

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN TAMU GRUP TERHADAP FASILITATOR TEAM BUILDING DI CORE NATIVES

Oleh

Lukmanul Hakim¹, Achlan Fahlevi Royanow², Ida Ayu Yadnya Sari Dewi Utami
Pidada³

^{1,2,3}Politeknik Pariwisata Lombok

Email: ¹2001053.student@ppl.ac.id, ²achlan@ppl.ac.id, ³dayu.utami@ppl.ac.id

Article History:

Received: 23-04-2024

Revised: 18-05-2024

Accepted: 26-05-2024

Keywords:

Customer Satisfaction,
Service Quality,
Facilitator, Team
Building, Core Natives

Abstract: Core Natives is one of the team-building facilitators in Lombok. To determine customer satisfaction, Core Natives uses conventional methods and is not yet representative. So it is necessary to carry out scientific studies regarding customer satisfaction. This research aims to determine the level of satisfaction of group guests towards team building facilitators at Core Natives. There are five dimensions of service quality from the SERVQUAL (Service Quality) theory, namely Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Physical Evidence. The Customer Satisfaction Index (CSI) method is used to determine the level of customer satisfaction which refers to service dimensions. The quantitative method is a descriptive approach using questionnaires to collect data. From a total of 180 participants, a sample of 119 people was determined for an error rate of 5%. In this research, a Likert scale of 1-5 was used. Then the data was processed using IBM SPSS statistics with version 29 to test the validity and reliability of the data, and Microsoft Excel to calculate the mean and CSI values. With a CSI value of 94.15%, the level of group guest satisfaction with the team-building facilitator at Core Natives is in the very satisfied category. It was concluded that statement P10 which is an attribute of Physical Evidence (Tangibel) received the highest mean value of 4.7983 with the contents of the facilitator's statement using team building tools that were well maintained

PENDAHULUAN

Perjalanan insentif merupakan salah satu strategi perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada karyawan karena telah bekerja keras untuk memenuhi target perusahaan. Selain penghargaan, perjalanan insentif juga dilakukan untuk meningkatkan motivasi dan hubungan kerja karyawan sehingga terciptanya lingkungan kerja yang baik [1]. Peningkatan lingkungan kerja yang baik tentu dapat membuat produktivitas suatu perusahaan meningkat. Selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [2] yaitu peningkatan lingkungan kerja yang lebih baik memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap tingkat produktivitas kerja.

Dalam perjalanan insentif, *team building* memiliki peran penting untuk mencapai tujuan tersebut. *Team building* adalah intervensi jangka panjang berbasis data di mana seluruh kelompok kerja belajar dengan memeriksa struktur, tujuan, norma, nilai, dan dinamika antarpribadi mereka secara pengalaman untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam kerja tim yang efektif [3]. Sedangkan [4] mendefinisikan *team building* sebagai cara untuk menciptakan sebuah tim yang memiliki solidaritas yang kuat, di mana anggota tim merasa memiliki rasa kepemilikan terhadap tim dan memiliki kepercayaan terhadap nilai-nilai yang ada dalam organisasi. Lebih lanjut Robbin & Judge (2003) mendefinisikan *team building* sebagai interaksi yang tinggi antar anggota tim dalam menumbuhkan kepercayaan atau harapan dan transparansi atau keterbukaan.

Sehingga dapat disimpulkan *team building* adalah sebuah aktivitas dengan interaksi yang intensitasnya tinggi dalam menumbuhkan kepercayaan dan transparansi antar anggota tim sehingga terciptanya tim yang solid dan memiliki solidaritas yang kuat.

Pentingnya memilih aktivitas *team building* yang tepat adalah untuk mencapai tujuan yang diinginkan dikarenakan setiap aktivitas mempunyai fungsi dan tujuan masing-masing [6]. Dalam hal ini, fasilitator akan membantu pelanggan memilih aktivitas yang cocok untuk diadakan di dalam tim. Misalnya aktivitas permainan yang membutuhkan kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan keterikatan antar anggota tim dan memperkuat hubungan kerja. Selain itu, aktivitas yang menantang juga dapat membantu menentukan kekuatan dan kelemahan setiap anggota tim [4].

Keberhasilan dalam penyelenggaraan *team building* bergantung pada fasilitator karena fasilitator bertugas untuk memberikan pelayanan dalam penyelenggaraan *team building*. Ivancevich et al. (2000) mengemukakan pendapat bahwa segala sesuatu yang tidak dapat dilihat oleh mata (*intangible*) yang mengimplikasikan peralatan dan usaha manusia dapat dikatakan sebagai pelayanan. Pelayanan yang dimaksud adalah fasilitator membantu meningkatkan kinerja tim, mengembangkan dan memperkuat hubungan antar anggota tim, demi tercapainya tujuan bersama termasuk menggunakan berbagai peralatan yang dibutuhkan dalam *team building*. Seorang fasilitator harus bisa memandu aktivitas *team building* agar dapat menciptakan pengalaman yang positif dan bermanfaat bagi anggota tim.

Apabila fasilitator bisa memberikan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhan tersebut, perasaan puas akan timbul dari dalam diri pelanggan [8]. Menurut Fatona (2010) loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, yang artinya pelanggan akan senantiasa menggunakan kembali jasa yang telah ditawarkan. Memberikan pelayanan yang terbaik secara tidak langsung akan meningkatkan *brand awareness* sehingga orang tidak ragu lagi dalam menggunakan jasa yang telah ditawarkan. Beberapa keuntungan yang dapat dilakukan dalam meningkatkan *brand awareness* [10] antara lain pelanggan yang memiliki persepsi positif terhadap suatu merek lebih cenderung untuk membeli produk tersebut. Kedua yakni perusahaan dapat menggunakan persepsi positif yang telah dibangun terhadap merek lama untuk mengembangkan produk baru.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berfokus dalam upaya agar bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam berkomunikasi dengan mereka untuk menciptakan kepuasan yang seimbang dengan harapan pelanggan [11]. Sedangkan menurut Sadewa (2018) kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai kemampuan atau derajat keunggulan seluruh elemen produk, jasa, manusia dan proses

untuk memenuhi harapan atau keinginan pelanggan atau mencapai kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah kemampuan atau keunggulan dalam sebuah pelayanan dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan dengan harapan mencapai kepuasan pelanggan.

Teori SERVQUAL (*Service Quality*) adalah model yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan [13]. Model ini dikembangkan oleh tiga ahli, yaitu Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1985. Teori ini didasarkan pada pemahaman bahwa kualitas layanan ditentukan oleh perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan. Pada awalnya, model ini terdiri dari 10 dimensi kualitas pelayanan, kemudian disederhanakan menjadi 5 dimensi utama.

Menurut Parasuraman et al. (1985), ada lima dimensi utama yang digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi kualitas pelayanan:

1. Keandalan (*Reliability*), meliputi konsistensi kerja dan keandalan. Artinya penyedia layanan menawarkan layanan dengan benar pada saat pertama kali. Misalnya penyedia layanan bisa menepati janji, memberikan pelayanan pada waktu tertentu.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yang berarti bahwa penyedia layanan siap memberikan pelayanan.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku karyawan yang bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan memungkinkan memberi kenyamanan kepada pelanggan. Contoh lain jaminan adalah penyedia layanan memberikan rasa aman terhadap pengguna layanan sehingga penyedia layanan dapat dipercaya.
4. Empati (*Empathy*), sebagai usaha untuk mengidentifikasi diri dalam memahami perasaan pelanggan, sehingga apapun yang dilakukan oleh penyedia layanan seolah-olah bertindak demi kepentingan pelanggan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan merasa diacuhkan.
5. Bukti Fisik (*Tangible*), mengenai fasilitas fisik dapat dilihat dengan jelas seperti peralatan yang digunakan dalam *team building*, penampilan penyelenggara *team building*.

Salah satu metode untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini mempertimbangkan tingkat kepentingan dan performa dari sebuah produk atau jasa yang mengacu pada dimensi pelayanan [14].

Core Natives adalah salah satu fasilitator *team building* yang ada di Lombok. Core Native merupakan spesialis dalam mengadakan berbagai *event* khususnya MICE. Berdasarkan data yang diperoleh dari Core Natives dalam kuartal pertama tahun 2024, Core Natives telah menyelenggarakan perjalanan insentif sebanyak empat kali. Lebih tepatnya dua kali dalam bulan Januari, dan satu kali dalam bulan Februari dan Maret. Dengan total 118 peserta di bulan Januari, 38 peserta di bulan Februari, dan 24 di bulan Maret. Sehingga total peserta dalam kuartal pertama adalah 180 orang. Dalam menyelenggarakan perjalanan insentif, Core Natives melakukan observasi terlebih dahulu terkait kebutuhan calon pelanggan. Dari hasil observasi tersebut, Core Natives bisa mempersiapkan segala kebutuhan perjalanan insentif yang dibutuhkan termasuk *team building*.

Berdasarkan hasil pra-observasi, peneliti menemukan bahwa pemilik Core Natives sangat menjunjung tinggi kualitas pelayanan. Namun belum ada penelitian terkait kualitas

pelayanan dan kepuasan pelanggan yang ada di Core Natives. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, Core Natives menggunakan cara yang konvensional dan belum bersifat representatif. Sehingga perlu dilakukan kajian secara ilmiah terkait kepuasan pelanggan terhadap fasilitator *team building*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan “Analisis Tingkat Kepuasan Tamu Grup Terhadap Fasilitator *Team building* di Core Natives” yang mana hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau saran kepada Core Natives. Sehingga bisa memperbaiki dan mengembangkan layanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Sudaryono (2019) menjelaskan pendekatan deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena atau fakta dengan apa adanya, yang artinya peneliti tidak memanipulasi atau memberikan perlakuan khusus kepada objek penelitian.

Peneliti menetapkan peserta yang telah mengikuti aktivitas *team building* yang diselenggarakan oleh Core Natives adalah objek dalam penelitian ini dikarenakan mereka merupakan sasaran yang tepat dalam menganalisis tingkat kepuasan tamu grup terhadap fasilitator *team building* di Core Natives. Dari total peserta yang berjumlah 180 orang dalam kuartal pertama, ditetapkan sampel sebanyak 119 orang untuk tingkat kesalahan 5% berdasarkan tabel dari Isaac dan Michael di bawah.

Tabel 1. Isaac dan Michael

N	S		
	1%	5%	10%
∞	664	349	272
1000000	663	348	271
...	...	...	...
200	154	127	115
190	148	123	112
180	142	119	108
...	...	...	...
35	33	32	31
30	29	28	27
25	24	23	23
20	19	19	19
15	15	14	14

Penggunaan kuesioner dilakukan sebagai metode pengumpulan data. Instrumen atau alat ukur penelitian merupakan hal yang sangat penting dikarenakan digunakan sebagai alat ukur untuk memperoleh informasi kuantitatif yang akurat, oleh sebab itu setiap instrumen yang digunakan oleh peneliti harus memerlukan skala [16]. Penelitian ini menggunakan skala likert karena skala ini digunakan untuk mengukur kepentingan dan persepsi tamu grup terhadap performa fasilitator *team building*, yang kemudian diberi nilai sesuai dengan

pernyataan responden. Menurut Priyono (2008) dalam menggunakan skala likert, masing-masing kategori jawaban memiliki intensitas yang sama tetapi dengan urutan yang jelas. Dalam penelitian ini digunakan skala likert 1-5. Kemudian data diolah menggunakan IBM SPSS statistic dengan versi 29 dalam menguji validitas dan reliabilitas data, dan Microsoft Excel untuk menghitung nilai *mean* dan CSI.

HASIL DAN Uji Validitas

Alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) harus dianggap sah atau valid, yang artinya alat tersebut diperbolehkan dalam mengukur apa yang semestinya diukur [16]. Dalam menguji validitas suatu item, penting untuk membandingkan tiap skor dengan skor total yang mewakili setiap subitem. Jika koefisien korelasi memenuhi nilai *r* tabel yang ditentukan, item tersebut dapat dianggap valid.

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Validitas Kepentingan dengan SPSS 29

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
P01	0.811	0.235	Valid
P02	0.728	0.235	Valid
P03	0.811	0.235	Valid
P04	0.788	0.235	Valid
P05	0.765	0.235	Valid
P06	0.784	0.235	Valid
P07	0.752	0.235	Valid
P08	0.825	0.235	Valid
P09	0.830	0.235	Valid
P10	0.767	0.235	Valid

Tabel 3. Rekapitulasi Uji Validitas Performa dengan SPSS 29

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
P01	0.608	0.235	Valid
P02	0.741	0.235	Valid
P03	0.701	0.235	Valid
P04	0.716	0.235	Valid
P05	0.646	0.235	Valid
P06	0.665	0.235	Valid
P07	0.735	0.235	Valid
P08	0.743	0.235	Valid
P09	0.619	0.235	Valid
P10	0.675	0.235	Valid

Dari kedua tabel di atas semua butir pertanyaan dianggap valid karena $r \text{ hitung} > r$

tabel.

Uji Reliabilitas

Menurut [16] instrumen yang valid pastinya reliabel, reliabilitas instrumen adalah sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya. Diperlukan teknik Cronbach's Alpha dalam menentukan reliabilitas. Instrumen dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih tinggi dari 0.6 [18].

Tabel 4. Nilai Cronbach's Alpha Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	10

Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha Performa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.929	10

Dari kedua tabel di atas, instrumen dianggap reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0.6

Penghitungan CSI

Langkah awal dalam menghitung nilai CSI adalah menentukan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan menggunakan Microsoft Excel. Nilai *mean* pada MIS dan MSS disajikan pada gambar 1 dan 2.

Tabel 6. Nilai Mean Importance Score (MIS)

Item	Mean	Std. Deviation	N
P01	3.6975	1.05409	119
P02	4.0252	1.03713	119
P03	4	0.93881	119
P04	3.7647	1.00596	119
P05	4.1008	0.9863	119
P06	3.6891	1.03127	119
P07	4.2017	0.9259	119
P08	3.7143	1.08255	119
P09	3.437	0.90796	119
P10	3.5294	1.01534	119
MIS_Total	38.1597	6.84202	119

Tabel 7. Nilai Mean Satisfaction Score (MSS)

Item	Mean	Std. Deviation	N
P01	4.6639	0.55658	119
P02	4.6807	0.59564	119
P03	4.7395	0.52822	119
P04	4.7395	0.54403	119
P05	4.6471	0.59072	119
P06	4.7563	0.62391	119
P07	4.5546	0.67268	119
P08	4.7731	0.54364	119
P09	4.7563	0.52021	119
P10	4.7983	0.47976	119
MSS_Total	47.1092	4.43749	119

Selanjutnya menghitung *Weight Factor* (WF) pada tiap item dengan rumus $WF = \text{MIS}_i / \sum \text{MIS}$. Nilai WF disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 8. Nilai WF Item

Item	WF
P01	0.10
P02	0.11
P03	0.10
P04	0.10
P05	0.11
P06	0.10
P07	0.11
P08	0.10
P09	0.09
P10	0.09

Kemudian menentukan weight score (WS) dengan rumus $(WS) = WF_i * MSS_i$. Nilai WS disajikan pada tabel dibawah.

Tabel 7. Nilai WS Item

Item	WS
P01	0.45
P02	0.49
P03	0.50
P04	0.47
P05	0.50

P06	0.46
P07	0.50
P08	0.46
P09	0.43
P10	0.44

Selanjutnya menentukan weight total dengan rumus $WT = \sum WS$. Sehingga didapatkan nilai $WT = 4.71$. Langkah selanjutnya adalah menentukan nilai CSI dengan rumus $CSI = WT/H \times 100\%$. H adalah nilai maksimal pada skala likert yaitu 5. Sehingga didapatkan nilai CSI sebesar 94.15%. Langkah terakhir adalah menentukan nilai kriteria tingkat kepuasan berdasarkan pada tabel dibawah.

Tabel 9. Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80.99%	Puas
3	51% - 65.99%	Cukup Puas
4	35% - 50.99%	Kurang Puas
5	0% - 34.99%	Tidak Puas

Dengan nilai CSI sebesar 94.15% maka tingkat kepuasan tamu grup terhadap fasilitator *team building* di Core Natives berada pada kategori sangat puas.

CONCLUSION

Dalam perhitungan kepuasan tamu grup melalui kuesioner sebanyak 119 responden, didapatkan hasil bahwa tingkat kepuasan tamu grup terhadap fasilitator *team building* di Core Natives dengan tingkat kepuasan 94.15% yang berarti sangat puas dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan kuesioner yang telah disebar disimpulkan bahwa pernyataan P10 yang merupakan atribut dari Bukti Fisik (*Tangibel*) mendapatkan nilai *mean* paling tinggi sebesar 4.7983 dengan isi pernyataan fasilitator menggunakan alat-alat *team building* yang terawat dengan baik.

REFERENCES

- [1] G. R. Grahayudha, M. Al Musadieg, and M. D. Mukzam, "PENGARUH INSENTIF TERHADAP MOTIVASI KERJA (Studi pada Karyawan PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) |*, vol. 8, no. 1, Feb. 2014.
- [2] S. Wahyuningsih, "Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja," *Warta*, vol. 57, no. 2018, pp. 1–10, 2018.
- [3] S. J. Liebowitz and K. P. de Meuse, "The Application of Team Building," *Human Relations*, vol. 35, no. 1, pp. 1–18, 1982, doi: 10.1177/001872678203500102.
- [4] S. Mahardika, W. Urbani, F. Islamy, and T. Puspa, "PELAKSANAAN TEAM BUILDING TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI INDUSTRI PERBANKAN," *Jurnal Ekonomi Trisakti*, vol. 3, no. 1, pp. 1091–1100, Feb. 2023, doi: 10.25105/jet.v3i1.15350.
- [5] S. P. Robbin and T. A. Judge, "Essentials of Organization Behavior," in *Pearson Education*, 7th ed., S. Wall, Ed., Upper Saddle River: Prentice Hall, 2003.

- [6] T. M. Fapohunda, "Towards Effective Team Building in the Workplace," *International Journal of Education and Research*, vol. 1, no. 4, Apr. 2013, [Online]. Available: www.ijern.com
- [7] Ivancevich, Lorenzi, Skinner, and Crosby, *Manajemen Kualitas dan Kompetitif Terjemahan Mohammad Musa*. Jakarta: Fajar Agung, 2000.
- [8] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12., vol. 1. Jakarta: Erlangga, 2008.
- [9] S. Fatona, "KUALITAS JASA YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS DAN RELEVANSINYA TERHADAP KEPUASAN," *JDM*, vol. 1, no. 1, pp. 41–46, 2010, [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>
- [10] A. Wardhana, Syahputra, I. Hasbi, and K. Sisilia, *Riset Pemasaran*, vol. 1. CV. Anugrah Adi Cipta, 2019.
- [11] W. Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*, Cetakan Pertama., vol. 1. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018.
- [12] H. Sadewa, "Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang," *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2018. Accessed: Mar. 13, 2024. [Online]. Available: http://eprints.undip.ac.id/61803/2/BAB_I.pdf
- [13] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *J Mark*, vol. 49, no. 4, p. 41, Jan. 1985, doi: 10.2307/1251430.
- [14] K. R. Bhote, "Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Greater Profitability," 1996. [Online]. Available: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:166697808>
- [15] Sudaryono, *METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*, Edisi Kedua., vol. 3. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- [16] Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*, Edisi 19. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [17] Priyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*, Edisi Revisi., vol. 1. Surabaya: Zifatama Publishing, 2008.
- [18] N. K. Malhotra, *Marketing Research, An Applied Orientation*, 4th ed. Upper Saddle River, New Jersey.: Pearson Education, Inc., 2004.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN