



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISA KEPUASAN KARYAWAN
TERHADAP BERBAGAI *SERVICE* YANG
DIBERIKAN OLEH PERUSAHAAN**

**(Kajian *Internal Marketing* Pada PT.Charoen Pokphand
Indonesia, Tbk.)**

KARYA AKHIR

Oleh

Anjar Setiana Yussliprawira

55105110121

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2007**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISA KEPUASAN KARYAWAN
TERHADAP BERBAGAI *SERVICE* YANG
DIBERIKAN OLEH PERUSAHAAN**

**(Kajian *Internal Marketing* Pada PT.Charoen Pokphand
Indonesia, Tbk.)**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh

Anjar Setiana Yussliprawira

55105110121

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2007**

ABSTRACT

Employees in Internal Marketing Orientation are a part from company to make a customer value. This marketing orientation covers various activities such as training, recruitment, internal market research, internal communications and developing job products. Internal Market Orientation (IMO) represents the adaptation of market orientation to the context of employer-employee exchange in the internal market.

The use of marketing in the internal marketing contact suggests an emphasis on the application of marketing techniques, approaches, concepts and theories aimed at achieving customer satisfaction in the context of internal customers and have a correlation to external customers. Human resource and marketing have a positive correlation. Manager attitude, such give rewards to employee will influence employee attitude and organization effectivity.

PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk is a large agroindustry and aquaculture company in Indonesia have a market orientation. Senior management believe if high quality of product will influence customer satisfaction. A high quality of product is a part employee attitude from production department.

Research was done at PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk unit Bogor, from August until October 2007. Research character is survey research with associative variables. Total respondents were 35. Research variable are IMO behaviour of organization (y) as dependent variable, manager attitude to IMO (x_1) and employee attitude to make a customer value (x_2) as independent variable. Likert scale was utilized in this research. Analyze technique are descriptive, factor analysis, normality test, reliability, correlation and multilevel linear regression analyze.

It was found that manager attitude to IMO and employee attitude to make a customer value do not have a significant influence to IMO behaviour of organization. But, manager attitude to IMO have a significant correlation with employee attitude to make a customer value.

Key words : Internal Marketing Orientation (IMO), manager attitude, employee attitude, internal market, internal customer

ABSTRAK

Hubungan antara pelanggan dan karyawan adalah hubungan yang kritis dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Karyawan berperan dalam menciptakan nilai pelanggan secara tidak langsung bagi perusahaan tempatnya bekerja. Pasar internal yang diciptakan kepada karyawan dikembangkan atas berbagai variasi, diantaranya pelatihan, rekrutmen, penelitian pasar internal, komunikasi internal dan mengembangkan jenis pekerjaan. IMO dikembangkan sebagai bentuk adaptasi orientasi pasar dalam konteks atasan dan karyawan di pasar internal.

Pemasaran internal adalah sebagai dasar dalam mengaplikasikan teknik, pendekatan, konsep dan teori pemasaran terhadap kepuasan pelanggan internal yang berkorelasi terhadap pelanggan eksternal. Konsep IMO memberikan gambaran tentang orientasi pasar eksternal. Antara sumber daya manusia dan pemasaran mempunyai hubungan yang erat. Sikap atasan, terutama pada pemberian penghargaan kepada karyawan akan mempengaruhi sikap karyawan dan efektivitas organisasi.

PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk sebagai salah satu perusahaan peternakan terbesar di Indonesia sangat berorientasi kepada pasar. Pihak manajemen percaya bahwa kepuasan pelanggan, salah satu faktornya dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk yang dimaksud adalah DOC (*day-old-chick*). Produk yang berkualitas tidak terlepas dari peran karyawan di bagian produksi.

Hipotesis penelitian menduga bahwa ada hubungan yang signifikan antara sikap atasan dan sikap karyawan dalam penciptaan nilai terhadap *internal marketing orientation (IMO) behaviour of organization*.

Objek penelitian di PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk-Farm Sukamulya, Bogor. Jenis penelitian adalah penelitian survey dengan menggunakan kuisioner yang saling membandingkan antar variabel (asosiatif). Jumlah objek penelitian sebanyak 35 orang.

Variabel penelitian meliputi *IMO behaviour of organization (y)* sebagai variabel terikat, sikap atasan yang mendukung IMO (x_1) dan sikap karyawan dalam penciptaan nilai (x_2) sebagai variabel bebas. Skala penelitian yang digunakan adalah skala Likert. Teknik analisis data meliputi analisis statistik deskriptif, analisis faktor, analisis korelasi dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara sikap atasan dan sikap karyawan dalam penciptaan nilai terhadap *IMO behaviour of organization*. Tetapi, ada korelasi yang positif antara sikap atasan yang mendukung IMO dengan sikap karyawan dalam penciptaan nilai.

Kata kunci : *Internal marketing orientation (IMO)*, sikap atasan, sikap karyawan, pasar internal, pelanggan internal

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Analisa Kepuasan Karyawan Terhadap Berbagai *Service* yang Diberikan Perusahaan**
(Kajian *Internal Marketing* Pada PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk)

Nama : **Anjar Setiana Yussliprawira**

NIM : **55105110121**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : **Desember 2007**

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen



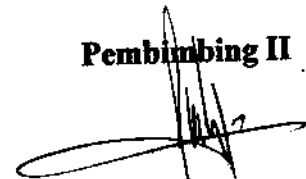
DR. Mastika S. Purwanegara, Ir., MSc.

Pembimbing Utama



Dr. Muchsin Shihab, MBA.

Pembimbing II



Endi Rekarti, SE., ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **Analisa Kepuasan Karyawan Terhadap Berbagai Service yang Diberikan Perusahaan**
(*Kajian Internal Marketing Pada PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk*)
Nama : **Anjar Setiana Yussliprawira**
NIM : **55105110121**
Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**
Tanggal : **Desember 2007**

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Desember 2007



Anjar Setiana Yussliprawira

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya akhir ini dengan tepat waktu. Karya akhir dengan judul **“Analisa Kepuasan Karyawan Terhadap Berbagai Service yang Diberikan Perusahaan (Kajian *Internal Marketing* Pada PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk)”** merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program pascasarjana di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih banyak kekurangannya. Penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dalam perbaikannya. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat, baik dari segi akademis maupun dari segi bisnis perusahaan.

Secara akademis, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini bisa menambah literatur di bidang pemasaran, terutama pemasaran internal (*internal marketing*) melalui konsep *Internal Marketing Orientation* (IMO). Sedangkan secara bisnis, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan yang bersangkutan, yaitu PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk dalam mengembangkan bisnisnya dengan menghasilkan sebuah produk yang berkualitas.

Selama penyusunan karya akhir ini, penulis telah mendapat masukan, dorongan, motivasi, kritikan dan saran dari berbagai pihak agar bisa menghasilkan sebuah karya ilmiah yang bernilai tinggi. Rasa terima kasih tersebut, penulis sampaikan kepada :

1. Bapak DR. Muchsin Shihab, MBA. selaku Dosen Pembimbing Utama
2. Bapak Endi Rekarti selaku Dosen Pembimbing II
3. Bapak Ir. Heri Eka Pudyastawa selaku GM Area Serang-Bogor
4. Bapak Drh. Wayan Suidiana selaku Manager Farm Serang 1, Serang
5. Bapak Ir. Dudung Tawakal selaku Manager Farm Kadu Agung, Serang
6. Bapak Ir. Rusadi selaku Manager Farm Sukamulya, Bogor
7. Rekan-rekan Supervisor Produksi Farm Serang 1, Farm Kadu Agung dan Farm Sukamulya
8. Kedua orang tua penulis yang tercinta atas doa dan nasehatnya
9. Rekan-rekan Mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen Angkatan VI Tahun 2005

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kesalahan kepada pihak-pihak yang terkait selama penyusunan karya akhir ini.

Jakarta, Desember 2007

Penulis

Anjar Setiana Yussliprawira

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah-masalah	2
1.3. Maksud dan Tujuan	3
1.4. Manfaat dan Kegunaan	3
II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	4
2.1. Sejarah Perusahaan	4
2.2. Lingkup Bidang Usaha	7
2.3. Tantangan Bisnis	7
III. KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	8
3.1. Pengertian Pemasaran Internal (<i>Internal Marketing</i>)	8
3.2. Hubungan Antara Pemasaran Internal dengan <i>Internal Market Orientation (IMO)</i>	11
3.3. Sikap Atasan Terhadap IMO	15
3.4. Kepuasan Karyawan sebagai Pelanggan Internal dalam Mendukung Penciptaan Nilai	17

3.5. Menciptakan Nilai Pelanggan	21
3.6. Hipotesis	25
IV. METODE PENELITIAN	26
4.1. Objek Penelitian	26
4.2. Metode Penelitian	26
4.2.1. Jenis Penelitian	26
4.2.2. Populasi Penelitian	27
4.2.3. Variabel dan Pengukuran Penelitian	27
4.2.4. Teknik Pengumpulan Data	30
4.2.5. Teknik Analisis Data	30
V. HASIL DAN ANALISIS	35
5.1. Karakteristik Responden	35
5.2. Analisis Statistik Deskriptif	37
5.3. Uji Normalitas Data	43
5.4. Analisis Reliabilitas	52
5.5. Analisis Faktor untuk Konfirmasi Pembentukan Variabel	60
5.6. Analisis Korelasi	63
5.7. Analisis Regresi Linear Berganda	70
VI. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Rekomendasi	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	99

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1.	Hasil-hasil Penelitian Mengenai Konsep <i>Internal Marketing</i> .	13
Tabel	4.1.	Indikator Survey dan Skala Pengukuran Data	29
Tabel	5.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Status dan Lama Bekerja	35
Tabel	5.2.	Analisis Deskriptif <i>IMO Behaviour of Organization</i>	37
Tabel	5.3.	Analisis Deskriptif Sikap Atasan Terhadap IMO.....	39
Tabel	5.4.	Analisis Deskriptif Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai	41
Tabel	5.5.	Uji Normalitas <i>IMO Behaviour of Organization</i>	43
Tabel	5.6.	Uji Normalitas Sikap Atasan Terhadap IMO	46
Tabel	5.7.	Uji Normalitas Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai	49
Tabel	5.8.	<i>Reliability Statistics IMO Behaviour of Organization</i>	52
Tabel	5.9.	<i>Item-item Correlation Matrix IMO Behaviour of Organization</i>	53
Tabel	5.10.	<i>Item Total Statistics IMO Behaviour of Organization</i>	54
Tabel	5.11.	<i>Reliability Statistics</i> Sikap Atasan Terhadap IMO	54
Tabel	5.12.	<i>Item-item Correlation Matrix</i> Sikap Atasan Terhadap IMO ..	55
Tabel	5.13.	<i>Item Total Statistics</i> Sikap Atasan Terhadap IMO	56
Tabel	5.14.	<i>Reliability Statistic</i> Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai	57
Tabel	5.15.	<i>Item-item Correlation Matrix</i> Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai.....	58
Tabel	5.16.	<i>Item Total Statistics</i> Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai	59
Tabel	5.17.	<i>Component Matrix IMO Behaviour of Organization</i>	60
Tabel	5.18.	<i>Component Matrix</i> Sikap Atasan Terhadap IMO	61

Tabel 5.19.	<i>Component Matrix</i> Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai	62
Tabel 5.20.	<i>Correlations</i> Antar Variabel	63
Tabel 5.21.	Uji Statistik <i>Durbin-Watson</i>	70
Tabel 5.22.	ANOVA (<i>Analyze of Variance</i>)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Struktur Organisasi PT.Charoen Pokphand Indonesia, Tbk.	6
Gambar 3.1.	Penentu-penentu Nilai yang Diberikan ke Pelanggan	24

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1.	Grafik <i>Normal Probability Plot IMO Behaviour of Organization</i>	44
Grafik 5.2.	Grafik <i>Detrended Normal Plot IMO Behaviour of Organization</i>	45
Grafik 5.3.	Grafik <i>Normal Probability Plot Sikap Atasan Terhadap IMO</i>	47
Grafik 5.4.	Grafik <i>Detrended Normal Plot Sikap Atasan Terhadap IMO</i>	48
Grafik 5.5.	Grafik <i>Normal Probability Plot Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai</i>	50
Grafik 5.6.	Grafik <i>Detrended Normal Plot Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai</i>	51
Grafik 5.7.	<i>Normal Probability Plot</i>	72
Grafik 5.8.	<i>Scatterplot</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Contoh Kuisisioner	79
Lampiran 2.	Hasil Kuisisioner	80
Lampiran 3.	Analisis Faktor <i>IMO Behaviour of Organization</i>	82
Lampiran 4.	Analisis Faktor Sikap Atasan Terhadap IMO	87
Lampiran 5.	Analisis Faktor Sikap Karyawan yang Mendukung Penciptaan Nilai	92
Lampiran 6.	Analisis Regresi Linear Berganda	97