

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM DAN IDENTITAS RESPONDEN**

#### **GOLDEN TULIP JINENG RESORT BALI**

##### **2.1 Gambaran Umum**

###### **2.1.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Golden Tulip Jineng Resort Bali**

###### **a. Sejarah Golden Tulip Jineng Resort**

Pada tahun 1976 oleh keluarga Taittinger didirikan Louvre Hotel Group, yang telah mengalami pertumbuhan yang berkesinambungan. Dimulai sebagai bisnis yang berasal dari negara Prancis, perusahaan tersebut secara bertahap berkembang melampaui batas negara, seperti pada tahun 2009 setelah melakukan *merger* dengan Golden Tulip *Hospitality* dan portfolio hotel yang substansial di seluruh dunia. Pada bulan Februari 2015, Grup China Jin Jiang International membeli Louvre Hotel Group. Berkat komplementaritas baru antara Asia dan Eropa, entitas ini sekarang memiliki jaringan yang saat ini mengoperasikan sekitar 3.000 hotel di seluruh dunia.

The Louvre Group ini juga merupakan pemilik 6 merek hotel utama yang dimulai dari bintang 1 sampai 5 : *Premiere Classe*, *Campanile*, *Kyriad*, *Tulip Inn*, *Golden Tulip*, *Royal Tulip*. Dengan kekuatan posisi merek Louvre Group yang terdiferensiasi, maka mereka mampu bersaing dipasar untuk melayani setiap konsumen yang berasal dari berbagai golongan. Setiap merek dari Louvre memiliki standar dalam kategori mereka yang tidak seperti biasanya. Dalam hal kesamaan mereka memiliki tekad untuk berinovasi dan keadaan pikiran penantang.

Di industri hotel Eropa sendiri Louvre Group memperingkatinya nomor 2 Eropa dengan jaringan membuat lebih dari 1.100 hotel di 51 negara. Yang menjadikan Louvre Group dalam 5 besar dunia. Menanjak ke ranah internasional yang diperluas sejak dibeli oleh Jin Jiang International.

**Tabel 2. 1**

**Wilayah Cabang *The Louvre Group* di Indonesia**

No.	Wilayah Cabang <i>The Louvre Group</i>
1.	Golden Tulip Essential Pekanbaru
2.	Golden Tulip Essential Belitung
3.	Golden Tulip Springhill Lampung
4.	Golden Tulip Essential Tangerang
5.	Golden Tulip Passer Baroe Jakarta
6.	Royal Tulip Golf Resort Gunung Geulis
7	Royal Tulip Bandung
7.	Golden Tulip Holland Resort, Malang
8.	Golden Tulip Mataram, Lombok
9.	Royal Tulip Visesa, Ubud, Bali
10.	Golden Tulip Bay View Hotel & Convention, Bali
11.	Royal Tuli Springhill Resort Jimbaran, Bali
12.	Golden Tulip Essential Denpasar, Bali
13.	Golden Tulip Jineng Resort Kuta, Bali
14.	Kyriad Royal Seminyak, Bali
15.	Golden Tulip Essential Makassar
16.	Golden Tulip Galaxy Banjarmasin
17.	Golden Tulip Pontianak

Sumber: <https://www.goldentulip.com/en-us/golden-tulip-all-our-hotels> , 2019

Golden Tulip Jineng Resort Kuta Bali resmi didirikan pada tanggal 01 Oktober 2016 dengan membawa perpaduan warisan budaya Bali dan filsafat Timur dalam desain resornya. Lokasi resor yang terletak di jalan Sunset Road ini pun terbilang sangat strategis karena dekat dengan pusat perbelanjaan, pantai dan juga bandara Ngurah Rai. Hingga saat ini jumlah karyawan yang dimiliki kurang lebih adalah 100 orang.

## 2.2 Logo Perusahaan

**Gambar 2.1**  
**Logo Perusahaan**



Sumber: <https://www.goldentulip.com/en-us/our-brands> , 2019

### 2.2.1 Makna Logo Golden Tulip

Nama Golden Tulip diambil dari nama bunga khas Belanda. Adapun negara Belanda adalah negara dimana Golden Tulip berasal. Logo berbentuk bunga yang digunakan juga melambangkan bunga Tulip sekaligus mengindikasikan inisial dari Golden Tulip yang tersembunyi didalamnya. Penggunaan penulisan nama perusahaan beserta gambar bunga yang berwarna putih menunjukkan penghormatan kepada para tamu yang akan menginap dengan kerendahan hati. Perubahan *font* tulisan yang modern menggunakan *premium typography* juga

menunjukkan bahwa Golden Tulip akan selalu berusaha mengikuti perkembangan zaman.

### **2.2.2 Lokasi Perusahaan**

Golden Tulip Jineng *Resort* Bali didirikan secara strategis yaitu berada di pusat kota dan di tepi jalan besar sehingga memudahkan pengunjung untuk menemukan hotel ini.

Adapun alamat lengkap Golden Tulip Jineng Resort Bali terletak pada Sunset Road no.98, Kuta, Badung Regency 80361.

## **2.3 Visi dan Misi Perusahaan**

### **A. Visi Perusahaan**

Menurut Wibisono (2006, p. 43), visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dapat dikatakan bahwa dx merupakan pernyataan want to be dari organisasi atau perusahaan.

Visi dari Golden Tulip Jineng adalah sebagai berikut:

#### **1. Do**

Bertindak secara cepat dan efektif dalam memberikan pelayanan tingkat atas.

#### **2. Dare**

Terus berani, menemukan hal-hal baru, tetap gesit dan menjunjung tinggi semangat penantang dalam persaingan.

#### **3. Dream**

Berpikir panjang ke depan dengan bermimpi secara realistis.

## B. Misi Perusahaan

Menurut Wibisono (2006: 46-47), menyatakan misi adalah untaian kalimat yang berisi tujuan dan alasan keberadaan suatu organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan/ organisasi kepada masyarakat, berupa produk dan jasa. Misi dapat digunakan sebagai petunjuk arah dalam dunia bisnis sekarang. Adapun tujuan dari pengikraran misi adalah menyampaikan kepada stakeholder, dalam organisasi maupun luar, berisi tentang latar belakang berdirinya perusahaan, arah dan tujuan perusahaan. Penggunaan satu bahasa dan komitmen yang mudah dipahami dan dirasakan kegunaannya oleh semua pihak yang terkait seharusnya merupakan pernyataan misi yang bagus dan efektif.

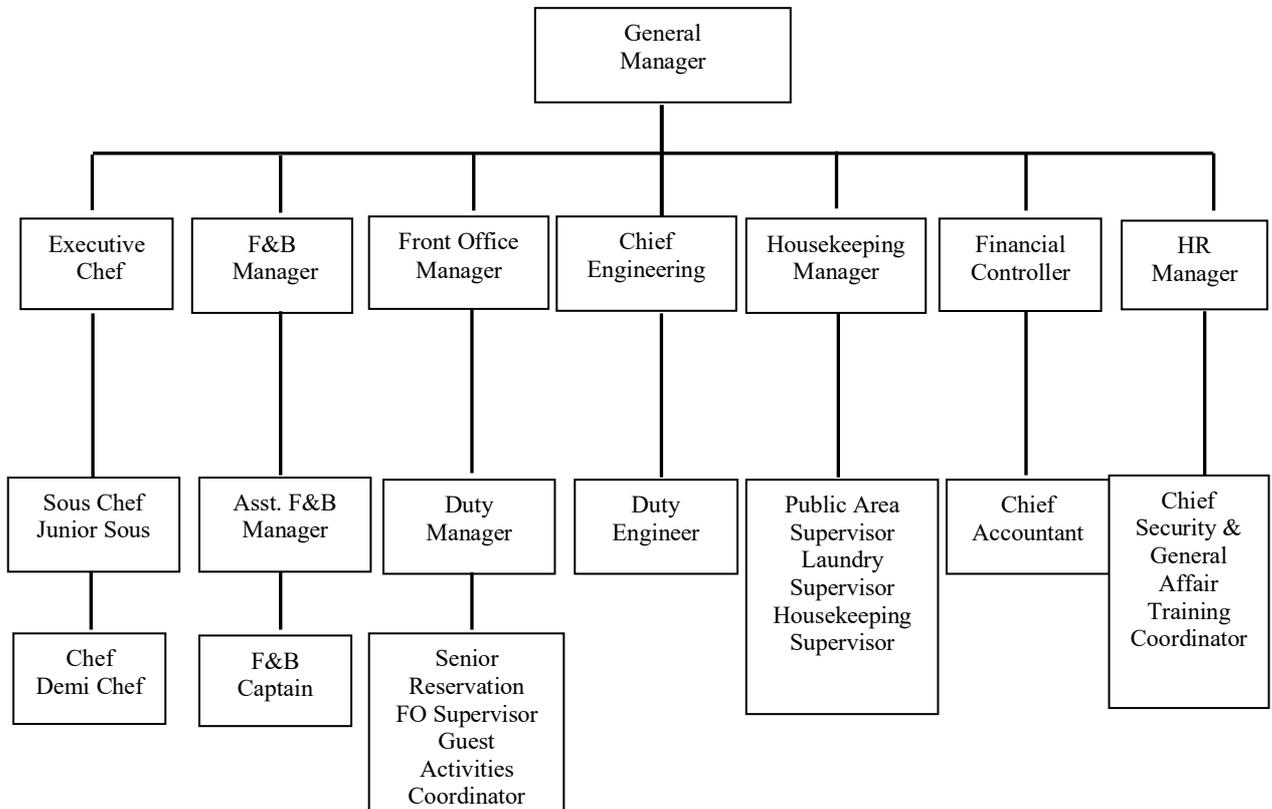
Misi dari Golden Tulip Jineng *Resort* Bali adalah *to be a leading multi-branded hotel chain, with an excellent care for customers and staff, in those markets where we choose to operate* ; yaitu untuk menjadi jaringan hotel multi-merek terkemuka, dengan perawatan yang sangat baik bagi pelanggan dan staf, di pasar-pasar tempat kami memilih untuk beroperasi.

### 2.4 Struktur Organisasi Golden Tulip Jineng *Resort* Bali

Struktur organisasi merupakan penggambaran secara grafik yang menggambarkan struktur kerja dari suatu struktur organisasi. Untuk lebih jelasnya berikut adalah gambaran dari struktur organisasi Golden Tulip Jineng *Resort* Bali :

**Gambar 2. 2**  
**Struktur Organisasi Golden Tulip Jineng Resort Bali**

Sumber : Golden Tulip Jineng Resort Bali (2019)



## 2.5 Identitas Responden

Identifikasi responden merupakan penjelasan secara kualitatif tentang responden. Responden dari penelitian ini adalah karyawan generasi *millennial* Golden Tulip Jineng Resort Bali bagian *Food and Beverage* dan *Front Office* yang berjumlah 40 orang. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, status perkawinan, masa kerja dan pengeluaran perbulan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran

responden sebagai objek penelitian. Untuk mendapatkan gambaran secara lebih jelasnya data tersebut dapat dilihat dalam penjelasan di bawah ini.

### 2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi profil responden menurut usia bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau umur responden yang dijadikan sampel penelitian. Usia mencerminkan masa produktif responden dalam bekerja. Usia juga mempengaruhi *work value* yang dianut oleh seorang karyawan serta keterikatan mereka terhadap pekerjaan, rekan serta lingkungan kerja. Oleh karena itulah akan disajikan pada tabel pengelompokan usia yang berpedoman kepada pengelompokan usia angkatan kerja generasi *millennial* yang diambil dari teori Campione, 2014; Cheeseman & Downey, 2012; Johnson & Lopes, 2008 yaitu berada pada tahun kelahiran 1981-2000. Data mengenai usia responden disajikan pada tabel 2.2 sebagai berikut :

**Tabel 2. 2**  
**Kelompok Usia Responden**

No	Kelompok Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	15 – 20 tahun	3	7,5%
2.	21 – 25 tahun	20	50%
3.	26 – 30 tahun	15	37,5%
4.	31 – 35 tahun	2	5%
	<b>Total</b>	40	100%

Berdasarkan tabel 2.2 di atas, diketahui profil responden ditinjau dari usianya tergolong dalam generasi *millennial* yang disebutkan oleh Campione, 2014;

Cheeseman & Downey, 2012; Johnson & Lopes, 2008 yakni berada pada rentang tahun kelahiran 1989 - 2000.

### 2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu : laki-laki dan perempuan. Perbedaan jenis kelamin sendiri juga mempengaruhi *work value* dari masing-masing jenis kelamin dimana masing-masing memiliki pemikiran dan pandangan tersendiri tentang apa yang menurut mereka lebih penting dan mempunyai prioritas yang lebih tinggi. Adapun deskripsi profil responden menurut jenis kelamin dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut:

**Tabel 2.3**

#### **Jenis Kelamin Responden**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
1.	Laki-laki	17	42,5%
2.	Perempuan	23	57,5%
	Total	40	100%

Melalui tinjauan tabel 2.3 di atas diketahui bahwa pada divisi *food&beverage* dan *front office* Golden Tulip Jineng Resort Bali terdapat lebih banyak karyawan wanita dibandingkan dengan karyawan pria.

### 2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital adalah salah satu dari beberapa pilihan yang menggambarkan hubungan seseorang dengan lainnya yang signifikan, seperti menikah dan belum menikah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui gambaran umum responden yang ditampilkan pada tabel 2.4 berikut ini :

**Tabel 2. 4**  
**Status Marital Responden**

No.	Status	Jumlah	Presentase
1.	Belum Menikah	26	65%
2.	Sudah Menikah	14	35%
	<b>Total</b>	40	100%

Berdasarkan tabel 2.4 di atas, terdapat informasi bahwa 65% responden berstatus belum menikah dan 35% berstatus sudah menikah. Berdasarkan tinjauan status marital, diketahui bahwa lebih dari setengah karyawan generasi *millennial* bagian *food & beverage* dan *front office* belum menikah, hal ini juga dapat berkaitan dengan rentang umur mereka yang masih tergolong cukup muda.

### 2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karyawan Golden Tulip Jineng *Resort* Bali berasal dari tingkat pendidikan terakhir yang berbeda-beda. Hal ini dapat berpengaruh pada kapasitas pekerjaan yang diberikan perusahaan, yang juga akan berpengaruh pada tingkat pendapatan nantinya. Adapun tingkat pendidikan terakhir karyawan Golden Tulip Jineng *Resort* Bali adalah :

**Tabel 2. 5**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1.	Tamat SMA	6	15%
2.	Diploma	23	57,5%
3.	Sarjana	9	22,5%
4.	Pascasarjana	2	5%
<b>Total</b>		40	100%

Berdasarkan tabel 2.5 dapat disimpulkan bahwa karyawan Golden Tulip Jineng *Resort* Bali didominasi oleh karyawan yang pendidikan terakhirnya diploma. Adapun pendidikan terakhir yang ditempuh responden tentu dapat mempengaruhi *output* dan kinerja karyawan tetapi juga merefleksikan bagaimana cara pikir dan bahkan perilaku seseorang.

### 2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja

Lamanya karyawan bekerja di Golden Tulip Jineng *Resort* Bali dapat mengindikasikan tentang bagaimana keterikatan mereka terhadap pekerjaan, rekan serta lingkungan kerja mereka. Dengan bervariasinya rentang usia karyawan, maka masa kerja karyawan juga bervariasi. Berikut merupakan tabel 2.6 berisi identitas responden berdasarkan masa kerjanya:

**Tabel 2. 6**  
**Masa Kerja Responden**

No.	Masa Kerja	Jumlah	Presentase
1.	0 s/d 6 bulan	7	17,5%
2.	> 6 s/d 12 bulan	9	22,5%
3.	> 1 s/d 2 tahun	11	27,5%
4.	>2 s/d 3 tahun	9	22,5 %
5.	> 3 tahun	4	10%
<b>Total</b>		40 orang	100%

Berdasarkan tabel 2.6 terdapat informasi bahwa karyawan yang baru akan mencapai atau telah mencapai 1 tahun sebanyak 16 orang, yaitu 40%. Hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan yang ada di divisi *food&beverage* dan *front office* masih tergolong dalam karyawan baru. Masa jabatan yang telah juga dapat merefleksikan seberapa banyak karyawan mengenal perusahaan tempat bekerjanya, rasa betah atau keinginan para karyawan untuk tetap bekerja para perusahaan tempatnya bekerja.

#### **2.5.6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran**

Pengeluaran para karyawan setiap bulannya tentunya dapat memengaruhi seorang karyawan untuk menetap atau meninggalkan pekerjaan yang dimilikinya sekarang. Jika seseorang menganggap pengeluaran yang harus dikeluarkannya tidak dapat ditutup oleh penghasilan yang diraih maka orang akan cenderung memilih untuk berpindah pekerjaan. Berikut ini merupakan pengelompokan responden berdasarkan besaran pengeluaran yang dikeluarkan :

**Tabel 2. 7**  
**Pengeluaran Responden**

No.	Tingkat Pengeluaran	Jumlah	Presentase
1.	< Rp 2.500.000	10	25%
2.	Rp 2.500.000 – < Rp 5.000.000	19	47,5%
3.	Rp 5.000.000 – < Rp 7.500.000	5	12,5%
4.	Rp 7.500.000 – < Rp 10.000.000	3	7,5 %
5.	≥ Rp 10.000.000	3	7,5%
<b>Total</b>		40 orang	100%

Berdasarkan tabel 2.7 menyatakan bahwa lebih dari 50% karyawan Golden Tulip Jineng *Resort* Bali memiliki pengeluaran kurang dari atau sama dengan Rp 5.000.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengeluaran mereka masih cenderung berada pada batas wajar karena kebanyakan dari mereka juga belum menikah sehingga pengeluarannya belum terlalu banyak. Pengeluaran yang dikeluarkan perbulannya juga dapat merefleksikan pola dan gaya hidup karyawan Golden Tulip Jineng *Resort* Bali divisi *food&beverage* dan *front office* yang tentunya berpengaruh pada *work value* yang dianut serta keinginan untuk berpindah pekerjaan.

### 2.3.7 Identitas Berdasarkan Frekuensi Berpindah Pekerjaan

Frekuensi berpindah pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan tentunya juga dapat berhubungan dengan keterikatan mereka terhadap pekerjaan, rekan serta lingkungan kerja. Selain itu, realisasi *work value* yang tidak tercapai juga dapat meningkatkan terjadinya *job hopping*. Berikut adalah pengelompokan

karyawan berdasarkan frekuensi berpindah pekerjaan dalam waktu kurang dari 2 tahun :

**Tabel 2.8**  
**Frekuensi Berpindah Pekerjaan**

No	Frekuensi Berpindah Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	2 kali	12	30%
2.	3 kali	15	37,5%
3	4 kali	13	32,5%
	Total	40 orang	100%

Berdasarkan tabel yang tertera diatas menyatakan bahwa karyawan Golden Tulip Jineng *Resort* Bali divisi *Food & Beverage* dan *Front Office* benar tergolong dalam karyawan *job hopper*. Dimana hal tersebut sesuai dengan rentang umur yang sudah terpenuhi dan tingkat job hopping yang dilakukan. Dari hal tersebut, dapat diketahui juga bahwa responden pasti memiliki beberapa karakteristik generasi *millennial* yakni selalu ingin belajar hal baru, tidak mudah puas dan senang berpindah-pindah.