



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN INTERNAL  
TERHADAP KEPUASAN KARYAWAN PADA  
PERUM PERUMNAS REGIONAL I MEDAN**


Oleh:

**DIANA NOVRITA**  
**05 952 037**

**Mahasiswa Program S-1 Jurusan Manajemen**

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guru Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG  
2010**

|   |  |                      |                     |
|---|--|----------------------|---------------------|
|  | No. Alumni Universitas   | <b>DIANA NOVRITA</b> | No. Alumni Fakultas |
|   | a) Tempat / Tanggal Lahir: Bukittinggi/ 05 November 1986; b) Nama Orang Tua: Drs. Agusman dan Zarniati; c) Fakultas: Ekonomi; d) Jurusan: Manajemen; e) No.Bp: 05952037; f) Tanggal Lulus: 03 Juni 2010; g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan; h) IPK: 3,35; i) Lama Studi: 4 Tahun 10 Bulan; j) Alamat Orang Tua: Jln. Kampung Tengah No.3 Kec. Kamang Magek Kab. Agam |                      |                     |

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN INTERNAL  
TERHADAP KEPUASAN KARYAWAN  
PADA PERUM PERUMNAS REGIONAL I MEDAN**

*Skripsi SI oleh: Diana Novrita, Pembimbing: Dr. Vera Pujani, SE, MM.tech*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran internal terhadap kepuasan karyawan pada Perum Perumnas Regional I Medan. Strategi pemasaran internal yang meliputi pelatihan, motivasi dan komunikasi interaktif internal, operasional manajemen sumber daya manusia, serta budaya jasa. Strategi pemasaran internal merupakan hubungan timbal balik antara perusahaan dan karyawannya, dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, Kotler (2000). Populasi penelitian adalah seluruh karyawan Perum Perumnas Regional I Medan dan sampel diambil dengan menggunakan Sugiyono tabel sebanyak 90 orang sampel, Sugiyono (2006). Metode riset untuk pengujian hipotesis menggunakan pola hubungan pengaruh, mengoperasionalkan variabel dengan instrumen koesioner sebanyak 90 responden. Setelah data terkumpul, kemudian diolah dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa strategi pemasaran internal secara *simultan* memiliki pengaruh yang *signifikan* terhadap kepuasan karyawan di Perum Perumnas Regional I Medan. Secara *parsial*, hanya variabel operasional manajemen sumber daya manusia yang memiliki pengaruh yang *tidak signifikan* terhadap kepuasan karyawan.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 03 Juni 2010.

Abstrak telah disetujui oleh:

| Penguji:     |  | Pembimbing:   |  |
|--------------|--|---|--|
| Tanda Tangan | 1.  | 2.  | 3.  |
| Nama Terang  | <b>Dra. Yanti, MM.</b>   | <b>Dra. Meilmi Malik, MM.</b>   | <b>Dr. Vera Pujani, SE, MM.tech.</b>   |

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen:

**Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**  
NIP. 197110221997011001

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas / universitas dan mendapat nomor alumnus:

|                        |  | Petugas Fakultas / Universitas |              |
|------------------------|--|--------------------------------|--------------|
| No. Alumni Fakultas    |  | Nama                           | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas |  | Nama                           | Tanda Tangan |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peran sektor perumahan makin penting dalam perekonomian Indonesia seiring dengan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat pula. Berbagai kebutuhan perumahan dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan kemampuan atau penadapatan mereka mulai dari kebutuhan perumahan yang sangat sederhana hingga rumah mewah. Preferensi masyarakat dalam memilih perumahan yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka dipengaruhi oleh bagaimana pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Pemasaran ini dikenal dengan pemasaran eksternal (*eksternal marketing*); pemasaran yang diarahkan ke orang-orang di luar perusahaan (Prabowo, 2007). Sedangkan di sisi lain, Kotler (2000) menyatakan bahwa pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal (*internal marketing*). Pemasaran internal harus mendahului pemasaran eksternal (Prabowo, 2007). Jadi pemasaran internal adalah pemasaran yang diperuntukkan bagi kepuasan karyawan pada perusahaan.

Banyak pelaku bisnis pada masa lalu hingga masa sekarang berpandangan bahwa suksesnya sebuah organisasi bisnis atau perusahaan dan industri, tergantung pada investasi dan aset yang dimilikinya. Para pelaku bisnis tersebut berpendapat bahwa investasi (modal) merupakan faktor penentu, karena dapat digunakan untuk mengadakan sarana dan prasarana serta teknologi yang relevan dalam

menjalankan bisnis yang menjadi pilihannya. Di samping itu dapat juga digunakan untuk mengupah tenaga kerja yang lebih potensial untuk membantunya. Pendapat itu dapat juga dibenarkan meskipun menimbulkan masalah tentang bagaimana mendapatkan tenaga kerja sebagai sumber daya manusia yang memiliki kemampuan prima dan relevan dengan bisnis yang dilakukan. Masalah mengenai bagaimana mempertahankan tenaga kerja sebagai sumber daya manusia yang terbaik dan mampu bekerja secara efektif dan efisien yang telah dimiliki sebelumnya, agar tetap bersedia bekerja tanpa menginginkan dan berusaha untuk pindah ke perusahaan lain (Yuri, 2007).

Kondisi seperti yang diurai di atas menunjukkan bahwa sebuah perusahaan sangat dipengaruhi dan tergantung pada kualitas dan kemampuan SDM yang kompetitif, hal ini dapat lebih dirasakan pada perusahaan yang menawarkan jasa seperti jasa perumahan.

Perum Perumnas merupakan sebuah perusahaan BUMN yang ada di setiap wilayah masing-masing provinsi atau kota di seluruh Indonesia. Sebagaimana perusahaan BUMN lainnya, Perum Perumnas memiliki tujuan untuk kesejahteraan masyarakat, selain itu sebagai BUMN Perum perumnas juga harus mengutamakan kesejahteraan karyawannya sendiri dengan memberikan berbagai tunjangan bagi karyawan, sehingga hal ini menjadi salah satu alasan yang menjadikan karyawan Perum Perumnas Regional I Medan memiliki kecenderungan yang rendah untuk pindah ke perusahaan lain, tetapi dalam kenyataan yang terlihat banyak juga karyawan yang tidak memenuhi tanggung jawab



## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Simpulan

Berdasarkan analisis pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Strategi pemasaran internal dan kepuasan karyawan di Perum Perumnas Regional I Medan sudah baik.
2. Strategi pemasaran internal yang terdiri dari variabel pelatihan, motivasi dan komunikasi interaktif internal, operasional M.SDM, dan budaya jasa secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan karyawan (pengaruh secara simultan)
3. Pelatihan, motivasi dan komunikasi interaktif internal, dan budaya jasa memiliki pengaruh yang *signifikan* terhadap kepuasan karyawan (pengaruh secara parsial)
4. Operasional M.SDM memiliki pengaruh yang *tidak signifikan* terhadap kepuasan karyawan, sehingga dapat diartikan bahwa apapun yang terjadi dalam operasional M.SDM perusahaan tidak akan mempengaruhi kepuasan karyawan. .
5. Operasional M.SDM yang tidak signifikan terhadap kepuasan karyawan dapat disebabkan karena manajemen belum maksimal mengintegrasikan dan mengkoordinasikan program-program yang dilaksanakan dengan bawahan dan dapat dianalisis dari karakteristik responden berdasarkan umur, yaitu lebih banyak yang berusia 20-30 tahun pada usia yang lebih produktif untuk terlibat dalam kontrol, komunikasi, dan koordinasi terhadap manajemen perusahaan.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agung, I Gusti Ngurah. 2008. *Manajemen Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Penerbit: PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Asih, Daru. 2005. "Mencapai Keunggulan Kompetitif Melalui Internal Marketing." *Journal of Marketing Services*.
- Cahyani, Ati. 2005. *Strategi dan Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit: PT. Indeks, Jakarta.
- Dessler, Gary. 1984. *Manajemen Personalia*. Edisi ke-3. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jilid 1, Edisi ke-9. Penerbit: PT. Indeks, Jakarta.
- Diya, Taufik. 2008. *Pengaruh Implementasi Pemasaran Internal Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Kasus: Rocky Plaza Hotel)*. Universitas Andalas, Padang.
- Edratna. 2007. *Apa yang Perlu diperhatikan dari Pemasaran Produk/Jasa Perbankan?* Melalui <http://edratna.wordpress.com>, 04/11/2007 – 23:01:11 GMT
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit: Alfabeta, Bandung