

**DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP DAYA SERAP  
KETENAGAKERJAAN DEPARTEMEN SALES DAN  
MARKETING  
INDUSTRI PERHOTELAN DI LOMBOK**



**FAROUK VERDIAN**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**  
**DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP DAYA SERAP**  
**KETENAGAKERJAAN DEPARTEMEN SALES DAN**  
**MARKETING**  
**INDUSTRI PERHOTELAN DI LOMBOK**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Disusun oleh**  
**FAROUK VERDIAN**  
**NIM. 2115854013**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA**  
**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**

# **SKRIPSI**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan  
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Jurusan Pariwisata  
Politeknik Negeri Bali



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**FAROUK VERDIAN**

**NIM. 2115854013**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA JURUSAN  
PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali  
- 80364 Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128  
Laman: [www.pnb.ac.id](http://www.pnb.ac.id) Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

---

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farouk Verdian  
NIM : 2115854013  
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata  
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

Dengan ini Menyatakan bahwa judul skripsi:

**DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP DAYA SERAP  
KETENAGAKERJAAN DEPARTEMEN SALES DAN  
MARKETING  
INDUSTRI PERHOTELAN DI LOMBOK**

Benar bebas dari plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.  
Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 11 Agustus 2022

Farouk Verdian

## HALAMAN PERSETUJUAN

Usulan penelitian ini telah disetujui oleh Pembimbing dan Ketua Jurusan Pariwisata pada hari Kamis, tanggal 11 Agustus Tahun 2022

Pembimbing I,

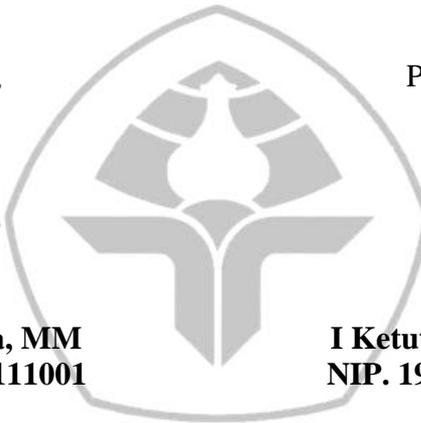


**Drs. I Ketut Astawa, MM**  
**NIP. 196107211988111001**

Pembimbing II,



**I Ketut Suarta, SE., M.Si.**  
**NIP. 196309151990031002**



JURUSAN PARIWISATA  
Mengetahui,  
POLITEHNIK NEGERI BALI

Ketua Jurusan Pariwisata,



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D**  
**NIP. 196312281990102001**

# **DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP DAYA SERAP KETENAGAKERJAAN DEPARTEMEN SALES DAN MARKETING INDUSTRI PERHOTELAN DI LOMBOK**

Telah diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian pada:  
Hari Kamis, Tanggal 11 , Bulan Agustus Tahun 2022

PENGUJI

KETUA :



**Drs. I Ketut Astawa, MM**

ANGGOTA :



JURUSAN PARAWISATA

1. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par.M.Par.

POLITEKNIK NEGERI BALI



2. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Dampak Digitalisasi Terhadap Daya Serap Ketenagakerjaan Departemen Sales dan Marketing Industri Perhotelan Di Lombok.” dengan baik dan penulis mampu menyelesaikan tepat waktu.

Proposal ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi DIV Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Dengan rasa terima kasih yang terdalam, penulis akan menyampaikan penghargaan khusus bagi mereka yang telah membimbing saat menyelesaikan laporan proposal ini dan mereka adalah:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. sebagai Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D. sebagai Ketua Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di jurusan Pariwisata.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pedoman.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Diploma IV untuk memberikan pedoman, saran dan motivasi kepada penulis.

5. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
6. Pihak Manajemen dan Staff hotel peserta, khususnya di Sales & Marketing untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam proposal ini.
7. Keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan moral dan material sehingga penulis dapat mengenal bangku sekolah hingga tingkat perguruan tinggi, dan menyelesaikan proposal penelitian ini.
8. Penulis menyadari bahwa proposal ini belum sempurna, namun kritik dan saran diperlukan untuk membuat proposal ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Badung, Agustus 2022

Penulis

**IMPACT OF DIGITALIZATION ON EMPLOYMENT ABSORPTION OF  
SALES AND MARKETING DEPARTMENT  
AT LOMBOK HOSPITALITY INDUSTRY**

**FAROUK VERDIAN**

**NIM. 2115854013**

***ABSTRACT***

One form of innovation that comes thanks to digitalization is the existence of digital marketing where this innovation is a form of digitalization of marketing. Digital marketing is arguably quite disruptive because it has succeeded in making market competition more perfect and not controlled by one or two brands. The level and speed of the use of digitalization are at least influenced by three factors, namely: (1) the capacity of hospitality, human resources, (2) the financial condition of the hotel to invest in digital technology such as softwares and experts, and (3) leadership factors.

This study uses qualitative research with case studies in this study the data collection techniques used are interviews, observation and documentation studies. And test the credibility of the data by using data triangulation. While the data analysis techniques used are; data reduction, data presentation, and conclusion drawing. In this study, the impact of digitization on employment in the sales and marketing department at Hotel Lombok will be examined.

***Keywords:*** Digitization, employment and hotel sales, marketing in Lombok

**DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP DAYA SERAP  
KETENAGAKERJAAN DEPARTEMEN SALES DAN MARKETING  
INDUSTRI PERHOTELAN DI LOMBOK**

**FAROUK VERDIAN**

**NIM. 2115854013**

**ABSTRAK**

Salah satu bentuk inovasi yang hadir berkat digitalisasi adalah adanya digital marketing yang mana inovasi ini merupakan bentuk dari digitalisasi pemasaran. Digital marketing ini bisa dibilang cukup disruptif karena berhasil membuat persaingan pasar menjadi lebih sempurna dan tidak dikuasai satu atau dua merek. Tingkat dan kecepatan pemanfaatan digitalisasi tersebut setidaknya dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: (1) kapasitas SDM perhotelan, (2) kondisi keuangan hotel untuk berinvestasi pada teknologi digital seperti softwares dan tenaga ahli, serta (3) faktor leadership.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan studi kasus dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Dan melakukan uji kredibilitas data dengan menggunakan triangulasi data. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini, akan dampak digitalisasi terhadap ketenagakerjaan pada departemen sales dan marketing di Hotel Lombok.

***Kata kunci:** Digitalisasi, ketenagakerjaan dan sales marketing hotel di Lombok*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DFATAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pariwisata .....	7
2.1.2 Promosi .....	9
2.1.3 Personal Selling.....	12
2.1.4 Sales Promotion .....	12
2.1.5 Public Relations .....	13
2.1.6 Direct Marketing .....	14
2.1.7 Segmentasi Pasar.....	16
2.1.8 Digitalisasi.....	19
2.1.9 Penyerapan Tenaga Kerja .....	21
2.1.10 Sales and Marketing .....	22
2.1.11 Tugas Tanggung Jawab dan Fungsi Sales and Marketing ....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
2.3. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.3 Objek Penelitian .....	37
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Skunder.....	37
3.4.3 Sumber Data .....	37
3.5 Populasi dan Sample .....	38
3.5.1 Populasi .....	38

3.5.2	Sample .....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.6.1	Wawancara .....	38
3.6.2	Dokumentasi .....	39
3.6.3	Observasi .....	40
3.7	Keabsahan Data .....	40
3.7.1	Uji Credibility .....	40
3.7.2	Uji Dependability .....	40
3.8	Metode Analisa Data .....	41
3.8.1	Reduksi Data .....	41
3.8.2	Penyajian Data .....	43
3.8.3	Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi .....	43
3.9	Aalur Penelitian .....	44
3.9.1	Tahap Orientasi .....	44
3.9.2	Tahap Explorasi .....	44
3.9.3	Tahap Validasi dan Pemeriksaan Keabsahan Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN .....</b>		<b>46</b>
4.1	Profil Objek Penelitian .....	46
4.2	Hasil Penelitian .....	47
4.3	Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Saran .....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Sales and Marketing Departemnet .....	33
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.3 Struktur Organisasi di Industri Perhotelan .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan sektor pariwisata saat ini tidak dapat dilepaskan dari peran digitalisasi. Digitalisasi telah mendorong pertumbuhan sektor pariwisata, termasuk sub-sektor di dalamnya seperti industri perhotelan, penerbangan, perjalanan wisata, restaurant dan usaha kecil lainnya. Digitalisasi diantaranya dimanfaatkan dalam penciptaan bisnis model yang baru, meningkatkan pelayanan, maupun melakukan efisiensi kerja. Bagi wisatawan, digitalisasi memfasilitasi terciptanya pengalaman baru dalam berwisata mulai dari mencari informasi tempat wisata, pemesanan akomodasi serta moda transportasi.

Industri perhotelan, sebagai bagian kunci dari sektor pariwisata juga tidak luput dari pengaruh digitalisasi. Bisnis perhotelan merupakan salah satu sub-sektor yang memiliki kapasitas tinggi untuk mengikuti trend automasi (ILO Report, 2016) Dengan memanfaatkan teknologi digital berbasis internet, industri perhotelan meningkatkan pelayanan kepada para wisatawan diantaranya melalui penyediaan fasilitas pemesanan kamar menggunakan aplikasi online booking (online travel agent), pemesanan tempat wisata dan transportasi. Industri perhotelan bersiap memasuki periode transformasi digital dengan semakin intensifnya penggunaan digitalisasi baik oleh wisatawan maupun pihak perhotelan sendiri. Selain meningkatkan pelayanan, digitalisasi juga menciptakan tantangan pada aspek ketenagakerjaan dari segi jumlah dan keahlian baru yang dibutuhkan. Studi

McKinsey (2019) menyebutkan bahwa digitalisasi akan menciptakan 4.5 juta pekerjaan baru terutama di industri manufaktur. Struktur dan komposisi pekerjaan pun akan berubah, dimana sebanyak 56% pekerja berisiko kehilangan pekerjaan akibat penerapan otomasi dan digitalisasi, khususnya untuk jenis-jenis pekerjaan manual yang berulang (*repetitive*).

Dari aspek Ekonomi, dampak digitalisasi yang paling besar adalah adanya peningkatan pendapatan melalui *online booking*, dimana berdasarkan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan HERC (*Hotel E-commerce & Revenue Community*), persentase pemanfaatan *online booking* di Lombok saat ini sebesar 70% - 80% dari total pemesanan, dibandingkan melalui *offline* yang semakin menurun menjadi sekitar 20% - 30% pada beberapa tahun terakhir. Dengan adanya sistem *online booking* tersebut, manajemen akomodasi juga dapat mengatur pemasukan (*revenue*) berdasarkan permintaan (*demand*). Jadi, prinsip dasar ekonomi *supply-demand* dan penentuan harga dapat diterapkan. Ketika pada suatu periode *demand* meningkat dan bahkan melebihi *supply*, dapat ditetapkan harga yang lebih tinggi daripada waktu lainnya, begitupun sebaliknya.

Digitalisasi di Dunia marketing atau *Digital Marketing* memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (*offline marketing*), diantaranya dalam hal *measurement* atau tolak ukur keberhasilan dari sebuah strategi (Nursatyo & Dini, 2018). *Digital marketing* juga mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga

mempermudah proses pencariannya (Dedi, Rahmi, & Shandy, 2018).

Digitalisasi telah mendorong pertumbuhan sektor pariwisata. Kontribusi sektor ini pada pertumbuhan ekonomi pun meningkat. Dengan bertumbuhnya sektor pariwisata, maka sumbangan pada penciptaan lapangan pekerjaan di tingkat global maupun nasional juga meningkat. Industri perhotelan termasuk yang menerapkan digitalisasi untuk meningkatkan pelayanan, didorong oleh semakin intensifnya pemanfaatan teknologi berbasis internet oleh wisatawan. Digitalisasi diantaranya dimanfaatkan dalam penciptaan bisnis model yang baru, meningkatkan pelayanan, maupun melakukan efisiensi kerja. Bagi wisatawan, digitalisasi memfasilitasi terciptanya pengalaman baru dalam berwisata mulai dari mencari informasi tempat wisata, pemesanan akomodasi serta moda transportasi. Selain meningkatkan pelayanan, digitalisasi juga menciptakan tantangan pada aspek ketenagakerjaan dari segi jumlah dan keahlian baru yang dibutuhkan.

Di sektor pariwisata, khususnya di industri perhotelan, Data OECD menunjukkan bahwa peningkatan jumlah akomodasi di Indonesia telah berdampak pada bertumbuhnya tenaga kerja di industri perhotelan dari tahun ke tahun. Namun demikian, studi yang secara detil melihat dampak digitalisasi pada ketenagakerjaan di industri perhotelan baik dampak langsung, dampak tidak langsung maupun dampak turunan/imbasan masih sangat terbatas. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Dampak Digitalisasi Terhadap Daya Serap Ketenagakerjaan Departemen Sales Dan Marketing Industri Perhotelan Di Lombok”*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

- a. Kompetensi apa saja yang di butuhkan dalam mempersiapkan sumber daya manusia pada departemen sales & marketing industri perhotelan di Lombok?
- b. Bagaimanakah pengaruh digitalisasi terhadap penyerapan tenaga kerja di departement sales & marketing industri perhotelan di Lombok.?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apa saja dampak dari digitalisasi terhadap penyerapan tenaga kerja di departemen sales & marketing industri perhotelan di Lombok.
- b. Untuk mengetahui kompetensi apa saja yang di butuhkan dalam menyambut digitalisasi industri perhotelan di Lombok.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi General manager di masing-masing hotel, agar dapat mempersiapkan team sales & marketing yang siap menghadapi digitalisasi.

- b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan pengalaman peneliti sebagai dasar untuk menggapai masa depan yang lebih indah, juga

sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata.

c. Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi untuk pembelajaran di kampus Politeknik Negeri Bali.

d. Bagi Hotel

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang nantinya dapat memberikan kontribusi bagi pihak Hotel dan Resort yang ada wilayah Lombok pada umumnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada penelitian yang sudah dilakukan peneliti maka, dapat disimpulkan hasil penelitian dari rumusan masalah yang sudah diambil adalah sebagai berikut:

5.1.1 Dampak digitalisasi terhadap penyerapan tenaga kerja di departement sales & marketing di industri perhotelan di Lombok, mengidentifikasi bahwa dampak positif dari digitalisasi lebih besar daripada dampak negative yang ditimbulkan. Beberapa dampak positif dari penerapan digitalisasi tersebut, yaitu dari sisi ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, kebijakan serta norma/nilai. Sementara dampak negatif yang dirasakan terutama ada pada aspek ekonomi dan aspek sosial. Pada penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menemukan bahwa tingkat dan kecepatan pemanfaatan digitalisasi berbeda- beda antar hotel yang satu dengan yang lain, tergantung pada tingkat kebutuhan, kapasitas SDM Perhotelan, kondisi keuangan hotel untuk berinvestasi pada teknologi dan SDM ahli di bidang digital dan faktor kepemimpinan di perhotelan. Hasil wawancara dengan pelaku industri perhotelan di Lombok memperlihatkan bahwa tingkat dan kecepatan pemanfaatan digitalisasi tersebut setidaknya dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: (1) kapasitas SDM perhotelan, (2) kondisi keuangan hotel untuk berinvestasi pada teknologi digital seperti softwares dan tenaga ahli,

serta (3) faktor leadership, dalam hal ini adalah kepemimpinan pemilik hotel atau management hotel. Industri perhotelan, sebagai bagian kunci dari sektor pariwisata juga tidak luput dari pengaruh digitalisasi.

5.1.2 Dari hasil penelitian ini, maka peneliti mengusulkan beberapa rekomendasi kebijakan yang ditujukan ke pihak-pihak terkait dan berkepentingan dengan perkembangan industri perhotelan dan pariwisata di Lombok terkait pemanfaatan digitalisasi, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kualitas SDM khususnya di industri perhotelan pada departemen sales and marketing yaitu:

- a. Memahami *job description* ideal posisi *e-commerce specialist*, dan pemahaman profil pekerjaan digitalisasi yang beragam,
- b. Memahami pentingnya fungsi *revenue management*
- c. Memaksimalkan potensi penciptaan lapangan kerja baru terkait digitalisasi, dengan melakukan investasi keahlian pada SDM perhotelan yang ada.
- d. Melakukan antisipasi terhadap hilangnya pekerjaan tertentu akibat digitalisasi
- e. Menjalinkan kerjasama dengan *offline travel agent* dalam mempromosikan *day-tour* ke berbagai destinasi wisata
- f. Menjalinkan kerjasama dengan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dalam mengembangkan sistem *Virtual Destination Tour* berbayar yang dapat diakses berbagai wisatawan *virtual* dari berbagai negara.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan pada pengamatan peneliti dalam proses penelitian yang dilakukan maka, peneliti dapat berbagai saran yaitu dapat memaksimalkan penerapan digitalisasi pada sales & marketing masing-masing hotel, agar dapat berjalan beriringan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini. Dan lebih selektif dalam memilih SDM, terutama bagi mereka yang memiliki pengalaman dan wawasan yang luas khususnya pada bagaian sales dan marketing, agar tujuan dari industri perhotelan itu sendiri tercapai dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anna-Maria Suci. (2014). The impact of Airbnb on local labour markets in the hotel industry in Germany- Working Paper - *Joint European Master Programme in Comparative Local Development*
- Asian Development Bank. (2020). *Innovate Indonesia: Unlocking Growth Through Technological Transformation*
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Karakteristik Usaha 2019*. ISBN: 978-602-438-291-9
- Bogner, E., Voelklein, T., Schrpedel, O., Franke, J. (2016). *Study Based Analysis on the Current Digitalization Degree in Manufacturing Industry in Germany*. *Procedia CIRP* 57 (2016) 14-19. doi:10.1016/j.procir.2016.11.004
- Celestinepatterson Kompasiana 2021 Tempat Hotel E-Commerce berpijak e-commerce sebagai pengantar media promosi (Ayu nurdininsi 2018)
- Eurofound. (2015). *New forms of employment*. Luxemburg: Publication Office of the European Union
- Ezell, S. (2018) Why Manufacturing Digitalization matters and How Countries are Supporting It. *Information Technology & Innovation Foundation*.
- Freddi, D. (2017). *Digitalisation and employment in manufacturing*. *AI & Soc* (2018) 33:393-403. <http://doi.org/10.1007/s00146-017-0740-5>
- Frey, C. B., and Osborne, M. A. (2013). *The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?*
- Hotel Room Division Management (2020) Dra. Ira Meirina Chair M.pd
- Hotel Revenue Management (2020) Dr. Zulkifli Harahap, MM.Par., CHE
- International Labour Organization. (2017). *Laporan Ketenagakerjaan Indonesia 2017: Memanfaatkan Teknologi untuk Pertumbuhan dan Penciptaan Lapangan Kerja*. Organisasi Perburuhan Internasional Kantor ILO untuk Indonesia dan Timor-Leste
- Jurnal Pariwisata Indonesia Vol 4 (2008) oleh Titik Akningsih
- Kementerian Perindustrian. (2018). *Indonesia's Fourth Industrial Revolution*. Jakarta, 24-27 Juli 2018.

Kominfo Publisher ISBN 9786025132421. (2018) *Kerangka Literasi Digital*. Jakarta

Laporan Akhir Dampak Digitalisasi di Lombok. (*Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH 2021*)

McKinsey Indonesia. (2016). *Unlocking Indonesia's digital opportunity*. McKinsey&Company.

Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada ukm dalam menghadapi era industri 4.0 (Nursatyo & Dini, 2018)

Pengaruh *online travel agent* terhadap pemesanan kamar di hotel mutiara malioboro yogyakarta (Lutfi Hedriyanti 2019)

Spottl, G., and Nicolaisen, M. (2019). *Digitalization in TVET in Asia – Review and Recommendation “The Impact of Digitalization in Asian Countries: Guidelines for TVET”*.

Sekretariat TIM GLN Kemdikbud. (2017) *Literasi Digital (Gerakan Literasi Nasional)*. Jakarta Vocational and Professional Education and Training In Switzerland Rudolf (2016) H Strahm

World Bank Group. (2019). *Doing Business 2020*. Washington, DC: World Bank. DOI:10.1596/978-14648-1440-2