

**MEMBANGUN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
BERBASIS PENGUATAN *TEAMWORK* DAN KINERJA
LAYANAN PADA GRAND DIAN HOTEL SLAWI**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat S1 Manajemen**

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

**Bitia Octalia Salsabila
30401900069**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**MEMBANGUN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
BERBASIS PENGUATAN *TEAMWORK* DAN KINERJA LAYANAN
PADA GRAND DIAN HOTEL SLAWI**

Disusun Oleh :

Bitia Octalia Salsabila

30401900069

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan
sidang panitia ujian **Skripsi**
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 06 Desember 2022

Dosen Pembimbing Lapangan

Dosen Supervisor



Dra. Sri Ayuni, M.Si
NIDN : 0009105501



Setiawati

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

MEMBANGUN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN BERBASIS PENGUATAN *TEAMWORK* DAN KINERJA LAYANAN PADA GRAND DIAN HOTEL SLAWI

Disusun oleh :
Bita Octalia Salsabila
30401900069

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 30 Desember 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Larangan

Dosen Supervisor

Dr. Sri Ayuni, M.Si

NIDN : 0009105501

Dosen Penguji I

Setiawati

Dosen Penguji II

Dr. Moch Zulfa, MM

NIK : 210486011

Dr. Lutfi Nurcholiz, S.T., S.E., MM

NIDN : 0623036901

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana tanggal 30 Desember 2022



Dr. Lutfi Nurcholiz, S.T., S.E., MM

NIDN : 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bita Octalia Salsabila

NIM : 30401900069

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "MEMBANGUN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN BERBASIS PENGUATAN TEAMWORK DAN KINERJA LAYANAN PADA GRAND DIAN HOTEL SLAWI" merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Semarang, 1 Maret 2023

Yang menyatakan,



Bita Octalia Salsabila

NIM. 30401900069

PRAKATA

Assalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah rabbil'alam, Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala pertolongan, rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan *Business cases Report* Magang MB-KM yang berjudul "Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Berbasis Penguatan *Teamwork* dan Kinerja Layanan pada Grand Dian Hotel Slawi". Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan nabi kita yakni Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang kita nantikan syafaatnya sampai akhir zaman.

Perjalanan panjang telah dilalui penulis dalam menyusun *Business Cases Report* Magang MB-KM ini. Banyak hambatan yang dihadapi selama proses penyusunan namun kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan *Business Cases Report* ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, SH., M.Hum., selaku rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
3. Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
4. Ibu Dra. Sri Ayuni, M.Si., selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan *Business Cases Report*
5. Bapak Andi Hendro Sukmono, selaku *General Manager* Grand Dian Hotel Slawi
6. Ibu Sri Khulasoh dan Bapak Syahrial Yantoni yang telah membesarkan dan mendidik saya serta kedua kakak saya, Mas Aldi dan Mba Ilda serta adik saya, Nadhiva yang telah memberi saya semangat selama penyusunan *Business Cases Report* ini

7. Bapak dan Ibu dosen Civitas Akademik Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu sehingga penulis mampu menyelesaikan *Business Cases Report* ini
8. Teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan saran dalam penyusunan *Business Cases Report* ini
9. Serta diri saya sendiri yang selalu berjuang agar *Business Cases Report* dapat terselesaikan

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan *Business Cases Report* Magang MB-KM ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan dari berbagai aspek. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penulis dimasa depan.



Semarang, 17 November 2022

Bitia Octalia Salsabila

ABSTRAK

Business Cases Report Magang MB-KM ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan berbasis penguatan *teamwork* dan kinerja layanan pada Grand Dian Hotel Slawi serta menawarkan solusi yang bisa menjadi bahan pertimbangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yakni berupa kalimat tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan observasi dan wawancara selama kurang lebih 4 bulan magang di Grand Dian Hotel Slawi, melalui pengunjung hotel dan pegawai Grand Dian Hotel Slawi sebagai responden. Berdasarkan penelitian yang dilakukan ditemukan dengan peran penting membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan berbasis penguatan *teamwork* dalam meningkatkan kinerja layanannya. Karena dalam implementasinya, kinerja layanan Grand Dian Hotel Slawi belum dilakukan secara optimal.

Kata Kunci : Kepuasan, Loyalitas Pelanggan, Penguatan *Teamwork*, Kinerja Layanan

ABSTRACT

The MB-KM Internship Business Cases Report aims to find out how to build customer satisfaction and loyalty based on strengthening teamwork and service performance at the Grand Dian Hotel Slawi and to offer solutions that can be taken into consideration by the company. This study uses a qualitative approach that is descriptive in the form of written or spoken sentences from people and the observed behavior. Data collection was carried out using observation and interviews for approximately 4 months of internship at Grand Dian Hotel Slawi, through hotel visitors and employees of Grand Dian Hotel Slawi as respondents. Based on the research conducted, it was found with an important role in building customer satisfaction and loyalty based on strengthening teamwork in improving service performance. Because in its implementation, the service performance of Grand Dian Hotel Slawi has not been carried out optimally.

Keywords : Satisfaction, Customer Loyalty, Strengthening Teamwork, Service Performance

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	14
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Tujuan Magang	18
1.3 Sistematika Laporan	19
BAB II	21
PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG	21
2.1 Profil Organisasi	21
2.1.1 Sejarah Perusahaan dan Deskripsi Perusahaan	21
2.1.2 Visi dan misi perusahaan	24
2.1.3 Struktur Organisasi	26
2.2 Aktivitas Magang	27
BAB III	35
IDENTIFIKASI MASALAH	35
3.1 Aspek Sumber Daya Manusia	35
BAB IV	38
KAJIAN PUSTAKA	38
4.1 Kepuasan Pelanggan	38
4.2 Loyalitas Pelanggan	39
4.3 Kerjasama	41
4.4 Kinerja Layanan	43
BAB V	46
METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA	46

5.1	Metode Pengumpulan Data	46
5.1.1	Wawancara	46
5.1.2	Observasi	47
5.1.3	Dokumentasi	48
5.2	Analisis Data	49
5.2.1	Analisis Deskriptif	49
BAB VI		52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		52
6.1	Analisis Pembahasan	52
6.1.1	Kurangnya Komunikasi Antar Karyawan	52
6.1.2	Kurangnya Kerjasama Antar Karyawan.....	53
6.1.3	Beberapa Karyawan Belum Menguasai Bidang Pekerjaannya.....	54
6.1.4	Kurangnya Jumlah Karyawan.....	55
6.2	Pembahasan.....	56
6.2.1	Kepuasan Pelanggan	56
6.2.2	Loyalitas Pelanggan	58
6.2.3	Kerjasama.....	59
6.2.4	Kinerja Layanan.....	62
BAB VII.....		65
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		65
7.1	Kesimpulan	65
7.2	Rekomendasi	66
7.2.1	Rekomendasi Hasil.....	66
7.2.2	Rekomendasi Tempat Magang	67
7.2.3	Rekomendasi Program Studi	68
BAB VIII.....		69
REFLEKSI DIRI.....		69
8.1	Hal Positif Yang Diterima Selama Perkuliahan Dan Relevan Di Tempat Magang.....	69
8.2	Manfaat Magang.....	69
8.2.1	Manfaat Kegiatan Magang Terhadap Pengembangan Softskill Penulis....	69
8.2.2	Kekurangan Softskill Yang Belum Didapat Penulis Selama Magang	70
8.3	Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif.....	70

8.4	Kunci Sukses Bekerja	71
8.5	Rencana Pengembangan Diri	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		75



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tipe Kamar dan Deskripsi	22
Tabel 2. 2 Room Rate (Dalam Rupiah).....	24
Tabel 5. 1 Identifikasi Masalah	51
Tabel 6. 1 Wawancara Terkait Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 6. 2 Wawancara Terkait Loyalitas Pelanggan.....	59
Tabel 6. 3 Wawancara Terkait Kerjasama Tim atau Teamwork.....	61
Tabel 6. 4 Hasil Wawancara Terkait Kinerja Layanan	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Grand Dian Hotel Slawi..... 26



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat memuaskan pelanggannya. Pada dasarnya, pelanggan hanya ingin senang dengan apa yang mereka dapatkan. Pelanggan puas ketika barang atau jasa yang dikirim memenuhi harapan mereka. Jika suatu perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya, maka perusahaan tidak hanya memiliki pelanggan yang setia, tetapi juga pelanggan yang puas yang akan merujuk pelanggan lain, pelanggan tersebut akan menjadi loyal.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan untuk mengembangkan bisnis. Loyalitas pelanggan sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan. Pelanggan akan loyal terhadap suatu perusahaan jika mereka memberikan pelayanan terbaiknya. Pelayanan terbaik pada perusahaan terjadi karena antara karyawan yang satu dengan lainnya bisa bekerjasama dalam melakukan tugasnya dengan baik. Jika karyawan dapat bekerjasama maka akan terjalin kinerja layanan yang baik. Dengan begitu mereka akan memberikan kinerja layanan kepada pelanggan yang membuatnya menjadi puas dan loyal terhadap perusahaan itu.

Dalam perusahaan, atasan harus mampu menciptakan suasana kerja yang nyaman dan kondusif, sehingga karyawan dapat melaksanakan pekerjaannya dengan maksimal. Jika karyawan sudah merasa nyaman, maka mereka akan

melakukan pekerjaannya dengan baik serta bisa memuaskan pelanggan. Dengan begitu, pelanggan akan kembali menggunakan *brand* dari perusahaan tersebut. Pelanggan akan merasa puas, jika karyawan dalam perusahaan tersebut mampu memberikan kinerja layanan sesuai dengan harapan pelanggan. Jika pada perusahaan jasa seperti hotel, pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan dari karyawan hotel baik dan ramah, penyajian makanan yang baik yakni bersih, enak dan sehat, serta kamar yang bersih, nyaman dan wangi. Meskipun kamar yang ditempati tipe yang paling murah. Artinya karyawan tidak memandang dari segi yang paling mahal ataupun murah tapi mereka mengerjakan tugasnya dengan baik. Begitu juga dengan pelayanan pada restoran hotel. Jika masakan yang dimasak karyawan enak dan bersih, maka pelanggan akan senang dan merasa puas dengan apa yang disajikan oleh karyawan pada hotel tersebut. Sebagai perusahaan jasa, maka perusahaan harus memberikan pelayanan dengan baik. Jika dalam perusahaan jasa seperti hotel ini tidak dapat memberikan pelayanan terbaiknya, maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa dari hotel tersebut. Mereka akan berpindah ke perusahaan yang lainnya. Di sisi lain, ketika pelanggan puas, mereka lebih cenderung setia pada layanan perusahaan. Pelanggan yang sangat puas menyebarkan kata positif dari mulut ke mulut dan menjadi iklan berjalan bagi perusahaan. Menurut Lovelock dan Weight (2007) dalam Ryoichi (2015) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan membawa banyak manfaat bagi perusahaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam perusahaan sangat diperlukan kerjasama agar tujuan dalam perusahaan dapat tercapai dengan baik. Meskipun demikian, menjalin kerjasama

antara satu anggota dengan anggota lainnya tidaklah mudah. Dalam sebuah kerjasama akan ada perbedaan pendapat. Menurut Tracy (2006) dalam Gultom et al., (2020) menyatakan bahwa *teamwork* adalah kegiatan yang dipimpin dan dilakukan oleh sekelompok orang yang tergabung dalam suatu organisasi. Kerjasama tim dapat meningkatkan kolaborasi dan komunikasi di dalam dan antar perusahaan. Secara umum kerjasama tim terdiri dari orang-orang dengan keahlian berbeda yang dapat dijadikan kekuatan untuk mencapai tujuan perusahaan. Seluruh anggota diharapkan saling percaya dan memahami peran serta tugasnya. Oleh karena itu, perusahaan harus adil dalam mengambil keputusan. Perusahaan harus bisa memberikan penguatan terhadap karyawannya agar terjalin suatu keharmonisan dalam sebuah organisasi. Salah satu cara agar perusahaan dapat menjaga dan memelihara kerjasama yang baik adalah dengan menjaga dan meningkatkan kinerja karyawan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan jasa, karena tanpa adanya tenaga kerja yang berkualitas, perusahaan tidak dapat mengelola operasinya secara optimal, meskipun semua peralatan modern yang diperlukan telah tersedia. Karena kinerja karyawan memegang peranan yang sangat penting sebagai sumber daya manusia dalam proses produksi, diharapkan karyawan dapat bekerja lebih produktif dan profesional dalam segala aktivitasnya.

Selain itu, perusahaan terlibat dalam pelayanan dan menjaga kinerja karyawan merupakan implementasi dari kepuasan pelanggan. Ketika kerja tim karyawannya berhasil serta pelanggannya merasa puas, maka perusahaan jasa

tersebut akan memperoleh keuntungan. Keuntungan yang didapat perusahaan antara lain, hotel tersebut akan semakin banyak dikenal oleh masyarakat lewat mulut ke mulut para pelanggannya yang merasa puas, semakin banyak pelanggan yang merekomendasikan kepada kerabat atau temannya untuk menggunakan jasa hotel tersebut, serta pelanggan akan loyal terhadap perusahaan jasa tersebut dimana pelanggan akan kembali lagi menggunakan hotel tersebut untuk tempat menginap. Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2007) dalam Gultom et al., (2020) mendefinisikan kepuasan pelanggan mengacu pada perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi setelah kinerja produk yang diharapkan (hasil) dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan. Menurut Cengiz (2010) dalam (Gultom et al., 2020) bahwa kepuasan pelanggan adalah konsep abstrak dimana kepuasan aktual bervariasi dari individu ke individu, tergantung pada beberapa harapan individu. Jika dikaitkan dengan industri jasa, seperti Grand Dian Hotel Slawi maka yang dimaksud dengan produk adalah pelayanan yang diberikan oleh SDM/karyawan perusahaan kepada konsumennya, dalam hal pengguna kamar hotel tersebut. Artinya pelanggan merasa puas terhadap produk ataupun jasa suatu perusahaan setelah mereka membandingkan antara kualitas produk, harga, serta kualitas pelayanan. Jika dirasa sudah cukup baik maka mereka akan merasa puas.

Salah satu cara untuk melihat bagaimana karyawan mempengaruhi kinerja perusahaan melalui interaksi mereka dengan pelanggan. Ketika karyawan memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan, mereka akan merasa puas, dan loyal terhadap perusahaan. Namun, jika karyawan tidak memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan tidak puas.

Keberhasilan perusahaan tergantung pada seberapa baik perusahaan dapat memuaskan pelanggannya. Pada dasarnya, pelanggan hanya ingin senang dengan apa yang mereka dapatkan. Pelanggan puas jika produk atau jasa yang ditawarkan kepada mereka sesuai dengan harapannya. Kepuasan pelanggan tercipta karena kinerja karyawan pada suatu perusahaan barang/jasa memberikan kinerja terbaiknya sehingga muncul rasa loyalitas di benak pelanggan yang akan membuat pelanggan menjadi puas.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja karyawan dalam perusahaan serta penguatan *teamwork* sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Karyawan yang menikmati dan mendapatkan perlakuan baik dari perusahaan akan memberikan kerja terbaiknya bagi perusahaan. Dengan demikian, tidak hanya perusahaan yang merasa puas dan diuntungkan tapi juga bagi pelanggan. Pelanggan puas, kepuasan karyawan didapat, dan perusahaan pun untung. Dengan begitu pelanggan akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang berhasil mencapai visi dan misi serta tujuan dari perusahaan.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan berbasis penguatan *teamwork* dan kinerja layanan pada Grand Dian Hotel Slawi.

1.3 Sistematika Laporan

Sistematika laporan yang digunakan dalam penulisan laporan magang adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, menjabarkan tentang latar belakang masalah dalam pengambilan judul “Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Berbasis Penguatan *Teamwork* dan Kinerja Layanan pada Grand Dian Hotel Slawi”. Tujuan pelaksanaan penelitian ini serta sistematika laporan juga dibahas di dalam bab ini.

Bab II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang, menjabarkan tentang profil organisasi atau perusahaan secara lebih gamblang mulai dari sejarah berdirinya Grand Dian Hotel Slawi; struktur organisasi; visi dan misi; serta aktivitas yang dilakukan selama pelaksanaan magang di Grand Dian Hotel Slawi.

Bab III Identifikasi Masalah, didalam bab ini diajarkan mengenai permasalahan di perusahaan yang berkaitan dengan topik.

Bab IV Kajian Pustaka, menjabarkan tentang definisi kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kerjasama dan kinerja layanan.

Bab V Metode Penelitian dan Analisis Data, bagian metode pengumpulan dan analisis data yaitu menjabarkan tentang metode-metode pengumpulan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab VI Analisis dan Pembahasan, bagian analisis yaitu menguraikan kembali permasalahan yang menjadi topik pembahasan dan menganalisis permasalahan dengan menggunakan teori yang relevan. Pada bagian pembahasan membandingkan dengan kasus/masalah yang diangkat.

Bab VII Kesimpulan dan Rekomendasi, bagian kesimpulan yaitu menyimpulkan pendapatnya mengenai permasalahan yang dianalisis. Sedangkan bagian rekomendasi terkait dengan hasil analisis pada bab VI. Rekomendasi mengenai hal-hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang dan rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki oleh program studi yang dirasakan sebagai kelemahan yang berkontribusi pada keterbatasan mahasiswa saat magang.

Bab VIII Refleksi Diri, dalam bab ini berisi penjabaran perihal positif yang diterima selama perkuliahan yang bermanfaat terhadap pekerjaan selama magang. Manfaat magang terhadap pengembangan *softskill* dan kekurangan *softskill* yang dimilikinya. Selanjutny manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif yang dimilikinya. Penulis mengidentifikasi kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalamannya ditempat magang. Memberikan penjabaran mengenai rencana perbaikan/pengembangan diri, karir dan pendidikan selanjutnya.

BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

2.1.1 Sejarah Perusahaan dan Deskripsi Perusahaan

Pada tahun 2012 di bangun grand dian hotel slawi dengan luas tanah kurang lebih 3,785 M² dan luas bangunan 4,930 M² yang bertempat di desa Grobog Kulon, Kec. Pangkah, Kab. Tegal. Hotel tersebut diresmikan pada tahun 2015 oleh gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Grand dian hotel slawi di kelola oleh GDH *Management* anak perusahaan PT. Dedy Jaya Lambang Perkasa dengan direktur utama yaitu Bapak Muhadi Setiabudi dengan memiliki 40 karyawan. GDH *Management* juga mengelola beberapa hotel diantaranya :

1. Grand dian hotel brebes
2. Grand dian hotel cirebon
3. Grand dian hotel guci
4. Dedy jaya hotel brebes
5. Anggraeni hotel tanjung brebes
6. Anggraeni hotel ketanggungan brebes
7. Anggraeni hotel jatibarang brebes
8. Anggraeni hotel bumiayu brebes

Grand dian hotel slawi merupakan salah satu hotel berbintang 3 di Kabupaten Tegal. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa/pelayanan. Hotel ini memiliki sekitar 40 karyawan. Hotel ini terletak di Jalan A. Yani No. 101 Slawi. Hotel ini memiliki 3 ruang pertemuan yaitu sebuah ruangan besar dan luas untuk

MICE (*Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition*), *swimming pool*, *karaoke room*, *parkiran luas*, *mushola*, *restaurant*, 76 kamar yang terdiri dari (4 *executive room*, 8 *junior suite room*, 5 *living room*, 8 *family room*, 10 *street deluxe room*, 25 *superior room* dan 16 *standart room*). Dari 76 yang tersedia setiap tipe kamar memiliki luas, fasilitas dan harga yang berbeda-beda yakni sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Tipe Kamar dan Deskripsi

No	Tipe Kamar	Ukuran Bed	Ukuran Kamar	Fasilitas kamar
1.	<i>Executve</i> (4 kamar)	(4) <i>single bed</i> 200 × 200	72 m ²	AC Kamar mandi <i>bathup</i> (air dingin/panas) Brankas 2 unit LED TV 42” <i>Water kettle</i> <i>Free internet wifi</i> <i>Living room</i> Mini bar <i>Free 2 mineral water</i> <i>Dental kit</i>
2.	<i>Junior Suite</i> (8 kamar)	(4) <i>single bed</i> 200 × 200 (4) <i>twin bed</i> 140 × 200	54 m ²	AC Kamar mandi <i>bathup</i> (air dingin/panas) 1 unit LED TV 42” <i>Water kettle</i> <i>Free internet wifi</i> <i>Living room</i> <i>Free 2 mineral water</i> <i>Dental kit</i>
3.	<i>Family</i> (8 kamar)	(8) <i>triple bed</i> 120 × 200	40 m ²	AC Kamar mandi <i>bathup</i> (air dingin/panas) 1 unit LED TV 32” <i>Water kettle</i> <i>Free internet wifi</i> <i>Hair dryer</i> <i>Free 2 mineral water</i> <i>Dental kit</i>
4.	<i>Living</i> (5 kamar)	(5) <i>single bed</i> 180 × 200	40 m ²	AC Kamar mandi <i>bathup</i> (air dingin/panas)

No	Tipe Kamar	Ukuran Bed	Ukuran Kamar	Fasilitas kamar
				1 unit LED TV 32" Water kettle Free internet wifi Hair dryer Ruang tamu Free 2 mineral water Dental kit
5.	<i>Deluxe</i> (10 kamar)	(8) <i>single bed</i> 180 ×200	32 m ²	AC Kamar mandi <i>shower</i> (air dingin / panas) 1 unit LED TV 32" Water kettle Free internet wifi Hair dryer Free 2 mineral water Dental kit
6.	<i>Superior</i> (25 kamar)	(8) <i>twin bed</i> 120 ×200 (8) <i>single bed</i> 160 ×200	24 m ²	AC Kamar mandi <i>shower</i> (air dingin/panas) 1 unit LED TV Water kettle Free internet wifi Free 2 mineral water Dental kit
7.	<i>Standart</i> (16 kamar)	(8) <i>twin bed</i> 100 ×200 (8) <i>single bed</i> 160 ×200	16 m ²	AC Kamar mandi <i>shower</i> (air panas.dingin) 1 unit LED TV Water kettle Free internet wifi Free 2 mineral water Dental kit

Dari tipe kamar pada tabel diatas, setiap tamu yang menginap akan mendapatkan fasilitas yaitu sebagai berikut :

1. *Complimentary* 2 botol air minum
2. *Tea and coffee maker*
3. TV LCD

4. Kamar mandi dengan air panas dan dingin
5. AC
6. *Free wifi*
7. Sandal
8. Handuk dan perlengkapan amenities

Grand Dian Hotel Slawi telah dikenal oleh masyarakat luas, mulai dari kalangan biasa, *public figure* serta para pejabat. Untuk harga dari hotel telah dibagi menjadi 5 yaitu *publish rate*, *walk in rate*, Polres/TNI, *coorporate* dan *walk in no breakfast rate* :

Tabel 2. 2 Room Rate (Dalam Rupiah)

No.	Type kamar	<i>Publish rate</i>	<i>Walk in rate</i>	<i>Walk in rate no breakfast</i>	Polres/ TNI rate	<i>Corporate rate</i>
1.	<i>Executive</i>	2.000.000	1.200.000	950.000	960.000	1.080.000
2.	<i>Junior suite</i>	1.500.000	900.000	765.000	720.000	810.000
3.	<i>Living</i>	1.200.000	720.000	556.000	576.000	621.000
4.	<i>Family</i>	1.200.000	750.000	583.000	576.000	648.000
5.	<i>Deluxe</i>	1.000.000	600.000	493.000	480.000	540.000
6.	<i>Superior</i>	750.000	475.000	405.000	360.000	432.000
7.	<i>Standart</i>	600.000	400.000	332.000	300.000	400.000

2.1.2 Visi dan misi perusahaan

Visi Grand Dian Hotel Slawi

- Menjadi salah satu *market leader* di Kab. Tegal, meningkatkan *occupancy*, *average room rate* dan *lenght of stay*

- Mengembangkan *brand image* menjadi *trend setter* dan primadona, membangun kepedulian pasar

Misi Grand Dian Hotel Slawi

- Membangun *self esteem*
- Memperluas pasar *corporate*
- Membedakan diri dari hotel kompetitor
- Melakukan promosi
- Meningkatkan penjualan



2.2 Aktivitas Magang

Kegiatan magang dilaksanakan di Grand Dian Hotel Slawi di Kota Tegal, selama kegiatan magang penulis bekerja di *front office* dan departemen *marketing*. Kegiatan magang dilakukan dari tanggal 14 Februari 2022 s.d 18 Juni 2022 berdurasi 9 jam/hari dan dalam 6 hari dalam satu minggu. Bulan pertama dan kedua penulis ditempatkan di departemen *front office* kemudian sisanya di departemen *marketing*. *Front Office* atau biasa disebut juga *Receptionist* merupakan sebuah *departement* pusat dalam sebuah hotel yang menjadi pusat informasi serta berhubungan langsung dengan tamu dan bertanggung jawab terhadap segala kegiatan pemesanan kamar, baik *check in* maupun *check out*, *promotion*, dan sebagainya. Supaya lebih jelas berikut adalah fungsi dan tanggungjawab yang harus dilakukan oleh *front office/receptionist*:

- a. Menyambut tamu dengan ramah
- b. Menjawab telepon tentang informasi hotel
- c. Mengarahkan tamu mengenai lokasi yang ada di hotel
- d. Memberikan informasi hotel kepada tamu
- e. Mencatat daftar pengunjung hotel berkaitan dengan *check in* dan *check out*
- f. Memasukkan data pribadi tamu hotel di buku registrasi
- g. Mencatat berbagai informasi yang diperlukan oleh hotel seperti *check in* , *check out* , reservasi dll.
- h. Menyortir surat-surat yang masuk ke hotel baik kertas maupun elektronik.
- i. Memberikan citra/*image* yang baik dan ramah untuk hotel serta *professional*.

j. Memberikan bantuan kepada setiap pengunjung hotel bila diperlukan. Mengamati dan melaporkan aktivitas pengunjung atau penghuni hotel yang mencurigakan bila diperlukan.

k. Bagi *receptionist shift* malam , dituntut untuk mampu mengerjakan *night auditing* dimana ketika malam tiba, *receptionist* bisa juga bertugas :

- Petugas keamanan di malam hari
 - Mengurus *check in* , *check out* , di waktu malam.
 - Menerima telepon di malam hari.
 - Menerima panggilan tamu hotel akan kebutuhan *room service*.
 - Mengurus pemesanan hotel di malam hari.
 - Mengurus *complain* tamu hotel di malam hari (tepatnya menampung *complain* tamu hotel buat disampaikan kepada yang atasan di pagi harinya).
 - Koordinasi kebutuhan housekeeping di malam hari.
- l. Bertanggung jawab dan melapor kepada *front office manager*.

Pada bulan pertama dan kedua penulis ditempatkan di departemen *marketing*.

Yang penulis lakukan selama kegiatan magang di departemen *marketing* adalah *menghandle* dan mengawasi *event*, mengawasi dan ikut menyiapkan segala persiapan yang dilakukan sebelum *event* berlangsung, membuat BEO (*Banquet Event Order*), *Sales Cal*, dll. Setiap ada *event* seperti *meeting*, *graduation*, *engagement*, dan pernikahan harus diawasi agar acara berjalan dengan lancar dan ketika panitia memiliki keluhan langsung disampaikan kepada yang bertanggung jawab. *Event* yang sering

dilaksanakan di Grand Dian Hotel Slawi yaitu acara *meeting* dari berbagai organisasi, sebagai contohnya acara meeting Dinkes, Mandiri taspen, PNM, Maxilla, RAPI, Kemenparekraf, BPS, BPR, DPUPR, Kominfo, dll. Untuk pemesanan *meeting room* dapat menghubungi pihak *marketing* melalui Whatsapp. Jika pemesanan *meeting room* sudah dikonfirmasi dengan pemesan maka selanjutnya adalah pembuatan BEO (*Banquet Event Order*). Bagian-bagian BEO berisi tentang nama organisasi, tanggal *event* dilaksanakan, tempat *event* dilaksanakan, *Food & Beverage* (antara lain ada *Coffee Break* yang dipesan, *Lunch*, dan jam berapa makanan harus disiapkan), tugas-tugas *engineering*, *house keeping*, dan *security*. Kemudian penulis menyebarkan BEO tersebut ke semua departemen dalam hotel antara lain *accounting*, *Restaurant*, *security*, *house keeping*, *engineering* agar dapat menyiapkan keperluan *event* sebelum acara berlangsung.

Selain itu, penulis juga melakukan kegiatan *sales call* yaitu mempromosikan sebuah tawaran paket buka bersama dan halal bi halal di Grand Dian Hotel Slawi. Kegiatan ini dilakukan ke berbagai instansi antara lain dilakukan di SD Madinah Slawi, BPR Tegal Slawi, Mandiri ke Slawi, MI Ulinuha slawi, KC Suriah, BPR Nusamba Adiwerna, BPR Arthapuspa Adiwerna, SD Budi Mulia, Muharam Adiyah Adiwerna, Kospin Jasa Syariah Adiwerna, BPR Bumi Sedia Guna, BPR Dana Adiwerna. Dengan membagikan brosur paket halal bi halal dan buka puasa ke setiap instansi dan menjelaskan apa saja yang didapat pemesan jika memesan paket tersebut. Untuk pemesanan paket ini juga dapat menghubungi departemen *marketing* untuk

pemesanannya. Untuk paket buka puasa bersama diberi harga Rp 74.999 per orangnya, tetapi jika pemesanan lebih dari 10 orang *free 1 pax*. Sedangkan paket halal bi halal diberi harga Rp 124.999 per orangnya . promo ini berlaku selama bulan ramadhan saja.

Kegiatan selanjutnya yang penulis lakukan di departemen *front office* adalah melayani tamu *check in, check out*, menyambut tamu yang datang dengan ramah, menerima telepon masuk, menjawab semua pertanyaan maupun keluhan tamu, menyiapkan reservasi, menginfokan tamu *check out* ke bagian *house keeping*, menerima keluhan tamu dan menyampaikannya ke departemen yang bertanggung jawab, membuat bill, menyiapkan buah tangan untuk tamu VIP seperti dari DPR, mempromosikan kamar, dll. berdasarkan peraturan hotel maksimal tamu *check out* adalah jam 12 siang dan tamu *check in* jam 2 siang. Jika tamu *check out* melebihi ketentuan tersebut maka akan dikenakan *charge* sebesar 30% s.d 50% dari harga kamar. Untuk pemesanan kamar rombongan lebih dari 10 orang sebaiknya dilakukan reservasi terlebih dahulu minimal h-1 minggu. Setiap pagi hal pertama yang dilakukan oleh seorang *receptionist* adalah mengecek ulang pekerjaan dari *sift* sebelumnya dan menyiapkan reservasi, cek terlebih dahulu pada buku reservasi apakah ada tamu hotel yang memesan di tanggal itu. Jika sudah di cek maka selanjutnya menyiapkan kunci dan kupon *breakfast*. Selain dengan datang langsung ke hotel, tamu dapat melakukan pemesanan kamar melalui *telephone* hotel ataupun aplikasi antara lain traveloka, pegi-peggi, tiket.com, dan rebahan. Saat tamu *check in* penulis akan mencatat data diri tamu dan pesanannya sebagai bukti registrasi tamu, antara lain foto *copy* KTP, nama

lengkap, asal tinggal, nomer hp, tanda tangan tamu, tipe kamar, harga kamar, lama menginap (per malam), nomor kamar, jumlah orang yang menginap. Setelah membuat bukti registrasi maka penulis akan menagih biaya menginap dan kemudian memberikan kunci kamarnya serta menjelaskannya kepada tamu. Jika bukti registrasi sudah dicatat dalam buku registrasi, langkah selanjutnya adalah memasukan data diri tamu tersebut ke dalam sistem komputerisasi. Sedangkan untuk tamu yang akan *check out* penulis akan memeriksa kembali apakah masih ada tagihan atau barang yang tertinggal, jika tidak ada tamu diperbolehkan pergi. Jika tamu rombongan atau tamu *corporate* biasanya mereka meminta bukti bill, maka penulis akan membuatnya kecuali untuk tamu yang dari aplikasi *booking* hotel. Setiap tamu yang sudah *check out* akan penulis akan menghubungi bagian *house keeping* supaya kamarnya bisa dibersihkan.

Kegiatan lain yang penulis lakukan adalah menerima *telephone* dari luar maupun *telephone* kamar tamu hotel. Ketika ada *telephone* dari luar itu biasanya pelanggan yang ingin memesan kamar hotel. Sedangkan *telephone* dari kamar tamu itu biasanya tamu ingin meminta bantuan atau komplain. *Receptionist* adalah pusatnya informasi , maka setiap tamu menginginkan sesuatu untuk kamarnya atau komplain maka mereka akan menghubungi *receptionist*. Ketika ada *telephone* dari kamar tamu dan mereka meminta sesuatu maka kita *receptionist* dengan sigap menghubungi departemen yang bertanggung jawab. Sebagai contohnya seorang tamu hotel membutuhkan bantuan membawakan barang-barangnya maka kami akan langsung

menelpon bagian *house keeping* untuk meminta bantuan membawakan barang tamu tersebut. contoh lainnya juga ketika ada tamu hotel yang komplain ac kamar mati atau banyak nyamuk maka kami akan segera menelpon bagian *house keeping* untuk segera menanganinya. Tamu/pelanggan yang menginap di Grand Dian Hotel Slawi dari berbagai kalangan mulai dari pejabat, *public figure*, kolega, maupun masyarakat umum. Salah satunya pejabat seperti anggota DPR juga menginap di Grand Dian Hotel Slawi. Siapapun yang menginap baik kalangan orang biasa maupun pejabat maka hotel akan melayaninya dengan baik. Walaupun tamu hotel datang dari berbagai kalangan tetapi hotel akan melayani semua tamu/ pelanggannya secara merata tidak dibedakan. Ketika ada tamu yang memiliki keluhan atau bantuan maka hotel akan dengan sigap melayaninya. *Receptionist* adalah pusatnya informasi, jika seorang *receptionist* salah menginfokan atau lupa maka semuanya akan kacau, tamu pun akan kecewa karena menunggu lama. Dengan demikian menjadi seorang *receptionist* harus bisa bekerja cepat dan pandai agar tamu menjadi puas yang akan berdampak pada loyalitas tamu (pelanggan).

Sedangkan departemen *marketing* merupakan departemen yang bertanggung jawab atas penjualan dan pemasaran jasa hotel. Departemen *marketing* merupakan salah satu departemen yang sangat penting di hotel karena departemen ini adalah penyumbang *occupancy* terbesar. Bahkan bisa dikatakan bahwa departemen *marketing* merupakan salah satu pilar penting yang ada di hotel. Bagian pemasaran, hotel berkontribusi besar akan keberadaan dan hidup matinya hotel, karena itu kepuasan

tamu menjadi sangat penting. Kerjasama antar karyawan di bagian pemasaran dan bagian operasional (*house keeping*) yang mengarah pada perbaikan kualitas layanan maka akan berdampak positif pada kepuasan tamu.

Bagian pemasaran mempunyai peran penting dalam membuat strategi memasarkan jasa hotel. Adapun tugas dan tanggung jawab dari bagian pemasaran antara lain :

1. Tugas-tugas *departement marketing* :
 - a. Melakukan *follow up event*
 - b. Memantau *event*
 - c. Sebagai *telemarketing*.
 - d. Melakukan *Sales Call*.
 - e. Membuat BEO, *Breakdown*, GRM, dan segala *report* yang diperlukan dalam satu kali pelaksanaan *event*.
 - f. Berhubungan baik dengan media
2. Tanggung jawab *marketing departement* :
 - a. Mengawasi persiapan untuk acara
 - b. Mengawasi acara
 - c. Membuat amandemen perubahan acara
3. Fungsi *marketing departement* :
 - a. Memotivasi pelanggan untuk membeli produk/jasa hotel
 - b. Mencari pelanggan yang tepat untuk membeli produk/jasa hotel

- c. Meyakinkan pelanggan tentang produk/jasa yang ditawarkan
- d. Meyakinkan pelanggan untuk membeli produk/jasa hotel

Bagian operasional (*house keeping*), merupakan departemen operasional adalah sebuah manajemen yang bertanggung jawab dalam mengurus kebutuhan hotel, di mana tanggung jawabnya adalah menjaga kebersihan, perawatan, keindahan ruangan-ruangan, area public, area belakang dan sekitarnya.

- 1. Secara rinci tugas *house keeping* bertanggung jawab dalam hal :
 - a. Membersihkan dan memelihara kamar-kamar di seluruh area hotel
 - b. Menjaga kebersihan secara menyeluruh di area public hotel
 - c. Menjaga kebersihan linen hotel
 - d. Membuat laporan status kamar ke bagian *front office*

Bagian *house keeping* juga harus berkoordinasi dengan bagian lain. Misal terjadi kerusakan pada perlengkapan dan alat elektronik. Tugas dan wewenang bagian *house keeping* sangat kompleks. Mereka berhubungan langsung dengan para tamu dan sesama karyawan.

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1 Aspek Sumber Daya Manusia

Setiap perusahaan pasti memiliki berbagai masalah, baik itu berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Masalah ini tersebar diantaranya berasal dari berbagai bagian atau unit perusahaan. Masalah yang banyak ditemui yaitu masalah dalam aspek sumber daya manusia atau SDM. Masalah tersebut diantaranya yaitu :

1. Kurangnya komunikasi antar karyawan

Terdapat beberapa *miss communication* antar karyawan yaitu bagian front office dengan house keeping yang bersiteru karena adanya komplain dari pelanggan yang menginap pada Hotel Grand Dian Slawi di kamar *executive*. Masalah tersebut yaitu tamu menginginkan kamarnya dibersihkan di pagi hari dan setelah mereka kembali pada siang hari kamar harus sudah bersih, rapi dan wangi. Untuk masalah pembersihan kamar, tamu akan menginformasikan kepada bagian *front office/receptionist* kemudian *receptionist* harus menginformasikan kepada *house keeping*. Namun, dikarenakan masih pagi dan adanya pergantian *shift* karyawan yang bekerja pada *shift* malam dengan *shift* pagi, karyawan yang bekerja pada jam malam lupa tidak melakukan *handover/* menyerahkan pekerjaan kepada karyawan yang bekerja pada jam pagi. Dan *receptionist* juga lupa tidak mengingatkan untuk memastikan apakah kamar tersebut sudah dibersihkan atau belum. Ketika tamu datang kembali pada siang hari, kamar beliau belum dibersihkan, kemudian tamu tersebut

melakukan komplain. Dan karyawan saling menyalahkan tidak ada yang mengakui kesalahannya. Masalah tersebut penting untuk diangkat bagi setiap perusahaan jasa seperti hotel. Karena kepuasan pelanggan sangat berpengaruh bagi perusahaan jasa. Apabila pelanggan merasa kecewa, pelanggan tidak akan menggunakan jasa perusahaan tersebut. Hal ini dilihat dari ketersediaan data yang ada di lapangan.

2. Kurangnya kerjasama antar karyawan

Para karyawan telah ditentukan tugasnya masing-masing oleh perusahaan. Namun, jika salah satu departemen meminta bantuan kepada karyawan yang sedang tidak bertugas, masih ada beberapa karyawan tersebut yang tidak mau membantunya. Seperti menata beberapa ruangan untuk digunakan sebagai acara tertentu. Padahal ruangan tersebut harus dirapikan dalam waktu yang singkat setelah digunakan untuk acara sebelumnya. Maka beberapa karyawan yang mengerjakan pekerjaan tersebut harus dituntut melakukan pekerjaan yang cepat. Masalah tersebut penting untuk diangkat bagi setiap perusahaan jasa seperti hotel. Karena jika terdapat konflik antar karyawan, kinerja karyawan menjadi terganggu sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat dari ketersediaan data yang ada di lapangan.

3. Beberapa karyawan tidak melakukan pekerjaannya dengan baik

Dalam perusahaan manapun, karyawan dituntut untuk melakukan pekerjaannya dengan baik. Namun, terdapat karyawan pada departemen front office yang sering melakukan kesalahan, seperti salah memasukkan data pada komputerisasi, lupa menyiapkan reservasi tamu, sering lupa tidak menyantumkan *rate*/harga, dan takut untuk bertanya apabila ada pekerjaan yang kurang dipahami. Masalah tersebut penting

untuk diangkat bagi setiap perusahaan jasa seperti hotel. Karena tugas dari seorang resepsionis adalah memasukkan data tamu untuk laporan harian perusahaan, memberikan informasi kepada tamu dan karyawan, maka jika resepsionis memberikan data yang salah akan berakibat pada kinerja karyawan seperti departemen keuangan dan lainnya yang membutuhkan data dari resepsionis. Hal ini dilihat dari ketersediaan data yang ada di lapangan.

4. Kurangnya jumlah karyawan

Para karyawan telah ditentukan tugasnya masing-masing oleh perusahaan. Namun, karena kurangnya karyawan dalam Grand Dian Hotel Slawi, terdapat beberapa karyawan yang memiliki *double job* atau dua pekerjaan. Pada hari raya tertentu seperti hari raya idul fitri/natal setiap hotel pasti banyak yang mengingap. Sedangkan, pada perusahaan Grand Dian Hotel Slawi, ketika lebaran tiba, maka setiap shift pagi diisi oleh 2 orang resepsionis. Dikarenakan jumlah resepsionis hanya ada 4 orang, ketika salah satu dari ke empat resepsionis sakit, maka karyawan yang berada pada departemen itu tidak bisa libur karena kekurangan karyawan. maka perusahaan mengambil bagian pemasaran untuk beralih tugas menjadi seorang resepsionis. Masalah tersebut penting untuk diangkat bagi setiap perusahaan jasa seperti hotel. Karena tugas dari seorang marketing adalah mempromosikan dan menjual produk dari perusahaan barang/jasa. Hal ini dilihat dari ketersediaan data yang ada di lapangan.

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009) dalam (Kukuh Familiar, 2015) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diharapkan. Kepuasan pelanggan memberikan dampak bagi perusahaan baik secara langsung maupun tidak. Apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan akan kembali lagi menggunakan jasa/produk dari perusahaan tersebut dan merekomendasikan kepada orang terdekatnya. Apabila pelanggan tidak merasa puas maka mereka tidak akan menggunakan maupun membeli produk/jasa perusahaan dan menceritakannya kepada orang terdekat agar tidak membeli maupun menggunakan produk/jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang dicapai. Kesesuaian antara harapan dan persepsi terhadap layanan yang diterima. Kepuasan pelanggan terjadi ketika ia telah melakukan pembelian, mengalami penggunaan suatu produk/jasa. Kotler (2007) dalam (Sembiring, 2014) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyalitas produk/jasa
2. Ada komunikasi positif dari mulut ke mulut (*Worth of mouth*)

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama (pilihan utama)

Beberapa ahli mengartikan kepuasan pelanggan diantaranya yaitu menurut Enggel et al (1990) dalam (Prakarsa & Tarigan, 2016) definisi kepuasan pelanggan yaitu penilaian pembeli, dimana pilihan memenuhi atau setidaknya melebihi harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan terjadi ketika hasilnya tidak memenuhi harapan pelanggan. Menurut Band (1991) dalam (Prakarsa & Tarigan, 2016) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi melalui suatu transaksi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian berulang.

Tse dan Wilton (1988) dalam (Amhas, 2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap perbedaan antara harapan awal pembelian akhir. Sedangkan menurut Peter dan Olson (2000) dalam Satryawati (2018) menyatakan kepuasan pelanggan adalah rasa puas terhadap produk yang dibeli dan memberitahu kepada orang lain.

4.2 Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler (2000) dalam Japariato (2007) mengatakan bahwa konsumen loyal tidak diukur dari seberapa banyak barang yang dibeli, namun seberapa sering dia membeli dan menggunakannya kemudian merekomendasikan kepada orang lain. Jika pada perusahaan jasa seperti hotel, seorang pelanggan sering mengunjungi hotel tersebut dan menyewa tempat untuk acara pada hotel tersebut artinya pelanggan

tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu dan dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal.

Loyalitas pelanggan menurut Griffin (2002) dalam Wungow (2013) lebih mengarah kepada perilaku seorang konsumen atau pelanggan dibandingkan dengan sikap. Seorang pelanggan yang loyal akan memberikan perilaku pembelian yang teratur dan dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian secara berulang dan menciptakan kesetiaan terhadap suatu barang atau jasa.

Sedangkan menurut pendapat ahli lain seperti Tjiptono dan Chandra (2012) dalam Pongoh (2013) menyatakan jika loyalitas pelanggan dengan perilaku pembelian secara berulang itu berbeda namun tetap berhubungan satu sama lain. Loyalitas merupakan komitmen pembelian pada suatu merek tertentu, sedangkan pembelian berulang merupakan pembelian terhadap merek tertentu yang sama secara berulang kali bisa jadi karena itu merupakan merek satu-satunya yang tersedia atau merupakan merek termurah.

Berbeda dengan Oliver (2005) dalam Wedarini (2013) yang mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen jangka panjang seorang pelanggan untuk memesan atau membeli barang atau jasa tertentu secara konsisten di masa depan.

Mowen dan Minor (2002) dalam Satryawati (2018) mendefinisikan loyalitas pelanggan yaitu sikap positif pelanggan yang akan melakukan pembelian berulang terhadap produk/jasa. Definisi loyalitas pelanggan juga dikemukakan oleh Nugroho J.

Setiadi (2003) dalam Satryawati (2018) bahwa loyalitas merek adalah suatu sikap suka terhadap produk tertentu dan melakukan pembelian secara konsisten dalam jangka waktu yang lama.

Dari beberapa definisi loyalitas pelanggan diatas dapat saya simpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian suatu produk atau jasa secara berulang-ulang dalam jangka waktu yang panjang.

4.3 Kerjasama

Kerjasama di dalam perusahaan sangat penting demi mencapai visi, misi serta tujuan dari perusahaan. Makna kerjasama sangatlah kuat di dalam lingkup perusahaan dan akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Menurut West dalam Hatta, et. al. (2017) dalam Christianto & Henky (2021) menyatakan bahwa kerjasama tim adalah kegiatan berkelompok dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas untuk meringankan beban masing-masing individu.

Sedangkan menurut Panggiki et al. (2017) dalam Nainggolan (2020) kerjasama tim merupakan salah satu kegiatan yang memotivasi karyawan untuk bekerja secara efektif. Adanya kerjasama tim dapat membantu karyawan untuk lebih kreatif, karena berkat kerjasama tim karyawan saling tukar pikiran dan saling mengkomunikasikan argumennya tentang karyawan. Kerjasama ini terkoordinasi dengan baik dengan ketrampilan atau pengetahuan yang berbeda. Dengan keahlian yang berbeda-beda

diharapkan para karyawan akan saling membantu dan menciptakan perusahaan yang maju serta mencapai tujuan perusahaan.

Teamwork atau kerjasama dapat meningkatkan kerja sama dan komunikasi di dalam dan di antara bagian-bagian perusahaan. Berbagai keahlian yang berbeda tersebut dapat saling menunjang sehingga pekerjaan menjadi lebih mudah dan lebih cepat diselesaikan. Putri dan Sariyathi (2017) dalam (Sasmita et al., 2019) mengartikan kerjasama tim adalah sebuah wadah yang didalamnya terdapat anggota yang memiliki beberapa kemampuan yang berbeda untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan bersama.

Kerjasama antar karyawan diharapkan setiap karyawan saling berkontribusi baik tenaga maupun pikiran serta mengarahkan kemampuan masing-masing anggota secara maksimal dengan demikian kerjasama akan berjalan dengan kuat dan berkualitas. Menurut Kerrin & Oliver (2002) dalam Masyithah (2018) kerjasama tim atau *teamwork* adalah aktivitas atau proses yang meliputi kegiatan berbagi informasi mengenai masalah yang sedang dihadapi dan bekerjasama dalam memecahkan masalah tersebut.

Menurut Robbins & Coulter (2010) dalam Nainggolan (2020) suatu kerjasama tim yang efektif dipandang sebagai keunggulan kompetitif utama yang dapat memberikan hasil yang sangat baik bagi perusahaan. Jika perusahaan dapat meningkatkan kinerja tim, maka perusahaan dapat berjalan dengan lebih baik lagi kedepannya. Pandangan tentang karakteristik tim yang efektif itu antara lain:

1. Tim yang sukses memiliki pemahaman yang jelas tentang tujuan yang akan dicapai
2. Keterampilan relevan yaitu keterampilan yang efektif dari individu yang berkualitas memiliki keterampilan teknis yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan
3. Komitmen bersama yang ditandai dengan komitmen terhadap tujuan tim dan kemauan untuk mengeluarkan banyak energi untuk mencapainya.

Perusahaan harus bisa menanamkan rasa tanggung jawab karyawannya agar tercipta tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan kerjasama antar individu dalam tim harus berjalan dengan baik. Aspek individu mempengaruhi kerjasama dalam tim, harus ada kesadaran bahwa tujuan yang akan dicapai bukan hanya untuk individu tetapi tujuan kelompok. Sanyal dan Hisam (2018) dalam Ramadhani (2021) menyatakan secara akurat bahwa kerjasama tim adalah suatu kelompok yang bekerja secara kooperatif untuk mencapai tujuan tertentu.

4.4 Kinerja Layanan

Dalam perusahaan industri jasa seperti hotel, meningkatkan kerja karyawan sangat diperlukan karena berdampak positif terhadap konsumen. Menurut Rivai (2004) dalam (Gunawan et al., 2013) kinerja adalah perilaku nyata dalam diri setiap orang sebagai prestasi yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan.

Kinerja merupakan proses berorientasi tujuan yang diarahkan untuk memastikan bahwa proses-proses keorganisasian ada pada tempatnya untuk memaksimalkan produktivitas dari sebuah perusahaan. Armstrong dan Taylor (2014) dalam Annalia (2020) mendefinisikan kinerja sebagai perilaku seorang karyawan yang berhasil mencapai target. Pendapat lainnya juga disampaikan oleh Soelaiman (2007) dalam Annalia (2020) kinerja yaitu ukuran keberhasilan atas sesuatu yang dicapai.

Fathurohman & Sobari (2016) kinerja memiliki tiga hal penting yaitu tujuan, ukuran, dan penilaian. Penentuan tujuan organisasi merupakan strategi untuk meningkatkan kinerja. Tujuan ini memberikan arah dan mempengaruhi bagaimana seharusnya perilaku kerja yang diharapkan perusahaan dari setiap orang. Oleh karena itu, ini memainkan peran penting dalam mengevaluasi tingkat pekerjaan setiap orang. Akhir dari proses kinerja adalah evaluasi kinerja itu sendiri yang mengacu pada proses mewujudkan tujuan perusahaan.

Menurut Suyadi Prawirosentono (1999) dalam Maddepongeng (2017) menyatakan bahwa *Performance* atau kinerja merupakan sekelompok atau individu yang memiliki tanggung jawab untuk mencapai tujuan perusahaan yang bersifat legal tidak melanggar hukum. Sedangkan menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2005) dalam Maddepongeng (2017) pengertian dari kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (seseorang yang mencapai prestasi kerjanya) Artinya kinerja adalah seseorang yang diberikan tanggung jawab oleh perusahaan dan mampu mengerjakannya secara kualitas dan kuantitas.

Nimalathanan (2012) dalam Indrawati (2013) setiap organisasi selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, sehingga ada beberapa aspek yang menjadi fokus. Salah satunya adalah sumber daya manusia (SDM) organisasi yang dipandang sebagai sumber daya yang penting. Organisasi selalu berharap untuk mempertahankan tenaga kerja yang terdidik dan efisien. Selain itu, bagi organisasi jasa mempertahankan kinerja karyawan merupakan salah satu cara untuk merespon kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peran SDM dalam menjaga kepuasan pelanggan sangat besar.



BAB V

METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data menyangkut sifat klaim, keadaan, aktivitas, dll. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mengambil lokasi penelitian di grand dian hotel slawi yang terletak di Desa Grobog Kulon, Kec. Pangkah, Kab. Tegal. Penelitian ini menggunakan 3 metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

5.1.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menemui narasumber secara tatap muka melalui tanya jawab langsung. Menurut Moleong dalam Nur (2016) wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua orang yang terdiri dari pewawancara yang memberikan pertanyaan dan narasumber yang menjawab pertanyaan. Wawancara yang dilakukan oleh penulis yakni dengan pihak-pihak yang terkait dengan pembahasan penelitian ini yaitu sebagian karyawan Grand Dian Hotel Slawi.

Wawancara yang penulis lakukan kepada bagian pemasaran atau *marketing* yaitu tentang bagaimana peran *marketing* dalam pengembangan SDM pada perusahaan

dan bagaimana peran marketing dalam meningkatkan keunggulan SDM agar perusahaan semakin maju. Karena, peran marketing dalam mengembangkan SDM perusahaan sangatlah penting, yakni menentukan faktor produksi, membangun, serta mengembangkan perusahaan agar lebih maju. Kemudian pada departemen lain seperti *house keeping* yaitu penulis mewawancarai meliputi bagaimana cara mengembangkan skill para karyawan agar lebih cepat, wangi dan bersih dalam membersihkan kamar serta area hotel. Dengan demikian, para pelanggan akan merasa nyaman jika menginap pada hotel yang wangi, bersih dan rapi serta kinerja karyawannya cepat.

5.1.2 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung objek, melihat objek penelitian dan mengambil informasi yang diperlukan dari objek tersebut. Observasi juga dapat diartikan sebagai pengamatan sistematis dan fiksasi terhadap fenomena yang dipelajari. Dalam arti yang lebih luas, observasi yang benar tidak terbatas pada pengamatan langsung atau tidak langsung. Penulis melakukan observasi secara langsung mengenai Grand Dian Hotel Slawi selama magang MB-KM. Oleh karena itu, penulis dapat mengetahui mengenai bagaimana membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan berbasis penguatan teamwork dan kinerja layanan Grand Dian Hotel Slawi.

Penulis melakukan observasi pada bagian departemen *receptionist*, *house keeping* dan *marketing*. Dimana penulis mengenal apa saja tugas-tugas yang dilakukan pada departemen tersebut, fungsi departemen tersebut dan perannya pada perusahaan.

Antara departemen saling berhubungan dimana departemen *marketing* sangat berpengaruh dengan departemen *receptionist* yaitu dalam melakukan pemasaran dan penjualan kamar hotel. Departemen *receptionist* juga berhubungan dengan departemen *house keeping*. Dimana tugas dari seorang *marketing* yaitu memasarkan produk hotel kepada seluruh masyarakat dan jika masyarakat tertarik untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut maka mereka harus membeli melalui *receptionist*. Kemudian, *receptionist* yang akan menentukan apakah produk atau jasanya masih ada yang bisa dijual atau tidak. Dengan begitu departemen *marketing* dengan *receptionist* harus saling bekerjasama agar tidak terjadi kesalahan dalam penjualan atau pemasaran produk perusahaannya. Jika tidak melakukan kerjasama dengan baik maka bisa terjadi kesalahan dalam penjualan produknya. Apabila terdapat tamu yang akan melakukan *check in* atau *check out*, maka *receptionist* harus menginformasikan pada departemen *house keeping*. Karena, departemen *house keeping* bertugas mengecek kamar apakah sudah siap ditempati atau belum dan membersihkan kamar ketika ada tamu yang sudah *check out*.

5.1.3 Dokumentasi

Dalam metode dan analisis data ini penulis mengumpulkan sejumlah sumber tertulis terutama sumber data sekunder yang didapat dari perusahaan tempat penulis melakukan aktivitas magang. Kemudian penulis juga mengumpulkan data kepustakaan berupa buku-buku referensi, jurnal ilmiah dan laporan-laporan terdahulu. Penulis juga memperoleh data langsung dari tempat magang, meliputi buku-buku yang relevan,

foto-foto kegiatan selama magang dan laporan kegiatan atau *log book* guna memperoleh data yang dapat menunjang penelitian ini.

5.2 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun kumpulan data secara sistematis. Data diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, mendeskripsikannya menjadi unit-unit, mensintesakannya menjadi rumus-rumus, memilih yang paling penting serta menarik kesimpulan agar mudah dipahami bagi penulis dan orang lain.

5.2.1 Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada baik alam maupun buatan manusia. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, fungsi, sifat, perubahan, hubungan, persamaan dan perbedaan antara satu fenomena dengan lainnya. Tujuan dari analisis deskriptif yaitu mencatat fenomena yang dilihat, didengar dan dibaca melalui wawancara, catatan langsung, rekaman, dan dokumen lain yang menguatkan. Penyajian data yang digunakan dalam analisis deskriptif antara lain dengan menyajikan data melalui tabel, grafik maupun diagram lingkaran.

Permasalahan yang penulis ketahui pada saat wawancara pada beberapa bagian departemen seperti resepsionis dimana beberapa karyawan belum menguasai bidang pekerjaan yang di gelutinya. Dengan demikian perusahaan harus lebih sering

memberikan pelatihan kepada karyawannya agar karyawan tersebut cepat dalam menguasai pekerjaannya. Kemudian, karyawan satu dengan lainnya juga harus bekerjasama agar terjalin suatu keharmonisan dalam pekerjaan. Jika karyawan yang satu belum bisa, maka karyawan yang lain harus membantunya.

Permasalahan tersebut pasti ada penyebabnya seperti seleksi karyawan yang masuk kurang profesional, kurangnya kerjasama antar karyawan, dan kurangnya komunikasi. Maka dari itu, perusahaan harus bisa membentuk pribadi karyawan yang lebih bertanggung jawab dan giat dalam pekerjaannya. Seperti yang dikatakan Suyadi Prawirosentono (1999) dalam Maddepunggeng et al (2017) bahwa kinerja merupakan seseorang yang diberikan tanggung jawab oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tanpa melanggar hukum. Artinya perusahaan perlu mengevaluasi kembali agar kinerja karyawannya lebih optimal dan efisien serta tidak menjadikan masalah tersebut terhadap pelanggan. Biasanya jika kinerja karyawannya kurang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Tabel 5. 1 Identifikasi Masalah

No	Uraian Masalah	Penyebab	Solusi
	Beberapa karyawan belum menguasai bidang pekerjaannya	Kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam pekerjaan tersebut.	Memberikan pelatihan kepada setiap departemen agar karyawan dalam departemen tersebut dapat menguasai bidangnya.
	Kurangnya kerjasama antar karyawan	Terlalu mementingkan diri sendiri dan kurangnya motivasi antar karyawan.	Perusahaan harus memberikan motivasi terhadap karyawannya tentang pentingnya kerjasama seperti mencintai pekerjaannya.
	Kurangnya komunikasi antar karyawan	Keanekaragaman karyawan dengan pengalaman dan latar belakang yang berbeda.	Menghargai pendapat orang lain, buat komunikasi yang terbuka antar karyawan serta membangun kepercayaan karyawan. Serta karyawan harus mengetahui dan menjalankan SOP.
	Kurangnya jumlah karyawan	Beberapa pekerjaan bisa diambil alih oleh departemen lain.	Merekrut karyawan yang sesuai dengan pekerjaan yang akan di embannya.

BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1 Analisis Pembahasan

Sumber daya manusia merupakan subyek penting yang harus diperhatikan dalam berbagai transaksi organisasi, karena kualitasnya menentukan tercapainya tujuan organisasi. Setiap organisasi atau perusahaan senantiasa berupaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada perusahaan, kerjasama tim atau *teamwork* dan kinerja layanan yang baik merupakan pilar penting untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.

6.1.1 Kurangnya Komunikasi Antar Karyawan

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain. Jika dalam perusahaan jasa seperti hotel tidak ada kegiatan tersebut, maka sebuah lembaga akan mengalami kesulitan-kesulitan dalam pengelolaannya dan akan sulit bergerak mencapai tujuan dari perusahaan. Implikasinya dalam perusahaan jasa Grand Dian Hotel Slawi, terdapat beberapa kesalahan pahaman misalnya pada bagian *receptionist* dan *house keeping* yang menginformasikan pembersihan kamar namun tidak diinfokan kembali. Dengan masalah tersebut maka berakibat fatal terhadap kepuasan pelanggan. Komunikasi merupakan salah satu unsur penting yang harus digunakan dalam industri perhotelan sebagai pendukung kinerja organisasi/perusahaan. Masalah ini penting untuk diangkat, karena dalam suatu

organisasi untuk menyampaikan pesan mengenai perusahaan tersebut berguna untuk keefektifan fungsi dan tujuan organisasi itu sendiri. Melalui penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Madera (2011) dalam Petra (2013) menunjukkan bahwa dalam sebuah organisasi terdapat hambatan komunikasi dalam organisasi dikarenakan adanya keanekaragaman identitas karyawan dari pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perusahaan harus *open minded* atau terbuka dengan karyawan, menanamkan rasa percaya dan melakukan komunikasi secara langsung dengan para karyawan dengan mendengarkan keluhan ataupun masukan. Dengan begitu seluruh karyawan akan merasa dirinya dihargai dan nyaman dalam pekerjaan tersebut sehingga tercipta suatu komunikasi yang dapat mencapai tujuan perusahaan.

6.1.2 Kurangnya Kerjasama Antar Karyawan

Jika kerjasama antar karyawan terjalin dengan baik maka tercipta suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus rutin dalam memberikan motivasi kepada karyawannya untuk mengetahui pentingnya menjalin kerjasama agar terwujud tujuan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga harus memberikan pelatihan yang sesuai dengan pekerjaan karyawannya agar kinerja layanannya sesuai dengan pekerjaan mereka.

Implementasinya pada Grand Dian Hotel Slawi kerjasama antar karyawan masih sangat kurang. Yaitu pada departemen *marketing* dan *Food & Beverage* ketika ada *event* besar yang membutuhkan tempat atau ruangan yang besar seperti ruangan Syailendra. Ketika ada acara besar maka departemen tersebut akan bekerjasama untuk

menata ruangan. Namun, ada beberapa karyawan pada departemen tersebut yang tidak mau membantu dengan alasan sudah ada yang mengerjakannya padahal untuk menata ruangan dibutuhkan lumayan banyak orang untuk menyetting kursi, meja, dekorasi ruangan dan peralatan lain yang dibutuhkan serta karyawan dituntut untuk kerja cepat karena dalam event besar biasanya dalam sehari ada 3 dalam ruangan yang berbeda seperti di ruangan Adyastha dan Small. Masalah tersebut penting untuk diangkat bagi setiap perusahaan jasa seperti hotel. Karena jika terdapat konflik antar karyawan, kinerja karyawan menjadi terganggu sehingga dapat berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dilihat dari ketersediaan data yang ada dilapangan. Kunci sukses perusahaan adalah memuaskan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik. (Nursiti & Fedrick, 2018) menyatakan bahwa kinerja layanan merupakan motivasi, serta peranan yang penting dari sebuah perusahaan.

6.1.3 Beberapa Karyawan Belum Menguasai Bidang Pekerjaannya

Dalam perusahaan, setiap karyawan diharapkan menguasai beberapa bidang pekerjaan. Misalnya seorang IT yang mahir dalam bidang *software* ia akan belajar mengenai *hardware*. Dengan begitu maka ia akan dipercaya oleh atasan dalam perusahaan dengan memegang beberapa pekerjaan yang dimana ketika ia bisa dan bagus dalam pekerjaannya maka akan mendapatkan *reward* seperti naik gaji dan lainnya.

Untuk mengatasi masalah tersebut, perusahaan diharapkan memberikan pelatihan kerja kepada karyawannya minimal 1 bulan sekali. Pelatihan juga salah satu

proses karyawan untuk menggapai sebuah target kriteria tertentu yang dimana kriteria tersebut telah ditentukan oleh pihak perusahaan dan nantinya akan dimanfaatkan guna mencapai tujuan utama perusahaan tersebut. Selain mengadakan pelatihan, pada saat perekrutan karyawan perusahaan harus menyeleksi mana yang terbaik dan berpengalaman untuk bekerja diperusahaan tersebut.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa karyawan yang kurang menguasai bidang pekerjaannya. Misalnya pada bagian *receptionist* ada salah seorang yang belum berpengalaman bekerja dibidang tersebut namun direkrut oleh perusahaan dan kurang mendapatkan pelatihan *system expert*. System expert merupakan sistem yang digunakan oleh beberapa perusahaan jasa seperti hotel untuk memasukkan data lebih cepat dan praktis. Jadi, jika perusahaan membutuhkan data pengunjung maka tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mencarinya.

6.1.4 Kurangnya Jumlah Karyawan

Dalam setiap perusahaan, pasti seluruh karyawannya sudah dibagi tugasnya sesuai dengan pekerjaannya. Karyawan akan mengerjakannya sesuai dengan apa yang diperintah oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dalam pengerjaannya pasti seluruh karyawan diberikan pelatihan terlebih dahulu agar mengerti apa saja yang harus dan dikerjakannya. Ketika mereka sudah bisa maka seiring berjalannya waktu akan bertambah lihai dan menguasai bidangnya. Namun apabila terdapat penambahan atau pergantian sistem biasanya perusahaan akan mengadakan pelatihan minimal 1 bulan sekali agar karyawan tersebut dapat mengikuti

perkembangan sistem yang digunakan perusahaan tersebut. Jika karyawan bekerja sesuai dengan keahliannya maka mereka akan merasa nyaman dengan perusahaan tersebut dan berdampak positif dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Sebaliknya, jika karyawan bekerja tidak sesuai dengan tugasnya maka ia akan merasa tidak nyaman dan berdampak negatif pada perusahaan.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan, bahwa dalam perusahaan Grand Dian Hotel Slawi terdapat beberapa karyawan yang merasa keberatan dengan pekerjaannya apabila merangkap menjadi 2 departemen. Misalnya seorang marketing sekaligus menjadi receptionist atau seorang food and beverage sekaligus menjadi house keeping. Hal tersebut dikarenakan kurangnya jumlah karyawan di beberapa departemen yang dibutuhkan perusahaan. Jika tidak ada perekrutan maka akan mempengaruhi kinerja karyawan karena dapat menyebabkan efek berupa kelelahan baik fisik maupun mental dan berakibat fatal pada perusahaan.

6.2 Pembahasan

6.2.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terjadi ketika pelanggan membeli suatu produk atau jasa yang kemudian dinilai oleh pelanggan apakah sesuai dengan harapan pelanggan atau tidak. Penelitian terdahulu menurut Lovelock dan Wirtz (2007) dalam Widjoyo (2014), konsumen atau pelanggan melakukan observasi terhadap kinerja produk dan jasa, dengan membandingkan standar harapan konsumen sehingga terbentuk suatu kepuasan pelanggan.

Jika dilihat pada analisis permasalahan, kurangnya komunikasi antar karyawan, kurangnya kerjasama antar karyawan, beberapa karyawan belum menguasai pekerjaannya dan kurangnya jumlah karyawan akan berakibat pada kepuasan pelanggan. Solusi untuk mengatasi masalah tersebut adalah sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Grand Dian Hotel Slawi mengenai kepuasan pelanggan, melalui pertanyaan “Apakah anda puas dengan pelayanan pada Grand Dian Hotel Slawi?”. Hasilnya sebagai berikut :

Tabel 6. 1 Wawancara Terkait Kepuasan Pelanggan

Sumber	Hasil Wawancara
Kamis, 24/02/22 Pukul 14.50 (Bpk. Elon) Salah satu pengelola perumahan <i>Sapphire Town House</i> Slawi.	“Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Grand Dian Hotel Slawi. Mungkin karena saya sudah biasa menginap disini dan mereka sudah mengenal saya juga, jadi saya dan karyawan disini sudah cukup akrab. Namun, ada beberapa yang harus diperbaiki dari segi penyajian makanan, diganti menunya yang lebih variatif lagi dan lebih cepat lagi dalam pelayanan”.
Sabtu, 05/03/22 Pukul 15.48 (Bpk. H. Rusbandi) Ketua DPC Partai Demokrat Kab. Tegal	“Saya selalu puas dengan pelayanan hotel ini baik dalam segi pelayanan kamar maupun penyajian makanan yang selalu diantar ke kamar saya. Karyawan disini juga sudah mengenal saya, jadi ketika saya datang mereka akan menyapa saya di depan pintu masuk Grand Dian Hotel Slawi. Ketika saya ada rapat dadakan dengan tamu saya, mereka akan langsung menyiapkan ruangan untuk saya. Namun, ada beberapa kekurangan pada pelayanan pembersihan kamar, terkadang telat dalam memberikan pelayanan karena karyawan terbatas pada bagian departemen tertentu”.
Jum’at, 11/03/22 Pukul 14.03	“Pelayanan Grand Dian Hotel Slawi cukup baik, saya puas dengan pelayanannya. Saya

Sumber	Hasil Wawancara
(Ibu Tresnowati) Perusahaan Antavaya Group Jakarta	sering menggunakan hotel ini sebagai persinggahan saya ketika ada pekerjaan di area Slawi”.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, ada beberapa pelanggan yang menggunakan ulang jasa pada Grand Dian Hotel Slawi untuk memesan kamar dan memesan gedung untuk acara. Namun, ada beberapa yang komplain mengenai penyajian makanan yang kurang variatif, pelayanan sedikit lambat dan pembersihan kamar yang tidak sesuai dengan permintaan pelanggan.

6.2.2 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau jasa sehingga terjadi pembelian ulang secara konsisten oleh pelanggan tersebut menurut Tjiptono (2012) dalam Gultom et al., (2020). Pelanggan akan terus membeli ulang produk atau jasa dari suatu perusahaan jika dirasa memuaskan bagi mereka. Meskipun ada pesaing produk atau jasa dari perusahaan lain mereka cenderung akan tetap setia dan loyal dengan satu produk atau jasa tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Grand Dian Hotel Slawi mengenai loyalitas pelanggan, melalui pertanyaan “Apa yang membuat anda tetap loyal terhadap perusahaan jasa Grand Dian Hotel Slawi?”. Hasilnya sebagai berikut :

Tabel 6. 2 Wawancara Terkait Loyalitas Pelanggan

Sumber	Hasil Wawancara
Jum'at, 10/06/22 Pukul 18.10 Mamah Dedeh (Pendakwah)	“Karena tempatnya nyaman, kamarnya bersih, privasi juga terjamin jadi saya senang untuk kembali ke hotel ini. Terutama hotel ini sangat cocok untuk saya bersinggah ketika ada acara tabligh akbar”.
Sabtu, 11/06/22 Pukul 09.03 Polsek Banyuwangi	“Kami sangat loyal terhadap hotel ini karena, selain kamarnya yang nyaman, pelayanan disini juga sangat baik dan ramah”.
Kamis, 23/06/22 Pukul 09.33 Bpk. Gunawan (Pengunjung Hotel)	“Saya sering datang ke hotel ini, dan pelayanannya cukup bagus, kamarnya nyaman dan hotel ini juga memiliki fasilitas kolam berenang, jadi anak saya sangat suka ketika menginap disini. Dan harganya juga cukup <i>worth it</i> dengan fasilitas hotelnya”.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, bahwa para pelanggan Grand Dian Hotel Slawi sangat loyal terhadap hotel ini dan memesan kembali kamar atau gedung. Karena kenyamanan dan pelayanannya baik. Untuk harga juga cukup *worth it* jika dibandingkan dengan fasilitas hotel serta kenyamanan hotel ini.

6.2.3 Kerjasama

Kerjasama atau *teamwork* merupakan hubungan antara dua orang atau lebih yang melakukan kegiatan guna mencapai tujuan bersama dimana masing-masing orang akan memberikan sebuah pemikiran, persepsi dan solusi yang berbeda-beda dan dijadikan menjadi satu-kesatuan. Jika dalam organisasi atau perusahaan terjalin suatu *teamwork* atau kerjasama tim yang baik maka akan tercipta suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Artinya perusahaan berhasil mencapai tujuannya. Pada perusahaan jasa seperti Grand Dian Hotel Slawi, kerjasama dapat diartikan sebagai suatu usaha

gotong royong antara departemen satu dengan departemen lainnya dengan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan agar para tamu merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Menurut Tyson (2014) dalam Prabawa & Supartha (2017) *teamwork* atau kerjasama tim diartikan sebagai tindakan karyawan untuk mencapai tujuan tertentu dengan menempatkan kepentingan masing-masing anggota untuk kepentingan kelompok atau perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan Grand Dian Hotel Slawi mengenai *teamwork* atau kerjasama tim, melalui pertanyaan “Bagaimana cara meningkatkan teamwork dan kerjasama tim seperti apa yang harus dilakukan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan?”.



Tabel 6. 3 Wawancara Terkait Kerjasama Tim atau Teamwork

Sumber	Hasil Wawancara
<p>Jum'at, 17/06/22 Pukul 08.25 Amanda (<i>Front Office</i> GDH)</p>	<p>“Untuk meningkatkan kerjasama antar karyawan, saya biasanya selalu Melakukan pengecekan data antara bagian <i>receptionist</i> dan <i>house keeping</i>. Selain itu, ketika <i>handover</i> atau menyerahkan tugas ke <i>shift</i> selanjutnya juga saya menyampaikan apa yang menjadi keluhan pelanggan dan pesan yang harus disampaikan tamu hotel agar <i>shift</i> selanjutnya tidak bingung ketika melanjutkan <i>shift</i> sebelumnya. Namun, ada beberapa kali kesalahan dalam penyampaian pesan karena petugas <i>shift</i> selanjutnya tidak memerhatikan dengan baik. Jadi, saya memberikan saran kepada manager untuk memberikan teguran kepada karyawan tersebut dan memberikan pelatihan secara teratur agar hal-hal seperti itu tidak terjadi kembali. Karena jika sampai terjadi lagi, maka akan mengganggu kepuasan dan loyalitas pelanggan”.</p>
<p>Jum'at, 17/06/22 Pukul 10.20 Kukuh (<i>House Keeping</i> GDH)</p>	<p>“Saya selalu melakukan komunikasi dan arahan dengan anggota karyawan yang ada di <i>house keeping</i> terutama. Selain itu dengan departemen lain seperti <i>receptionist</i> yang selalu bertukar informasi mengenai tamu dan kamar yang ready. Namun, masih ada beberapa karyawan baik departemen <i>house keeping</i> maupun <i>receptinost</i> yang masih salah dalam memberikan dan menerima informasi yang membuat pelanggan ada yang komplain. Maka dari itu saya selalu mengawasi mereka pada saat bekerja dan selalu memberikan nasihat apabila ada kesalahan yang terjadi”.</p>
<p>Jum'at, 17/06/22 Pukul 13.00 Muhammad Syukur (<i>Marketing</i> GDH)</p>	<p>“Untuk meningkatkan kerjasama tim saya selalu menyarankan kepada atasan agar selalu diberikan motivasi dan pelatihan pekerjaan yang sesuai dengan <i>jobdesc</i> seluruh karyawan. Atasan juga harus mengawasi karyawan. Contohnya pada saat acara besar yang diadakan di gedung Syailendra, yang menata ruangan, menyiapkan peralatan dan menyajikan makanan hanya ada beberapa orang saja, padahal pekerjaan itu harus dikerjakan secara cepat”.</p>

Sumber	Hasil Wawancara
Jum'at, 17/06/22 Pukul 14.02 Iskandar (<i>Manager food and beverage GDH</i>)	“Meningkatkan kerjasama tim yang baik saya selalu menciptakan komunikasi dengan para karyawan terutama departemen saya F&B. Saya selaku manager juga sudah memberikan jobdesc masing-masing karyawan. Tetapi, masih ada beberapa yang menghiraukan hal tersebut”.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, ditemukan kerjasama tim antar departemen masih kurang baik. Dibuktikan dengan selama kurang lebih 4 bulan penulis melaksanakan magang di Grand Dian Hotel Slawi. Contohnya pada departemen *food and beverage* yang setiap *shift* memiliki 5 karyawan, tetapi saat ada acara besar hanya 1 orang yang turun tangan mengerjakan seperti menyajikan makanan dan mengatur ruangan.

6.2.4 Kinerja Layanan

Dalam suatu organisasi atau perusahaan, kinerja layanan sangat penting menunjang keberhasilan setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Alasannya karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan/konsumen. Karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri, sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari perusahaan. Jika karyawan gagal dalam memberikan kinerja terbaiknya maka akan memberikan dampak buruk bagi pelanggan. Sebaliknya, jika karyawan mampu memberikan kinerja layanan terbaik maka pelanggan akan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Alford dan Sherell (1996)

dalam Nugroho, AW dan Sudaryanto (2013) bahwa kinerja layanan merupakan hal terpenting dalam perusahaan agar terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Grand Dian Hotel Slawi mengenai kinerja layanan, melalui pertanyaan “Bagaimana menurut anda mengenai kinerja layanan Grand Dian Hotel Slawi?”. Hasilnya sebagai berikut :

Tabel 6. 4 Hasil Wawancara Terkait Kinerja Layanan

Sumber	Hasil Wawancara
Kamis, 24/02/22 Pukul 13.00 Bpk. Elon (Pengelola perum Sapphire Slawi)	“Menurut saya, kinerja layanan di Hotel ini sudah cukup bagus, namun masih harus diperbaiki dalam segi penyajian makanan saja, yang sudah saya katakan barusan, lebih variatif lagi. Keseluruhan bagus”.
Kamis, 24/02/22 Pukul 15.05 Ibu Anjani (Pengunjung Hotel)	“Cukup puas dengan kinerja layanannya. Tapi harus lebih diperbaiki lagi ketika meminta sabun itu datangnya lama”.
Jum’at, 25/02/22 Pukul 09.00 Ketua BPS Slawi	“Saya sangat puas dengan pelayanannya, karena saya juga sering menggunakan hotel ini untuk acara BPS dan tidak pernah mengecewakan”.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, kinerja layanan sudah cukup baik. Namun, manajer perlu melakukan analisis kinerja karyawannya agar dapat mengetahui keadaan dan perkembangan hotel.



BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Mendapatkan komplain dari pelanggan terkait pembersihan kamar hotel yang akan ditempati, dikarenakan terjadinya *miss communication* antara departemen *front office* dengan *house keeping* . Hal tersebut dapat berakibat fatal pada kepuasan dan loyalitas pelanggan Grand dian Hotel slawi.
2. Beberapa pelanggan komplain tentang penyajian makanan yang kurang variatif, karena pelanggan sudah sering kembali ke hotel tersebut jadi mereka hafal apasaja makanan yang disajikan. Meskipun makanan tersebut layak namun pelanggan merasa bosan dan menginginkan yang lainnya. Dengan adanya komplain pelanggan jika tidak segera diperbaiki maka akan berakibat pada kurangnya kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Perusahaan kurang memberikan motivasi kepada karyawannya tentang pentingnya kerjasama dalam perusahaan agar terwujudnya tujuan perusahaan tersebut. Dimana pada perusahaan jasa seperti hotel, antar departemen saling berkaitan. Akibat kurangnya kerjasama, menyebabkan *jobdesc* tidak sesuai. Yang seharusnya departemen *food and beverage* yang mengerjakan penataan ruangan tetapi di implementasinya dilakukan oleh departemen *marketing*.

Dikarenakan departemen *food and beverage* kurang dalam melakukan kerjasama tim dengan baik.

4. Perusahaan kurang dalam berkomunikasi dengan karyawan sehingga tidak melihat adanya masalah-masalah yang ada di lingkungannya contohnya beberapa karyawan tidak melakukan pekerjaannya dengan baik, dimana mereka melimpahkan pekerjaannya kepada orang lain seperti, departemen resepsionis yang tidak memasukkan data ke sistem sehingga akan mempersulit pekerjaan departemen keuangan. Hal ini sangat penting untuk diangkat karena akan membuat kinerja layanannya kurang baik dan berakibat pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

7.2 Rekomendasi

7.2.1 Rekomendasi Hasil

- a. Pemimpin Grand Dian Hotel Slawi harus lebih memperhatikan karyawannya dalam bekerja dengan memberikan motivasi kerja kepada seluruh karyawannya.
- b. Diharapkan perusahaan memberikan pelatihan rutin terhadap karyawan mengenai sistem hotel yaitu *expert system*.
- c. Perusahaan seharusnya memberikan *reward* terhadap karyawan yang gigih dalam bekerja agar karyawan termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaiknya sehingga tercipta suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan.

7.2.2 Rekomendasi Tempat Magang

- a. Rekomendasi yang perlu diperbaiki tempat magang terhadap peserta magang :
 - 1) Lebih mengarahkan dan memberikan intruksi yang jelas dalam memberikan tugas kepada peserta magang.
 - 2) Mendampingi peserta magang dalam melakukan tugas yang diberikan.
 - 3) Memberikan contoh yang baik kepada peserta magang mengenai kedisiplinan waktu.
- b. Rekomendasi yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap staff karyawan :
 - 1) Penambahan karyawan agar pekerjaan dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan tidak melimpahkan kepada departemen lainnya.
 - 2) Pemimpin harus mengawasi karyawannya saat bekerja agar karyawannya dapat memperhatikan kedisiplinan dalam lingkungan kerja serta karyawan tersebut mengerjakan tugas sesuai dengan *jobdesc* nya.
 - 3) Tempat magang harus menyediakan fasilitas peralatan keselamatan kerja bagi karyawan saat bekerja.
 - 4) Perusahaan harus memberikan pelatihan kerja pada setiap departemen agar lebih terasah kemampuan bekerjanya.
 - 5) Memberikan reward kepada karyawan yang giat dalam bekerja dan punishment kepada karyawan yang sering melakukan kesalahan seperti telat berangkat kerja.

- 6) Menciptakan komunikasi yang baik dengan para karyawannya seperti menerima keluhan-keluhan para karyawan.
- 7) Atasan harus melakukan evaluasi kerja karyawan, apa yang harus diperbaiki lagi agar mencapai tujuan perusahaan.

7.2.3 Rekomendasi Program Studi

Program magang MB-KM yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang menjadi hal yang sangat positif bagi mahasiswa. Melalui program ini mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkannya selama kuliah kedalam program magang MB-KM ini. Rekomendasi penulis untuk Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sebagai berikut :

- a. Program studi harus mempersiapkan program MB-KM dengan lebih baik lagi sebelum mahasiswa dilepaskan ke tempat magang.
- b. Diharapkan program studi seharusnya memberikan arahan tentang tata cara pelaksanaan program magang kepada tempat magang agar dapat dimengerti apakah tugas yang harus dilakukan oleh mahasiswa magang.
- c. Program studi harus lebih memberikan pengarahan atau bimbingan secara detail kepada mahasiswanya mengenai program magang MB-KM.

BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1 Hal Positif Yang Diterima Selama Perkuliahan Dan Relevan Di Tempat

Magang

Terdapat hal-hal positif yang penulis dapatkan selama perkuliahan dan relevan dengan tempat magang diantaranya yaitu materi mengenai Manajemen Sumber Daya Manusia terkait dengan *recruitment*, etika kerja, dan cara bagaimana mengatur SDM atau karyawan dalam perusahaan. Selain itu tentang manajemen waktu sehingga pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu. Kemudian, ilmu mengenai manajemen pemasaran seperti bagaimana membangun *brand image*, memahami perilaku konsumen, dan cara promosi yang efektif dan efisien. Dengan ilmu tersebut penulis dapat menerapkannya saat magang dan dalam kehidupan sehari-hari.

Adanya program Magang MB-KM ini penulis diberikan kesempatan untuk mempelajari hal-hal baru tentang dunia pekerjaan. Adapun tugas-tugas yang diberikan kepada penulis pada saat magang membuat penulis lebih bertanggung jawab dengan apa yang dikerjakannya. Melalui program magang ini penulis mampu bekerjasama dengan baik antar sesama teman magang dan karyawan Grand Dian Hotel Slawi.

8.2 Manfaat Magang

8.2.1 Manfaat Kegiatan Magang Terhadap Pengembangan Softskill Penulis

Ada beberapa manfaat yang didapat penulis terhadap pengembangan *softskill* pada saat magang di Grand Dian Hotel Slawi, yaitu :

- a. Melatih *skill public speaking* dalam menjelaskan kepada pengunjung hotel mengenai fasilitas yang ada di Grand Dian Hotel Slawi
- b. Kedisiplinan waktu dalam bekerja yaitu jam berangkat kerja sesuai jam yang telah disepakati
- c. Kerjasama tim yang baik dengan karyawan Grand Dian Hotel Slawi
- d. Belajar *system expert* yaitu sistem yang dapat memasukan data pengunjung hotel dengan lebih cepat dan efektif

8.2.2 Kekurangan Softskill Yang Belum Didapat Penulis Selama Magang

Terdapat kekurangan terhadap pengembangan *softskill* diantaranya :

- a. Ide/gagasan kreatif yang disampaikan penulis belum dilaksanakan yaitu mengenai penambahan karyawan
- b. Belum mendapatkan skill kepemimpinan yang baik, kepemimpinan yang selama ini didapatkan hanya untuk diri sendiri agar tugas-tugas terselesaikan dengan tepat waktu

8.3 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif

Selama kegiatan magang terdapat manfaat yang didapat oleh penulis dari pengalaman magang di Grand Dian Hotel Slawi. Diantaranya sebagai berikut :

- a. Penulis mengetahui dan memahami tentang produk atau jasa Grand Dian Hotel Slawi

- b. Mengembangkan *skill public speaking* untuk melakukan interaksi dengan rekan kerja maupun *customers* hotel
- c. Memiliki pertanggung jawaban dalam menyelesaikan pekerjaan dengan baik
- d. Belajar menerima masukan dari orang lain seperti komplain dari pengunjung

8.4 Kunci Sukses Bekerja

Selama melaksanakan kegiatan magang di Grand Dian Hotel Slawi, penulis mengamati bahwa kunci sukses dalam bekerja diantaranya adalah disiplin, jujur, berintegritas, kemampuan dalam berkomunikasi, *attitude*, bertanggung jawab, mampu bekerjasama dalam individu/kelompok dan memiliki ketrampilan dalam bidang pekerjaannya.

8.5 Rencana Pengembangan Diri

Dalam mengatasi masalah yang ada pada saat magang, penulis ingin melakukan pengembangan diri terhadap karir penulis dimasa yang akan datang. Rencana pengembangan diri yang akan dilakukan penulis yaitu kemampuan berpikir secara kritis dan tenang dalam menghadapi suatu masalah dan mencari jalan keluar yang paling efektif dan fokus dengan apa yang dikerjakan serta ikhlas dalam menjalankannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amhas, M. (2018). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Makassar 01 Selatan. *Jurnal Mirai Management*, 3(1), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Annalia, W. (2020). Peran Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Sumber Daya Manusia Di Masa Covid-19. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 3(3), 186–194. <https://doi.org/10.30596/liabilities.v3i3.5795>
- Christianto, D., & Henky, A. W. (2021). Analisis Kerjasama Tim Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Pt. Sariadi Wahana Jasa. *Performa*, 4(4), 579–589. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1670>
- Fathurohman, F., & Sobari, E. (2016). Strategi Pengembangan Kinerja SDM Gugus Perwakilan Pemilik Ternak SPR Cinagarabogo Subang (Tinjauan Teori dan Aplikasi). *Jurnal Dimensia*, 13(2), 67–92. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/QD8TP>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Gunawan, J. ., Solang, P. ., & Kartika, E. . (2013). Organizational Citizenship Behavior Yang Berpengaruh Pada Kinerja Karyawan Dan Kepuasan Konsumen Di Hotel Sheraton Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 120–133. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/961>
- Indrawati, A. D. (2013). Dan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Swasta. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, Vol. 7 No., 135–142.
- Japariato, E., Laksmono, P., & Khomariyah, N. A. (2007). Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 34–42. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.1.34-42>
- Kukuh Familiar, I. M. (2015). Management Analysis Journal Pelanggan, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.
- Maddepunggeng, A., Abdullah, R., & T.F, M. (2017). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia (Sdm) Konstruksi. *Konstruksia*, 8(1), 99. <https://doi.org/10.24853/jk.8.1.99-108>

- Masyithah, S. M., Adam, M., & Tabran, M. (2018). Analisis Pengaruh Kompensasi, Kerjasama Tim dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja serta Dampaknya pada Kinerja Karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Banda Aceh. *Simen*, 9(1), 50–59.
<http://jurnal.stiesabang.ac.id/index.php/simen/article/view/85>
- Nainggolan, N. T., Lie, D., & Nainggolan, L. E. (2020). Pengaruh kerjasama tim terhadap kepuasan kerja yang berdampak pada kinerja Pegawai UPT SDA Bah Bolon Dinas Sumber Daya Air Cipta Karya dan Tata Ruang Provinsi Sumatera Utara. *Al Tijarah*, 6(3), 181. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5702>
- Nugroho, AW; Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nur, M. (2016). Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Tradisi Ojung Pada Masyarakat Desa Tongas Kulon Probolinggo. *IAIN Jember*, 4(1), 1–23.
- Nursiti, D., & Fedrick, D. (2018). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Chatime. *Jurnal Psychomutiara*, 2(1), 1–11. <http://ejournal.sari-mutiara.ac.id/index.php/Psikologi/article/view/1173/980>
- Petra, U. K. (2013). *Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Midtown Surabaya*.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1–5.
- Prabawa, I. M. A., & Supartha, I. W. G. (2017). Meningkatkan Produktivitas Karyawan Melalui Pemberdayaan, Kerja Sama Tim dan Pelatihan di Perusahaan Jasa. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 497.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p19>
- Prakarsa, L. M., & Tarigan, J. (2016). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan melalui loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening pada berbagai sektor perusahaan di Indonesia. *Business Accounting Review*, 4(1), 362–372.
- Ramadhani, A. E., Septia, A. Y., Wijayanti, R., & Septianingtias, A. (2021). Pengelolaan Diri Sebagai Upaya Membangun Kerja Sama Dalam Pertukaran Pelajar Di Perguruan Tinggi. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 35(1), 71–84.
<https://doi.org/10.21009/pip.351.8>
- Sasmita, N. A., Mustika, M. D., Psikologi, F., & Indonesia, U. (2019). *Jurnal Diversita*. 5(2), 105–114.
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>

Sembiring, I. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.

Wedarini, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(5), 243526.

Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.

Wungow, R. (2013). Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Rock Rand Manado. *Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen*, 1(3), 90–98.

今須良一, & Ryoichi, I. (2015). 1. 大気と陸域生態系間の炭素循環をつなぐ衛星観測の進展(2013年度春季大会シンポジウム「変化する地球環境と気象学の役割」の報告). *天気*, 62(4), 247–252.

