

Penerapan Kearifan Lokal dalam Strategi Manajemen
Hotel: Studi Kasus Hotel Santika Premiere Dyandra
Hotel & Convention dalam Mendukung Pariwisata
Berkelanjutan di Sumatera Utara

Susi Marta Tambunan¹, Riza Afni^{2*}, Rianto Manurung³

^{1,2*,3} Akademi Pariwisata Medan Hotel School, Kota Medan, Provinsi Sumatera
Utara, Indonesia.

Email: marzietambs@gmail.com¹, rizaafni1988@gmail.com^{2*},
riantomanurung0@gmail.com³

Abstrak. Pendapatan daerah yang sangat menopang adalah Pariwisata, dimana pariwisata berkelanjutan menuntut pelaku industri perhotelan untuk tidak hanya fokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Hotel Santika di Sumatera Utara menerapkan kearifan lokal dalam strategi manajemennya sebagai bagian dari kontribusi terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Santika mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal melalui desain interior dengan sentuhan etnis Batak, penyajian kuliner tradisional Sumatera Utara, serta pelatihan staf untuk menerapkan nilai-nilai pelayanan berbasis keramahan lokal. Selain itu, hotel juga menjalin kerja sama dengan UMKM dan komunitas seni lokal untuk mendukung ekonomi masyarakat sekitar. Strategi ini terbukti meningkatkan daya tarik hotel di mata wisatawan serta memperkuat identitas budaya daerah. Dimana penelitian ini adiharapkan penerapan kearifan lokal dalam strategi manajemen hotel tidak hanya meningkatkan daya saing bisnis, tetapi juga mendukung terciptanya ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif di Sumatera Utara.

Kata kunci: Kearifan Lokal; Manajemen Hotel; Pariwisata Berkelanjutan; dan Hotel Santika.

Abstract. The regional income that is very supportive is Tourism, where sustainable tourism requires hotel industry players to not only focus on economic aspects, but also consider cultural preservation and empowerment of local communities. This study aims to analyze how Hotel Santika in North Sumatra applies local wisdom in its management strategy as part of its contribution to sustainable tourism development. A qualitative approach was used in this study, with a case study method and data collection techniques in the form of observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the study show that Hotel Santika integrates local cultural values through interior design with a touch of Batak ethnicity, serving traditional North Sumatran cuisine, and training staff to apply service values based on local hospitality. In addition, the hotel also collaborates with MSMEs and local arts communities to support the economy of the surrounding community. This strategy has been proven to increase the attractiveness of the hotel in the eyes of tourists and strengthen the cultural identity of the region. Where this study is expected that the application of local wisdom in hotel management strategies will not only increase business competitiveness, but also support the creation of a sustainable and inclusive tourism ecosystem in North Sumatra.

Keywords: Local Wisdom; Hotel Management; Sustainable Tourism; and Hotel Santika.

Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang terletak di garis khatulistiwa, dengan jumlah pulau mencapai 17.508 dan luas daratan sekitar 1,68 juta km² (Statistik Indonesia, 2004). Keanekaragaman alam, budaya, dan sejarah menjadikan Indonesia salah satu destinasi wisata unggulan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Wisatawan tidak hanya tertarik pada keindahan alam, tetapi juga ingin mengenal lebih jauh warisan budaya dan sejarah yang masih terjaga hingga kini. Perkembangan industri pariwisata di berbagai negara, termasuk Indonesia, didorong oleh peran strategis sektor ini sebagai penggerak ekonomi. Industri pariwisata terdiri atas berbagai usaha yang saling terhubung dalam menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (UU No. 5 Tahun 2017). Pemerintah menegaskan bahwa pengembangan pariwisata bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, pemajuan kebudayaan, serta memperkuat citra dan persatuan bangsa (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). Di Sumatera Utara, sektor pariwisata menjadi salah satu pilar utama pembangunan daerah. Provinsi ini memiliki keragaman etnis, tradisi, dan keindahan alam yang menjadi magnet bagi wisatawan. Permintaan terhadap pengalaman wisata yang autentik dan berbasis budaya semakin meningkat, sehingga penerapan nilai-nilai lokal dalam layanan jasa, khususnya perhotelan, menjadi semakin penting.

Hotel tidak hanya berfungsi sebagai akomodasi, tetapi juga merepresentasikan identitas daerah. Integrasi kearifan lokal dalam strategi manajemen hotel dinilai mampu menciptakan keunikan serta memperkuat keberlanjutan pariwisata melalui pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan tersebut memberikan nilai tambah, baik dari sisi pengalaman wisatawan maupun dampak sosial ekonomi bagi masyarakat sekitar. Hotel Santika, sebagai jaringan hotel nasional yang beroperasi di Sumatera Utara, dipilih sebagai objek penelitian karena konsistensinya dalam menerapkan nilai budaya lokal pada berbagai aspek operasional, mulai dari desain arsitektur,

sajian kuliner, hingga pelayanan. Upaya tersebut selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan dan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, yang antara lain tercermin dari peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian bertujuan menganalisis penerapan kearifan lokal dalam strategi manajemen Hotel Santika serta pengaruhnya terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan di Sumatera Utara. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya model manajemen hotel berbasis budaya dan menjadi rujukan bagi pelaku industri perhotelan dalam mengadopsi pendekatan serupa.

Tinjauan Literatur

Kearifan Lokal Pariwisata (Local Wisdom)

Kearifan lokal merupakan pengetahuan, nilai, norma, serta praktik budaya yang diwariskan secara turun-temurun dan menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat. Keraf (2010) menyatakan bahwa kearifan lokal mencerminkan cara hidup masyarakat yang harmonis dengan lingkungan sosial maupun alam. Dalam industri perhotelan, penerapan kearifan lokal dapat diwujudkan melalui aspek arsitektur, kuliner, seni, hingga pola interaksi sosial yang memperkuat identitas daerah. Objek wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu di daerah tujuan wisata yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi.

Berdasarkan SK MENPARPOSTEL No: KM. 98/PW.102/MPPT-87, objek wisata meliputi tempat atau keadaan alam dengan sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga memiliki daya tarik dan diusahakan sebagai destinasi wisata. Objek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, dan laut, maupun objek buatan seperti museum, benteng, situs sejarah, dan bangunan tradisional. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2003), kearifan diartikan sebagai kebijaksanaan atau kecendekiaan. Oleh karena itu, kearifan lokal sering disebut sebagai local knowledge, yaitu gagasan, nilai, dan pandangan setempat yang bersifat bijaksana, bernilai positif, serta menjadi pedoman perilaku yang diikuti oleh anggota masyarakat. Wahyu (2015) menegaskan bahwa kearifan lokal mencakup tradisi dan praktik

yang telah berlangsung lama, berkembang di wilayah tertentu, dan diwariskan secara turun-temurun sebagai bentuk pengetahuan, kebijaksanaan, serta pembelajaran masyarakat. Objek wisata berbasis kearifan lokal dapat diartikan sebagai destinasi yang menawarkan keaslian budaya dan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Salah satu wujud kearifan lokal adalah tradisi budaya yang menjaga keseimbangan dengan lingkungan alam, tercermin melalui pengetahuan, adat istiadat, upacara tradisional, serta kepercayaan yang berhubungan dengan alam dan daur hidup manusia. Contohnya dapat ditemukan di Desa Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir, yang memiliki berbagai peninggalan bersejarah seperti batu kursi persidangan, batu pemenggalan kepala, patung Sigale-gale, serta bangunan tradisional seperti tembok pembatas, pintu masuk desa, dan rumah adat Batak. Keberadaan unsur-unsur tersebut menjadikan Desa Siallagan dikenal sebagai destinasi wisata budaya dan sejarah.



Gambar 1. Objek Wisata Patung Sigale-Gale Sumatera Utara



Gambar 2. Rumah Tradisional Batak Toba

Manajemen Hotel

Manajemen hotel merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai kepuasan tamu serta keuntungan optimal (Walker, 2016). Dalam perkembangannya, manajemen hotel tidak hanya berfokus pada

aspek operasional, tetapi juga pada penciptaan pengalaman unik dan bernilai melalui diferensiasi berbasis budaya lokal. Menurut Walker (2016), manajemen hotel mencakup pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, operasional kamar, layanan makanan dan minuman, serta pelayanan umum lain yang mendukung kepuasan pelanggan. Fungsi utama manajemen hotel meliputi:

- 1) *Perencanaan (Planning)*
Menetapkan visi, misi, dan strategi jangka panjang, termasuk diferensiasi layanan berbasis budaya lokal.
- 2) *Pengorganisasian (Organizing)*
Mengatur struktur organisasi, pembagian tugas, serta koordinasi antarbagian seperti front office, housekeeping, dan food & beverage.
- 3) *Pelaksanaan (Actuating)*
Mengarahkan seluruh karyawan untuk menjalankan tugas sesuai standar operasional dan nilai perusahaan.
- 4) *Pengendalian (Controlling)*
Mengevaluasi kinerja layanan, mengontrol kualitas, serta melakukan perbaikan berkelanjutan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Inovasi dalam layanan menjadi tuntutan utama di tengah persaingan industri perhotelan. Penerapan kearifan lokal sebagai daya tarik budaya tidak hanya meningkatkan pengalaman tamu, tetapi juga memperkuat identitas lokal dan mendukung pariwisata berkelanjutan. Hotel yang mengintegrasikan budaya lokal dalam operasional melalui desain interior, sajian kuliner, pelayanan khas, maupun kolaborasi dengan komunitas mampu menciptakan keunikan dan nilai tambah. Pendekatan ini sejalan dengan strategi diferensiasi (Porter, 1985) yang bertujuan memberikan pengalaman otentik dan keunggulan kompetitif.

Strategi Diferensiasi Berbasis Budaya

Porter (1985) menyatakan bahwa strategi diferensiasi bertujuan menciptakan keunikan yang sulit ditiru pesaing, sehingga memberikan nilai lebih di mata konsumen. Dalam industri perhotelan, penerapan unsur budaya lokal menjadi strategi diferensiasi yang efektif karena menawarkan pengalaman khas dan autentik, sekaligus memperkuat posisi merek hotel di

pasar. Strategi diferensiasi berbasis budaya diwujudkan melalui integrasi elemen lokal atau kearifan tradisional dalam layanan, desain, dan operasional hotel, antara lain:

- 1) Arsitektur dan interior yang menggunakan motif, material, dan tata ruang khas daerah.
- 2) Pelayanan dan hospitality yang mencerminkan adat istiadat serta nilai keramahan lokal.
- 3) Kuliner tradisional sebagai sajian utama di restoran hotel.
- 4) Pertunjukan seni dan budaya lokal, seperti tari, musik, atau pameran kerajinan tangan.
- 5) Kerja sama dengan komunitas lokal dalam penyediaan produk dan jasa, seperti oleh-oleh, transportasi, atau pemandu wisata.

Implementasi strategi ini menjadikan hotel bukan sekadar tempat menginap, melainkan bagian dari pengalaman budaya yang memperkaya perjalanan wisatawan. Selain mendukung pariwisata berkelanjutan melalui pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat, strategi ini juga meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan nilai emosional dan pengalaman yang berkesan. Wisatawan yang terhubung dengan budaya lokal cenderung merekomendasikan hotel tersebut dan melakukan kunjungan ulang.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan sektor wisata yang menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) menegaskan bahwa keberlanjutan dapat dicapai apabila pariwisata melibatkan masyarakat lokal, melestarikan nilai budaya, serta meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Integrasi nilai-nilai lokal dalam sektor pariwisata menciptakan pengalaman autentik bagi wisatawan dan mendorong pelestarian budaya. Dalam konteks perhotelan, pemanfaatan kearifan lokal secara strategis tidak hanya memperkuat daya tarik destinasi, tetapi juga menjadi bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam mendukung pembangunan daerah secara berkelanjutan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau fenomena yang terjadi di lapangan tanpa melakukan manipulasi variabel (Sugiyono, 2013). Pada penelitian kualitatif, data dikumpulkan berdasarkan fakta-fakta empiris yang ditemukan di lapangan, bukan berdasarkan teori semata.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga objek dan benda alam lain yang relevan dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari dua kriteria, yaitu:

- 1) Pengunjung Desa Siallagan pada tahun 2020 sebanyak 1.078 orang.
- 2) Masyarakat Desa Siallagan sebanyak 695 jiwa.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel dilakukan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi. Oleh karena itu, sampel harus benar-benar representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus tertentu untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi yang ada. (Silakan tambahkan rumus atau metode pengambilan sampel yang Anda gunakan, misalnya rumus Slovin, purposive sampling, atau teknik lain sesuai kebutuhan penelitian).

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkatkesalahan.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi (NN) adalah 1.773 orang (gabungan pengunjung dan masyarakat Desa Siallagan), dengan tingkat kesalahan (ee) sebesar 5% atau 0,05. Langkah perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n=1+1.773 \times (0,05) 21.773$$
$$n=1+1.773 \times 0,00251.773$$
$$n=1+4,43251.773$$
$$n=5,43251.773$$
$$n \approx 326,37 n \approx 326,37$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 326 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2001:57), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *simple random sampling* disebut sederhana

karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau tingkatan dalam populasi, sehingga setiap unit dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Teknik ini digunakan karena jumlah populasi yang besar dan cakupan yang luas, sehingga tidak memungkinkan untuk mengambil data dari seluruh populasi. Dalam pelaksanaannya, setelah satu nama terpilih sebagai sampel, nama tersebut dikembalikan ke dalam populasi sehingga probabilitas pemilihan untuk responden berikutnya tetap sama. Proses ini diulangi hingga jumlah sampel yang dibutuhkan terpenuhi, yaitu 326 responden dari total populasi 1.773 orang, dengan tingkat kesalahan 5% sesuai rumus Slovin. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel yang mengandung hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk memperoleh jawaban yang jelas dan memudahkan dalam penyusunan kuesioner, berikut adalah definisi operasional variabel-variabel yang akan diteliti:

Tabel 1. Variabel Hipotesis

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Objek Wisata berbasis kearifan lokal (X1)	Objek wisata berbasis kearifan lokal adalah suatu objek wisata yang masih kental atau masih memegang teguh kebudayaan, sejarah dan adat istiadatnya.	- Sigale-gale - Rumah Adat - Batak - Batu Kursi - Persidangan	Ratio
<i>Social Capital</i> (X2)	<i>Social Capital</i> (Modal Sosial) adalah hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas sumber daya yang terdapat pada setiap individu.	- Norma - Pendidikan - Jaringan Sosial - Kepercayaan	Ratio
Produk Cendramata Lokal (X3)	Produk cenderamata adalah produk yang diproduksi dan dikonsumsi dalam kaitannya dengan kepariwisataan yang memiliki ciri khas dan keunikan dari produk tersebut.	- Ulos - Gorga - Miniatur Rumah - Adat Batak	Ratio
Minat Berkunjung (Y1)	Minat/keinginan berkunjung adalah suatu keinginan dari setiap individu atau satu sumber motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai baik dalam hal berwisata atau atau kegiatan lainnya.	- Biaya Perjalanan - Kemudahan akses transportasi umum - Keramahtamahan masyarakat - Kebersihan lingkungan objek wisata - Kemudahan Akses	Ratio

			jalan	
Kesejahteraan Masyarakat (Y2)	Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material,spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi.	-	Tingkat Pengeluaran Masyarakat	Ratio
		-	Jenis pekerjaan Masyarakat	
		-	Aset	

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder:

- 1) Data Primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner yang telah disusun sebelumnya.
- 2) Data Sekunder digunakan sebagai data pendukung, yang diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata, serta sumber lain yang relevan.

Data yang telah dikumpulkan melalui angket selanjutnya diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam analisis.

Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam angket benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Langkah-langkah uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \times r_{xy} - (N \times X)$$

Keterangan:
X = skor soal
Y = skor total
 r_{xy} = koefisien korelasi antara skor soal dan skor
N = banyak responden

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud dalam penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Setiap butir pertanyaan diuji kekuatan hubungannya (korelasi) antara skor item dengan skor total variabel menggunakan rumus korelasi Product Moment.
- 2) Kriteria pengambilan keputusan: jika nilai r_{xy} hitung > r_{xy} tabel (dengan derajat kebebasan $dk = N - 2$ pada taraf signifikansi 0,05), maka butir pertanyaan

dinyatakan valid.

- 3) Butir yang tidak valid akan dibuang, sedangkan butir yang valid digunakan dalam kuesioner utama.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi atau kepercayaan hasil pengukuran instrumen penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *one shot* (pengukuran dilakukan satu kali). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan mengukur korelasi antar jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam instrumen.

- 1) Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,600 (Ghozali, 2005).
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,600 maka instrumen dinyatakan reliabel, artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Teknik Analisis Data: *Structural Equation Modeling* (SEM)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji hubungan struktural yang kompleks antara variabel-variabel, baik yang bersifat laten (*unobserved variables*) maupun manifes (*observed variables*). SEM mencakup beberapa teknik analisis seperti analisis faktor, analisis jalur (*path analysis*), dan regresi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Implementasi Kearifan Lokal dalam Pelayanan dan Operasional Hotel

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan manajemen serta staf Hotel Santika Premiere Dyandra, ditemukan bahwa hotel ini secara aktif mengintegrasikan nilai-nilai kearifan

lokal Sumatera Utara, khususnya budaya Batak, ke dalam berbagai aspek pelayanan dan operasional. Salah satu wujud nyata implementasi tersebut terlihat dari penggunaan bahasa dan sapaan lokal dalam interaksi sehari-hari dengan tamu, di mana staf hotel sering menggunakan sapaan khas seperti "Horas" sebagai bentuk sambutan yang mencerminkan keramahan sekaligus kebanggaan terhadap budaya Batak. Selain itu, restoran hotel secara berkala menyajikan makanan tradisional khas Sumatera Utara, seperti arsik, naniura, dan dali ni horbo. Penyajian menu-menu ini tidak hanya memperkaya pengalaman kuliner para tamu, tetapi juga menjadi sarana efektif untuk mempromosikan budaya kuliner daerah kepada wisatawan. Dari segi estetika, desain interior hotel turut menampilkan elemen-elemen budaya Batak, seperti motif ulos, ukiran kayu, dan lukisan etnik, yang dipadukan secara harmonis dalam dekorasi ruangan. Keberadaan ornamen-ornamen khas ini menciptakan identitas lokal yang kuat dan membedakan Hotel Santika Premiere Dyandra dari jaringan hotel internasional lainnya.

Strategi Manajemen Berbasis Budaya Lokal

Hotel Santika Premiere Dyandra menjalankan strategi manajemen yang memprioritaskan nilai-nilai kearifan lokal sebagai bagian dari diferensiasi layanan. Salah satu bentuk implementasinya adalah penyelenggaraan pelatihan budaya lokal secara berkala bagi seluruh karyawan, dengan tujuan meningkatkan pemahaman staf terhadap nilai-nilai budaya

Batak sekaligus memperkuat kualitas pelayanan yang berakar pada kearifan lokal. Selain itu, hotel menerapkan kebijakan perekrutan sumber daya manusia dari masyarakat sekitar, di mana sekitar 80% karyawan berasal dari komunitas lokal. Kebijakan ini tidak hanya mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat, tetapi juga menjamin keaslian interaksi budaya dalam layanan yang diberikan kepada para tamu. Hotel Santika Premiere Dyandra juga aktif menjalin kolaborasi dengan UMKM serta seniman lokal, terutama dalam penyediaan suvenir, kerajinan tangan, dan dekorasi interior hotel, sehingga keterlibatan komunitas dalam ekosistem hotel semakin kuat. Penerapan kearifan lokal dalam strategi manajemen ini terbukti memberikan dampak positif terhadap upaya pariwisata berkelanjutan. Dari aspek ekonomi, hotel berperan dalam menciptakan nilai ekonomi yang merata melalui pemberdayaan masyarakat lokal, pelatihan, dan kerja sama dengan UMKM. Dari aspek sosial budaya, pelestarian dan promosi budaya Batak di lingkungan hotel tidak hanya memperkenalkan budaya lokal kepada wisatawan, tetapi juga memperkuat identitas serta kebanggaan budaya bagi masyarakat sekitar. Sementara itu, dari aspek lingkungan, hotel juga menerapkan prinsip ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan bangunan lokal yang berkelanjutan dan pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, sejalan dengan filosofi “adat bersatu dengan alam” yang merupakan bagian dari kearifan lokal Batak.

Tabel 2. Analisis SWOT Penerapan Kearifan Lokal

Aspek	Uraian
Strengths (Kekuatan)	Diferensiasi budaya yang kuat, meningkatkan loyalitas tamu
Weaknesses (Kelemahan)	Terbatasnya pemahaman staf baru terhadap budaya lokal
Opportunities (Peluang)	Tren wisata budaya yang semakin meningkat
Threats (Ancaman)	Globalisasi dan homogenisasi layanan hotel internasional

Statistik deskriptif dan karakteristik responden pada penelitian ini menunjukkan gambaran mengenai responden berdasarkan variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan, dengan frekuensi yang dijabarkan sebagai berikut. Salah satu karakteristik yang dianalisis adalah usia responden. Usia memiliki peran penting dalam memengaruhi pola pikir,

perilaku berwisata, pengambilan keputusan, dan tindakan seseorang. Semakin bertambah usia seseorang, umumnya semakin luas pula wawasan, pengalaman, pengetahuan, serta cara berpikirnya. Untuk mengetahui distribusi usia dari 200 responden yang diteliti oleh penulis di Desa Siallagan dalam penelitian ini, data lengkap dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Persen (%)
20-35 tahun	65	32,5
35-40 tahun	34	17,0
40-55 tahun	37	18,5
55-60 tahun	53	26,5
60-65 tahun	11	5,5
Total	200	100,000

Hasil penelitian berdasarkan tingkat usia yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa dari total 200 responden yang diteliti, kelompok usia yang paling dominan adalah 20-35 tahun dengan jumlah 65 orang (32,5%). Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar warga di kelompok usia tersebut masih berada dalam masa produktif dan memiliki minat yang tinggi untuk berwisata. Sementara itu, kelompok usia yang paling sedikit adalah

60-65 tahun, yaitu sebanyak 11 orang (5,5%). Untuk kelompok usia 40-55 tahun terdapat 37 orang (18,5%), usia 35-40 tahun sebanyak 34 orang (17,0%), dan kelompok usia 55-60 tahun sebanyak 53 orang (26,5%). Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di objek wisata Desa Siallagan juga dianalisis dan dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi (%)
Laki-laki	87	43,5
Perempuan	113	56,5
Total	200	100.00

Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin yang ditampilkan pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden di objek wisata Desa Siallagan adalah perempuan, yaitu sebanyak 113 orang (56,5%). Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 87 orang (43,5%). Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan juga

menjadi fokus dalam penelitian ini. Pendidikan memegang peranan penting karena dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang. Gambaran umum tingkat pendidikan para responden yang berada di objek wisata Desa Siallagan dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Persen (%)
SD	-	-
SMP	19	9,5
SMA/SMK	146	73,0
Perguruan Tinggi	35	17,5

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden masih didominasi oleh lulusan SMA/SMK, yaitu sebanyak 127 orang (63,5%). Untuk tingkat pendidikan SD tercatat sebanyak 19 orang (9,5%), tingkat pendidikan SMP juga sebanyak 19 orang (9,5%), dan untuk tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 35 orang (17,5%). Persentase lulusan perguruan tinggi masih

tergolong rendah dibandingkan dengan lulusan SMA/SMK. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kondisi ekonomi, kurangnya dukungan orang tua, serta anggapan sebagian besar responden bahwa lebih baik langsung mencari pekerjaan setelah lulus SMA/SMK. Mereka berpendapat bahwa baik lulusan SMA/SMK maupun perguruan tinggi (sarjana) sama-sama menghadapi tantangan yang sulit

dalam mencari pekerjaan di masa sekarang. Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan juga turut dianalisis. Gambaran umum pekerjaan responden yang

berada di objek wisata Desa Siallagan dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

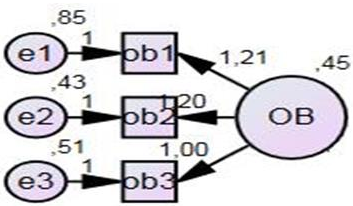
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Orang	Persen (%)
Pedagang	52	26,0
Wiraswasta	93	46,5
Petani	45	22,5
Guru	10	5,0
Total	200	100,00

Terdapat dua jenis pengujian dalam tahap ini yaitu: dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yaitu *measurement model* dan *structural equation model* (SEM). CFA *measurement model* diarahkan untuk sebagai menyelidiki unidimensionalitas dari setiap indikator yang menjelaskan bahwa sebuah faktor atau sebuah variabel laten. Pengujian SEM tidak jauh beda dengan CFA, pengujian SEM juga dilakukan menggunakan dua macam pengujian yaitu menggunakan uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi. Langkah-langkah menggunakan analisis untuk melakukan pengujian model penelitian yang dilakukan melalui tiga tahapan yang pertama yaitu: dengan menguji model konseptual. Hasil pengujian terhadap model konseptual kurang memuaskan dengan itu maka dilanjutkan dengan menggunakan dua tahapan yaitu dengan cara memberikan perlakuan modifikasi terhadap sebuah model yang dikembangkan setelah memperhatikan indeks modifikasi dan juga dukungan (justifikasi) dari teori-teori yang ada. Kemudian, jika pada tahapan kedua masih terdapat hasil yang tidak memuaskan, maka akan ditempuh tahap ketiga yaitu dengan cara menghilangkan ataupun dapat menghapus (drop) variabel yang memiliki hasil nilai C.R (*Critical Ratio*) lebih kecil dari 1.96, maka variabel ini dipandang tidak berdimensi sama dengan variabel-variabel lainnya untuk menjelaskan suatu variabel laten (Ferdinand, 2002:132 dalam Agung 2018). *Loading factor* atau *lamda value* yang dilambangkan (λ) ini biasanya digunakan untuk menilai suatu kecocokan, kesesuaian ataupun unidimensionalitas dari setiap indikator yang membentuk suatu dimensi atau variabel. Untuk menguji sebuah model CFA dari setiap variabel terhadap model

keseluruhan memuaskan atau tidaknya yang berpedoman dengan kriteria *goodness of fit*. Variabel Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu: OB1= Sigale-Gale
OB2= Rumah Adat Batak
OB3= Batu Kursi Persidangan

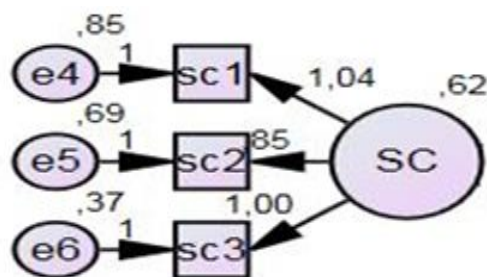
Berikut ini adalah hasil gambar pengujian AMOS 22 dengan analisis CFA:



Gambar 3. CFA Objek Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk first order objek wisata berbasis kearifan local memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data. Variabel Social Capital memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu: SC1= Norma
SC2= Jaringan Sosial
SC3= Kepercayaan

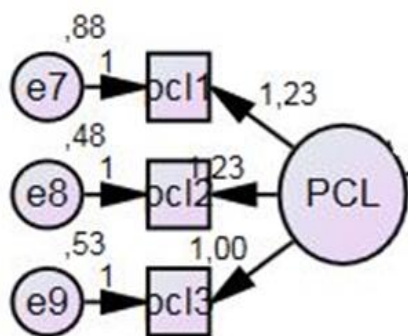
Berikut ini adalah hasil gambar pengujian AMOS 22 dengan analisis CFA:



Gambar 4. CFA Social Capital (Modal Sosial)

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk *first order Social Capital* (modal sosial) memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data. Variabel produk cendramata lokal memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu:

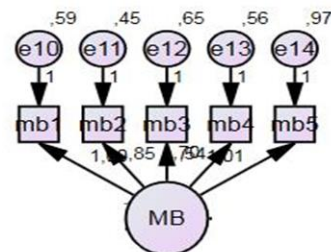
- PCL1 = Ulos
- PCL2 = Gorga
- PCL3 = Miniatur Rumah Adat Batak



Gambar 5. CFA Produk Cendramata Lokal

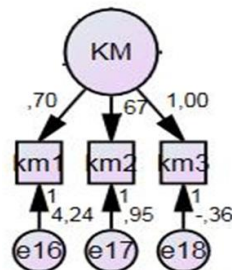
Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk *first order produk cendramata lokal* memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data. Variabel minat berkunjung memiliki 5 (lima) indikator yang akan diuji, yaitu:

- MB1 = Kualitas Pelayanan Tempat Wisata
- MB2 = Fasilitas Tempat Wisata
- MB3= Daya Tarik Wisata Alam Danau Toba
- MB4 = Biaya Wisata
- MB5 = Keamanan Dan Kenyamanan



Gambar 6. CFA Minat Berkunjung

Berdasarkan dari output AMOS diatas maka diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk *first order minat berkunjung* memiliki nilai loading factor signifikan, karena setiap nilai loading factor memiliki angka melebihi 0,5. Jika dari setiap indikator pembentuk konstruk sudah signifikan maka dapat mewakili dalam analisis data. Variabel kesejahteraan masyarakat memiliki 3 (tiga) indikator yang akan diuji, yaitu:
KM1 = Tingkat Pengeluaran Konsumsi
KM2 = Jenis Pekerjaan
KM3 = Aset



Gambar 7. CFA Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan output AMOS di atas, diketahui bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk *first order kesejahteraan masyarakat* memiliki nilai loading factor yang signifikan, karena setiap nilai loading factor melebihi angka 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan sudah valid dan dapat mewakili konstruk dalam analisis data. Hasil uji kausalitas menunjukkan bahwa terdapat empat hubungan antar variabel yang memiliki hubungan kausalitas, kecuali hubungan antara kesejahteraan masyarakat dengan social capital, minat berkunjung dengan social capital, serta minat berkunjung dengan kesejahteraan masyarakat yang tidak menunjukkan hubungan kausalitas. Uji kausalitas berdasarkan probabilitas critical ratio yang memiliki tanda bintang tiga menandakan bahwa hubungan tersebut signifikan. Hubungan-hubungan yang signifikan tersebut adalah: pertama, terdapat

hubungan kausalitas antara kesejahteraan masyarakat dengan objek wisata berbasis kearifan lokal, di mana nilai *critical value* sebesar 8,349 lebih dari dua kali standar error dan nilai probabilitasnya signifikan. Kedua, terdapat hubungan kausalitas antara kesejahteraan masyarakat dengan produk cenderamata lokal, dengan nilai *critical value* sebesar 9,253 yang juga lebih dari dua kali standar error serta nilai probabilitas yang signifikan. Ketiga, terdapat hubungan kausalitas antara minat berkunjung dengan produk cenderamata lokal, dengan nilai *critical value* sebesar 4,958 yang menunjukkan signifikansi hubungan tersebut. Keempat, terdapat hubungan kausalitas antara minat berkunjung dengan objek wisata berbasis kearifan lokal, dengan nilai *critical value* sebesar 5,728 yang juga lebih dari dua kali standar error dan nilai probabilitas yang signifikan. Dapat disimpulkan bahwa objek wisata berbasis kearifan lokal dan produk cenderamata lokal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan minat berkunjung, sedangkan social capital tidak menunjukkan hubungan kausal yang signifikan dengan variabel lain dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pembahasan mengenai penerapan kearifan lokal pada strategi manajemen Hotel Santika Premiere Dyandra menunjukkan bahwa integrasi nilai budaya setempat menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberlanjutan pariwisata. Arifin (2018) menegaskan bahwa pelibatan kearifan lokal dalam pengelolaan destinasi wisata mampu meningkatkan daya tarik sekaligus memperkuat identitas daerah. Dalam praktiknya, Hotel Santika Premiere Dyandra mengadaptasi berbagai elemen budaya Batak, seperti sapaan khas, kuliner tradisional, dan desain interior yang sarat nilai budaya, sehingga tercipta pengalaman menginap yang berbeda bagi tamu. Hal ini sejalan dengan pandangan Dewi (2020), yang menyebutkan bahwa penerapan budaya lokal dalam operasional hotel dapat meningkatkan keunikan layanan serta menambah nilai jual di tengah persaingan industri perhotelan. Pemberdayaan masyarakat lokal menjadi aspek lain yang mendapat perhatian dalam strategi manajemen Hotel Santika. Melalui perekrutan tenaga kerja dari

komunitas sekitar dan kolaborasi dengan UMKM serta pengrajin lokal, hotel berperan dalam menciptakan peluang ekonomi baru dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Sumatera Utara. Konsep ini didukung oleh Damanik dan Weber (2006), serta Nugroho (2011), yang menekankan pentingnya pelibatan masyarakat dalam pengembangan ekowisata dan pariwisata berkelanjutan. Selain itu, strategi ini juga mencerminkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan sebagaimana diuraikan oleh UNWTO (2017), yakni memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari perspektif manajemen, penerapan kearifan lokal dalam operasional hotel merupakan bentuk inovasi yang relevan untuk menciptakan diferensiasi layanan. Adiyoso dan Martono (2014) menyatakan bahwa manajemen hotel modern tidak hanya berfokus pada efisiensi operasional, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah melalui layanan berbasis budaya. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas tamu serta memperkuat posisi hotel di pasar pariwisata. Hariyanto (2019) menambahkan bahwa integrasi nilai-nilai lokal dalam manajemen hotel dapat meningkatkan daya saing dan mendukung upaya pelestarian budaya.

Dari sisi sosial budaya, pelestarian nilai-nilai tradisional melalui aktivitas hotel turut memperkuat identitas masyarakat dan meningkatkan kebanggaan terhadap warisan budaya. Koentjaraningrat (2009) dan Pitana & Gayatri (2005) menyoroti bahwa budaya lokal yang terintegrasi dalam aktivitas ekonomi, termasuk sektor jasa, akan memperkuat kohesi sosial dan memperluas manfaat ekonomi bagi masyarakat. Dalam penelitian ini, keterlibatan masyarakat lokal tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, namun juga pada penguatan jaringan sosial dan pelestarian tradisi. Analisis data yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, sebagaimana disarankan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses integrasi kearifan lokal dalam manajemen hotel. Validitas dan reliabilitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, sesuai dengan standar penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017). Secara keseluruhan, temuan

penelitian ini memperkuat argumen Ritzer (2011) bahwa inovasi berbasis budaya memberikan kontribusi penting terhadap pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Penerapan kearifan lokal dalam strategi manajemen hotel tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif, tetapi juga berperan dalam mendukung terciptanya ekosistem pariwisata yang lebih berkelanjutan di Sumatera Utara. Dukungan terhadap pelestarian budaya, pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab menjadi fondasi utama dalam membangun sektor pariwisata yang tangguh dan berdaya saing di tingkat nasional maupun global.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dan kuantitatif, dapat disimpulkan bahwa Hotel Santika Premiere Dyandra berhasil menerapkan kearifan lokal sebagai bagian integral dari strategi manajemennya. Penerapan kearifan lokal ini tercermin dalam berbagai aspek operasional, seperti pelayanan tamu, desain interior, kuliner, pelatihan staf, serta kemitraan dengan komunitas lokal. Nilai-nilai budaya Batak, termasuk filosofi Dalihan Na Tolu, dijadikan landasan dalam membangun hubungan kerja yang harmonis dan memberikan sentuhan khas dalam layanan kepada tamu. Pendekatan berbasis kearifan lokal ini secara strategis memberikan nilai tambah terhadap citra hotel, meningkatkan kepuasan tamu, serta menciptakan keunikan yang membedakan hotel ini dari para pesaing.

Temuan kuantitatif menunjukkan bahwa mayoritas tamu sangat menghargai unsur budaya lokal yang dihadirkan, dengan skor rata-rata kepuasan lebih dari 4 pada skala 1–5. Selain itu, strategi ini memberikan dampak positif terhadap masyarakat lokal, khususnya melalui peningkatan pendapatan UMKM mitra dan pemberdayaan tenaga kerja dari lingkungan sekitar. Dari perspektif keberlanjutan, penerapan kearifan lokal ini berkontribusi nyata terhadap pariwisata berkelanjutan melalui penciptaan peluang kerja dan kolaborasi dengan UMKM pada aspek ekonomi,

pelestarian dan promosi budaya Batak pada aspek sosial budaya, serta pemanfaatan produk dan material lokal yang ramah lingkungan pada aspek lingkungan. Integrasi kearifan lokal dalam strategi manajemen tidak hanya memperkuat daya saing hotel, tetapi juga berperan penting dalam mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan di Sumatera Utara.

Daftar Pustaka

- Andhriany, S. (2021). Strategi komunikasi public relations Aston Imperium Hotel dalam mempertahankan kearifan lokal di era 4.0. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 9(1), 1-13. <http://dx.doi.org/10.30659/jikm.v9i1.11355>.
- Astawa, I. K., Budarma, I. K., & Widhari, C. I. S. (2021). *Manajemen Supervisi Hotel: Orientasi Green Hospitality Business Practices*. Penerbit NEM.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). Perencanaan ekowisata: Dari teori ke aplikasi.
- Feriyadin, F., Marswandi, E. D. P., Pratama, A. A., & Ulya, B. N. (2024). Manajemen Destinasi Wisata Berbasis Kearifan Lokal Maja Labo Dahu untuk Keberlanjutan Pariwisata Kota Bima. *Journal of Tourism and Creativity*, 8(1), 51-65. <https://doi.org/10.19184/jtc.v8i1.45308>.
- Gelgel, I. P. (2021). *Hukum Kepariwisata dan Kearifan Lokal*. Unhi Press.
- Harsono, I., Demung, I. W., Judijanto, L., Sari, H. P. R., & Ananti, D. D. (2025). *Parwisata Berkelanjutan: Teori dan Penerapannya di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Juliandri, A., & Rahayu, E. (2024). PENGARUH KEARIFAN LOKAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UMKM DI HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA. *Jurnal Ilmiah Manajemen*,

- Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1814-1823.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4247>.
- Koentjaraningrat, P. I. A., & Pembangunan, M. (2009). Cet. 9; Jakarta: PT. *Rineka Cipta*.
- Nugroho, I. (2011). *Ekowisata dan pembangunan berkelanjutan*. Pustaka Pelajar.
- Pitana, G., & Gayatri, P. (2005). *Sosiologi Pariwisata* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ridder, H. G. (2014). *Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook* 3 rd Edition.
- Ritzer, G. (2004). *Teori sosiologi modern*.
- Sitohang, L., & Purnomo, N. H. (2023). Kearifan Lokal Dalam Konteks Pariwisata Berkelanjutan: Fenomena Dua Sisi Penerapan Tri Hita Karana Dalam Keseharian Kegiatan Pariwisata Di Bali. *JURNAL GEOGRAFI Geografi Dan Pengajarannya*, 21(1), 1-18.
<https://doi.org/10.26740/jggp.v21n1.p1-18>.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment.
- Taskin, F. (2019). Sustainable Tourism Policy of World Tourism Organization. *Studies on Interdisciplinary Economics and Business*, 195.