

## **PENGARUH TURNOVER KARYAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN WEDDING ORGANIZER (Studi Kasus: PT Bali VIP Indonesia)**

**Lazio Vaulia Afelino<sup>1</sup>, I G P B Sasrawan Mananda<sup>2</sup>, Ni Made Sofia Wijaya<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Email : [laziovaul@gmail.com](mailto:laziovaul@gmail.com)

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

<sup>2</sup>Email : [gusmananda@unud.ac.id](mailto:gusmananda@unud.ac.id)

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

<sup>3</sup>Email : [sofia\\_ipw@unud.ac.id](mailto:sofia_ipw@unud.ac.id)

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

**Abstract:** The development of tourism in Bali makes wedding organisers a continuously increasing business, one of which is PT Bali VIP Indonesia that handles more than 50 weddings annually. However, during the preparation process, tourists as their main customers were faced with numerous coordination challenges due to the high turnover rate within the company. The objective of this research is to identify the impact of employee turnover on the quality of service of PT Bali VIP Indonesia. This research was conducted at PT Bali VIP Indonesia, taking into calculation 30 former employees and 30 tourists as samples determined using the saturated samples method. Data on this research were gathered by the distribution of questionnaires towards former employees and former tourist customers of PT Bali VIP Indonesia. Subsequently, the data were assessed using descriptive analysis, validity and reliability testing, normality test, and simple linear regression analysis. The result of this study shows that there is a negative impact between turnover and the quality of PT Bali VIP Indonesia wedding organiser services with the value of  $\text{Sig. } 0,18 < 0,05$ . However, the turnover variable has a low correlation ( $R = 0,427$ ) with the quality of service variable of PT. Bali VIP Indonesia wedding organiser and the effect of employee turnover on service quality is 18.3%. Therefore, in conclusion, the negative result explains that the declining quality of service will decrease the quality of service given by the employee to the tourist as customers.

**Abstrak :** Berkembangnya pariwisata Bali membuat usaha *wedding organizer* terus meningkat, salah satunya PT. Bali VIP Indonesia yang memiliki klien lebih dari 50 *wedding* pertahun. Namun, selama proses pelaksanaan acara pernikahan, wisatawan sebagai klien mengalami permasalahan karena karyawan yang mengkoordinir wisatawan terus mengalami pergantian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *turnover* karyawan terhadap kualitas pelayanan *Wedding Organizer* PT. Bali VIP Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bali VIP Indonesia, menggunakan 30 orang sampel karyawan dan 30 orang sampel wisatawan yang ditentukan dari sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan yang pernah menggunakan jasa *wedding*, dan kepada karyawan yang pernah bekerja di PT. Bali VIP Indonesia. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas, uji normalitas dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh negatif antara *turnover* terhadap kualitas pelayanan *wedding organizer* PT Bali VIP Indonesia dengan nilai  $\text{Sig. } 0,18 < 0,05$ . Namun variabel *turnover* mempunyai hubungan yang rendah ( $R = 0,427$ ) dengan variabel kualitas pelayanan *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia. Besaran pengaruh *turnover* karyawan terhadap kualitas pelayanan sebesar 18,3%. Sehingga, hasil yang negatif menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang menurun akan menurunkan kualitas pelayanan karyawan yang melayani wisatawan.

**Keywords:** Employee Turnover, PT. Bali VIP Indonesi, Service Quality, Wedding Organizer.

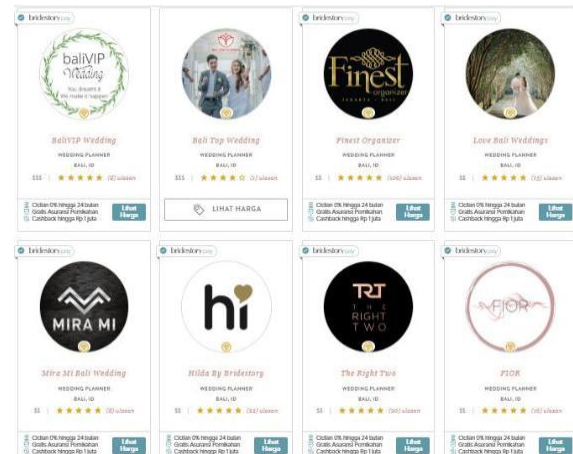
## PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu pulau yang ada di Indonesia yang dimana pariwisatanya sangat berkembang. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Dalam sebuah destinasi terdapat beberapa usaha yang mendukung aktivitas pariwisata, tanpa adanya usaha tersebut maka aktivitas pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik.

Para pelaku usaha pariwisata kebanyakan dari mereka bergerak dibidang jasa. Usaha usaha pariwisata di Bali sudah sangat banyak bermunculan hal ini dapat dilihat dari beberapa daerah di Bali seperti Nusa Dua, Jimbaran dan Kuta yang dimana sepanjang jalan banyak berdiri hotel, restaurant, spa, dan usaha lainnya yang mendukung aktivitas pariwisata di Bali. Semakin berkembangnya pariwisata Bali maka semakin banyaknya *event* yang dipercaya untuk diadakan di Bali, hal ini dikarenakan Bali merupakan daerah pariwisata yang komponen 4A (*attraction, amenities, ancillary, accessibility*) sudah memadai. Sehingga *event* besar dapat diadakan di Bali karena fasilitas Pulau Bali sebagai sebuah Destinasi Wisata sudah mendukung. Bali sebagai destinasi wisata sudah terbukti menyelenggarakan beberapa *event* yang berskala internasional, diantaranya adalah *KTT APEC 2013* dan *Miss World 2013*.

*Events* merupakan motivator yang penting dalam pariwisata dan komponen yang menonjol dalam pengembangan dan pemasaran bagi sebagian besar daerah tujuan (Getz, 2008:403). Dalam pelaksanaannya, *Events* dapat mendatangkan wisatawan dengan jumlah yang banyak ke suatu daerah tujuan wisata. *Event* dalam konteks pariwisata merupakan bagian dari wisata konvensi atau MICE (*Meetings, Incentives, Convention, and Exhibition*), dan *Event* khusus. Selain dari segi wisata konvensi, ternyata *event* khusus mengalami peningkatan seperti *Event Wedding*. Perkembangan *event wedding* di Bali dapat dilihat dari pelaku usaha yang menyediakan jasa *event wedding* di Bali

yang sudah diberi label baik oleh online vendor, hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.1. **Gambar 1.1. Wedding Organizer Terbaik di Bali**



Sumber: [www.bridestory.com](http://www.bridestory.com) 2018.

Berdasarkan gambar diatas Bali VIP Wedding merupakan *Wedding Organizer* yang diprioritaskan kepada wisatawan yang akan menggunakan jasa *wedding organizer* di Bali. Wisatawan ke Bali tidak hanya untuk berlibur namun terdapat beberapa wisatawan yang mengadakan *wedding* di Bali. Menurut Ketut Agus Dion Satvika selaku ketua *Bali Wedding Association* alasan Bali menjadi salah satu *favorite wedding destination* adalah karena kekayaan budaya dan alam yang unik dan indah serta memiliki banyak pilihan sarana dan prasarana penunjang kegiatan *wedding* (Wiguna, 2017). Keberhasilan suatu *event wedding* tidak terlepas dari *wedding organizer* yang mengatur segala acara mulai dari awal hingga akhir. Salah satu *wedding organizer* yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah *wedding organizer* di Bali yang menangani *wedding tourism* adalah PT Bali VIP Indonesia yang berlokasi di Jl. Bypass Ngurah Rai No. 349, Sanur, Bali.

PT Bali VIP Indonesia merupakan perusahaan *wedding organizer* yang telah berpengalaman selama 14 tahun untuk membantu para calon pengantin dalam mewujudkan *wedding* impiannya di pulau Bali. Australia merupakan pangsa pasar terbesar yang dimiliki oleh PT Bali VIP Indonesia. Selain Australia, pasar *wedding* PT Bali VIP Indonesia juga merambah ke Korea, Cina, Hongkong, Singapura, India, Perancis, Inggris, beberapa negara di Eropa lainnya, Amerika dan Indonesia itu sendiri. Adapun jumlah *wedding* yang telah

diselenggarakan oleh PT Bali VIP Indonesia tercatat dari tahun 2015 – 2017 dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

**Tabel 1.** Jumlah Penyelenggaraan *Wedding* pada PT Bali VIP Indonesia Tahun 2015 – 2019

Tahun	Jumlah Weddings	Pertumbuhan (%)
2015	63	-
2016	54	-14,3%
2017	55	1,9%
2018	54	-1,8%
2019	66	22,2%
<b>Total</b>	<b>292</b>	<b>2%</b>

Sumber: PT Bali VIP Indonesia

Berdasarkan Tabel 1. tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan jumlah penyelenggaraan *wedding* dari tahun 2015 ke tahun 2016 yaitu sekitar 14,3% dan pada tahun 2016 ke 2017 terbilang stabil dengan persentase kenaikan sebesar 1,9%. Pada tahun 2017 ke tahun 2018 terbilang stabil dengan persentase penurunan sebesar 1,8% dan pada tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah penyelenggaraan *wedding*, yaitu sebesar 22,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi fluktuasi penyelenggaraan *wedding* pada PT. Bali VIP Indonesia dalam 5 tahun terakhir. Meskipun dikategorikan sebagai salah satu *Wedding Organizer* terbaik sebagaimana ditampilkan dalam gambar 1, PT. Bali VIP Indonesia masih sering mengalami fluktuasi dalam penyelenggaraan *wedding*.

Fluktuasi penyelenggaraan *wedding* di PT. Bali VIP Indonesia merupakan hal yang kurang menguntungkan karena dapat mengakibatkan penurunan pendapatan bagi perusahaan. Sebuah perusahaan, khususnya *wedding organizer*, harus memikirkan hubungan yang dijalin antara pelanggan dengan karyawan, karyawan dengan perusahaan, dan antara karyawan dengan sesama karyawan. Hubungan yang baik akan meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan sehingga dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap para *customer*. Kepuasan karyawan merupakan hal penting dalam meningkatkan performa karyawan yang pada akhirnya akan memberikan kepuasan terhadap perusahaan. Tingkat loyalitas karyawan yang tinggi dapat meminimalisir tingkat

pergantian karyawan (*turnover*) maupun kecenderungan karyawan untuk keluar (*turnover*) dalam sebuah perusahaan, sehingga keluhan pelanggan selama proses perencanaan *wedding event* wisatawan yang sebagai pelanggan merasa sulit untuk berkomunikasi dengan karyawan yang terus berubah. Seperti yang diungkapkan oleh Naidu (2020).

*“I used this wedding planner on 2019, started to communicate with owner 5 months before wedding day. First of all, I meet with the team who handled my wedding with ‘J’ and next 2 month the team changed into ‘L’ the person who advise me too much. I love my wedding day as my expected, but I found this company have a lot of team who able to switch person incharge to handled my team”*

Sedangkan pendapat mantan karyawan yang pernah bekerja di PT. Bali VIP Indonesia Wedaswari (2019) mengatakan.

*“Saya dulu bekerja penuh dengan permintaan dari bos, kerja berat gaji kecil. Pas saya dapat tawaran dari perusahaan lain, makanya saya keluar... belum lagi tamunya banyak mau, terus orang yang ngehandle sering tukar-tukar”*

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, wisatawan merasa pergantian karyawan membuat nyaman dalam berkomunikasi menjadi tidak baik. Sedangkan disisi karyawan merasa terbebani karena tugas dan tanggung jawab yang berlebihan secara tidak langsung.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh *turnover* karyawan terhadap kepuasan wisatawan PT. Bali VIP Indonesia. Dengan mengetahui hal tersebut, diharapkan memberikan dampak positif terhadap perusahaan karena akan berpengaruh ke seluruh aspek khususnya peningkatan pendapatan pada PT. Bali VIP Indonesia. Maka dari itu peneliti sangat tertarik mengangkat judul pengaruh *Turnover* terhadap kepuasan wisatawan di *Weeding Organizer* PT. Bali VIP.

Adapun karya ilmiah terdahulu yang menjadi landasan ataupun acuan dibuatnya jurnal ini agar menjadi kajian yang mendukung hasil dari jurnal yaitu seperti di bawah ini:

Tapola (2016) dalam hasil penelitiannya yang bertujuan untuk mengeksplorasi dampak

dari turnover karyawan terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, terutama dalam pengaturan *Contact Center*. Untuk mencapai tujuan ini definisi kualitas layanan untuk pusat kontak dieksplorasi dan model yang dikembangkan. Hasil survei kepuasan pelanggan dalam kasus perusahaan dibandingkan dengan senioritas penasihat pelanggan untuk menentukan apakah senioritas positif mempengaruhi hasil. Untuk mengeksplorasi efek omset telah melampaui hasil dari survei, wawancara dengan lima *Contact Center* profesional dilakukan. Sebuah model kualitas layanan untuk pusat kontak dikembangkan atas dasar literatur yang ada dan kemudian diperpanjang berdasarkan temuan empiris dari studi. Disarankan bahwa kualitas layanan di pusat kontak terdiri dari tiga dimensi; ketersediaan, substansi dan kesopanan dan keterampilan komunikasi. Sebuah kerangka dampak pergantian karyawan pada dimensi kualitas ini juga dikembangkan. Efek dari turnover terhadap ketersediaan dan substansi negatif, sedangkan efek campuran ditemukan pada kesopanan dan keterampilan komunikasi.

Oki (2014) dalam hasil penelitiannya yang bertujuan untuk menentukan sejauh mana retensi karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta menetapkan sejauh mana konsep retensi diinternalisasi oleh para pemain di industri perhotelan di Nigeria. Hal ini juga dipastikan tingkat di mana variabel seperti; remunerasi, strategi sumber daya, pengetahuan produk, kondisi kerja dan pelatihan diterjemahkan ke dalam kepuasan pelanggan, dan menentukan bagaimana retensi dirasakan oleh karyawan. Hasilnya menunjukkan hubungan yang lemah antara retensi karyawan dan kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan Nigeria. Berdasarkan Temuan ini, merekomendasikan bahwa manajer hotel di Jos perlu menginternalisasi pesan dalam retensi karyawan melalui peningkatan kondisi kerja karyawan. Juga, kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan Layanan karyawan melalui pelatihan dianjurkan. Akhirnya, penelitian ini juga menganjurkan perlunya manajer untuk mendorong karyawan untuk mengkonsolidasikan prestasi mereka dalam pelayanan dengan mengeksplorasi potensi belum

dimanfaatkan yang berlimpah di industri perhotelan di Nigeria.

Selain beberapa kajian terdahulu di atas, terdapat beberapa konsep yang digunakan penulis sebagai acuan dalam melakukan kajian ini yaitu:

Dalam kajian ini variabel yang digunakan adalah *turnover*, menurut Hasibuan (2005) alasan pemberhentian atas keinginan karyawan sendiri karena balas jasa terlalu rendah, mendapat pekerjaan yang lebih baik, suasana dan lingkungan pekerjaan yang kurang cocok, kesempatan promosi yang tidak ada, perlakuan yang kurang adil dan sebagainya.

Menurut Hunt (dalam Nasution, 2004), kualitas pelayanan adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Beberapa ahli mengungkapkan faktor dalam mengukur kualitas pelayanan yang dapat dirasakan secara nyata oleh pelanggan, penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, *et al* (1985) mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa yaitu:

1. Keandalan (*reliability*), mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*), di mana suatu pemberian jasa pelayanan dilakukan secara tepat dan sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemauan dan kesiapan penyedia jasa untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. Kemampuan dan Wewenang (*competence*), artinya setiap dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. Mudah Diperoleh (*access*), meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui, artinya bahwa lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan sebagainya.
5. Keramahan (*courtesy*), meliputi sikap sopan santun, hormat, perhatian, sarta ramah tamah.
6. Komunikasi (*communication*), artinya memberikan informasi dalam bahasa yang jelas, dimengerti, dan selalu menerima saran atau keluhan pelanggan.

7. Dapat Dipercaya (*credibility*), yaitu bersifat jujur, dan dapat dipercaya, yang mencakup nama baik perusahaan, reputasi, dan karakteristik pribadi.
8. Keamanan (*security*), yaitu rasa aman, jauh dari keragu-raguan.
9. Memahami Pelanggan (*understanding, knowing the customer*), yaitu mengerti kemauan pelanggan dan memahaminya.
10. Bukti Nyata yang Kasat Mata (*tangibles*), bukti fisik dari jasa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan dan lain-lainnya.

### METODE PENELITIAN

Studi dilakukan di PT Bali VIP Indonesia. Variabel dalam studi ini dibatasi, agar dapat menjawab permasalahan yang tepat dengan mendefinisikan operasional variabel yang digunakan untuk mengarahkan studi ini ke sebuah tujuan dan tidak melebar ke permasalahan lain, maka dari itu definisi operasional variabel yang dapat dijabarkan dalam studi ini. Berikut adalah operasional variabel pertama yaitu *turnover* karyawan.

**Tabel 2.** Definisi Operasional Variabel *turnover* karyawan *Wedding Organizer*

Variabel	Sub Indikator
<i>Turnover</i> (X) (Hasibuan, 2005)	Balas jasa terlalu rendah
	Mendapat pekerjaan yang lebih baik
	Suasana dan lingkungan pekerjaan yang kurang cocok
	Kesempatan promosi yang tidak ada
	Perlakuan yang kurang adil

Sumber: Modifikasi dari Penelitian Asmara, 2020.

Adapun indikator-indikator dari variabel kedua yaitu kepuasan wisatawan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.** Definisi Operasional Variabel kepuasan wisatawan pengguna *Wedding Organizer*

Indikator	Sub Indikator
Kualitas Pelayanan SERVQUAL	Dapat dipercaya atau dapat diandalkan
	Kecepatan dalam melayani pelanggan
	Keterampilan dalam mendekorasi <i>venue</i>

Mudah untuk dihubungi dan ditemui
Memberikan informasi yang jelas
Menerima saran/keluhan pelanggan
Dapat memahami keinginan pelanggan
Rasa bangga menggunakan jasa
Rasa percaya diri karena perusahaan bonafide

Sumber: Modifikasi Konsep Irawan, 2020.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, studi pustaka dan kuesioner. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 30 responden karyawan dan 30 responden wisatawan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen pernyataan, uji normalitas data, analisis regresi linier berganda, dan uji kolerasi dan determinasi.

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mrngrtahui pengaruh Variabel X (*turnover*) dan Variabel Y (kepuasan wisatawan) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = Y - bX$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (kepuasan wisatawan)

X = Variabel Bebas (*turnover*)

a = Bilangan Konstanta

b = Parameter dari variabel bebas

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum

PT. Bali VIP Indonesia Sanur merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang MICE dan Events khususnya *wedding organizer* yang beralamat di Jalan Bypass Ngurah Rai No. 349 Sanur, Denpasar Bali. Berdiri pada tahun 2004 oleh Ibu Veronika Ika Prawesti. Ibu Veronika Ika Prawesti merupakan seorang *senior bridal consultant* yang sangat *perfectionist, detail* dan berpengalaman dalam pekerjaannya. Pengalamannya selama berpuluh-puluh tahun dalam menyelenggarakan *wedding* membuatnya menyadari bahwa sepanjang perjalanan tidak ada *wedding* yang sama antara satu sama lainnya, semuanya memiliki keunikan antar satu dengan yang lainnya. Hal tersebut membuat team PT.

Bali VIP Indonesia Sanur selalu berusaha untuk memahami karakteristik setiap pelanggan sehingga dapat mewujudkan *wedding* lebih dari apa yang pelanggan harapkan.

Dengan kerja keras dan dedikasi yang dimiliki serta didukung oleh pelanggan-pelanggan terdahulu, PT. Bali VIP Indonesia Sanur kini telah berkembang dengan sangat pesat, bahkan lebih dari apa yang diharapkan oleh Ibu Veronika Ika Prawesti selaku pendiri dan pemilik PT. Bali VIP Indonesia Sanur. PT. Bali VIP Indonesia Sanur sangat bangga menjadi salah satu grup dengan perkembangan tercepat yang saat ini telah melebarkan sayapnya tidak hanya pada bisnis yang terkait dengan penyelenggaraan *wedding*, tapi juga mulai merambah pada bisnis perjalanan, sewa villa dan *event styling*. PT. Bali VIP Indonesia Sanur kini telah menjadi anggota dari asosiasi *bridal consultant* dan memiliki sertifikat sebagai *Wedding Planner international* dengan pelanggan yang sebagian besar berasal dari Negara-negara di Asia yaitu Korea Selatan, China, Hongkong dan Negara di Australia.

Sadar akan keeksistensian pulau Bali di mata dunia, PT. Bali VIP Indonesia Sanur menawarkan pengalaman bagi anda untuk menyelenggarakan *wedding* yang menakjubkan di Pulau dengan seribu pura ini. Untuk memastikan bahwa semua penyelenggaraan *wedding* berjalan dengan sukses, lancar dan menuai hasil yang memuaskan, team PT. Bali VIP Indonesia Sanur selalu siap untuk mendengarkan dengan seksama seluruh keinginan pelanggan, berusaha untuk mewujudkan semua keinginan tersebut serta menangani dengan semaksimal mungkin setiap detail yang diperlukan dalam *wedding* sehingga pelanggan hanya perlu duduk diam dan menunggu hasil yang mengesankan.

Dalam penyelenggaraan *wedding*, PT. Bali VIP Indonesia Sanur bekerja sama dengan vendor-vendor terpercaya untuk mewujudkan ide-ide kreatif yang akan membuat *wedding* anda tidak akan pernah terlupakan. Team PT. Bali VIP Indonesia Sanur juga siap untuk memberikan saran serta nasihat jitu yang anda akan sangat perlukan untuk mewujudkan *wedding* impian anda. Bertahun-tahun dalam bisnis, PT. Bali VIP Indonesia Sanur tahu pasti bagaimana cara membuat *wedding* anda dikenang sepanjang masa. Dipercaya atas keeksistensian dan profesionalitasnya, PT. Bali VIP Indonesia Sanur dinobatkan sebagai salah satu nominasi *Golden Crown* pada ajang *Luxury Lifestyle Award 2015* dan bahkan memenangkan penghargaan untuk

kategori “*Luxury Event Service Company of Indonesia*”.

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang terdapat dalam penelitian ini dibagi kedalam dua jenis responden yaitu karyawan sebagai responden turnover, kemudian wisatawan sebagai responden pengukur kepuasan pelanggan.

### **Karakteristik Karyawan**

Karakteristik karyawan yang pernah bekerja di PT. Bali VIP Indonesia, jika ditinjau berdasarkan daerah asal didominasi oleh Bandung dengan persentase sebesar 17%. Kelompok usia didominasi oleh kelompok usia 25 – 29 tahun dan 30 – 34 tahun dengan persentase masing-masing sebesar 30%. Jenis kelamin didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 60%. Status perkawinan didominasi oleh lajang dengan persentase sebesar 70%. Lama bekerja didominasi selama 7 – 12 bulan dengan persentase sebesar 37%. Jabatan didominasi oleh *event admin* dengan persentase sebesar 40%. Rata-rata gaji perbulan didominasi sebesar Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000 dengan persentase sebesar 50%. Tingkat pendidikan didominasi oleh Sarjana/Diploma dengan persentase sebesar 73%.

### **Karakteristik Wisatawan**

Karakteristik wisatawan yang menggunakan jasa PT. Bali VIP Indonesia sebagai *wedding organizer*, jika ditinjau berdasarkan negara asal wisatawan yang menggunakan jasa *wedding organizer* paling banyak berasal dari Australia dengan persentase sebesar 50%. Kelompok usia wisatawan yang menggunakan jasa *wedding organizer* paling banyak berasal dari kelompok usia 29 – 30 tahun dengan persentase sebesar 40%. Jenis kelamin wisatawan yang menggunakan jasa *wedding organizer* paling banyak berjenis kelamin perempuan sebesar 87% dengan persentase sebesar 97%. Tingkat pendidikan wisatawan yang menggunakan jasa *wedding organizer* paling banyak berasal dari Sarjana/Diploma dengan persentase sebesar 73%. Pekerjaan wisatawan yang menggunakan jasa *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia paling banyak berasal dari pegawai swasta dengan persentase sebesar 60%. Sumber informasi wisatawan yang menggunakan jasa *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia paling banyak berasal dari website dengan persentase sebesar 33%.

### Frekuensi Persepsi Responden

Adapun berikut ini persepsi responden terhadap indikator-indikator dalam variabel, akan dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 6. Persepsi Responden**

Persepsi Karyawan Terhadap Variabel Turnover				
No	Pernyataan	Skor	Rata-rata	Keterangan
1	Balas jasa terlalu rendah	103	3,43	Setuju
2	Mendapat pekerjaan yang lebih baik	116	3,87	Setuju
3	Suasana dan lingkungan pekerjaan yang kurang cocok	109	3,63	Setuju
4	Kesempatan promosi yang tidak ada	109	3,63	Setuju
5	Perlakuan yang kurang adil	115	3,83	Setuju
Jumlah		552	18,4	
Rata-rata		110,4	3,68	Setuju
Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan				
No	Pernyataan	Skor	Rata-rata	Keterangan
1	Dapat dipercaya atau dapat diandalkan	116	3,87	Puas
2	Kecepatan dalam melayani pelanggan	90	3,00	Cukup Puas
3	Keterampilan dalam mendekorasi venue	126	4,21	Puas
4	Mudah untuk dihubungi dan ditemui	80	2,67	Cukup Puas
5	Memberikan informasi yang jelas	87	2,90	Cukup Puas
6	Menerima saran/keluhan pelanggan	91	3,03	Cukup Puas
7	Dapat memahami keinginan pelanggan	99	3,30	Cukup Puas
8	Rasa bangga menggunakan jasa	102	3,40	Cukup Puas
9	Rasa percaya diri karena perusahaan bonafide	112	3,73	Puas
Jumlah		903	30,10	
Rata-rata		100,3	3,34	Cukup Puas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020.

Dapat diketahui bahwa skor rata-rata persepsi karyawan terhadap variabel *turnover* dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Dimana terdapat 5 indikator pengukur yang menyatakan bahwa untuk rata-rata skor pada variabel *turnover* adalah sebesar 3,68 yang berada dalam kategori setuju. Pernyataan yang mendapatkan skor persepsi tertinggi adalah pernyataan terkait mendapat pekerjaan yang lebih baik (X.2). Pernyataan ini mendapatkan skor persepsi sebesar 116 dan rata-rata sebesar 3,87 dalam kategori setuju.

Sedangkan, skor rata-rata persepsi wisatawan terhadap variabel kualitas pelayanan dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Dimana terdapat 9 indikator pengukur yang menyatakan bahwa untuk rata-rata skor pada

variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3,34 yang berada dalam kategori cukup setuju. Pernyataan yang mendapatkan skor persepsi tertinggi adalah pernyataan terkait keterampilan dalam mendekorasi venue (Y.3). Pernyataan ini mendapatkan skor persepsi sebesar 126 dan rata-rata sebesar 4,21 dalam kategori setuju.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui nilai pengaruh turnover karyawan terhadap kualitas pelayanan *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia. Dengan menggunakan program pengolahan data SPSS versi 21.0 for windows, dapat diperoleh nilai koefisien regresi variabel. Pada Tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi, sebagai berikut.

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	42.165	4.885		8.631	.000
X	-.656	.262	-.427	-2.502	.018

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020.

Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat dijelaskan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan model analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

$$Y = 42,165 + -0,656 (X)$$

Keterangan:

Y = Kualitas Pelayanan

X = *Turnover* (-0,656)

a = Konstanta (42,165)

b = Parameter dari variabel bebas.

### 1. Uji Signifikan Regresi Sederhana Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari variabel independen yaitu *Turnover* (X) terhadap variabel dependen yaitu kualitas pelayanan yang menggunakan jasa *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia (Y).

Ghozali, 2005 menyatakan penentuan uji F tersebut sebagai berikut

1.  $H_0 : \leq 0$ , berarti tidak terdapat pengaruh antara *turnover* terhadap kualitas pelayanan *Wedding Organizer* PT Bali VIP Indonesia.
2.  $H_a : > 0$ , berarti terdapat pengaruh antara *turnover* terhadap kualitas pelayanan *Wedding Organizer* PT Bali VIP Indonesia.

Berikut adalah hasil analisis menggunakan SPSS *version 21.0 for windows* dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini.

**Tabel 8** Analisis Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	114.877	1	114.877	6.260	.018 <sup>b</sup>
	Residual	513.823	28	18.351		
	T total	628.700	29			

a. Dependent Variable: Y  
b. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0.018 < 0.05$ . Maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara *turnover* dengan kualitas pelayanan.

## 2. Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui kuat lemahnya tingkat atau derajat hubungan koefisien korelasi antara *turnover* karyawan terhadap kualitas pelayanan *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia, akan menggunakan pedoman untuk mengetahui kuat lemahnya tingkat derajat hubungan koefisien korelasi. Penelitian ini menggunakan pedoman (Supranto, 1989) dan menggunakan bantuan SPSS *versi 21.0* maka dapat diperoleh nilai korelasi antara variabel X dan Y sebagai berikut.

**Tabel 9** Analisis Korelasi terhadap kualitas pelayanan *Wedding Organizer* PT. Bali VIP Indonesia

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.427 <sup>a</sup>	.183	.154	4.28379

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020.

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi yaitu ( $R = 0.427$ ), berarti variabel *turnover* mempunyai hubungan yang rendah ( $r = 0,30 - 0,49$  : Hubungan rendah) dengan variabel kualitas pelayanan yang menggunakan jasa *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia.

Sedangkan koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar R square 0.183 yang berarti besaran pengaruh pergantian karyawan terhadap kualitas pelayanan *wedding organizer* sebesar 18,3%. Hal ini memungkinkan karyawan berganti karena tekanan dari wisatawan yang terus melakukan complain dan membuat pihak manajemen terus menekan karyawan agar bekerja lebih baik, sehingga alasan untuk keluar jadi lebih kuat seperti pernyataan yang

diungkapkan oleh Wedaswari (2019) mengatakan.

“*Saya dulu bekerja penuh dengan permintaan dari bos, kerja berat gaji kecil. Pas saya dapat tawaran dari perusahaan lain, makanya saya keluar... belum lagi tamunya banyak mau, terus orang yang ngehandle sering tukar-tukar*”

Sehingga, pernyataan tersebut mengindikasikan adanya faktor dari pergantian karyawan disebabkan oleh complain wisatawan meskipun hanya kurang dari 20%. Selain itu menurut Mathis & Jackson (2006) jika perusahaan tidak mampu mempertahankan karyawannya agar tetap berada dalam organisasi, maka pencapaian target perusahaan tidak akan maksimal.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dan penjelasan diatas maka dapat diketahui secara keseluruhan dari hasil studi yaitu:

### Pengaruh Turnover Karyawan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Wedding Organizer

*Turnover* karyawan berpengaruh negatif terhadap kualitas pelayanan *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang menyatakan bahwa besaran pengaruh antara *turnover* karyawan sebesar 18,3% mempengaruhi kualitas pelayanan *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan dalam kuesioner bahwa rata-rata jawaban wisatawan adalah cukup baik untuk pelayanan *wedding organizer* PT. Bali VIP Indonesia. Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner yang menyatakan bahwa wisatawan melihat keterampilan dalam mendekorasi venue (Y.3) yang memiliki rata-rata nilai tertinggi sebesar 4,20 berada pada kategori baik. Namun karyawan yang keluar dikarenakan mendapatkan pekerjaan yang lebih layak menjadi indikator dengan nilai tertinggi sebesar 3,87 berada pada kategori setuju.

Hasil ini sejalan dengan observasi dilapangan yang menyatakan bahwa wisatawan akan merasa puas setelah acara pernikahannya selesai dilaksanakan dan berjalan mulus, namun selama proses persiapan wisatawan sering mengalami kendala karena *event admin*, yang mengkoordinir wisatawan sulit ditemui. Hubungan yang rendah antara kualitas pelayanan terhadap *turnover* karyawan terbukti dengan diperkuat oleh penelitian sebelumnya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oki (2014) mendapatkan hasil bahwa “*weak relationship between employees ‘retention and*



*customers' satisfaction in the Nigerian hospitality industry*. Penelitian yang dilakukan oleh Tapola (2016) mendapatkan hasil bahwa hubungan turnover terhadap kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *contact centre* di Finlandia memiliki korelasi yang negatif.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka kajian ini dapat disimpulkan bahwa, terdapat pengaruh negatif antara *turnover* dengan kualitas pelayanan *Wedding Organizer PT Bali VIP Indonesia*. Hal ini dikarenakan *turnover* menyebabkan pelayanan kurang maksimal karena wisatawan yang menggunakan jasa PT Bali VIP Indonesia harus dikordinir oleh orang yang berbeda. Sehingga hasil penelitian ini mendapatkan pengaruh yang negatif.

### Saran

Berdasarkan hasil studi, maka saran dalam studi ini adalah:

1. Untuk PT. Bali VIP Indonesia, agar mampu memberikan gaji yang lebih baik karena keunggulan bekerja di wedding organizer adalah mendapatkan gaji yang lebih tinggi dibandingkan bekerja di kantoran bagi karyawan yang memiliki pendidikan terakhir sarjana/diploma.
2. Selain itu, perusahaan harus membayar overtime karyawan yang bekerja lebih dari jam bekerja normal pada umumnya yaitu 40 jam dalam satu minggu.
3. Perusahaan, agar mengusahakan juga peningkatan gaji dan bonus karyawan sesuai kemampuan perusahaan, karena penyebab turnover adalah gaji yang kecil.
4. Perusahaan, agar meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan karena tingkat kepuasannya baru sebatas puas. Dengan persaingan usaha semakin ketat, perlu diadakan penelitian lebih lanjut tentang wedding organizer dari aspek lainnya.
5. Kepada peneliti selanjutnya, agar memediasi variabel kualitas pelayanan untuk mengetahui pengaruh turnover karyawan yang dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

Getz, D. 2008. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management* 29 pp. 403-428.

Ghozali, Imam 2005, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hasibuan MSP. 2005. Manajemen Sumber daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta (ID): PT Bumi Aksara.

Irawan, Juwandi. Hendy, 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga,.

Mathis RL, Jackson HJ. 2001. Manajemen Sumberdaya Manusia. Jakarta (ID): Salemba Empat.

Oki, Emmanuel Umoru 2014, The Impact of Employee Retention on Customer Satisfaction in the Nigerian Service Organizations (A Study of Some Selected Hotels in JOS, Plateau State), *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, Vol. 2, No. 9, hh. 140.

Supranto, Johannes. 2004. *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tapola, Merituuli 2016, Effects of employee turnover on service quality and customer satisfaction in contact centers, Master's thesis Aalto University.