

MOTIVAS KERJA KARYAWAN SALES & MARKETING DEPARTMENT DI TURI BEACH RESORT BATAM

Deni Ratna Sari, Musadad

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi
Falkutas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Riau.

ABSTRAK

Motivasi adalah kondisi yang menggerakkan karyawan agar mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan. Berdasarkan teori Herzberg, suatu motivasi dipengaruhi oleh *motivator* faktor dan *hygiene* faktor. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan *sales & marketing* di Turi Beach Resort Batam yang berjumlah 8 orang dengan menggunakan teknik sensus sampling. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengelompokan data-data kemudian disusun dengan cara menggunakan frekuensi. Dan untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan kuisioner. Dengan menggunakan skala likert sebagai alat ukur. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam memiliki motivasi kerja tinggi. Hal ini terbukti dengan perolehan total skor keseluruhan yaitu 710.

Kata kunci : *motivasi, motivator, hygiene, factor*

**WORK MOTIVATION OF STAFF SALES & MARKETING DEPARTMENT
IN TURI BEACH RESORT BATAM**

Deni Ratna Sari, Musadad

*Department of Administration Science - Tourism Department
Faculty of Social Science and Political Science
Riau University.*

ABSTRACT

Motivation is a condition that moves staff to be able to achieve the goals that have been determined. Based of theory Hergberz, a motivation influenced of motivator factor and hygiene factor. Therefore, the authors are interested to examine about work motivation of staff sales & marketing department in Turi Beach Resort Batam. The sample used in this research is all staff of sales and marketing in Turi Beach Resort Batam which amounted to 8 people by using census sampling technique. This research uses quantitative descriptive method to categorize the data then compiled by using frequency. And for data collection techniques in this research using interviews, observation and questionnaires. By using Likert scale as a measuring tool. Based on the result of research obtained on work motivation of staff sales & marketing department in Turi Beach Resort Batam have high work motivation. This is proved by the acquisition score total overall is 710 points.

Keywords : *motivasi, motivator, hygiene, factor*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Batam merupakan salah satu Pulau yang terletak di Kepulauan Riau. Kota Batam memiliki keindahan alam yang cukup menarik, sehingga menjadikan kota ini sebagai salah satu kota tujuan wisata. Ada banyak sekali tempat wisata menarik yang dapat dikunjungi di Batam seperti; Pantai Mirota, Pantai Nongsa, Pantai Marina, Kampung Vietnam, Barelang Brige dll. Selain dikunjungi sebagai kota tujuan wisata Batam juga merupakan kota yang dikunjungi untuk tujuan bisnis, hal ini dikarenakan banyaknya pabrik-pabrik dan perusahaan-perusahaan besar yang ada di kota Batam. Letak kota batam yang strategis dan berdekatan dengan negara tetangga seperti Singapur dan Malaysia menjadikan kota ini sebagai salah satu kota yang dikenal memiliki barang-barang *export* dari berbagai negara. Sehingga menjadikan kota ini sebagai kota tujuan berbelanja, hal ini di karenakan kota Batam merupakan kota *free trade zone (FTZ)* memiliki pesona sebagai kota belanja.

Turi Beach Resort terletak dikawasan yang sangat strategis, yang bisa ditempuh dengan waktu ± 17 menit dari Bandar Udara Internasional Hang Nadim, Batam, ± 45 menit dari Tanah Merah Ferry Terminal (Singapore) menuju Nongsapura Ferry Terminal yang berjarak tempuh ± 10 menit dari Turi Beach Resort, ± 35 menit perjalanan dari Batam Centre menuju resort

menggunakan mobil. Namun, Turi Beach Resort sendiri tidaklah satu-satunya resort yang ada di Batam, ada beberapa resort lainnya yang ada di Batam, dan yang mana diantaranya juga berada di daerah Nongsa, yang itu artinya berada dikawasan yang sama dengan Turi Beach Resort.

Sales & Marketing Department merupakan Department yang bertanggung jawab dalam memasarkan dan menjual kamar serta fasilitas-fasilitas lainnya yang ada di Turi Beach Resort. Untuk itu setiap karyawan *Sales & Marketing* haruslah mampu memahami tentang pentingnya memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada tamu agar tamu merasa nyaman dan memilih Turi Beach Resort sebagai tempat menginap dan beraktifitas. Sehingga dengan begitu akan meningkatkan, tingkat *occupancy* di Turi Beach Resort.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan selama melaksanakan *On Job Training (OJT)* di Turi Beach Resort khususnya di bagian *Sales & Marketing Department*, penulis melihat adanya tuntutan yang cukup tinggi dari atasan terhadap karyawan *Sales & Marketing*. Selain itu sering kali karyawan *Sales & Marketing* pulang lewat dari jam pulang yang seharusnya tanpa adanya kompensasi. Dan tak jarang mereka harus tetap masuk untuk bekerja meskipun pada hari libur. Terlebih bila ada event di Turi Beach Resort, karyawan *Sales & Marketing* harus bekerja lebih dari biasanya dan tak jarang juga terkadang mereka harus mengerjakan pekerjaan yang seharusnya bukan menjadi tugas dan

tanggung jawab mereka. Hal-hal ini tentunya akan mempengaruhi motivasi kerja dari karyawan *Sales & Marketing* itu sendiri.

Maka berdasarkan latar belakang diatas, pada kesempatan kali ini penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul : **“MOTIVASI KERJA KARYAWAN SALES & MARKETING DEPARTMENTDI TURI BEACH RESORT BATAM”**

1.2 Rumusan masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah diatas maka untuk mempermudah pembahasan, penulis menetapkan rumusan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :Bagaimana motivasi kerja karyawan *Sales & Marketing Department*di Turi Beach Resort Nongsa Batam ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini, yaitu hanya terfokus pada motivasi kerja karyawan *Sales & Marketing Department* dan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja karyawan *Sales & Marketing Department* di Turi Beach Resort Nongsa Batam. Batasan ini dimaksudkan agar dalam pembahasan penelitian ini menjadi lebih terarah.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian tentu saja memiliki sebuah

tujuan yang dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian tersebut agar dapat mencapai hal yang diinginkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi kerja karyawan *Sales & Marketing Department* di Turi Beach Resort Nongsa Batam.

1.4.2 Manfaat penelitian

Selain memiliki tujuan penelitian ini juga memiliki manfaat. Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini antara lain :

- a. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan penulis di bidang perhotelan khususnya bagian *Sales & Marketing Department*. Selain itu penelitian ini juga berguna sebagai penerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang telah penulis dapat selama perkuliahan.
- b. Bagi Intitusi Pendidikan, dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan masukan serta referensi bagi pembaca. Atau sebagai perbandingan dan rujukan bagi peneleti selanjutnya tentang pentingnya motivasi kerja khususnya motivasi kerja karyawan *Sales & Marketing Department*.
- c. Bagi pihak Turi Beach Resort, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan kebijakan guna meningkatkan motivasi kerja karyawan khususnya karyawan *Sales & Marketing Department*.

Pariwisata adalah fenomena kemasyarakatan yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan, dan sebagainya yang merupakan objek

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

kajian sosiologi (**Pitana dan Gayatri, 2005:34**). Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, diluar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (**Muljadi, 2009:7**)

2.2 Hotel

2.2.1 Pengertian Hotel

Hotel adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya yang menginap, seperti pelayanan kantor depan, tata graha, makan dan minum, MICE, serta rekreasi. (**Agung Permana Budi, 2013:2**)

2.2.2 Department-department di Hotel

Menurut **Bagyono** (dalam *Pariwisata dan Perhotelan*, 2007:80), ada beberapa *department* di hotel, yaitu :

1. Departemen Kantor Depan (*Front Office Deptament*)
2. Departemen Tata Graha (*Housekeeping Department*)
3. Departemen Makanan dan Minuman (*Food and Beverage Department*)
4. Departemen Akunting (*Accounting Department*)
5. Departemen Teknik (*Engineering Department*)
6. Departemen Personalia (*Personnel/Human Resources Department*)
7. Departemen Keamanan (*Security Department*)
8. Departemen Rekreasi dan Olahraga (*Recreation and Sport Department*)

9. Departemen Penjualan dan Pemasaran (*Sales and Marketing Department*)

2.3 Sales & Marketing Department

2.3.1 Pengertian Sales & Marketing Department

Marketing merupakan salah satu fungsi utama di antara fungsi-fungsi penting lainnya yang ada dalam suatu perusahaan seperti : administrasi, pembukuan, pembelanjaan, produksi dan personalia.

Sihite menyebutkan bahwa *Sale* adalah : menawarkan sesuatu produk kepada konsumen, sebagai suatu pekerjaan atau kegiatan untuk menjadikan seseorang sebagai customer atau langganan. Jadi arti *sales* di sini adalah penjualan.

Marketing adalah pemasaran dan apabila diterjemahkan adalah : “Usaha untuk memasyarakatkan hasil produksi perusahaan melalui berbagai cara agar hasil produksi tersebut banyak diminati oleh masyarakat luas”, (**Sihite,1996:1**).

Sedangkan arti dari *Department* adalah : bagian. Jadi *Sales & Marketing Department* adalah : “Bagian yang menangani penjualan dan pemasaran dalam suatu perusahaan”. Dalam hal ini produk yang dijual adalah kamar hotel beserta seluruh fasilitas dan pelayanannya.

Dalam industri perhotelan bidang pemasaran ini boleh dikatakan masih merupakan suatu hal yang relatif muda usianya bila dibandingkan dengan industri lainnya. Bagian yang melaksanakan penjualan dan pemasaran kemudian disebut *Sales & Marketing Department*

2.3.2 Tugas dan Tanggung Jawab Sales & Marketing Department

Adapun tugas dan tanggung jawab *Sales & Marketing Department* adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan bisnis untuk perusahaan, memenuhi target anggaran serta mencapai target *room-night* dan *revenue*.
2. Membuat perencanaan kerja yang merepresentasikan kinerja 1 (satu) bulan kedepan untuk seluruh *Sales & Marketing Department*.
3. Bekerja sama dengan personil lain untuk memastikan kelancaran operasional departemen, dan memastikan bahwa setiap karyawan dibagian *Sales & Marketing* melakukan tugasnya dengan sesuai.
4. Melakukan *market survey* dan mengumpulkan *marketing intelligence* hotel pesaing untuk diinformasikan kepada *General Manager* sehingga yang bersangkutan mengetahui informasi perkembangan market.
5. Berpartisipasi dengan *trade shows* dan *sales promotions* yang ditugaskan oleh atasan.
6. Melakukan *business traveller* untuk mendapatkan peluang bisnis serta membangun/mengembangkan hubungan baik dengan *key account* dan *key person*.
7. Menjaga hubungan baik dengan *travel agents*, *commercial accounts*, dan pihak-pihak yang berhubungan kerjasama dengan hotel.
8. Mengkoordinasikan kegiatan di hotel yang berhubungan dengan *sales*, *incentives* dll.
9. Berkomunikasi dengan bagian *Front Office* dan *Food & Beverage* untuk memastikan bahwa tamu dilayani dengan sebaik mungkin.
10. Berpartisipasi dengan berbagai kegiatan sosial, organisasi untuk mempromosikan hotel dan meningkatkan kemampuan personal.
11. Bertanggung jawab untuk kegiatan promosi dan iklan, sesuai dengan apa yang diintruksikan oleh atasan.
12. Melakukan negosiasi dengan *client*.
13. Menentukan definisi dan *privilege* tamu *VIP*, *VVIP* dan *special treatment*.
14. Membantu mempersiapkan, dan memperbaharui *Sales & Marketing manual*.
15. *Invonative* dan *kratif* dengan ide baru dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.
16. Memimpin *briefing* dan *meeting* antara lain : *briefing* harian, *weekly sales meeting* dll.

2.4 Motivasi

2.4.1 Pengertian Motivasi

Menurut **Irham Fahmi**(dalam *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*, 2016:100), “motivasi adalah aktivitas perilaku yang bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan”.

Chung & Meggison (dalam *Gomes*, 2003:181) menyatakan bahwa : “Motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran. Motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar suatu tujuan, motivasi berkaitan erat

dengan kepuasan dan performansi pekerjaan”

Di sisi lain menurut **Santoso Soroso**(2003) “Motivasi adalah suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu.”

2.4.2 Teori-Teori Motivasi

Menurut **Irham Fahmi** (dalam *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*, 2016:101), ada 3 teori motivasi yaitu :

1. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Menurut teori hierarki kebutuhan Abraham H. Maslow motivasi bersumber pada kebutuhan yang bertingkat. Adapun tingkatan atau hierarki kebutuhan menurut teori Maslow adalah sebagai berikut :

1. *Physiological needs* (fisiologis)
2. *Safety and security needs* (keamanan/rasa aman)
3. *Social needs* (sosial)
4. *Esteem needs* (penghargaan)
5. *Self-actualization needs* (aktualisasi diri/pemenuhan diri)

2. Teori Dua Faktor Herzberg (*Motivator-Hygiene*)

Herzberg dalam mengemukakan teori motivasinya bertumpu pada sisi kajian, yaitu :

a. *Motivator factor*

Faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan kerja berdasarkan pemenuhan kebutuhan tingkat tinggi seperti pencapaian, penghargaan, tanggungjawab dan peluang untuk bertumbuh.

Yang tergolong faktor motivasional antara lain ialah

pekerjaan seseorang, keberhasilan yang di raih, kesempatan bertumbuh, kemajuan dalam karir dan pengakuan dari orang lain.

Herzberg menyebutkan *motivator factor* terdiri dari :

1. Pekerjaan yang kreatif dan menantang
2. Prestasi
3. Penghargaan.
4. Tanggung jawab
5. Kemajuan

b. *Hygiene factor*

Hygiene factors, melihat bagaimana kondisi kerja, lingkungan kerja dan sejenisnya memiliki pengaruh dalam mendorong seseorang memiliki motivasi kuat dalam membangun semangat kerja.

Herzberg menyebutkan *hygiene factor* terdiri dari :

1. Hubungan antar karyawan
2. Kebijakan dan administrasi perusahaan
3. Keamanan kerja
4. Kondisi kerja.
5. Pengupahan
6. Supervisi

3. Teori X dan Y McGregor

Teori ini menonjolkan sisi peranan sentral yang dimainkan manusia dalam organisasi, dengan menempatkan beberapa aspek penting berhasil disadap dari hakikat manusia itu sendiri. Konsep teori X dan Y memberi rekomendasi tentang tipe manusia ada dua kategori, yaitu :

- a. Tipe manusia dengan posisi **teori x** adalah

cenderung memiliki motivasi rendah dan malas dalam berjuang untuk kemajuan hidupnya.

b. Tipe manusia dengan posisi **teori y** adalah

1.5 Kerangka Pemikiran

cenderung memiliki motivasi tinggi dan senang dalam berjuang untuk kemajuan hidupnya.

1.6 Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

1.7

1.8

1.9

1.10

1.11

1.12

1.13

1.14

1.15 Sumber : Olahan penulis berdasarkan Teori Dua Factor Herzberg

dalam Malayu S.P Hasibuan (2016;178)

1.16 BAB III

1.17 METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

1.18 Metode dapat diartikan sebagai suatu cara kerja untuk mencapai tujuan tertentu, agar dapat terkumpul data serta dapat mencapai tujuan penelitian itu sendiri. Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengetahui tingkat

motivasi kerja karyawan *Sales & Marketing Department*, maka metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.19 Dalam penulisan proposal ini, penulis memilih Turi Beach Resort sebagai tempat penelitian, yang mana Turi Beach Resort adalah salah satu hotel berbintang 4 (****) yang terletak di

Jalan Hang Lekiu, Nongsa Batam – 29465, Indonesia.

1.20 Tel: +62 778 761080

1.21 Fax:+62 778 761279

1.22 Email :

reservations@turibeach.com

1.23 Website:

www.turibeach.com

1.24 Adapun waktu penelitian dalam penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2018 sampai dengan bulan Juni 2018.

3.3 Populasi dan Sampel

1.25 Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:117). Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif/mewakili (Sugiyono, 2015:118).

1.26 Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan *Sales & Marketing Department* di Turi Beach Resort Batam yang berjumlah 8 orang dan keseluruhan populasi dijadikan unit analisis. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini adalah 8 orang.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

1.27 Adalah data yang diperoleh dari responden melalui

kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus di uji lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Wiratna Sujarweni, 2014:73)

b. Data Sekunder

1.28 Adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. (Wiratna Sujarweni, 2014:74)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail. (Wiratna Sujarweni, 2014:74)

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. (Wiratna Sujarweni, 2014:75)

c. Kuisisioner

1.29 Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan instrumen pengumpulan

data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa

diharapkan dari para responden. (Wiratna Sujarweni, 2014:75)

3.6 BAB IV

3.7 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.8 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.9 4.1.1 Sejarah Turi Beach Resort

3.10 PT. Tirta Utama Riani Indah atau disebut juga dengan Turi Beach Resort Batam merupakan salah satu properti dari Citramas Group. Turi Beach Resort didirikan pada tahun 1987 – 1998 yang terletak pada lahan seluas ± 19 Ha (saat ini yang baru digunakan ± 8.5 Ha) di Jalan Hang Lekiu, Nongsa Batam – 29465 Indonesia. Turi Beach Resort di resmikan pada tanggal 2 Juni 1989 oleh Bapak Soesilo Soedarman yang mana pada saat itu beliau menjabat sebagai menteri pariwisata, pos, dan telekomunikasi. Turi Beach Resort merupakan salah satu hotel dan resort berbintang 4 (****) yang bertaraf internasional dengan memadukan konsep *modern-minimalist* antara perpaduan arsitektur bangunan Melayu dan Bali di sepanjang timur laut pulau Batam.

3.11 Turi Beach Resort terletak dikawasan yang sangat strategis, yang bisa ditempuh dengan waktu ±17 menit dari Bandar Udara Internasional Hang Nadim, Batam,

±45 menit dari Tanah Merah Ferry Terminal (Singapore) menuju Nongsapura Ferry Terminal, ± 35 menit perjalanan dari Batam Centre menuju resort menggunakan mobil, karena letak yang strategis ini yaitu bersebelahan dengan negara tetangga seperti Singapore, Malaysia, dan India sehingga sangat memudahkan wisatawan asing untuk berkunjung ke pulau Batam. Hal ini menimbulkan adanya berbagai kerjasama antara pemerintahan dan swasta dalam pembangunan fasilitas-fasilitas penunjang atau pendorong pariwisata yang mana salah satunya adalah perhotelan.

3.12 4.2 Motivasi Kerja Karyawan Sales & Marketing Department di Turi Beach Resort Batam.

4.2.1 Tanggapan Responden Tentang Motivator Factor

3.13 Adapun indikator yang akan dijadikan ukuran dalam *Motivator Factor* ini adalah pekerjaan yang kreatif dan menantang, prestasi, penghargaan, tanggung jawab dan kemajuan. Hasil tanggapan responden tentang *Motivator Factor* terhadap motivasi karyawan *sales & marketing departmen* di Turi Beach Resort Batam dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

3.14 Tabel 4.1

Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap *Motivator Factor*

3.15

3.16	3.17 Indikator	3.18 Skor	3.19 Hasil	3.20 Hasil akhir
------	----------------	-----------	------------	------------------

No				
3.21	3.22 Pekerjaan yang Kreatif dan Menantang	3.23 76	3.24 Sangat Tinggi	3.25 Tinggi
3.26	3.27 Prestasi	3.28 59	3.29 Tinggi	
3.31	3.32 Penghargaan	3.33 64	3.34 Tinggi	
3.36	3.37 Tanggung Jawab	3.38 69	3.39 Sangat Tinggi	
3.41	3.42 Kemajuan	3.43 74	3.44 Sangat Tinggi	
	3.46 Total	3.47 342		

3.49 Sumber : data olahan penelitian lapangan, 2018

3.50

3.51 Berdasarkan dari tabel rekapitulasi diatas, dapat dilihat bahwa *motivator factor* sangat mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Yang mana *motivator factor* ini terdiri dari lima indikator. Indikator pertama yaitu pekerjaan yang kreatif dan menantang dengan skor 76, yang mana skor ini berada pada rentang skor dengan kategori sangat tinggi. Indikator kedua yaitu prestasi dengan skor 59, skor ini berada pada rentang skor dengan kategori tinggi. Indikator ketiga yaitu penghargaan dengan skor 64, skor ini berada pada rentang skor tinggi. Indikator keempat yaitu tanggung jawab dengan skor 69, skor ini berada pada rentang skor sangat tinggi. Indikator kelima yaitu kemajuan dengan skor 74, skor ini berada pada rentang skor sangat tinggi.

3.52 Maka dengan begitu untuk *motivator factor* itu sendiri memiliki total skor yang

berjumlah 342, yang mana skor ini berada pada rentang skor tinggi. Dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja karyawan untuk *motivator factor* adalah tinggi, khususnya motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam. Yang mana dari kelima indikator diatas bila kita urutkan berdasarkan indikator yang memberi kontribusi terbesar dalam memotivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort adalah sebagai berikut; yang pertama adalah pekerjaan yang kreatif dan menantang, yang kedua adalah kemajuan, yang ketiga adalah tanggung jawab, yang keempat adalah penghargaan dan yang terakhir adalah prestasi. Maka untuk *motivator factor* yang memberi kontribusi tertinggi pada motivasi kerja karyawan *sale &*

marketing adalah pekerjaan yang kreatif dan menantang.

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap *Hygiene Factor*

3.53 Adapun indikator yang akan dijadikan ukuran dalam *Hygiene Factor* ini adalah

hubungan antar karyawan, kebijakan dan administrasi perusahaan, keamanan kerja, kondisi kerja, pengupahan, supervisi. Hasil tanggapan responden tentang *Hygiene Factor* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

3.54 **Tabel 4.2**
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap *Hygiene Factor*

3.55

3.56 No	3.57 Indikator	3.58 Skor	3.59 Hasil	3.60 Hasil Akhir
3.61	3.62 Hubungan Antar Karyawan	3.63 70	3.64 Sangat Tinggi	3.65 Tinggi
3.66	3.67 Kebijakan dan Administrasi Perusahaan	3.68 57	3.69 Tinggi	
3.71	3.72 Keamanan Kerja	3.73 67	3.74 Tinggi	
3.76	3.77 Kondisi Kerja	3.78 63	3.79 Tinggi	
3.81	3.82 Pengupahan	3.83 49	3.84 Sedang	
3.86	3.87 Supervisi	3.88 62	3.89 Tinggi	
	3.91 Total	3.92 368		

3.94 Sumber : data olahan penelitian lapangan, 2018

3.95

3.96 Berdasarkan dari tabel rekapitulasi diatas, dapat dilihat bahwa *hygiene factor* sangat mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Yang mana *hygiene factor* ini terdiri dari lima indikator. Indikator pertama yaitu hubungan antar karyawan dengan skor 70, yang mana skor ini berada pada rentang skor dengan kategori sangat tinggi. Indikator kedua yaitu kebijakan dan administrasi perusahaan dengan skor 57, skor ini berada pada rentang skor dengan kategori tinggi. Indikator ketiga yaitu keamanan kerja dengan skor 67,

skor ini berada pada rentang skor tinggi. Indikator keempat yaitu kondisi kerja dengan skor 63, skor ini berada pada rentang skor tinggi. Indikator kelima yaitu pengupahan dengan skor 49, skor ini berada pada rentang skor sedang. Indikator keenam yaitu kehidupan pribadi dengan skor 57, skor ini berada pada rentang skor tinggi.

3.97 Maka dengan begitu untuk *hygiene factor* itu sendiri memiliki total skor yang berjumlah 368, yang mana skor ini berada pada rentang skor

tinggi. Dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja karyawan untuk *hygiene factor* adalah tinggi, khususnya motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam. Yang mana dari kelima indikator diatas bila kita urutkan berdasarkan indikator yang memberi kontribusi terbesar dalam memotivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort adalah sebagai berikut; yang pertama indikator hubungan antar karywan, yang kedua indikator keamanan kerja, yang ketiga indikator kondisi kerja, yang

keempat indikator supervisi, yang kelima indikator kebijakan dan administrasi perusahaan dan yang terakhir adalah pengupahan.

4.2.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Sales & Marketing Department di Turi Beach Resort Batam

3.98 Adapun rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam adalah sebagai berikut :

3.99 **Tabel 4.18**
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Kerja

3.100 Variabel	3.101 Sub Variabel	3.102 Indikator	3.103 Skor	3.104 Hasil	
3.105 Motivasi Kerja	3.106 Motivator Factor	3.107 Pekerjaan yang Kreatif dan Menantang	3.108 76	3.109 Tinggi	
		3.112 Prestasi	3.113 59		
		3.117 Penghargaan	3.118 64		
		3.122 Tanggung Jawab	3.123 69		
		3.127 Kemajuan	3.128 74		
	3.131 Skor per Sub Variabel			3.132 342	3.138 Tinggi
	3.135 Hygiene Factor	3.136 Hubungan Antar Karyawan	3.137 70		
		3.141 Kebijakan dan Administrasi Perusahaan	3.142 57		
		3.146 Keamanan Kerja	3.147 67		
		3.151 Kondisi Kerja	3.152 63		
		3.156 Pengupahan	3.157 49		
	3.165 Skor per Sub Variabel			3.166 368	3.171 Tinggi
	3.169 Total Skor Keseluruhan			3.170 710	

3.172 Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam pada tabel di atas, dapat dilihat sebagai berikut :

1. Untuk sub-variabel *motivator factor* yang meliputi pekerjaan yang kreatif dan menantang, prestasi, penghargaan, tanggung jawab dan kamajuan. Memiliki total skor yang berjumlah 342, yang mana skor ini berada

pada rentang skor dengan kategori tinggi.

2. Untuk sub-variabel *hygiene factor* yang meliputi hubungan antar karyawan, kebijakan dan administrasi perusahaan, keamanan kerja, kondisi kerja, pengupahan dan kehidupan pribadi. Memiliki total skor yang berjumlah 363, yang mana skor ini berada pada rentang skor dengan kategori tinggi.

3.173 Maka untuk motivasi kerja itu sendiri memiliki total skor yang berjumlah 710, yang mana skor ini berada pada rentang skor tinggi. Dengan begitu maka motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam memiliki motivasi tinggi. Dan bila kita urutkan berdasarkan indikator yang memberikan kontribusi terbesar dalam memotivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam adalah sebagai berikut; yang pertama adalah indikator pekerjaan yang kreatif dan menantang, yang kedua indikator kemajuan, yang ketiga indikator hubungan antar karyawan, yang keempat indikator tanggung jawab, yang kelima indikator keamanan kerja, yang keenam indikator penghargaan, yang ketujuh indikator kondisi kerja, yang kedelapan indikator supervisi, yang kesembilan indikator prestasi, yang kesepuluh indikator kebijakan dan administrasi perusahaan dan yang terakhir adalah indikator pengupahan.

3.174 **BAB V**

3.175 **PENUTUP**

3.176 **5.1 Kesimpulan**

3.177 Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam memiliki motivasi tinggi.
2. Motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam ditentukan oleh *motivator factor* dan *hygiene factor*. *Motivator factor* itu sendiri terdiri dari 5 indikator yaitu; pekerjaan yang kreatif dan menantang dengan hasil sangat tinggi, prestasi dengan hasil tinggi, penghargaan dengan hasil tinggi, tanggung jawab dengan hasil sangat tinggi dan kemajuan dengan hasil sangat tinggi. Maka untuk *motivator factor* masuk dalam kategori tinggi dengan indikator yang memberi motivasi tertinggi adalah pekerjaan yang kreatif dan menantang. Sementara *hygiene factor* yang terdiri dari 6 indikator yaitu; hubungan antar karyawan dengan hasil sangat tinggi, kebijakan dan administrasi perusahaan dengan hasil tinggi, keamanan kerja dengan hasil tinggi, kondisi kerja dengan hasil tinggi, pengupahan dengan hasil sedang dan kehidupan pribadi dengan hasil tinggi. Maka untuk *hygiene factor* masuk dalam kategori tinggi dengan indikator yang memberi motivasi tertinggi adalah hubungan antar karyawan.

3. Dari kesebelas indikator pada motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* indikator yang memberi kontribusi terbesar terhadap motivasi kerja karyawan adalah indikator pekerjaan yang kreatif dan menantang. Dan untuk indikator yang tidak begitu memberi kontribusi pada motivasi kerja karyawan adalah indikator pengupahan. Jadi motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam dipengaruhi oleh indikator pekerjaan yang kreatif dan menantang.

3.178 5.2 Saran

3.179 Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sehubungan dengan motivasi kerja karyawan *sales & marketing department* di Turi Beach Resort Batam yaitu, meskipun tingkat motivasi kerja karyawan tinggi, namun ada hal-hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk masa yang akan datang guna untuk mempertahankan dan meningkatkan motivasi kerja karyawan *sales & marketing department*. Adapun hal yang harus diperhatikan yaitu untuk *motivator factor* mengenai prestasi karyawan harus lebih diperhatikan agar karyawan lebih termotivasi untuk bekerja ketika prestasinya telah mendapat pengakuan baik dari perusahaan, keluarga dan rekan.. Selain itu faktor lain yang harus diperhatikan yaitu *hygiene factor* mengenai pemberian upah, agar

dapat ditinjau kembali apakah upah yang diberikan sudah memadai atau belum dan pemberian bonus terhadap karyawan juga perlu diperhatikan lagi.

3.180 DAFTAR PUSTAKA

- 3.181 Bagyono. 2007. *Pariwisata dan Perhotelan*. Cetakan Kedua. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.182 Budi, Agung Permana. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta : CV. Andi.
- 3.183 Edison, Emron, Yonny Anwar dan Imas Komariyah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.184 Fahmi, Irham. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.185 Intosh, Mc. Robert dan Charles Geoldner. 1984. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. Ohio : Gris Publishing.
- 3.186 Laundberg, Donald D., 1997. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 3.187 Nyoman, S. Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita.
- 3.188 Pitana, I. Gene dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV. Andi.

- 3.189 Sihite, Richard. 1996. *Tourism Industry*. Surabaya : SIC
- 3.190 Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustakabarupress
- 3.191 Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.192 Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Cetakan ke-21. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.193 Sulastiyono, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.194 Sutrisno, Edi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana.
- 3.195 Suwithi, Ni Wayan. 2010. *Pengelolaan Hotel Training*. Bandung : CV. Alfabeta.
- 3.196 Sondang, P. Siagian. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Elek Media Kompetindo.
- 3.197 [Http://:www.sarjanaku.com/2012/09/pengertian-sales-dan-departemen.html](http://www.sarjanaku.com/2012/09/pengertian-sales-dan-departemen.html)m=1
- 3.198
- 3.199
- 3.200