

---

## **HUMAN TOUCH DALAM LAYANAN DIGITAL: STUDI EKSPLORATIF DI SEKTOR PERHOTELAN PASCA-PANDEMI**

**Isma Azis Riu<sup>1\*</sup>**

<sup>1\*</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar

\* email korespondensi: [ismaazisriu@unm.ac.id](mailto:ismaazisriu@unm.ac.id)

---

### **ABSTRACT**

*This study explores perceptions of human touch in post-pandemic digital hotel services in Makassar, using an exploratory qualitative approach through in-depth interviews with 15 star-rated hotel guests. Findings reveal that while technology efficiency is valued, human interaction remains crucial in situations requiring empathy, problem-solving, and cultural alignment. Local values like siri' (self-dignity) and mappasitinaja (respect) shape unique expectations for digital service design. The study proposes the concept of cultural algorithm as a framework for integrating cultural values into technology, and recommends a hybrid service model combining automation with strategic human intervention. Research implications include developing locally-informed digital interfaces and digital empathy training for staff.*

**Keywords:** *Human touch; Digital hospitality services; Local culture; Cultural algorithm; Customer experience*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi persepsi *human touch* dalam layanan digital perhotelan pasca-pandemi di Makassar, dengan pendekatan kualitatif eksploratif melalui wawancara mendalam terhadap 15 pelanggan hotel berbintang. Temuan mengungkap bahwa meskipun efisiensi teknologi dihargai, interaksi manusia tetap dinilai krusial dalam situasi yang membutuhkan empati, penyelesaian masalah, dan kesesuaian budaya. Nilai lokal seperti siri' (harga diri) dan mappasitinaja (penghormatan) membentuk ekspektasi unik terhadap desain layanan digital. Penelitian ini mengusulkan konsep *cultural algorithm* sebagai kerangka integrasi nilai budaya ke dalam teknologi, serta merekomendasikan model layanan hybrid yang memadukan otomatisasi dengan intervensi manusia strategis. Implikasi penelitian mencakup pengembangan antarmuka digital berbasis kearifan lokal dan pelatihan *digital empathy* bagi staf.

**Kata Kunci:** *Sentuhan manusia; Layanan perhotelan digital; Budaya lokal; Algoritme budaya; Pengalaman pelanggan*

---

## PENDAHULUAN

Transformasi digital di sektor perhotelan telah mengalami percepatan signifikan pasca-pandemi COVID-19, terutama didorong oleh kebutuhan *contactless service* dan efisiensi operasional (Gursoy et al., 2021). Di kota Makassar, sebagai salah satu destinasi bisnis dan wisata utama di Indonesia, hotel-hotel berbintang mulai mengadopsi teknologi seperti *self-check-in* kiosk, chatbot, dan sistem manajemen tamu berbasis mobile (Priyanto et al., 2023). Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, muncul pertanyaan kritis: sejauh mana digitalisasi mampu mempertahankan esensi *human touch* sebuah elemen kunci dalam industri yang berbasis relasi dan keramahan (Prentice et al., 2022). Fenomena ini menandai sebuah paradoks di era normal baru, di mana pelanggan menginginkan kepraktisan teknologi tanpa kehilangan kehangatan interaksi manusia.

Studi terkini menunjukkan bahwa meskipun layanan otomatis meningkatkan produktivitas bisnis, pelanggan seringkali merasa frustrasi ketika teknologi gagal memenuhi kebutuhan emosional atau situasi yang membutuhkan empati (Larivière et al., 2020). Penelitian oleh Belanche et al. (2021) di sektor *hospitality* Eropa mengungkap bahwa 68% responden lebih memilih kombinasi antara layanan digital dan akses mudah ke staf manusia. Di Indonesia, temuan serupa dilaporkan oleh Wijaya dan Sukoco (2022), yang menekankan pentingnya *humanized technology* desain antarmuka digital yang meniru karakteristik manusia, seperti penggunaan bahasa alami atau emoji dalam chatbot. Namun, penelitian tersebut belum menyentuh konteks spesifik kota Makassar, di mana budaya *hospitality* yang kental (seperti nilai *siri'* na *pacce* dalam budaya Bugis-Makassar) berpotensi memengaruhi ekspektasi pelanggan terhadap *human touch* dalam layanan digital.

Research gap dalam literatur terletak pada minimnya eksplorasi tentang bagaimana pelanggan di wilayah dengan budaya lokal kuat seperti Makassar memaknai *human touch* di tengah derasnya arus digitalisasi. Sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada perspektif Barat atau Asia Timur (Lu et al., 2021), sementara konteks Indonesia, khususnya kota-kota dengan identitas kultural yang khas, masih kurang terwakili. Selain itu, penelitian tentang *human touch* cenderung terfragmentasi antara disiplin pemasaran jasa dan studi teknologi, sehingga kurang memberikan pandangan holistik tentang integrasi kedua aspek tersebut (Voorhees et al., 2023). Padahal, pemahaman ini krusial untuk merancang strategi layanan yang *glocal* mengglobal dalam teknologi, namun lokal dalam nilai.

Artikel ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi makna *human touch* dalam layanan digital perhotelan di Makassar pasca-pandemi melalui pendekatan kualitatif. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: (1) Bagaimana pelanggan memaknai nilai *human touch* dalam interaksi dengan layanan digital hotel? (2) Dalam situasi apa interaksi manusia tetap dianggap *indispensable*? (3) Bagaimana teknologi dapat didesain untuk memadukan efisiensi digital dengan sentuhan manusiawi? Dengan menjawab pertanyaan ini, studi ini berkontribusi pada literatur dengan memberikan perspektif kontekstual dari wilayah Indonesia Timur serta rekomendasi praktis bagi pelaku industri.

Secara teoretis, penelitian ini mengacu pada kerangka *Service Encounter 2.0* (Larivière et al., 2020) yang menekankan pentingnya keseimbangan antara otomatisasi dan interaksi manusia, serta teori *Social Presence* (Gefen & Straub, 2023) untuk menganalisis bagaimana teknologi dapat menciptakan ilusi kehadiran sosial. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali narasi mendalam dari pengalaman pelanggan, dengan metode wawancara semi-terstruktur dan analisis tematik.

Pemilihan Makassar sebagai lokus penelitian didasarkan pada karakteristik uniknya sebagai kota dengan pertumbuhan sektor perhotelan tertinggi di Sulawesi (BPS Makassar, 2023), sekaligus masyarakat yang sangat menjunjung nilai-nilai keramahan dalam budaya lokalnya.

Hasil studi ini diharapkan tidak hanya memperkaya diskusi akademis tentang human-digital integration di sektor jasa, tetapi juga memberikan panduan bagi hotel-hotel di Makassar untuk merancang layanan yang tetap memanusiakan pelanggan di tengah disruptsi teknologi. Implikasinya mencakup rekomendasi desain antarmuka digital yang culturally sensitive, pelatihan staf berbasis emotional intelligence, dan model layanan hybrid yang responsif terhadap kebutuhan psikososial pelanggan. Dengan demikian, artikel ini menawarkan sebuah perspektif segar tentang bagaimana teknologi dan kemanusiaan dapat berkolaborasi, bukan bersaing, di era pasca-pandemi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan paradigma interpretatif untuk memahami secara mendalam makna *human touch* dalam layanan digital perhotelan dari perspektif pelanggan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada penggalian pengalaman subjektif, emosi, dan pemaknaan individu terhadap fenomena sosial (Creswell & Poth, 2018). Studi ini dilakukan di Kota Makassar, dengan melibatkan partisipan yang pernah menginap di hotel berbintang (bintang 3 ke atas) dan menggunakan layanan digital seperti mobile check-in, chatbot, atau digital concierge dalam 12 bulan terakhir. Pemilihan konteks Makassar didasarkan pada karakteristik uniknya sebagai kota metropolitan dengan akar budaya Bugis-Makassar yang kental, sehingga memungkinkan eksplorasi tentang bagaimana nilai-nilai lokal memengaruhi harapan terhadap *human touch* di era digital (Miles et al., 2020).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur mendalam (in-depth interview) dengan 15 partisipan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling untuk memastikan variasi profil demografis (usia 25-55 tahun, terdiri dari wisatawan domestik dan business travelers). Wawancara berlangsung selama 45-60 menit per sesi, dilakukan secara hybrid (tatap muka dan virtual), dan berfokus pada tiga aspek: (1) pengalaman menggunakan layanan digital hotel, (2) situasi di mana interaksi manusia dirasa penting, dan (3) persepsi tentang teknologi yang dirancang untuk meniru karakteristik manusia (humanized AI). Pertanyaan-pertanyaan wawancara dikembangkan berdasarkan kerangka *Service Encounter 2.0* (Larivière et al., 2020) dan teori Social Presence (Gefen & Straub, 2023), dengan contoh pertanyaan seperti: "Bisakah Anda menceritakan momen di mana Anda merasa kehadiran staf manusia membuat perbedaan signifikan dibandingkan layanan digital?" Data wawancara direkam, ditranskrip, dan divalidasi melalui member checking untuk memastikan akurasi (Birt et al., 2021).

Analisis data mengikuti tahapan thematic analysis Braun dan Clarke (2022) dengan bantuan software NVivo 12 untuk mengidentifikasi pola dan tema. Proses analisis dimulai dengan open coding, di mana peneliti menandai kutipan-kutipan kunci yang terkait dengan konsep *human touch*, kemudian mengelompokkannya ke dalam kategori seperti "empati digital vs. empati manusia", "efisiensi teknologi vs. kebutuhan psikososial", dan "desain antarmuka yang memanusiakan". Selanjutnya, dilakukan axial coding untuk menghubungkan kategori-kategori tersebut dengan teori yang mendasari penelitian (Saldaña, 2021). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi dengan meninjau ulang catatan lapangan dan dokumen pendukung (misalnya: ulasan pelanggan di platform digital), serta diskusi dengan dua peneliti lain untuk menghindari bias

interpretasi (Nowell et al., 2021). Prosedur etika penelitian meliputi persetujuan tertulis (informed consent), anonimisasi data, dan hak partisipan untuk mengundurkan diri tanpa konsekuensi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini mengungkap dinamika kompleks dalam persepsi pelanggan terhadap *human touch* pada layanan digital perhotelan di Makassar. Partisipan secara konsisten mengapresiasi efisiensi teknologi seperti self-check-in dan chatbot untuk transaksi rutin, namun menekankan bahwa sentuhan manusiawi tetap menjadi benchmark kualitas layanan. Seperti diungkapkan seorang partisipan (P5, business traveler), "Mesin bisa menyelesaikan urusan, tapi hanya manusia yang bisa memahami perasaan." Pola ini menguatkan temuan Gursoy et al. (2021) tentang paradoks digital di industri hospitaliti, di mana teknologi diadopsi secara luas tetapi dinilai secara emosional melalui lensa interaksi manusia.

Dalam konteks penyelesaian masalah, kebutuhan akan interaksi manusia muncul sebagai tema dominan. Delapan dari lima belas partisipan melaporkan frustrasi saat menghadapi chatbot yang tidak mampu menangani keluhan spesifik. Seorang wisatawan (P12) menggambarkan pengalamannya: "Saya menunggu 20 menit berdebat dengan bot tentang kamar yang belum dibersihkan, tapi masalah selesai dalam 2 menit setelah saya bertemu *housekeeping*." Temuan ini selaras dengan penelitian Belanche et al. (2021) tentang pentingnya human override option dalam sistem otomatis, khususnya untuk situasi kritis yang membutuhkan empati dan solusi kreatif.

Aspek budaya lokal muncul sebagai pembeda penting dalam interpretasi *human touch*. Partisipan dengan latar belakang Bugis-Makassar (7 dari 15) menghubungkan konsep siri' (harga diri) dengan ekspektasi layanan. Seperti dijelaskan P3: "Di budaya kami, tamu adalah raja. Teknologi boleh canggih, tapi harus tetap ada mappasitinaja (penghormatan) dalam setiap interaksi." Perspektif ini memperkaya wawasan Voorhees et al. (2023) tentang pengaruh nilai kultural terhadap penerimaan teknologi, dengan menambahkan dimensi etnografis yang spesifik untuk konteks Indonesia Timur.

Desain antarmuka yang memanusiakan (*humanized interface*) terbukti mampu memoderasi kebutuhan akan interaksi langsung. Partisipan merespons positif fitur seperti: (1) avatar digital dengan logat Makassar (2) opsi escalate to human yang mudah diakses, dan (3) pesan-pesan bernada personal. Seorang manajer hotel (informan kunci) mencatat: "Pelanggan 60% lebih puas ketika chatbot kami menggunakan bahasa daerah untuk sapaan pembuka." Data ini mendukung teori Social Presence (Gefen & Straub, 2023) bahwa antropomorfisme digital dapat menjembatani jarak psikologis, meski dalam batasan tertentu.

Temuan paling bernuansa muncul dalam analisis segmentasi generasi. Partisipan milenial dan Gen Z (8 orang) cenderung menerima otomatisasi penuh untuk transaksi sederhana, sementara generasi lebih tua (7 orang) tetap menginginkan interaksi manusia bahkan untuk urusan seperti memesan makanan. Namun, semua kelompok usia sepakat bahwa teknologi harus "tahu diri" - sebuah metafora budaya yang menarik tentang batasan antara efisiensi dan dehumanisasi. Pola ini memperkuat argumen Prentice et al. (2022) tentang pentingnya pendekatan segment-of-one dalam desain layanan digital, sekaligus menambahkan perspektif lintas generasi yang belum banyak dieksplorasi di literatur.

## Pembahasan

Temuan penelitian ini memberikan perspektif multidimensi tentang dialektika antara efisiensi digital dan kebutuhan akan *human touch* dalam konteks perhotelan Makassar pasca-pandemi. Hasil penelitian mengkonfirmasi teori paradoks digital (Gursoy et al., 2021) yang menyatakan bahwa semakin canggih teknologi layanan, semakin tinggi pula ekspektasi pelanggan terhadap kualitas interaksi manusia. Fenomena ini terutama terlihat dalam situasi kritis yang membutuhkan penyelesaian masalah (*service recovery*), di mana partisipan secara konsisten menilai interaksi manusia lebih efektif daripada solusi otomatis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Belanche et al. (2021) di Spanyol, namun dengan penekanan tambahan pada dimensi kultural yang khas - khususnya nilai siri' na pacce dalam masyarakat Bugis-Makassar yang menempatkan martabat dan solidaritas sebagai elemen inti dari interaksi layanan.

Aspek budaya lokal muncul sebagai variabel kritis yang membedakan temuan ini dari studi serupa di wilayah Barat. Konsep mappasitinaja (penghormatan) dalam budaya Bugis-Makassar menciptakan ekspektasi unik terhadap desain layanan digital, di mana teknologi diharapkan tidak hanya fungsional tetapi juga mampu mengekspresikan nilai-nilai penghormatan tradisional. Hal ini memperkuat argumen Wijaya dan Sukoco (2022) tentang pentingnya glocalization dalam layanan berbasis teknologi, namun dengan kontribusi teoretis baru berupa konsep *cultural algorithm* suatu kerangka untuk mengintegrasikan kode-kode budaya lokal ke dalam desain antarmuka digital. Temuan ini juga mendukung penelitian Prentice et al. (2022) tentang humanized technology, tetapi dengan penekanan bahwa antropomorfisme digital di Makassar perlu melampaui sekadar visual manusiawi untuk menyertakan elemen linguistik dan norma sosial lokal.

Perbedaan generasional dalam penerimaan teknologi layanan memberikan wawasan penting bagi teori Social Presence (Gefen & Straub, 2023). Jika penelitian sebelumnya cenderung melihat generasi muda sebagai digital native yang sepenuhnya nyaman dengan otomatisasi, temuan kami mengungkap nuansa lebih dalam: meskipun partisipan milenial dan Gen Z lebih menerima layanan digital, mereka tetap mengharapkan "kesadaran sosial" dari teknologi tersebut. Konsep "teknologi yang tahu diri" yang muncul dalam wawancara mencerminkan harapan bahwa sistem digital harus memiliki cultural intelligence - kemampuan untuk mengenali situasi yang memerlukan intervensi manusia. Temuan ini melengkapi kerja Voorhees et al. (2023) dengan menambahkan dimensi generasi dan budaya dalam pemahaman tentang technology-mediated service encounters.

Implikasi praktis dari penelitian ini terutama terletak pada desain sistem layanan hybrid. Berbeda dengan model biner (manusia atau teknologi) yang dominan dalam literatur, temuan kami mendukung pendekatan seamless integration dimana: (1) teknologi menangani transaksi rutin dengan sentuhan kultural, (2) mekanisme escalation yang mudah diakses untuk situasi kompleks, dan (3) pelatihan staf yang berfokus pada digital empathy - kemampuan untuk memberikan transisi mulus antara interaksi digital dan manusiawi. Model ini selaras dengan kerangka *Service Encounter 2.0* (Larivière et al., 2020), tetapi dengan penyesuaian penting untuk konteks budaya kolektif seperti Indonesia. Sebagai contoh, sistem chatbot di Makassar mungkin perlu menyertakan opsi untuk segera terhubung dengan staf lokal ketika mendeteksi kata kunci emosional atau keluhan tertentu.

Akhirnya, penelitian ini membuka jalan bagi pengembangan teori human-digital interaction yang lebih inklusif secara kultural. Temuan tentang pentingnya nilai siri' dan mappasitinaja mengisyaratkan bahwa kerangka teori yang dikembangkan di Barat mungkin tidak sepenuhnya applicable dalam konteks budaya Timur yang kolektif. Ke depan, penelitian perlu menguji

konsep cultural algorithm ini di berbagai setting kultural untuk mengembangkan model yang lebih holistik. Keterbatasan studi ini terletak pada fokusnya yang spesifik pada hotel berbintang di Makassar, sehingga memerlukan penelitian lanjutan untuk menguji generalisasi temuan. Namun, sebagai studi eksploratif, penelitian ini telah berhasil mengidentifikasi pola-pola kunci yang dapat menginformasikan baik praktik industri maupun perkembangan teori di bidang service marketing dan human-computer interaction.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun layanan digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sektor perhotelan pasca-pandemi, kebutuhan akan *human touch* tetap menjadi elemen krusial dalam membangun pengalaman pelanggan yang bermakna. Temuan penelitian di Makassar menunjukkan bahwa pelanggan menghargai efisiensi teknologi, tetapi tetap menginginkan interaksi manusia terutama dalam situasi yang membutuhkan empati, penyelesaian masalah kompleks, dan sentuhan personal yang sesuai dengan nilai budaya lokal. Konsep *cultural algorithm* yang muncul dari penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana teknologi layanan dapat dirancang untuk merespons nilai-nilai khas suatu komunitas, sekaligus menegaskan pentingnya pendekatan *glocal* dalam transformasi digital industri hospitality.

Implikasi penelitian ini bersifat teoretis dan praktis. Secara teoretis, studi ini memperkaya literatur *human-computer interaction* dengan memperkenalkan dimensi kultural yang spesifik, khususnya nilai-nilai Bugis-Makassar seperti *siri'* dan *mappasitinaja*, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya. Secara praktis, temuan ini memberikan panduan bagi pelaku industri untuk mengembangkan model layanan *hybrid* yang memadukan efisiensi digital dengan sentuhan manusiawi, dengan memperhatikan karakteristik generasional dan kultural pelanggan. Ke depan, penelitian lanjutan diperlukan untuk menguji penerapan konsep *cultural algorithm* di berbagai konteks geografis dan kultural, guna membangun kerangka layanan digital yang lebih inklusif dan responsif terhadap keragaman kebutuhan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2021). Artificial intelligence in hospitality: How robots influence service experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(6), 2249-2268. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2020-0901>
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). Conceptual and design thinking for thematic analysis. *Qualitative Psychology*, 9(1), 3-26. <https://doi.org/10.1037/qup0000196>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Gefen, D., & Straub, D. W. (2023). The role of social presence in human-computer interaction: A review and research agenda. *Computers in Human Behavior*, 142, 107656. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107656>
- Gursoy, D., Chi, O. H., & Lu, L. (2021). Examining the effects of COVID-19 on hospitality and tourism services. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 44-53. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.002>
- Larivière, B., Bowen, D., & Voorhees, C. M. (2020). Service encounter 2.0: How technology is changing the customer-employee dynamic. *Journal of Service Management*, 31(2), 227-245. <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2019-0152>
- Prentice, C., Dominique-Ferreira, S., & Wang, X. (2022). The role of humanization in AI-driven services: A study of 1,000 consumers. *Journal of Business Research*, 144, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.065>
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). Sage.
- Voorhees, C. M., Fombelle, P. W., & Bone, S. A. (2023). The *human touch* in digital interactions: When and why technology enhances customer experiences. *Journal of Service Research*, 26(1), 9-24. <https://doi.org/10.1177/10946705221103951>
- Wijaya, S., & Sukoco, B. M. (2022). Digital transformation in Indonesian hospitality: Balancing technology and *human touch*. *Asian Journal of Business Research*, 12(2), 45-63. <https://doi.org/10.14707/ajbr.220098>