

# ***MOTIVATION OF SALES MARKETING EMPLOYEE WORK AT COMFORT HOTEL***

## ***DUMAI***

**Tutut Dia Ambarani, Andri Sulistyani**

tututdiaambarani@gmail.com, andrisulistyani@lecturer.unri.ac.id

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

### ***ABSTRACT***

*Responses in the world of tourism are the opinions or point of view of visitors and tourists in understanding a tourist destination. This research was conducted at the Comforta Hotel Dumai located at Jl. Jend. Sudirman no. 58, Dumai- Riau- Indonesia. This study aims to determine the responses of sales marketing employees at the Comforta Hotel Dumai. This study uses a Quantitative Descriptive method to process data obtained in the field through interviews, observations, questionnaires and documentation study all information collected and studied so that it becomes a complete unit (Sugiono. 2000). Whereas for the sample in the study as many as 3 respondents, the data collection techniques used were observation, interviews, questionnaires and documentation study using a Likert scale as a measuring tool. Based on the results of research that has been done, the response of sales marketing employees at the Comforta Hotel Dumai with sub-variables of Physical Needs(86,6%), Security Needs (50,0%), Social Needs(90,0%), Appreciation Needs (66,6%) and Self-actualization Needs (83,3%) with good research conclusions.*

*Keywords: Motivation, Sales marketing, Hotel*

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Kota Dumai terkenal sebagai Kabupaten penghasil minyak bumi ditandai dengan banyaknya perusahaan minyak di kota ini. Kota Dumai memiliki keindahan alam, sejarah, religi, maupun kuliner yang cukup menarik, sehingga menjadikan kota ini sebagai salah satu kota tujuan wisata. Ada banyak sekali tempat wisata menarik yang dapat dikunjungi di Dumai seperti; Pantai Purnama, Pantai Teluk Makmur, Danau Bunga Tujuh, Hutan Wisata Dumai, Hutan Mangrove Dumai, Taman Telaga Bukit Datuk, Bandar Bakau, Masjid Agung Al-Manan. Selain dikunjungi sebagai kota tujuan wisata Dumai juga merupakan kota yang dikunjungi untuk tujuan bisnis, hal ini dikarenakan banyaknya pabrik dan perusahaan-perusahaan besar yang ada di kota Dumai. Letak kota Dumai yang strategis dan berdekatan dengan Negara tetangga seperti Singapore dan Malaysia menjadikan kota ini sebagai salah satu kota tujuan bisnis.

Perkembangan industri perhotelan dikota Dumai mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Peningkatan tersebut tidak lepas dari sektor-sektor pariwisata, terutama wisata MICE (*meeting, incentive, convention, and exhibition*). Hal ini tidak lepas dari pengaruh perkembangan perekonomian kota Dumai yang terus meningkat yang dikunjungi oleh beberapa perusahaan seperti perusahaan minyak dan lain sebagainya.

Comforta Hotel Dumai berdiri sejak tahun 1996 yang semula bernama Hotel Royal Dumai.

Dimana pada tahun 2004 terjadi ketidak sesuaian manajemen dan karyawan yang akhirnya terjadi pergantian manajemen dari Hotel Royal Dumai kepada Group Choice Indonesia yang menaungi berbagai macam label hotel berbintang termasuk didalamnya Comforta Hotel Dumai. Hal ini karena manajemen yang mengelola hotel adalah Produk luar (impor) sehingga bisa membawa pengaruh yang signifikan terhadap strategi pemasaran hotel agar dapat lebih maju dan berkembang dan apabila tidak ada inovasi dari manajemen maka hotel tidak akan bisa berkembang dan bersaing seperti sekarang ini. Berikut adalah hotel berbintang yang ada di Dumai :

TABEL 1.1  
DAFTAR HOTEL DI DUMAI

No	Nama	Bintang	Alamat
1.	Grand Zury Dumai	4	Jl. Jend Sudirman No. 88, Dumai Kota
2.	Comforta hotel Dumai	3	Jl. Jend Sudirman No. 58 , Dumai Kota
3.	Cititel Hotel Dumai	2	Jl. Jend Sudirman, Dumai kota
4.	Hotel Komala Dumai	2	Jl. Sultan Syarif Kasim No. 65, Buluh Kasap, Dumai kota

*Sumber :BPC PHRI cabang Riau*

Dari data diatas dapat terlihat bahwa banyaknya kompetitor Comforta Hotel. Dan bila dilihat dari alamat setiap hotel-hotel itu letaknya tidak jauh dari Comfort Hotel Dumai, Seperti Grand Zury Hotel yang letaknya tepat hanya berjarak 750 meter dengan Comforta Hotel Dumai. Selain itu Cititel Hotel dan Hotel Komala juga terletak berdekatan dengan Comforta Hotel Dumai. Maka dari itu Comforta Hotel Dumai haruslah mampu bersaing dengan para kompetitornya. Tingkat kompetisi yang

tinggi memacu Comforta Hotel Dumai untuk dapat bertahan dalam lingkungan persaingan yang tinggi. Oleh karena itu peran *Sales Marketing* sangatlah dibutuhkan dalam hal ini.

*Sales Marketing* merupakan bagian dari *Marketing Departement* yang bertanggungjawab dalam memasarkan dan menjual kamar serta fasilitas-fasilitas lainnya yang ada di Comforta Hotel Dumai. Untuk itu semua karyawan *Sales Marketing* haruslah mampu memahami tentang pentingnya memberikan kepuasan dan kenyamanan agar tamu merasa nyaman dan memilih Comforta Hotel Dumai sebagai tempat menginap dan beraktifitas. Sehingga dengan begitu akan meningkatkan tingkat *occupancy* di Comforta Hotel Dumai. Adapun tingkat *occupancy* di Comforta Hotel Dumai selama 5 tahun belakangan dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL 1.2  
RATA-RATA TINGKAT OCCUPANCY  
DI COMFORTA HOTEL DUMAI TAHUN  
2015-2019

Tahun	Tingkat Hunian
2015	65%
2016	70%
2017	69%
2018	70%
2019	71%

Sumber : *Revenue Manager Comfort Hotel Dumai*

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui rata-rata tingkat *occupancy* Hotel Comforta Dumai dari tahun 2015-2019. Pada tahun 2015 tingkat hunian kamar hanya berkisar pada angka 65%, sedangkan pada tahun 2016 tingkat hunian kamar menjadi 70%. Pada tahun 2017 menurunnya tingkat hunian kamar menjadi 69%, dan pada tahun 2018 tingkat hunian

meningkatkan kembali di angka 70%. Pada tahun 2019 meningkat menjadi 71%.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *revenue manager* Comforta Hotel Dumai, adapun tingkat *occupancy* Comforta Hotel Dumai ditahun 2018 adalah sebesar 70%. Yang mana dalam hal ini karyawan *Sales Marketing* tentunya dituntut untuk lebih giat lagi dalam melakukan pemasaran dan penjualan, agar apa yang menjadi target Comforta Hotel Dumai dapat terpenuhi. Maka dari itu karyawan *Sales Marketing* di Comforta Hotel Dumai harus memiliki motivasi kerja yang tinggi, sehingga dengan adanya motivasi kerja yang tinggi maka dapat meningkatkan semangat kerja *Sales Marketing* di Comforta Hotel Dumai. Maka karyawan *Sales Marketing* dapat melakukan tugas dan tanggung jawabnya dalam pemasaran penjualan yang baik pula yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan di Comforta Hotel Dumai.

Motivasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak manajemen bila mereka menginginkan setiap karyawannya dapat memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan, karena dengan motivasi seorang karyawan akan memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Tanpa motivasi, seorang karyawan tidak dapat memenuhi tugasnya sesuai standar atau bahkan melampaui standar karena apa yang menjadi motif dan motifasinya dalam bekerja tidak terpenuhi. Sekalipun seorang karyawan memiliki kemampuan

operasional yang baik bila tidak memiliki motivasi dalam bekerja, hasil akhir tidak akan memuaskan (Siagian, 1995;120)

Untuk itu pimpinan Comforta Hotel Dumai harus memiliki suatu motivasi kepada karyawan, khususnya pada karyawan *Sales Marketing* sehingga dapat membuat kepuasan kerja karyawan. Motivasi dapat berupa pemenuhan kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman dan sebagainya. Dengan pemberian motivasi kerja maka karyawan akan memiliki tanggung jawab dan semangat untuk bekerja dan memberikan yang terbaik untuk pekerjaannya.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan selama melaksanakan Pra Penelitian di Comforta Hotel Dumai khususnya dibagian *Sales Marketing*, 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 tidak jarang mereka harus tetap masuk untuk bekerja meskipun pada hari libur. Terlebih bila ada event di Comforta Hotel Dumai, 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 DI COMFORTA HOTEL DUMAI”**

## **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* di Comforta Hotel Dumai?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu hanya berfokus pada Motivasi Kerja karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai. 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 sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui motivasi kerja karyawan *Sales Marketing* di Comforta Hotel Dumai.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah

pengetahuan dan pengalaman serta dapat dijadikan kesempatan untuk mengaktualisasikan disiplin ilmu yang telah didapatkan selama di bangku kuliah dengan lingkungan dunia kerja yang sesungguhnya terutama tentang masalah yang berhubungan dengan perhotelan dan pemasaran.

## 2. Bagi Akademis

dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan masukan serta referensi bagi pembaca. Atau sebagai bahan perbandingan dan rujukan bagi peneliti selanjutnya tentang pentingnya motivasi kerja khususnya bagi karyawan *Sales Marketing*.

## 3. Bagi Pihak Hotel

diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan kebijakan guna meningkatkan semangat kerja karyawan *Sales Marketing*.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Akomodasi

Akomodasi sebagai sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Suprastructure*) oleh karenanya akomodasi tidak dapat dipisahkan dengan industri pariwisata karena keduanya saling membutuhkan, yaitu tanpa kegiatan kepariwisataan maka usaha akomodasi akan lumpuh. Namun perkembangan usaha kepariwisataan juga sangat dipengaruhi oleh tersedianya usaha akomodasi yang memadai atau sebaliknya. Akomodasi

dapat berupa suatu tempat atau kamar (*room*), dimana orang-orang atau pengunjung atau wisatawan dapat beristirahat atau menginap, tidur, mandi, makan dan minum serta menikmati jasa pelayanan dan hiburan yang tersedia (Abdul, 2005:7).

### A. Jenis dan Macam-Macam Akomodasi

Adapun macam-macam atau jenis akomodasi tersebut antara lain :

1. Akomodasi Komersil
2. Akomodasi Semi Komersil
3. Akomodasi Non-Komersil

### 2.2 Pengertian Hotel

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

Pengertian hotel menurut *Hotel Proprietors Act, 1956*, “ Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

### 2.3 Sales and Marketing Department

Pengertian Hotel menurut **SK Menparpostel No. KM37/PW340/MPPT-86**, tentang peraturan usaha dan penggolongan hotel, Bab 1 ayat B, hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk

menyediakan jasa penginap, makanan, dan minuman serta lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial.

Bagian yang melaksanakan penjualan dan pemasaran kemudian disebut *Sales and Marketing Department*. Menurut **Agung Permana Budi** (dalam *Manajemen Marketing Perhotelan*, 2013:20), ada beberapa kegiatan operasional harian *Sales Marketing*, yaitu :

1. *Exhibition* (pameran)
2. *Travel Agent Workshop*
3. *Table Top*.
4. *Sales Call*
5. *New Call*
6. *Sales Blitz*
7. *Telemarketing*
8. *Feedback* (umpan balik pelanggan)

Menurut **Ni Wayan Suwithi** (dalam *pengelolaan Hotel Training*, 2010:82), teknik penjualan pada *Sales Marketing* secara umum adalah sebagai berikut :

1. *Personal Sales / personal calls*
2. *Telephone sales* yang berupa :
3. *Internal marketing and sales*.

## 2.4 Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan. Kata *movere*, dalam bahasa Inggris sering disamakan dengan *motivation* yang berarti pemberian motif, atau hal yang menimbulkan dorongan.

### a. Pengertian Motivasi Kerja

- a. Robbin dan Juudge (2007) mendefinisikan motivasi

kerja sebagai proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan.

- b. Samsudin (2005) memberikan pengertian motivasi kerja sebagai proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan. Motivasi juga dapat diartikan sebagai dorong (*driving force*) dimaksudkan sebagai desakan yang dialami untuk memuaskan dan mempertahankan kehidupan.

### b. Teori-Teori Motivasi

Ada beberapa teori motivasi yang dikemukakan oleh para ahli dalam buku Sondang Siagian (2004), diantaranya sebagai berikut :

- a. Kebutuhan fisik.
- b. Kebutuhan keamanan
- c. Kebutuhan sosial
- d. Kebutuhan Penghargaan
- e. Kebutuhan aktualisasi diri

## 2.5. kerangka pemikiran



Sumber : Olahan berdasarkan buku Sondang Siagian 2004

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya terori yang digunakan dalam penelitian. Dalam dal ini dijadikan acuan motivasi kerja karyawan Sales Marketing di hotel. Oleh karena itu, peneliti melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa tesis dan jurnal-jurnal melalui internet.

Berikut penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian penulis dapat dilihat pada table 2.2

**Tabel 2.1**

### Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian
1.	Asman	Motivasi Kerja Karyawan Housekeeping di Hotel Zaira Pekanbaru
2.	Ati Artika Ayu Fitri	Analisis Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru.
3.	Deni Ratna Sari	Motivasi Kerja Karyawan Sales Marketing Departement di Turi Beach Resort Batam

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

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*, maka metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

#### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan, untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan atau fokus penelitian. Tempat atau wilayah yang akan dijadikan lokasi dalam penelitian ini adalah Comforta Hotel Dumai sebagai tempat penelitian, yang mana Comforta Hotel Dumai adalah salah satu hotel berbintang 3 (\*\*\*)

#### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005:117). 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).

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1 Data Premier

#### 3.4.2 Data Sekunder

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Observasi

#### 3.5.2 Kuisisioner

#### 3.5.3 Studi Dokumentasi

### 3.6 Operasional Variabel

Tabel 3.1  
Operasional Variabel

Variable	Sub Variable	Indikator	Sumber Data
Motivasi Kerja Karyawan Sales Marketing	Kebutuhan Fisik	1. Gaji yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan primer keluarga. 2. Jam istirahat yang diberikan perusahaan sudah cukup. 3. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada saya sudah adil.	Kuisisioner
	Kebutuhan Keamanan	1. Saya merasa aman selama bekerja di perusahaan ini. 2. Saya tidak merasa khawatir akan hal hal berbaya selama bekerja.	Kuisisioner
	Kebutuhan Sosial	1. Hubungan kerja saya dengan seluruh karyawan di perusahaan terjalin harmonis. 2. Saya mendapat pengakuan dan penghargaan dari teman kerja saat berhasil dalam melakukan pekerjaan dengan baik.	Kuisisioner
	Kebutuhan Harga Diri	1. Saya memperoleh penghargaan dari perusahaan atas prestasi kerja. 2. Penghargaan yang diberikan kepada saya membuat saya semakin termotivasi.	Kuisisioner
	Kebutuhan Aktualisasi Diri	1. Atasan memberikan pelatihan kepada saya untuk meningkatkan kemampuan. 2. Bekerja di perusahaan ini membuat kemampuan saya semakin berkembang. 3. Saran dan kritik yang diberikan oleh atasan membuat saya lebih maju. 4. Motivasi yang diberikan oleh perusahaan membuat saya lebih disiplin dalam bekerja.	Kuisisioner

Sumber : hasil Olahan Penulis, 2020

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai Terhadap Kebutuhan Fisik

- 1) Gaji yang diterima dapat memenuhi kebutuhan keluarga.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai terhadap Kebutuhan fisik dalam kategori baik. sebagian besar karyawan Sales Management beranggapan bahwa gaji utama yang mereka terima sudah bisa memenuhi kebutuhan diri, karena memang gaji yang karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai sudah sesuai UMK minimum daerah Kabupaten Dumai. Dan ada juga beberapa karyawan menerima nominal gaji

atas kesepakatan di awal kerja, dikarenakan perusahaan menghargai jam terbang dan pengalaman salah satu calon karyawannya.

- 2) Jam istirahat yang diberikan perusahaan sudah cukup.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai terhadap jam istirahat dari perusahaan kepada karyawan dalam kategori baik. Sebagian besar karyawan Sales Marketing menyatakan bahwa perusahaan memberikan jam istirahat kepada karyawannya sudah adil dan sesuai dengan jatahnya. Karena untuk jadwal piket dan lembur sudah di bagi rata dan sesuai jadwal. Jadi, jumlah dan porsi waktu istirahat antara satu karyawan dengan karyawan lainnya sama rata dan adil.

- 3) Bonus yang diberikan perusahaan kepada saya sudah adil.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai terhadap jam istirahat dari perusahaan kepada karyawan dalam kategori baik. sebagian besar karyawan Sales Marketing menyatakan bahwa perusahaan memberikan bonus gaji sesuai dengan jam lembur yang dilakukan oleh masing, masing individu karyawan. Dan jam lembur sudah terjadwal. Ditambah lagi pembagian bonus yang berikan kepada karyawan marketing jika perusahaan mendapatkan overbudget dalam satu tahun.

### **Tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai Terhadap Kebutuhan Keamanan**

1) Saya merasa aman selama bekerja di perusahaan ini.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Kebutuhan Keamanan dalam rentang sedang sebagian besar karyawan *Sales Marketing* memberi tanggapan bahwa keamanan yang diberikan perusahaan tidak memberi rasa percaya dan masih meninggalkan perasaan was-was di hati karyawan. Disamping sedang dilakukannya renovasi pagar dan bangunan yang membuat sembarang orang bisa keluar masuk sembarangan, loker penyimpanan barang karyawan juga sudah pada jebol semua kuncinya, walaupun berada dalam ruangan tersendiri dan terkunci, namun tidak menutup kemungkinan pelaku kejahatan dari pihak dalam perusahaan seperti sesama karyawan.

2) Saya tidak merasa khawatir selama bekerja di perusahaan ini.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Kebutuhan Keamanan dalam rentang Tidak Baik. Sebagian besar karyawan *Sales Marketing* memberi tanggapan bahwa keamanan yang diberikan perusahaan tidak memberi rasa percaya dan masih meninggalkan perasaan was-was di hati karyawan. Disamping sedang dilakukannya renovasi pagar dan bangunan, yang membuat sembarang orang bisa keluar masuk sembarangan, loker penyimpanan barang karyawan juga sudah pada jebol semua kuncinya, walaupun berada dalam ruangan tersendiri dan terkunci, namun tidak menutup kemungkinan pelaku kejahatan dari pihak dalam perusahaan seperti sesama karyawan.

### **Tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai Terhadap Kebutuhan Sosial**

1) Hubungan kerja saya sesama karyawan lain terjalin harmonis.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Kebutuhan Sosial dalam kategori baik, sebagian besar karyawan *Sales Marketing* memberi tanggapan bahwa antara sesama karyawan di lingkup perusahaan ini hubungannya sudah terjalin dengan baik, mulai dari saling tegur sapa, dan berbagi kisah ketika jam istirahat maupun diluar jam kerja. Kerjasama juga terjalin baik dalam menyelesaikan tanggung jawab di jam kerja, jika memang saling membutuhkan.

2) Saya mendapat pengakuan dan penghargaan dari rekan kerja saya saat berhasil melakukan pekerjaan dengan baik.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap pengakuan dan penghargaan dari rekan kerja saya saat berhasil melakukan pekerjaan dengan baik dalam kategori baik, sebagian besar karyawan *Sales Marketing* menyatakan bahwa karyawan di perusahaan ini saling support dan menghargai satu sama lainnya.

### **Tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai Terhadap Kebutuhan Penghargaan**

1) Selalu memperoleh penghargaan dari perusahaan atas prestasi bekerja.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Kebutuhan Penghargaan dalam rentang kategori Cukup, sebagian besar karyawan *Sales Marketing* memberi tanggapan bahwa perusahaan kurang dalam memberikan apresiasi berupa penghargaan

kepada karyawannya yang berprestasi, misalnya apresiasi penghargaan dalam bentuk sertifikat dan uang tunai untuk beberapa kategori seperti karyawan paling rajin, karyawan dengan rating penjualan tertinggi, atau bahkan karyawan yang berhasil memenangkan proyek besar yang berdampak pada penambahan omset perusahaan.

2) Penghargaan yang diberikan ke saya membuat saya semakin termotivasi.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Penghargaan yang diberikan ke saya membuat saya semakin termotivasi dalam rentang kategori cukup, karena sebagian besar karyawan *Sales Marketing* menyatakan bahwa perusahaan ini dalam memberikan penghargaan hanya dari individu ke individu tidak didepan karyawan lainnya. Yang menurut saya, dimana kurangnya rasa apresiasi perusahaan kepada prestasi yang sudah diraih karyawannya. Sehingga membuat beberapa karyawan merasa biasa saja dan tidak termotivasi untuk lebih semangat lagi dalam bekerja dan berprestasi.

### **Tanggapan Karyawan Sales Marketing Comforta Hotel Dumai Terhadap Kebutuhan Aktualisasi Diri**

1) Atasan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Kebutuhan fisik dalam kategori baik, sebagian besar karyawan *Sales Marketing* beranggapan bahwa pelatihan yang berikan kepada karyawan seperti personal branding, public speaking dan pelatihan lainnya, guna meng-upgrade kualitas pelayanan perusahaan kepada konsumen atau pelanggan yang memakai jasa Hotel Comforta Dumai. Dan pelatihan

yang diberikan perusahaan bisa menjadi bekal bagi karyawan kedepannya.

2) Bekerja diperusahaan ini membuat kemampuan saya makin berkembang.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap jam istirahat dari perusahaan kepada karyawan dalam kategori baik, sebagian besar karyawan *Sales Marketing* menyatakan bahwa karyawan yang bekerja di perusahaan ini memiliki beragam skill yang mana bisa bertukar pikiran dan saling mengajarkan hal ini membuat kami sebagai karyawan perusahaan Hotel Comforta Dumai merasakan keuntungan bekerja di perusahaan ini bukan dari segi ekonomi berupa gaji saja, namun juga skill yang kami peroleh bertambah seperti, pengetahuan tentang Room Service, atau tentang Food and Beverage dan lainnya.

3) Saran dan kritik yang berikan perusahaan kepada saya membuat saya menjadi maju.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap jam istirahat dari perusahaan kepada karyawan dalam kategori baik, sebagian besar karyawan *Sales Marketing* menyatakan bahwa perusahaan ini memiliki kepala divisi yang mengayomi anggotanya, ketika salah kami selalu ditegur dengan sopan dan selalu memberi solusi disetiap masalah yang dihadapi. Hal ini membuat karyawan di perusahaan ini merasakan kemajuan untuk dirinya pribadi .

4) Motivasi yang berikan perusahaan kepada saya membuat saya lebih rajin bekerja.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui tanggapan Karyawan *Sales Marketing* Comforta Hotel Dumai terhadap Motivasi yang berikan perusahaan kepada saya membuat saya lebih

rajin bekerja berada pada rentang kategori baik, dimana karyawan merasa nyaman dengan metode penyampaian kepala divisi dalam menegur, karyawan juga paham dengan penggunaan bahasa yang dipakai kepala divisi perusahaan Comforta Hotel Dumai ketika memberi motivasi, sehingga sampai kepada karyawan dan mudah diterima serta ringan untuk dieksekusi. Hal ini yang membuat karyawan di Comforta Hotel Dumai semakin semangat bekerja.

### **Rekapitulasi hasil tanggapan Tanggapan Karyawan Sales Marketing di Comforta Hotel Dumai**

Berdasarkan hasil analisis data mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa tanggapan Karyawan *Sales Marketing* di Comforta Hotel Dumai berada pada kategori Cukup Baik. Artinya tanggapan Karyawan *Sales Marketing* di Comforta Hotel Dumai sudah cukup baik terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil observasi awal yang menemukan bahwa karyawan *Sales Marketing* seharusnya merasa nyaman dan aman di hari-hari biasanya, namun semenjak ada renovasi gedung Hotel Comforta Dumai ini, karyawan *Sales Marketing* tidak nyaman dengan sistem keamanan di perusahaan, yang membuat akses masuk orang sedikit kendor dan mudah untuk keluar masuk hotel. Termasuk orang-orang yang minta sedekah, semenjak ada pembangunan dan renovasi gedung, memudahkan orang asing masuk ke dalam hotel dengan mudah.

Dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan, wujud motivasi karyawan *Sales Marketing* di hotel Comforta Dumai terletak pada sub variabel kebutuhan sosial dan kebutuhan Fisik. Yang mana pada sub variabel tersebut berada dikategori baik dan nilainya di rentang kategori baik. Untuk sub variabel kebutuhan fisik, karyawan *Sales Marketing* Hotel Comforta Dumai memberi respon baik pada semua indikator.

Diantaranya indikator jam kerja, indikator perihal gaji dan indikator perihal pembagian bonus dari perusahaan. Sedangkan Untuk sub variabel kebutuhan Sosial, karyawan *Sales Marketing* Hotel Comforta Dumai memberi respon baik pada semua indikator pada sub variabel kebutuhan sosial. Diantaranya indikator hubungan kerja yang terjalin harmonis dan indikator perihal penghargaan dari sesama karyawan ketika berprestasi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arief, Abdul Rachman. 2005. *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asman. 2015. *Motivasi Kerja Karyawan Housekeeping Di Hotel Zaira Pekanbaru*.
- Budi, Agung Permana. 2013. *Manajemen Marketing perhotel*. Bandung : CV. Andi.
- Edison, Emron, Yonny Anwar dan Imas Komariyah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Fitri, Ati Artika Ayu. 2007. *Analisis Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru*.
- Laundberg, Donald D. 1997. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sulastiyono, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan hotel*. Bandung : CV. Alfabeta.

- Menteri Perhubungan No. Pm.10/P.V.301/Pht/77 tanggal 22 Desember 1977.
- Menteri, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia NO.KM,94/HK.103/MPPT-87.
- Nyoman, S. Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita.
- Pitana, I Gene dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Sari, Deni Ratna. 2018. *Motivasi Kerja karyawan Sales & Marketing Departement Di Turi Beach Resort Batam*.
- Siagian, Sondang P. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Elek Media Kompetindo.
- Siagian, Sondang P. 2004. *Teori Motivasi 7 Aplikasinya*. Rineka : Jakarta
- Siagian, Sondang P. 2004. *Dsar-dasar Motivasi*. Bumiaksara : Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Cetakan ke-21. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sihite, Richard. 1996. *Tourism Industry*. Surabaya : SIC.
- Sujarweni, wirtna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustakabarupress
- Sulastiyono, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana.
- Sutrisno, Edi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana.
- Suwithi, Ni Wayan. 2010. *Pengelolaan Hotel Training*. Bandung : CV. Alfabeta.
- <http://www.sarjanaku.com/2012/09/pengertian-sales-dan-marketing-departemen.html?m=1>