pelayanan yang ideal demi menjaga konsistensi kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dipilih secara sengaja untuk membedah fenomena layanan *In-Room Dining* (IRD) di Hotel Padma Semarang dari sudut pandang sosiologis dan manajerial yang mendalam. Penggunaan metode kualitatif dianggap paling relevan karena variabel penelitian seperti "pengalaman tamu" dan "kualitas layanan" merupakan konstruksi abstrak yang tidak dapat direduksi hanya ke dalam angka statistik tanpa kehilangan makna kontekstualnya. Dengan memposisikan peneliti sebagai instrumen kunci (*key instrument*), studi ini berusaha menangkap esensi dari interaksi manusia di dalam ruang privat hotel, mengevaluasi

bagaimana standar kemewahan diterjemahkan dalam tindakan operasional, serta menggali dinamika dibalik layar yang menentukan keberhasilan sebuah layanan di segmen bintang lima. Fokus utama adalah pada pemahaman holistik mengenai proses, strategi, dan hambatan, yang memungkinkan hasil penelitian ini memberikan wawasan teoretis sekaligus rekomendasi praktis yang tajam bagi manajemen perhotelan.

Teknik pengumpulan data dirancang melalui metode triangulasi data yang ketat guna menjamin kredibilitas dan validitas temuan (Creswell, 2023). Tahap pertama melibatkan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan skema semi-terstruktur terhadap informan kunci, mulai dari tingkatan manajerial seperti *Food & Beverage Manager* hingga staf operasional di garda terdepan, serta testimoni langsung dari tamu sebagai pengguna layanan. Kedua, peneliti melakukan observasi partisipatif yang dilakukan secara sistematis terhadap alur kerja di *kitchen*, proses koordinasi *order taker*, hingga prosedur penyajian makanan di kamar tamu. Observasi ini bertujuan untuk memvalidasi antara standar operasional prosedur (SOP) yang tertulis dengan kenyataan perilaku layanan di lapangan. Ketiga adalah studi dokumentasi yang dilakukan dengan menganalisis data sekunder berupa laporan indeks kepuasan tamu internal dan sentimen pelanggan di platform daring seperti TripAdvisor dan Google Maps, sehingga peneliti memiliki basis data yang kaya untuk memetakan pola kepuasan pelanggan secara objektif.

Proses analisis data dilakukan secara sirkular dan interaktif mengacu pada model Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara verifikatif. Dalam tahap reduksi, peneliti menyaring informasi yang tumpang tindih untuk fokus pada pola-pola strategis terkait personalisasi dan efisiensi teknologi. Data yang telah disaring kemudian disajikan dalam bentuk naratif yang sistematis untuk menunjukkan hubungan kausalitas antara variabel strategi dan hasil kepuasan. Untuk memastikan keabsahan data (*trustworthiness*), penelitian ini menerapkan teknik *member checking*, di mana hasil wawancara dikonfirmasi kembali kepada informan untuk memastikan akurasi interpretasi peneliti. Melalui ketajaman analisis kualitatif ini, penelitian tidak hanya berhenti pada deskripsi permukaan, tetapi mampu mengungkap mekanisme internal yang menjadikan layanan IRD di Hotel Padma Semarang sebagai standar keunggulan di industri perhotelan mewah, memberikan dasar yang kuat bagi generalisasi hasil pada konteks industri yang serupa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis data yang dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan jajaran manajemen *Food & Beverage Service*, serta penelusuran ulasan tamu, ditemukan empat poin utama yang menggambarkan kondisi dan pencapaian layanan *In-Room Dining* (IRD) di Hotel Padma Semarang:

Personalisasi dan Elevasi Pengalaman Tamu

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Hotel Padma Semarang telah berhasil menggeser paradigma IRD dari sekadar layanan logistik makanan menjadi layanan pengalaman. Strategi utama yang ditemukan adalah penerapan "Surprise and Delight", di mana staf IRD secara proaktif memberikan tambahan kecil (seperti kartu ucapan tulisan tangan atau camilan tradisional Semarang) bagi tamu yang sedang merayakan momen khusus atau tamu regular, sebagaimana tertuang pada hasil wawancara:

"Di Padma, kami tidak menganggap IRD hanya sebagai pengantaran makanan. Kami punya protokol '*Small Gesture, Big Impact*'. Jika kami tahu tamu sedang berulang tahun atau sekadar terlihat lelah setelah perjalanan jauh, staf kami diinstruksikan untuk menambahkan pesan tertulis tangan atau *complimentary* jamu hangat. Respon tamu sangat luar biasa, mereka merasa bukan lagi di hotel, tapi seperti dirawat oleh keluarga sendiri." — (Informan 1: F&B Manager)

Selain itu, standarisasi presentasi menggunakan *trolley* kayu yang elegan dengan penataan alat makan standar restoran *fine dining* menjadi pembeda utama yang sering dipuji oleh tamu dalam survei kepuasan.

Strategi Optimalisasi Kepuasan Melalui "Gold Standard"

Hasil wawancara mengungkap adanya penerapan "Double Check System" sebelum hidangan meninggalkan area *dispatch*. Sistem ini memastikan bahwa pesanan telah sesuai dengan instruksi khusus tamu (misalnya: *less salt* atau *no dairy*). Data internal menunjukkan bahwa tingkat keluhan terkait ketidaksesuaian pesanan menurun secara signifikan setelah protokol ini diperketat.

"Tantangan terbesar di kamar adalah ekspektasi tamu yang ingin makanannya secantik di restoran. Jadi, kami menerapkan sistem pengecekan ganda. Sebelum *trolley* keluar, saya harus memastikan semua *garnish* terpasang dan pesanan khusus seperti '*no MSG*' benar-benar dipenuhi. Kami lebih baik terlambat satu menit untuk mengecek ulang daripada sampai di kamar dengan piring yang salah." — (Informan 2: In-Room Dining Supervisor)

Kepuasan tamu juga didorong oleh fleksibilitas menu; hotel memungkinkan tamu untuk memesan hidangan di luar menu standar (selama bahan tersedia), yang memberikan kesan bahwa hotel sangat menghargai keinginan personal setiap individu.

Faktor Penentu Keberhasilan: Infrastruktur dan SDM

Penelitian menemukan bahwa faktor krusial keberhasilan IRD di Hotel Padma Semarang terletak pada Manajemen Suhu dan Kecepatan. Hotel menggunakan alat *hot box* berteknologi tinggi yang terintegrasi pada setiap *trolley* untuk menjamin makanan sampai ke kamar pada suhu optimal (rata-rata 65°C untuk hidangan panas), seperti yang tertuang pada hasil wawancara.

"Tamu bintang lima itu sangat sensitif soal suhu. Sup buntut harus sampai dalam kondisi masih berasap, dan steak tidak boleh jadi dingin di jalan. Dengan *hot box* yang ada di *trolley* kami sekarang, integritas makanan tetap terjaga meskipun kamar tamu berada di lantai paling atas. Ini faktor krusial yang membuat tamu merasa *worth it* membayar harga premium untuk layanan IRD." — (Informan 3: Senior Waiter)

Dari sisi SDM, ditemukan bahwa program pelatihan berkelanjutan mengenai *product knowledge* dan *cross-cultural communication* membekali staf untuk dapat

berinteraksi dengan tamu mancanegara secara profesional, yang berdampak langsung pada skor tinggi dalam dimensi *Empathy* dan *Assurance* pada hasil ServQual.

Transformasi Digital dan Efisiensi Operasional

Temuan penelitian yang paling signifikan dan transformatif di Hotel Padma Semarang adalah efektivitas implementasi Sistem Pemesanan Digital melalui *QR Code Menu* yang terintegrasi secara *real-time* dengan ekosistem operasional hotel, di mana teknologi ini berhasil menciptakan sinergi antara akurasi data analitik dan percepatan layanan yang luar biasa seperti yang tertuang pada hasil wawancara.

"Dulu lewat telepon, sering ada salah dengar, apalagi kalau tamunya warga asing dengan aksen kental. Sejak pakai QR Code, pesanan mereka langsung masuk ke layar dapur (*KDS*) persis seperti yang mereka klik. Kami tidak lagi sibuk angkat telepon terus-menerus, jadi kami punya lebih banyak waktu untuk fokus pada kerapian *set-up* di kamar tamu. Kerjaan jadi lebih tenang dan presisi." — (Informan 4: Order Taker/Staf Layanan)

Berdasarkan data operasional, penggunaan sistem digital ini terbukti mampu mereduksi tingkat kesalahan input pesanan hingga 15% karena tamu memiliki kontrol penuh atas detail pesanan mereka secara langsung tanpa distorsi komunikasi melalui telepon, sekaligus secara drastis memangkas rata-rata waktu tunggu (*delivery time*) dari 35–40 menit menjadi hanya 25–30 menit berkat sinkronisasi langsung dengan *Kitchen Display System* (*KDS*). Lebih jauh lagi, teknologi ini memberikan keunggulan kompetitif bagi manajemen dalam memetakan perilaku konsumen secara presisi, seperti teridentifikasinya tren kuat pemesanan hidangan lokal (*Local Heritage Dishes*) pada jam makan malam, yang memungkinkan dapur melakukan persiapan bahan baku lebih awal (*pre-prep*) untuk menjamin kecepatan layanan tetap optimal di jam sibuk. Dengan demikian, integrasi digital di Hotel Padma Semarang tidak hanya berfungsi sebagai alat efisiensi teknis, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang memungkinkan hotel memberikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan sangat personal, yang secara kolektif meningkatkan standar kepuasan pelanggan pada level bintang lima.

Pembahasan

Transformasi Strategi: Elevasi Layanan dari Kebutuhan Fungsional menjadi Pengalaman Eksklusif

Strategi yang diterapkan oleh Hotel Padma Semarang dalam mengelola *In-Room Dining* (*IRD*) mencerminkan pemahaman mendalam bahwa di segmen hotel mewah, tamu tidak hanya membeli komoditas berupa makanan, melainkan sedang membeli waktu, privasi, dan status. Penjabaran strategi ini menunjukkan pergeseran paradigma dari sekadar layanan pengantaran makanan menjadi sebuah pertunjukan kuliner di ruang privat (*private culinary performance*). Dengan mengadopsi konsep "*Fine Dining in Room*", hotel secara sadar menduplikasi kemewahan restoran utama ke dalam kamar melalui penggunaan atribut fisik premium seperti alat makan perak, taplak meja linen berkualitas tinggi, hingga penataan piring yang artistik yang secara psikologis meningkatkan persepsi nilai (*perceived value*) di mata tamu.

Lebih jauh lagi, efektivitas strategi ini terletak pada kemampuan manajemen untuk melakukan personalisasi yang bersifat antisipatif, bukan sekadar responsif. Melalui kebijakan "*Surprise and Delight*", hotel memanfaatkan data preferensi tamu untuk menyisipkan elemen kejutan, seperti penyediaan jenis sambal favorit tamu atau pengaturan suhu ruangan yang selaras dengan waktu makan. Tindakan ini merupakan manifestasi dari strategi ekonomi pengalaman (*experience economy*), di mana hotel tidak lagi menjual produk jasa yang hambar, melainkan sebuah momen emosional. Strategi ini secara tajam membedakan Padma Semarang dari kompetitornya, karena mereka berhasil mengubah layanan yang biasanya dianggap sebagai "layanan darurat" saat lapar menjadi aktivitas yang dinanti-nanti oleh tamu sebagai bagian dari kemewahan menginap.

Secara makro, strategi ini juga berfungsi sebagai instrumen penguat identitas merek (*brand identity*) yang sangat kuat. Di era digital di mana tamu cenderung menjadi "kurator konten" di media sosial, visualisasi layanan IRD yang estetik di dalam kamar menjadi sarana promosi organik yang kredibel. Setiap hidangan yang disajikan dengan standar artistik tinggi bukan hanya memuaskan indra perasa tamu, tetapi juga memicu mereka untuk mendokumentasikannya. Dengan demikian, strategi IRD di Hotel Padma Semarang tidak hanya berhenti pada kepuasan di meja makan, tetapi meluas menjadi kampanye pemasaran digital yang mempertegas posisi hotel sebagai pemimpin dalam inovasi layanan kemewahan di wilayah Jawa Tengah.

Analisis Determinasi Faktor Keberhasilan pada Standar Hotel Bintang Lima

Keberhasilan layanan IRD di Hotel Padma Semarang bukan merupakan sebuah kebetulan, melainkan hasil dari sinkronisasi antara infrastruktur teknologi pangan dan kompetensi tinggi sumber daya manusia. Faktor determinan utama yang ditemukan adalah kemampuan hotel dalam menjaga integritas sensorik hidangan, terutama konsistensi suhu, melalui penggunaan teknologi *hot box* portabel yang terintegrasi pada setiap unit distribusi. Dalam standar bintang lima, kegagalan menjaga suhu makanan adalah titik kegagalan kritis yang dapat mencederai reputasi merek secara keseluruhan; namun, Hotel Padma berhasil memitigasi risiko ini dengan kontrol ketat pada jalur distribusi dari dapur hingga ke kamar yang seringkali memiliki jarak tempuh signifikan secara vertikal maupun horizontal.

Selain aspek teknis, faktor keberhasilan ini diperkuat oleh kualitas interaksi staf (*human touch*) yang memiliki kemampuan *storytelling* produk dan kepekaan terhadap privasi tamu. Staf IRD di sini tidak hanya berfungsi sebagai kurir, tetapi sebagai duta merek yang mampu memberikan rasa aman (*assurance*) dan empati. Keberhasilan ini diukur dari kemampuan staf dalam melakukan transisi yang mulus saat memasuki ruang pribadi tamu melakukan *set-up* meja tanpa suara yang mengganggu, memberikan penjelasan singkat mengenai keunikan bahan lokal pada menu, hingga mengetahui kapan waktu yang tepat untuk meninggalkan ruangan agar privasi tamu tetap terjaga secara absolut.

Sinergi antara keandalan alat distribusi dengan profesionalisme staf inilah yang membentuk pilar keberhasilan layanan yang sangat presisi. Faktor "waktu" menjadi variabel kunci di mana Hotel Padma Semarang mampu menjaga rata-rata pengiriman di angka 25-30 menit, sebuah standar yang sulit dicapai tanpa manajemen alur kerja yang disiplin. Keberhasilan ini memberikan sinyal kuat kepada tamu bahwa hotel menghargai waktu mereka sebagaimana mereka menghargai kualitas makanan itu sendiri. Dedikasi terhadap detail operasional ini memastikan bahwa setiap pesanan IRD adalah representasi dari janji kualitas tanpa kompromi yang melekat pada nama besar Padma.

Sinergi Teknologi Digital dalam Akselerasi Efisiensi dan Akurasi Operasional

Integrasi teknologi melalui sistem pemesanan berbasis QR Code dan *Kitchen Display System* (KDS) di Hotel Padma Semarang merupakan manifestasi dari adaptasi industri 4.0 yang tidak hanya bertujuan untuk modernisasi, tetapi untuk eliminasi inefisiensi. Secara tajam dapat dianalisis bahwa teknologi ini berperan sebagai filter kegagalan komunikasi (*communication breakdown*) yang sering menjadi momok dalam pemesanan via telepon konvensional, seperti salah dengar aksentuasi atau instruksi diet khusus. Dengan mereduksi kesalahan input, teknologi ini memastikan bahwa setiap preferensi tamu mulai dari alergi bahan makanan hingga tingkat kematangan daging tersampaikan secara akurat ke layar dapur tanpa distorsi informasi, sehingga meningkatkan efektivitas kerja departemen *Food & Beverage*.

Efisiensi yang dihasilkan oleh teknologi ini menciptakan efek domino positif terhadap manajemen waktu dan produktivitas karyawan. Ketika pesanan masuk secara otomatis ke sistem dapur, beban kerja *order taker* berkurang secara signifikan, sehingga mereka dapat dialihkan untuk melakukan tugas-tugas yang membutuhkan sentuhan manusia lebih tinggi, seperti penanganan keluhan kompleks atau pengaturan layanan VIP. Pengurangan waktu tunggu tamu sebanyak 10 menit melalui otomatisasi alur pesanan bukan sekadar angka statistik, melainkan peningkatan kualitas hidup tamu selama menginap. Teknologi di sini tidak mengeliminasi peran manusia, melainkan menjadi fondasi kokoh yang membebaskan staf dari tugas klerikal yang repetitif agar bisa fokus pada esensi *hospitality*.

Lebih jauh lagi, pemanfaatan data analitik dari setiap transaksi digital memungkinkan manajemen untuk melakukan "prediksi keinginan tamu" (*anticipatory service*). Melalui rekaman digital pola konsumsi, hotel dapat memetakan jam-jam puncak dan menu-menu favorit dengan akurasi matematis, sehingga mempermudah perencanaan logistik dan penjadwalan kru dapur. Sinergi ini membuktikan bahwa di Hotel Padma Semarang, teknologi telah menjadi aset intelektual yang memberikan keunggulan kompetitif. Data bukan lagi sekadar tumpukan angka, melainkan panduan strategis yang memungkinkan hotel untuk selalu berada satu langkah di depan ekspektasi tamu, memastikan operasional tetap ramping (*lean*) namun hasil tetap maksimal dan mewah.

Mitigasi Hambatan dan Strategi Keberlanjutan Loyalitas Pelanggan

Hambatan operasional dalam layanan IRD sering kali muncul pada titik koordinasi antardepartemen, terutama saat terjadi lonjakan pesanan mendadak yang melampaui kapasitas dapur normal. Namun, pembahasan ini menyoroti ketajaman manajemen Hotel Padma Semarang dalam menerapkan sistem mitigasi yang proaktif, yakni melalui mekanisme *Double Check* oleh supervisor sebelum pesanan meninggalkan area *plating*. Strategi mitigasi ini menunjukkan bahwa hotel memiliki tingkat kematangan organisasi yang sangat tinggi, di mana mereka lebih memilih menginvestasikan waktu beberapa detik ekstra untuk pemeriksaan kualitas daripada menghadapi risiko kekecewaan tamu yang akan berdampak buruk pada ulasan daring.

Keberlanjutan kepuasan pelanggan dijamin melalui siklus umpan balik yang tertutup (*closed-loop feedback*), di mana setiap ulasan tamu di platform digital dianalisis secara mendalam dalam rapat harian lintas departemen. Pola adaptif ini menjamin bahwa layanan IRD tidak terjebak dalam rutinitas yang kaku, melainkan terus berevolusi mengikuti pergeseran selera dan ekspektasi tamu global yang semakin dinamis. Hotel Padma Semarang menunjukkan bahwa kunci loyalitas bukan hanya terletak pada layanan yang sempurna setiap saat, melainkan pada bagaimana hotel menangani ketidaksempurnaan; respon yang cepat, tulus, dan solutif terhadap keluhan tamu justru sering kali menjadi titik balik yang memperkuat loyalitas pelanggan.

Sebagai kesimpulan dari poin ini, mitigasi hambatan yang dilakukan merupakan cerminan dari budaya organisasi yang belajar (*learning organization*). Dengan menggabungkan manajemen krisis yang tanggap dan evaluasi berbasis data analitik, Hotel Padma Semarang berhasil menciptakan ekosistem layanan IRD yang tangguh (*resilient*). Keberlanjutan layanan ini didorong oleh komitmen untuk selalu menjaga standar bintang lima di tengah segala tantangan operasional, memastikan bahwa setiap tamu yang memesan IRD akan selalu mendapatkan standar pengalaman yang sama: istimewa, hangat, dan tanpa cela, yang menjadi fondasi utama dalam memenangkan persaingan di pasar perhotelan mewah.

SIMPULAN

Layanan *In-Room Dining* di Hotel Padma Semarang berhasil mencapai standar keunggulan melalui integrasi strategis antara teknologi (*High-Tech*) dan keramahan personal (*High-Touch*). Personalisasi layanan, manajemen suhu yang presisi, dan implementasi pemesanan digital menjadi pilar utama dalam meningkatkan pengalaman tamu. Penelitian ini membuktikan bahwa teknologi tidak menggantikan peran manusia, melainkan mengoptimalkan peran staf untuk fokus pada penciptaan nilai emosional bagi tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- abdullah, O. (2022). Service Quality And Its Influence On Customer Satisfaction And Customer Loyalty In The Restaurants Of Five-Star Hotels. *African Journal Of Hospitality, Tourism And Leisure*, 11(6), 2173–2189. <https://doi.org/10.46222/Ajhtl.19770720.349>
- Abrudan, I. N. (2020). Using A General Ordered Logit Model To Explain The Influence Of Hotel Facilities, General And Sustainability-Related, On Customer Ratings. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–21. <https://doi.org/10.3390/Su12219302>
- Adhistyo, T., Hardiani, W., & Aswan, M. (2021). Effect Of E-Service Quality And Online Review On Guest Satisfaction At Virtual Hotel Operator In The City Of Semarang. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 500–510.
- Adilla, F. (2017). *Kualitas Pelayanan Waiter Dan Waitress Tirta Ayu Restoran Pada Hotel Aryaduta Pekanbaru*. Neliti.Com. <https://www.neliti.com/publications/206253/kualitas-pelayanan-waiter-dan-waitress-tirta-ayu-restoran-pada-hotel-aryaduta-pe>
- Alfarizy, M., Gunawan, A., & Abdulhadi, R. (2023). Perancangan Baru Aloft Hotel Bintang 4 Dengan Target Pengunjung Millennial Dan Gen Z Dengan Pendekatan Teknologi. *Eproceedings Of Art & Design*, Query Date: 2025-02-10 15:26:54.
- Alrawadieh, Z. (2019). Determinants Of Hotel Guests' Satisfaction From The Perspective Of Online Hotel Reviewers. *International Journal Of Culture, Tourism, And Hospitality Research*, 13(1), 84–97. <https://doi.org/10.1108/Ijcthr-08-2018-0104>
- Anggraini, F., & Utami, L. (2022). ... Atau Waitress Dalam Menunjang Keberhasilan Operasional Food And Beverage Service Terhadap Dampak Penjualan Di Hotel *Mabha Jurnal*, Query Date: 2025-07-13 12:03:54. <https://ejournal.mandalabhakti.ac.id/mabha/article/view/36>
- Armita, D., & Suharto, B. (2024). ... Online Hotel Melalui Implementasi Teknologi Augmented Reality Dalam Manajemen Perhotelan Digital: Meningkatkan Pengalaman Tamu Dan Efisiensi Operasional. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Query Date: 2025-07-13 12:03:54. <https://core.ac.uk/download/pdf/617053394.pdf>
- Azis, A., Muhibuddin, A., & ... (2018). The Influence Of Motivation, Job Training, And Information Technology To Performance Of Employee Maxone Hotel & Delia Resort Makassar. *Indonesian Journal Of ...*, Query Date: 2025-10-12 22:42:59. <https://journal.unibos.ac.id/jbm/article/view/20>
- Baek, J., Choe, Y., & Ok, C. (2020). Determinants Of Hotel Guests' Service Experiences: An Examination Of Differences Between Lifestyle And Traditional Hotels.

- Journal Of Hospitality Marketing & ...*, Query Date: 2024-07-22 21:03:47.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1580173>
- Cheng, B. L. (2019). Service Recovery, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: Evidence From Malaysia's Hotel Industry. *International Journal Of Quality And Service Sciences*, 11(2), 187–203. <https://doi.org/10.1108/Ijqss-09-2017-0081>
- Creswell, J. W. (2023). *Research Design-Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approach*. Sage Publications.
- Deeb, A. (2020). Factors Affecting Job Performance: The Case Of Jordanian Hotels' Kitchen Staff. *International Journal Of Public Sector Performance Management*, 6(3), 340–360. <https://doi.org/10.1504/Ijpspm.2020.107766>
- Ekawati, N. (2018). Service Marketing Mix Strategy And Service Loyalty Towards Hotel's Success. *Global Business And Finance Review*, 23(1), 63–74. <https://doi.org/10.17549/Gbfr.2018.23.1.63>
- Erdem, M. (2019). Leveraging Guest-Room Technology: A Tale Of Two Guest Profiles. *Journal Of Hospitality And Tourism Technology*, 10(3), 286–299. <https://doi.org/10.1108/Jhtt-06-2018-0046>
- Gumano, F., & Octafian, R. (2023). Road To Customer Satisfaction: The Servqual Journey. *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And ...*, Query Date: 2024-07-26 21:24:31. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Uprzo-Oaaaaj&pagesize=100&citation_for_view=Uprzo-Oaaaaj:4jmboykvnbm
- Jang, S. (2019). Do Price Promotions Drive Consumer Spending On Luxury Hotel Services? The Moderating Roles Of Room Price And User-Generated Content. *International Journal Of Hospitality Management*, 78(Query Date: 2024-07-26 20:43:56), 27–35. <https://doi.org/10.1016/J.ijhm.2018.11.010>
- Jang, S., & Moutinho, L. (2019). Do Price Promotions Drive Consumer Spending On Luxury Hotel Services? The Moderating Roles Of Room Price And User-Generated Content. *International Journal Of Hospitality Management*, Query Date: 2024-06-28 22:11:38. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431917309532>
- Lafifa, A., & Sandy, S. (2023). Optimalisasi Peran Waiter & Waitress Dalam Meningkatkan Pelayanan Di Restoran Tang Palace Hotel Jw Marriott Surabaya. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, Query Date: 2025-07-13 11:56:59. <https://journal.pubmedia.id/index.php/pjpp/article/view/1892>
- Randynata, H., & Wijoyo, T. (2024). The Role Of Waiters And Waitresses In Supporting Front Office Performance: A Case Study In Five-Star Hotels. *International Journal Of Integrative Sciences*, 3(7), 393–404.

Setiawan, A., & Sukmana, F. (2023). Mengurai Pengalaman Positif Tamu Saat Menginap Di Sheraton Senggigi Beach Resort: Bukti Dari Ulasan Tripadvisor. *Jurnal ...*,
Query *Date:* 2025-07-13 11:56:59.
[Http://Ejournal.Kemenparekraf.Go.Id/Index.Php/Jki/Article/View/359](http://Ejournal.Kemenparekraf.Go.Id/Index.Php/Jki/Article/View/359)