

Dampak Digitalisasi Terhadap Daya Serap Ketenagakerjaan Departemen Sales dan Marketing Industri Perhotelan di Lombok

Farouk Verdian ^{1*}, I Ketut Astawa ², I Ketut Suarta ³

¹ Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

² Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: faroukverdian@gmail.com

Abstrak: Salah satu bentuk inovasi yang hadir melalui digitalisasi adalah adanya digital marketing. Digital marketing ini bisa dibidang 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: kapasitas SDM di perhotelan, kondisi keuangan hotel untuk berinvestasi pada teknologi digital seperti software dan tenaga ahli, serta faktor leadership. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan studi kasus. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Peneliti juga dilakukan uji kredibilitas data dengan menggunakan triangulasi data. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada artikel ini dibahas mengenai dampak digitalisasi terhadap ketenagakerjaan di Departemen Sales dan Marketing Industri Perhotelan di Lombok.

Kata Kunci: digitalisasi, ketenagakerjaan, sales marketing, hotel di Lombok

Abstract: One form of innovation that comes through digitalization is digital 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, i.e., the capacity of human resources in hotels, the financial condition of the hotel to invest in digital technology such as software and experts, and leadership factors. This research uses qualitative research with case studies. The data collection techniques used in this study were interviews, observation, and documentation studies. The researcher also tested data credibility by using data triangulation. While the data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This article discusses the impact of digitalization on human resources work in the Sales and Marketing Department of the hospitality industry in Lombok.

Keywords: digitization, employment, sales marketing, hotel in Lombok

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada Oktober 2022

Pendahuluan

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 (Admojo, 2005). Digitalisasi 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 otomatisasi (ILO Report, 2017). Das (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 otomatisasi dan digitalisasi, khususnya untuk jenis-jenis pekerjaan manual yang berulang (repetitive).

Digitalisasi di dunia marketing atau digital marketing memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (offline marketing), di antaranya dalam hal measurement atau tolak ukur

keberhasilan dari sebuah strategi (Irfani, 2020). 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 (Harahap, 2020; Chair, 2020).

Digitalisasi telah mendorong pertumbuhan sektor pariwisata. Kontribusi sektor ini pada pertumbuhan ekonomi pun meningkat (Irfani, 2018). 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 (Hedriyanti, 2019). 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 (Frey & Osborne, 2013).

Peneliti melakukan riset di beberapa hotel yang ada di Lombok yaitu Kila Senggigi, Svarga Resort, Lombok Plaza, Villa Ombak Hotel, JM Hotel, Qunci Villas, Living Asia Resort dan The Jayakarta Hotel Lombok mengenai dampak digitalisasi terhadap daya serap ketenagakerjaan Departemen Sales dan Marketing industri perhotelan.

Metode

Penelitian ini mulai dilakukan dari bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Mei 2022 di Lombok. Pada penelitian ini, menggunakan kombinasi metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok pada perwakilan hotel di Lombok. Adapun obyek penelitian yang peneliti lakukan dalam melengkapi data dari pihak industri perhotelan, yakni wawancara dengan perwakilan Hotel Sales & Marketing Assosiation (HSMA), Hotel E-Commerce (HERC), Hotel Human Resource (HHRMA) dan Perwakilan Indonesian Hotel General Manager Assosiation (IHGMA) dari perwakilan wilayah Gili, Senggigi, Mataram dan Mandalika. Selain itu juga dilakukan wawancara, kuisisioner dan Focus Group Discussion (FGD) mengenai manfaat digitalisasi pada Sales & Marketing Hotel di Lombok (Bajpai, 2011).

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini data sekunder dan primer, sedangkan sumber data di digunakan populasi. Menurut Sugiyono (2010: 61), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya dan sampel. Menurut Sugiyono (2010: 62), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Segala sesuatu yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di beberapa hotel yang ada di Lombok. Adapun beberapa hotel yang menjadi objek penelitian yaitu Kila Senggigi, Svarga Resort, Lombok Plaza, Villa Ombak Hotel, JM Hotel, Qunci Villas, Living Asia Resort dan The Jayakarta Hotel Lombok. Adapun lokasi dari beberapa hotel tersebut di atas yaitu berada di daerah Kabupaten Lombok Barat atau hotel yang berlokasi di daerah Senggigi, kecuali JM Hotel yang berlokasi di daerah Kabupaten Lombok Tengah.

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. Jenis-jenis pekerjaan seperti pekerjaan rutin yang biasa dilakukan oleh pekerja dengan

pendidikan rendah akan hilang, sementara pekerja yang berpendidikan tinggi akan diuntungkan dengan adanya digitalisasi ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa General Manager dan Manager hotel di Lombok, maka peneliti menyimpulkan terdapat beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang sales dan marketing hotel sesuai dengan Tabel 1.

Tabel 1. Kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang sales dan marketing

No.	Kemampuan dan Keahlian
1	Memiliki kemampuan small talk
2	Kemampuan dalam membangun kepercayaan pelanggan
3	Mampu memanfaatkan kalimat persuasif
4	Kemampuan dalam membuat penawaran atau negosiasi
5	Kemampuan menerapkan copywriting

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 (Freddi, D. 2017). 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. 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. Untuk memahami hal tersebut, GIZ melalui program Innovation and Investment for Inclusive Sustainable Economic Development (ISED) mengadakan penelitian untuk melihat sejauh mana penerapan digitalisasi di industri perhotelan dan dampaknya pada kondisi ketenagakerjaan.

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 & Marketing sesuai dengan Tabel 2.

Tabel 2. Rekomendasi kebijakan pemanfaatan digitalisasi

No.	Kualitas SDM Industri Perhotelan
1	Memahami job description ideal posisi e-commerce specialist, dan pemahaman profil pekerjaan digitalisasi yang beragam
2	Memahami pentingnya fungsi revenue management
3	Memaksimalkan potensi penciptaan lapangan kerja baru terkait digitalisasi, dengan melakukan investasi keahlian pada SDM perhotelan yang ada.
4	Melakukan antisipasi terhadap hilangnya pekerjaan tertentu akibat digitalisasi
5	Menjalin kerjasama dengan offline travel agent dalam mempromosikan day-tour ke berbagai destinasi wisata
6	Menjalin kerjasama dengan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dalam mengembangkan sistem Virtual Destination Tour berbayar yang dapat diakses berbagai wisatawan virtual dari berbagai negara

Simpulan

Dampak digitalisasi terhadap penyerapan tenaga kerja di Departemen Sales & Marketing pada industri perhotelan di Lombok, mengidentifikasi bahwa dampak positif dari digitalisasi lebih besar daripada dampak

negatif 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. Hasil wawancara dengan pelaku industri perhotelan di Lombok memperlihatkan bahwa tingkat dan kecepatan pemanfaatan digitalisasi tersebut setidaknya dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: kapasitas SDM perhotelan, kondisi keuangan hotel untuk berinvestasi pada teknologi digital seperti software dan tenaga ahli, serta 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.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada General Manager Kila Senggigi, Svarga Resort, Lombok Plaza, Villa Ombak Hotel, JM Hotel, Qunci Villas, Living Asia Resort dan The Jayakarta Hotel Lombok yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Referensi

- Asian Development Bank. (2020). *Innovate Indonesia: Unlocking growth through technological transformation*. Philippines: ADB.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik karakteristik usaha 2019*. ISBN: 978-602-438-291-9.
- Bajpai, N. (2011). *Business research methods*. India: Pearson Education.
- Bogner, E., Voelklein, T., Schrepdel, O., Franke, J. (2016). Study based analysis on the current digitalization degree in manufacturing industry in Germany. *Procedia CIRP* 57, 14-19.
- Chair, I. M. (2020). *Hotel room division management*. Depok: Kencana.
- Das, K. et. al. (2016). *Unlocking Indonesia's digital opportunity*. Indonesia: McKinsey & Company.
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2013). *The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?* UK: The Oxford Martin Programme on Technology and Employment.
- Harahap, Z. (2020). *Hotel revenue management*.
- Hedriyanti, L. (2019.) Pengaruh online travel agent terhadap pemesanan kamar di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1).
- 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.
- Irfani, H., Yeni, F., Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3).
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.