
IDENTIFIKASI ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA PARIWISATA SUBSEKTOR PERHOTELAN DI TANGERANG BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN GENERASI MILENIAL

Yohana Cahya Palupi Meilani

Pelita Harapan University, Banten, Indonesia, yohana, meilani@uph.edu

ABSTRAK:

Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi faktor sumber daya manusia (SDM) sektor pariwisata Tangerang berdasarkan persepsi wisatawan generasi milenial. Penelitian ini perlu dilakukan sebab penelitian tentang SDM sektor pariwisata di Tangerang masih terbilang jarang, sehingga perlu dieksplorasi lebih dalam. Dengan pemikiran bahwa perkembangan wisatawan muda di Indonesia, khususnya mahasiswa dan profesional muda sebagai generasi milenial merupakan pasar potensial bagi pemasar sektor pariwisata di Tangerang. Maka diperlukan pengelolaan dan perlakuan pelaku usaha sektor wisata khususnya aspek SDM sebagai bisnis pelayanan harus mempunyai kompetensi teknis dan kompetensi perilaku secara utuh. Penelitian dilakukan secara kualitatif, menggunakan studi kasus. Objek penelitian Novotel Hotel sebagai salah satu hotel pilihan akomodasi di Tangerang berdasarkan studi eksplorasi terhadap 100 wisatawan golongan usia generasi milenial. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap empat narasumber yang terdiri dari: dua orang mahasiswa, dua orang karyawan generasi milenial sebagai wisatawan muda yang pernah melakukan transaksi dan menikmati layanan oleh SDM sektor pariwisata perhotelan di Novotel Hotel Tangerang lebih dari dua kali dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Berdasarkan wawancara diperoleh hasil bahwa aspek SDM hotel bahwa melalui pelatihan diperoleh kompetensi teknis, kompetensi perilaku. Selanjutnya kompetensi SDM hotel dapat menghasilkan layanan jasa berkualitas dan berujung pada kepuasan wisatawan generasi milenial. Kontribusi penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola sektor pariwisata perhotelan di Tangerang agar dapat mengidentifikasi dan mengelola sesuai kebutuhan wisatawan generasi milenial.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia, Pariwisata, Perhotelan, Generasi Milenial

ABSTRACT:

The aim of research is to identify the human resources (HR) aspect of the tourism sector in Tangerang based on perception of Millennial generation travelers. The importance of this research because research on the human resources aspect in the tourism sector in Tangerang is relatively rare, so it needs to be explored more deeply. Based on thinking that young travelers in Indonesia, especially college students as millennial generation still is a potential market for marketers of the tourism sector in Tangerang. So, management and treatment of tourism businesses sector especially human resources aspect as service should have technical competence and soft competency as HR intact. The study was conducted qualitatively, using case study. Research object is Novotel Hotel, Tangerang as one of accommodation choice based on exploration study to 100 millennial travelers. Data was collected by interviewing four informants consisting of two college students, two employees that categorized as millennial generation young travelers who've transactions and enjoy the service by HR tourism sector in Novotel Hotel Tangerang more than two times in period the period two year last. Based on interview there are result that HR Hotel aspects can achieve through Training as Technical Competency, Behavior Competency. Then competencies of HR hotel can give impact for service quality aspect and the ending is satisfaction of young millennial generation. Contributions of this research are expected to provide inputs for the tourism sector especially managers of hospitality sector in Tangerang to identified and manage millennial generation travelers as needed.

Keywords: Human Resource, Tourism, Hotel, Millennial Generation

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu pendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif mempromosikan ‘wonderful Indonesia’ sebagai destinasi wisatawan lokal maupun mancanegara. Pada tahun 2015 menurut *Travel and Tourism Competitiveness Report* dari *World Economic Forum* bahwa Indonesia telah meraih posisi ke 50 dari sektor pariwisata. Tahun 2015 sektor pariwisata Indonesia berkontribusi 4% dari total perekonomian dan pemerintah ingin meningkatkan jadi 8% pada tahun 2019. Sayangnya masih banyak destinasi wisata Indonesia belum dikelola, dikenal baik oleh wisatawan domestic atau mancanegara. Hal ini dikarenakan infrastruktur dan fasilitas penunjang wisata termasuk Sumber Daya Manusia (SDM) dirasakan belum siap. Data BPS Februari 2015 nampak 9% angkatan kerja dari sektor pariwisata. Maka perlu SDM berstandar profesional dilengkapi kompetensi internasional karena pemerintah pada 2016 bertarget meraih 20 juta wisatawan mancanegara dan 270 juta wisatawan domestik (indonesia-investment.com, 2015).

Demikian pula dengan Tangerang yang merupakan kota penyangga Jakarta Ibukota Republik Indonesia. Bandara internasional Soekarno Hatta sebagai gerbang kedatangan wisatawan pengguna moda transportasi pesawat terletak di Tangerang. Selain dikenal kota industri, banyak destinasi wisata alam (Kandang Jurang Doang, Pantai Tanjung Pasir, Pantai Tanjung Kait, Bendungan Pintu Air Sepuluh, dan lainnya); budaya dan religi (Masjid Pintu Seribu, Kelenteng Boen Tek Bio, Festival Cisadane, Masjid Al Adzom, dan lainnya); kuliner (Flavor Bliss, Benton junction, Maze, dan lainnya); belanja (Lippo mal, Sumarecon mal, BSD mal, Tangerang City mal, Pasar Anyar, dan lainnya). Untuk penunjang fasilitas pariwisata tahun 2013 terdapat 1.569 hotel. Hotel kelas melati 694 hotel; bintang dua 35 hotel; bintang tiga 467 hotel; bintang empat 140 hotel (Jakarta.bisnis.com, 2014).

Jumlah wisatawan mudakelompok generasi milenial di Tangerang pun telah meningkat. Beberapa studi menunjukkan potensi generasi milenial sebagai wisatawan mudasebagai bagian wisatawan keseluruhan karena mereka kelak menjadi wisatawan dewasa (Boukas, 2008; Moisa, 2010). Generasi milenial atau generasi Y dapat dikategorikan dalam kelompok usia berkisar 16-34 tahun, maka kelompok mahasiswa strata satu dan profesional muda yang meniti karir berada pada kelompok usia tersebut. Di Indonesia Data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2014-2015 menunjukkan kelompok usia ini 34,45% dari seluruh populasi. Kecenderungan generasi milenial mempunyai gaya hidup cenderung digital dan mengakses informasi melalui teknologi digital (republika.co.id, 2015). Pemasar di Indonesia berusaha memahami generasi milenial (Rugimbana 2007; Budiman 2008). Jadi pengelola pariwisata bersama pemerintah perlu peduli atas ketertarikan generasi milenial melakukan kunjungan wisata domestik agar mereka tidak hanya berorientasi wisata luar negeri. Salah satu upaya yang dapat dilakukan melalui penyediaan fasilitas penunjang akomodasi perhotelan yang baik. Tetapi sayangnya studi tentang perilaku dan persepsi generasi milenial atas subsektor perhotelan di Tangerang masih terbatas. Oleh karenanya tujuan penelitian ini mengidentifikasi aspek SDM pariwisata perhotelan di Tangerang dari persepsi generasi milenial. Berdasarkan data eksplorasi atas 100 orang golongan usia generasi milenial tentang pilihan hotel tempat akomodasi di Tangerang: 43 % memilih hotel Novotel; 24 % memilih hotel Aryaduta; 10 % memilih hotel Mercure; 13%

memilih lain-lain. Maka studi difokuskan pada hotel Novotel dengan batasan penelitian persepsi wisatawan generasi milenial berkenaan staf, karyawan yang terlibat dalam layanan sebagai aspek SDM pariwisata subsektor perhotelan.

Dari masalah penelitian diatas, dirumuskan persoalan penelitian sebagai berikutn :

Bagaimana aspek SDM pariwisata dalam sub sektor perhotelan di Tangerang menurut persepsi generasi milenial?

Hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemahaman tentang pandangan generasi milenial terhadap aspek SDM pariwisata sub sektor perhotelan. Dapat berguna sebagai masukan bagi manajemen pengelola sub sektor perhotelan khususnya manajemen Novotel Tangerang dalam meraih, memenuhi keinginan dan kebutuhan generasi milenial, kemudian memperkaya pengetahuan teoritis bagi para akademisi.

TINJAUAN LITERATUR

Pariwisata Sub Sektor Perhotelan.

Pariwisata merupakan fenomena sosial terwujud karena berbagai faktor, berpengaruh terhadap banyak aspek kehidupan. Pariwisata bermanfaat :(1) Menimbulkan Efek Berganda; (2) Diversifikasi Usaha; (3) Memperluas Kesempatan Kerja; (4) Peningkatan Fasilitas Bagi Penduduk; (5) Memperluas Kesempatan Berusaha; (6) Peningkatan Pelayanan Transportasi (Wardiyanto, 2011). Undang-Undang Republik Indonesia no 9 tentang kepariwisataan, Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 1 dan 2 menyatakan bahwa (a) Wisata adalah kegiatan perjalanan/ sebagian kegiatan yang dilakukan secara sukarela, sementara demi menikmati objek wisata. (b) Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Pengertian hotel ialah bagian pariwisata memberikan pelayanan akomodasi, makanan, minuman serta pelayanan pendukung lain, dikelola agar mendapatkan keuntungan ekonomis, mengalami kompetitifitas dengan banyaknya hotel lain (Sulastiyono, 2011). Hotel merupakan usaha jasa sesuai Kotler dan Keller (2009) terdapat empat karakteristik jasa: 1) Tidak berwujud (*tangibility*) mengakibatkan jasa tidak dapat dicium, dilihat, didengar, diraba, dirasakan hasilnya sebelum terlibat dalam proses. Biasanya konsumen mencoba mencari informasi atas jasa tersebut, 2) Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi bersamaan. Jika seseorang membeli jasa, maka penyedia jasa tidak dapat dipisahkan dari jasa. 3) Bervariasi (*variability*), jasa tergantung siapa penyedia jasa, kapan, dimana dihasilkan, maka jasa memiliki hasil tidak sama. 4) Tidak tahan lama (*perishability*) sehingga jasa tidak dapat disimpan.

Perilaku Konsumen dan Motivasi Wisata.

Perilaku konsumen ialah sikap akhir konsumen dalam membeli barang dan jasa untuk konsumsinya. Perilaku konsumen mempunyai unsur: 1) Pengambilan keputusan, 2) Kegiatan fisik, melibatkan individu menilai, mendapatkan, mempergunakan barang/jasa secara ekonomis (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan motivasi merupakan masalah mendasar dalam studi wisata, karena motivasi memicu orang melakukan perjalanan. Umumnya motivasi wisata dapat berbeda sebagai berikut: (1) motivasi fisik atau fisiologis seperti berpartisipasi dalam kegiatan, melakukan rekreasi atau olahraga, relaksasi, kenyamanan. (2) motivasi Budaya adalah keinginan untuk mengetahui atau

mempelajari lebih lanjut tentang budaya, adat istiadat, tradisi dan kesenian daerah lainnya, kepentingan peninggalan budaya. (3) motivasi sosial atau interpersonal seperti mengunjungi keluarga, teman atau kerabat, mitra kerja yang dianggap meningkatkan harga diri. (4) motivasi fantasi ketika seseorang lari dari rutinitas sehari-hari (Pitana, 2007).

Kualitas Layanan Jasa.

Usaha memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian merupakan hal yang penting dalam memahami perhotelan sebagai industri jasa. Kualitas layanan dapat diartikan keunggulan pemenuhan keinginan konsumen dan sejauh mana dapat mengontrol keunggulan itu (Lovelock, 2008). Selaras Parasuraman et al (1988 dalam Tjiptono, 2012) membagi dimensi kualitas layanan meliputi: (1) *Reliability* (Keterandalan) yaitu kemampuan melakukan pelayanan yang dapat diandalkan sesuai janji; (2) *Tangibles* (Keberwujudan) artinya adanya penampilan fisik berupa fasilitas penunjang pelayanan termasuk SDM; (3) *Responsiveness* (Daya Tanggap) yang merupakan kesediaan membantu konsumen (wisatawan) dengan menyediakan layanan yang cepat dan tepat seperti cepat dalam merespon permintaan; (4) *Assurance* (Kepastian) merupakan itikad SDM berupa sopan santun, pengetahuan atas jasa yang ditawarkan untuk menghasilkan kepercayaan; (5) *Empathy* (Empati) merupakan perhatian secara mendalam terhadap konsumen (wisatawan).

Persepsi dan Karakteristik Generasi Milenial.

Penelitian terdahulu menunjukkan studi persepsi berdasarkan pengalaman wisata banyak bermanfaat meningkatkan kualitas layanan atas jasa dirasakan (Yusof dan Rahman, 2011). Sedangkan persepsi adalah proses seseorang memberi makna lingkungan dengan cara mengorganisir dan menafsirkan kesan sensorik yang dapat berbeda-beda individu satu dengan yang lain. Dapat dijelaskan bahwa kepribadian wisatawan, dapat memberikan dampak pada persepsi wisata. Persepsi wisatawan adalah persepsi luas terhadap atraksi, lingkungan, produk dan jasa di destinasi pariwisata, berbagai jenis wisata berbeda mempunyai persepsi berbeda (Robbins dan Coulter, 2012; Hilery et al 2001). Karakteristik wisatawan generasi milenial dapat dilihat sesuai karakteristik remaja sebagai berikut: (1) *Socially driven*, artinya memiliki *disposable income* tinggi, peduli atas merek, umumnya membelanjakan uang demi kebutuhan personal, busana yang memberi status; (2) *Diversely motivated* artinya giat, berpetualang, membangun budaya, dapat beraktivitas baik sendiri maupun kelompok; (3) *Socioeconomically introverted*, artinya senang aktivitas mandiri dan tidak segan membelanjakan uang pada produk /jasa sesuai kesenangan; (4) *Sports Oriented*, senang kegiatan mengandung olahraga, fasilitas *home video* (Gunarsa dan Gunarsa, 2012).

Kompetensi SDM Pariwisata Sub Sektor Perhotelan.

SDM pariwisata adalah tenaga kerja terlibat layanan pariwisata. SDM diharapkan dapat melakukan pekerjaan baik untuk pribadi atau demi pemenuhan kebutuhan masyarakat (Dessler, 2011). Sebagai bidang penyedia jasa, persiapan SDM pariwisata perhotelan memerlukan kompetensi yang sesuai. Sejalan pernyataan Kotler dan Armstrong (2009) bahwa jasa adalah aktivitas tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan yang ditawarkan oleh satu pihak lain. Sehingga jasa dapat dikategorikan sebagai kegiatan mengandung unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) melibatkan interaksi dengan pengguna jasa. Jadi dalam pariwisata SDM merupakan ujung tombak,

pelaksana jasa termasuk sektor perhotelan. Maka perlu Sertifikasi dan uji kompetensi bagi pelaku wisata maupun usaha pariwisata berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata serta Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata. Kompetensi SDM dibedakan dalam dua tipe (Hutapea dan Thoha, 2008; Winarno, 2010) yaitu kompetensi teknis (*hard skill*); kompetensi perilaku (*soft skill*). Kompetensi teknis diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan sesuai pengetahuan. Kompetensi perilaku sebagai perilaku saat individu dapat melaksanakan pekerjaan baik. Di Indonesia Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mendorong pengelola perhotelan mengikutkan karyawan dalam sertifikasi. Bagi hotel bintang lima minimal 50% SDM seharusnya telah bersertifikasi. Sayangnya masih banyak hotel belum memenuhi persyaratan (harianjogya.com, 2016).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah kualitatif melalui studi kasus. Artinya berusaha mencari latar belakang informasi tentang sifat umum suatu masalah (Burns dan Bush 2005, 130-131). Uji *internal validity* dilakukan sebagai penelitian eksploratif, yang berusaha menentukan apakah A bisa menyebabkan B (Yin, 2013, Moleong, 2010). Uji reliabilitas juga dilakukan melalui protokol wawancara. Protokol wawancara berupa salinan tertulis wawancara sesuai kalimat dan bahasa yang digunakan oleh narasumber. Teknik triangulasi digunakan mengecek kesahihan dan reliabilitas (Sugiyono, 2008). Teknik analisis digunakan ialah triangulasi sumber dengan menggabungkan data dari berbagai macam sumber. Sumber tersebut berupa hasil observasi, wawancara informan kunci, data sekunder berasal dari jurnal penelitian, artikel, BPS terkait masalah penelitian. Objek penelitian dipilih berdasarkan mayoritas responden eksplorasi 43 % menyatakan pilihan hotel untuk menginap di Tangerang adalah hotel Novotel. Novotel merupakan salah satu dari grup jaringan hotel Accor yang merupakan operator hotel internasional terbesar se Asia Pasific. Berdiri Maret 2014 sebagai salah satu kategori hotel bintang empat terbaik di Tangerang. Berlokasi di Tangcity superbloc Jl. Jenderal Sudirman nomer 1, Tangerang. Berjarak 40 menit dari Bandara Internasional Soekarno Hatta dan bersebelahan salah satu pusat perbelanjaan Tangcity. Memiliki 266 kamar, tujuh ruang pertemuan, ballroom seluas 1600 meter persegi. Novotel memberikan kombinasi menarik dalam pelayanan bagi pebisnis maupun wisatawan muda generasi milenial. General Manajer Novotel Tangerang menyampaikan bahwa tamu akan memperoleh pengalaman menginap melalui desain baru dengan fitur yang dirancang memperoleh faktor nyaman, keleluasaan gerak bagi wisatawan. Fasilitasnya seperti spa, fitness, kolam renang, semua area gratis Wi-Fi (swa.co.id, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Narasumber

Narasumber penelitian wisatawan generasi milenial berusia 16-34 tahun; telah merasakan layanan akomodasi menginap di Novotel Tangerang dalam dua tahun terakhir; durasi menginap lebih dari dua hari; bersedia diakses untuk memberikan informasi sesuai tujuan penelitian. Terdapat dua golongan berdasarkan tipe pekerjaan yaitu mahasiswa dan karyawan namun protokol wawancara diterapkan sama. Dari tabel 1 nampak meskipun asal daerah berbeda, narasumber mempunyai lokasi kuliah atau pekerjaan yang sama di Tangerang. Narasumber menyatakan mengetahui keberadaan

Novotel Tangerang melalui teknologi digital informasi berbasis web untuk mengakses informasi tentang Novotel termasuk dari pengguna sebelumnya, telah membandingkan dengan hotel lain. Sehingga memilih sebagai tempat akomodasi dengan alasan:kemudahan pencapaian lokasi, keamanan, fasilitas dan aspek layanan yang didengar melalui WOM baik.

Tabel 1. Profil narasumber

	Narasumber Pertama	Narasumber Kedua	Narasumber Ketiga	Narasumber Keempat
Inisial nama	MO	JL	AD	CH
Gender	Perempuan	Laki-Laki	Perempuan	Laki-Laki
Status Marital	Belum Menikan	Belum Menikah	Belum Menikah	Menikah
Status Pekerjaan	Mahasiswa	Mahasiswa	Karyawan Swasta	Karyawan Swasta
Lokasi Kuliah/Pekerjaan	Tangerang	Tangerang	Tangerang	Tangerang
Umur Dalam Tahun	20	21	26	31
Kota Asal	Riau	Denpasar	Yogyakarta	Surabaya
Terakhir Transaksi	30 Desember 2015	5 Januari 2016	19 Juli 2015	8 Februari 2016
Lama Menginap	4 hari 3 malam	6 hari 5 malam	3 hari 2 malam	3 hari 2 malam

Sumber : protocol wawancara, 2016

Pembahasan Masalah Penelitian. Berikut disampaikan hasil dan pembahasan sesuai masalah penelitian.

Tabel 2. Hasil Wawancara Narasumber Mahasiswa (A dan B) Berkenaan Persoalan Penelitian

Masalah Penelitian	Narasumber Pertama	Narasumber Kedua	Kategori	Pola dan variabel
1. Untuk keperluan apa Anda menikmati layanan di hotel ?	<i>Nginap bersama saudara-saudara dari luar kota, rekreasi.</i>	<i>Menginap sama orangtua, mau ketemu mitra usaha.</i>	Menginap dengan keluarga untuk rekreasi, bisnis.	Narasumber mahasiswa menginap dalam keperluan rekreasi dan keperluan bisnis bersama-sama keluarga. Para narasumber melakukan reservasi via web, dan merasakan sikap SDM hotel mulai bagian parkir, penerimaan sampai check in baik dengan dilengkapi sikap tulus (ramah, membantu, sabar) sehingga proses prosedural masuk berlangsung cepat sebagai bagian dari kompetensi teknis SDM hotel. Tampilan fisik petugas hotel dilihat melalui seragam yang bersih, rapi, sopan. Narasumber keduanya mengakui bahwa SDM hotel menguasai pekerjaan di bidang masing-masing dengan profesional dan nampak terlatih melalui pelatihan/ standarisasi yang membuat 117ahasa117ional. Hal ini dibuktikan melalui pelayanan yang sabar, toleran kepada tamu, mau membantu, cepat merespon kebutuhan tamu sebagai bagian dari
2. Bagaimana sikap SDM hotel ketika Anda melakukan reservasi?	<i>Tidak tahu. Saya reservasi melalui web traveloka.com.</i>	<i>Gak berinteraksisaya pesan via agoda.com</i>	Tidak interaksi karena via web.	
3. Bagaimana sikap SDMhotel (bagian parkir,penerimaan di luar, penerima tamu di dalam) ketika Anda memasuki area hotel?	<i>Diterima dengan baik, dibukakan mobil dengan senyum, dibantu lah..</i>	<i>Ramah sih, dibantu dengan baik.</i>	Ramah, senyum, dibantu baik.	
4. Bagaimana sikap SDM hotel (resepsionis, petugas pengantar) ketika Anda melakukan proses check in?	<i>Cepat proses, jelasin fasilitas, mau ditanyatanya tentang info wifi,laundry.</i>	<i>Sopan, sabar kasih tahu informasi.</i>	Bersedia memproses cepat, sabar, santun.	
5. Bagaimana tampilan fisik SDM hotel?	<i>Rapi koq, bajunya kan seragam dan sopan.</i>	<i>Keseluruhan baik dan rapi bersih.</i>	Seragam baik, sopan,rapi, bersih. Baik, terlatih, profesional sesuai standar.	
6. Bagaimana SDM hotel menguasai pekerjaannya?	<i>Nampak nya sudah sering terlatih dan profesional.</i>	<i>Baik diberi latihan kali, kan ini hotel bagus ada standarnya.</i>	Sabar, toleran, respon cepat.	
	<i>Sabar dan toleran.</i>	<i>Dapat memenuhi</i>		

7.	Bagaimana SDM hotel menampilkan pelayanan?	<i>Jelas, mudah mengerti,tidak berbelit. Saya minta kamar dibersihkan dilakukan, jadi percaya. Tahu lengkap waktu ditanya,kan sehari-hari disitu. Baik dan perhatian.</i>	<i>harapan responnya cepat. Biasa saja ngerti bahasanya jelas. Tidak komplain Cepet waktu minta cari taxi. Tahu koq fasilitas hotel, terutama resepsionis. Ramah, sopan berbicara. Bahasanya jelas dan baik. Gampang dan cepat membantu prosesnya. Saya senang, karena baik pelayanannya. Nanti kelak saya akan datang lagi ke Novotel. Waktu melayani di kasih timer saja biar lebih cepat.</i>	Mudah mengerti, bahasa jelas. Cepat,dapat dipercaya. Mengetahui fasilitas yang ada. Perhatian, santun berbicara. Bahasa Indonesia yang jelas, baik. Membantu dengan cepat. Puas dan senang atas pelayanan. Bersedia datang kembali	sikap kompetensi lunak. Juga ditunjang penyampaian informasi dengan jelas dan mudah dimengerti. Bahkan ketika menerima permintaan cepat dilakukan sehingga narasumber percaya atas daya tanggap petugas hotel. Narasumber juga merasa bahwa pengetahuan atas fasilitas hotel dikuasai dengan baik dan mempunyai kesantunan. Penyampaian komunikasi karena narasumber wisatawan lokal maka menggunakan Bahasa Indonesia yang jelas dan baik. Proses check out juga dapat berjalan cepat sehingga narasumber secara keseluruhan merasa puas dan senang atas layanan dan bersedia mengulang layanan di masa datang. Masukan narasumber atas kekurangan petugas hotel perlu mempertahankan etika dan layanan yang baik. Serta diharapkan ada pengetahuan tentang wisata di Tangerang sekitarnya. Dari pola-pola di atas variabel-variabel yang muncul antara lain:
8.	Bagaimana SDM hotel memberikan informasi?				1. Kompetensi Teknis
9.	Bagaimana SDM hotel merespon komplain atau permintan Anda?	<i>Bahasa baku Indonesia mudah dimengerti. Cepat memproses dan tidak bikin sebel.</i>			2. Kompetensi Perilaku
10.	Bagaimana penguasaan pengetahuan SDM atas fasilitas hotel ?				3. Layanan Jasa berkualitas
11.	Bagaimana kesantunan SDM hotel?	<i>Saya sih puas karena baik secara keseluruhan.</i>			4. Pelatihan SDM hotel
12.	Bagaimana Bahasa (komunikasi) SDM hotel?				5. Kepuasan Wisatawan Generasi Milenial
13.	Bagaimana SDM hotel menangani Anda ketika check out?	<i>Tidak ada tetap pertahankan etika dan pelayanan yang baik. Ditambah dong pengetahuan tentang wisata di Tangerang sekitarnya.</i>		Mempertahankan kualitas layanan, etika, cepat. Perlu menambahkan pengetahuan atas wisata di Tangerang sekitarnya.	
14.	Bagaimana sikap Anda atas pelayanan yang diberikan SDM hotel?				
15.	Masukan Anda atas kekurangan SDM hotel?				

Sumber: Protokol Wawancara (2016)

Tabel 3. Hasil Wawancara Narasumber Karyawan (C dan D) Berkenaan Persoalan Penelitian

Masalah Penelitian	Narasumber Pertama	Narasumber Kedua	Kategori	Pola dan variabel
1. Untuk keperluan apa Anda menikmati layanan di hotel ?	Pekerjaan karena mau rapat di Modernland.	Ada keperluan bisnis ketemu calon mitra kerja.	Pekerjaan,bisnis.	Para narasumber melakukan reservasi mandiri langsung dan menginap di hotel Novotel
2. Bagaimana sikap SDM hotel ketika Anda melakukan reservasi?	Baik saja, standarisasi layanan Novotel . Responsif, sigap.	Cukup terlatih dalam melayani. Cepat membantu.	Baik, standarisasi, terlatih melayani. Responsif, cepat membantu.	Tangerang untuk menunjang urusan pekerjaan. Merasakan sikap SDM hotel ketika memasuki area hotel telah positif yaitu cepat membantu, sigap dan responsif dan didukung ketika melakukan proses <i>check in</i> dan <i>check out</i> melalui resepsionis menguasai keahlian teknikal dan profesionalitas sebagai kompetensi keras sehingga proses mudah dan lancar. Tampilan fisik SDM hotel rapi dengan make up yang tidak berlebihan membuat kesan baik . Pelayanan dilakukan dengan tulus sungguh sesuai standar profesionalitas yang nampaknya sudah dilatih dengan baik. SDM hotel bersedia menyampaikan
3. Bagaimana sikap SDM hotel (bagian parkir,penerimaan di luar, penerima tamu di dalam) ketika Anda memasuki area hotel?	Cepat memproses, dan sopan.	Baik dalam memproses mempermudah.	Cepat, mempermudah, sopan.	
4. Bagaimana sikap SDM hotel (resepsionis, petugas pengantar) ketika Anda melakukan proses <i>check in</i> ?	Seragam rapi dan make up tidak berlebihan Sudah terlatih dan profesional.	Berseragam dengan rapi sih. Bagus kesannya. Sesuai standar profesional saja.	Seragam,make up rapi membuat kesan baik. Profesionalitas.	

5.	Bagaimana tampilan fisik SDM hotel?	Tulus dan sungguh-sungguh. Jelas tidak bertele-tele.	Baik dan dapat diandalkan. Sesuai yang diminta, jelas.	Tulus, dapat diandalkan. Jelas, sesuai yang diminta.	informasi yang diminta dengan perhatian. Penguasaan SDM hotel atas fasilitas juga dirasa baik.
6.	Bagaimana SDM hotel menguasai pekerjaannya?	Baik, Saya titip pesan untuk teman saya disampaikan. Saya tanya fasilitas laundry dibantu.	Perhatian ketika saya minta checkout cepat. Menguasai .	Baik dan perhatian. Menguasai.	Tatakrama dan kesantunan diharapkan tetap dipelihara. Termasuk pemakaian Bahasa Indonesia yang baik dan diharapkan juga dapat berbahasa asing dengan baik. Dengan yang dirasakan maka narasumber keduanya merasa puas dan tidak memberikan masukan bagi hotel karena dirasa sudah membuat kualitas layanan yang baik.
7.	Bagaimana SDM hotel menampilkan pelayanan?				
8.	Bagaimana SDM hotel memberikan informasi?	Mayoritas penampilan penuhsenyum dan santun .	Patut dan sopan tatakrama.	Bertatakrama sopan dengan senyum.	
9.	Bagaimana SDM hotel merespon complain atau permintaan Anda?	Saya lihat bagus berbahasa Indonesia.	Indonesia baik. Semoga bahasa asing juga bagus.	Baik berbahasa Indonesia	
10.	Bagaimana penguasaan pengetahuan SDM atas fasilitas hotel ?	Prosesnya cepat.	Seperti biasa.	diharapkan baik berbahasa asing. Seperti biasa dan cepat.	Dari pola-pola di atas variabel-variabel yang muncul antara lain: 1. Kompetensi Teknis 2. Kompetensi Perilaku 3. Layanan Jasa Berkualitas 4. Kepuasan Wisatawan Generasi Milenial
11.	Bagaimana kesantunan SDM hotel?	Saya puas sih jika harus menginap lagi di sini tidak apa-apa. Sudah baik.	Puas.	Puas.	
12.	Bagaimana Bahasa (komunikasi) SDM hotel?		Tidak ada dipertahankan saja layanan petugas yang baik.	Tidak ada sudah baik layanan SDM.	
13.	Bagaimana SDM hotel menangani Anda ketika <i>check out</i> ?				
14.	Bagaimana sikap Anda atas pelayanan yang diberikan SDM hotel?				
15.	Masukan Anda atas kekurangan SDM hotel?				

Sumber: Protokol Wawancara (2016)

Dari hasil wawancara para narasumber wisatawan generasi milenial memberikan persepsi atas layanan dari SDM hotel Novotel. Persepsi tersebut akan bermanfaat meningkatkan kualitas layanan jasa (Hilery et al 2001; Yusof dan Rahman, 2011). Dengan karakteristik generasi milenial yang menyukai sesuatu dengan merek terkenal, tidak segan membelanjakan uang termasuk akomodasi hotel yang dianggap baik di Tangerang yaitu Novotel yang termasuk Grup Accor. Sehingga narasumber mengambil keputusan reservasi melalui web pemesanan hotel atau langsung di tempat. Sesuai Pitana (2005) bahwa narasumber mahasiswa bermotivasi rekreasi dengan keluarga. Sedangkan narasumber karyawan bermotivasi relasional, keperluan pekerjaan dan bisnis. Para narasumber melihat, merasakan profesionalitas SDM hotel Novotel sebagai telah terstandarisasi dengan baik. Sesuai Hutapea & Thoha (2008), bahwa SDM hotel telah mengikuti serangkaian pelatihan demi mencapai kompetensi teknis dan kompetensi perilaku sehingga layanan dapat diberikan dengan baik. Ditinjau keharusan PHRI atas standar hotel berbintang empat agar memberikan sertifikasi pada SDM hotel. Selain itu hotel Novotel juga mempunyai divisi pelatihan yang memberikan pelatihan seperti *induction* bagi karyawan baru, *pelatihan departemental* sesuai kebutuhan divisi kerja, *general* berupa pelatihan umum bagi karyawan. SDM

hotel Novotel juga mempunyai nilai-nilai yang harus dijalankan dikenal sebagai TRIPS (*Trust, Respect, Imagination, Performance, Spirit of Conquest*) diperuntukkan bagi atasan, kolega, wisatawan/tamu (library.umn.ac.id, 2014).

Usulan Proposisi.

Beberapa konsep penting penelitian akan dirangkai menjadi suatu proposisi. Proposisi adalah suatu pernyataan yang terdiri dari satu atau lebih konsep atau variabel (Sanusi, 2011). Masing-masing proposisi menunjukkan keterhubungan dua konsep. Proposisi-proposisi tersebut adalah sebagai berikut:

Proposisi 1: Pelatihan SDM memengaruhi Kompetensi Teknis

Pelatihan SDM hotel diperlukan agar mempunyai keunggulan kompetitif layanan jasa yaitu SDM hotel yang mempunyai kemampuan melakukan tugas-tugas pekerjaan secara efektif dan efisien (kompetensi teknis). Terutama mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata. Selaras Salmah (2012) bahwa pembentuk kompetensi dapat berasal proses pelatihan.



Proposisi 2: Pelatihan SDM memengaruhi Kompetensi Perilaku

Pengembangan SDM melalui pelatihan praktikal yang tepat dapat membantu pengembangan kompetensi perilaku karyawan (Hutapea dan Thoha, 2008). Kompetensi perilaku yang dimunculkan SDM hotel berupa keramahan, sabar menghadapi wisatawan generasi milenial dan tamu lain, mau membantu. Strategi yang dapat dipakai mendapatkan kompetensi adalah melalui pengembangan SDM melalui pelatihan (Winarno, 2010).



Proposisi 3: Kompetensi Teknis memengaruhi Layanan Jasa Berkualitas

Kompetensi teknis bermakna mengerti masalah teknis, administrasi, sistem merupakan salah satu faktor penentu individu dapat mencapai kinerja baik selaras pernyataan Hutapea dan Thoha (2008); Sudarmanto (2009); Winarno (2010), termasuk di dalamnya adalah memberikan layanan yang berkualitas. Jadi berdasarkan kompetensi teknis maka layanan atau kualitas kinerja dihasilkan. Karena dengan kompetensi teknis deskripsi pekerjaan dapat dikuasai dengan baik. Kualitas layanan pada Novotel nampak pada aspek *tangibles* (keberwujudan) seperti penampilan fisik yang rapi dengan riasan yang tidak berlebihan sebagai penunjang pelayanan yang dihargai baik oleh wisatawan generasi milenial.



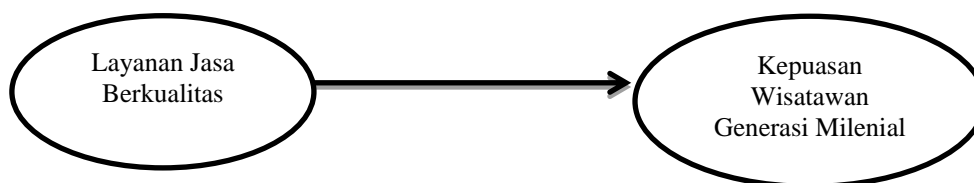
Proposisi 4: Kompetensi Perilaku memengaruhi Layanan Jasa Berkualitas

Kualitas layanan pada jasa sangat bergantung pada SDM hotel. Jadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah kompetensi perilaku yang ditunjukkan melalui daya tanggap, keramahan sebagai kemampuan komunikasi dan interaksi SDM hotel. Hal ini sejalan pernyataan Hutapea dan Thoha (2008); Winarno (2010); Adeoti dan Lawal (2012) bahwa kompetensi perilaku yang merupakan ketrampilan interpersonal dapat membantu individu karyawan menampilkan perilaku dalam kerja berupa layanan jasa secara maksimal.



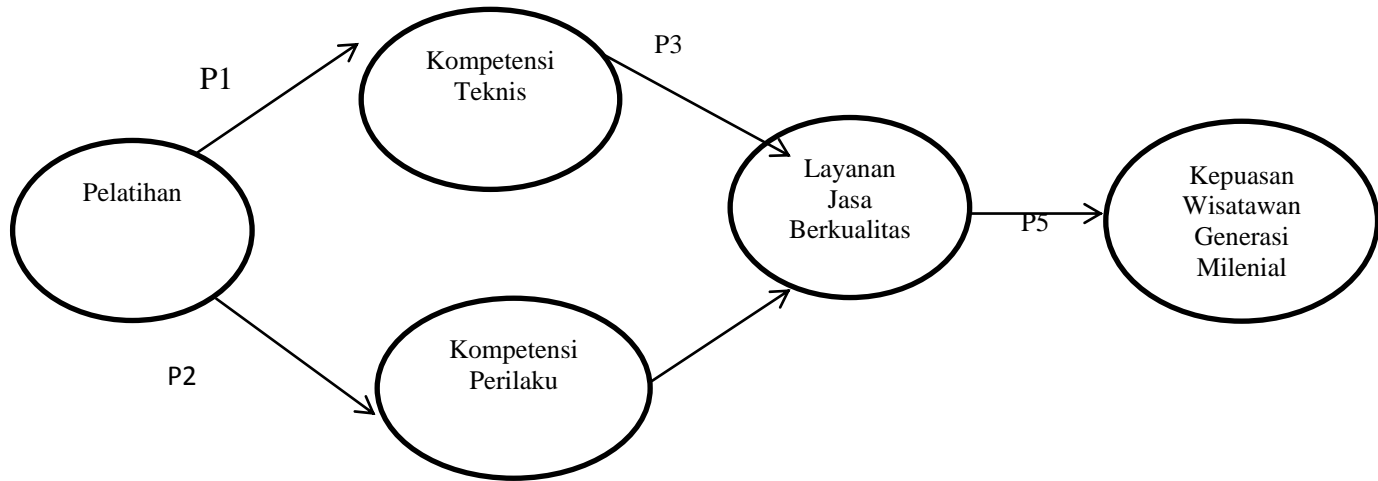
Proposisi 5: Layanan Jasa Berkualitas memengaruhi Kepuasan Wisatawan Generasi Milenial

Kepuasan wisatawan sangat erat kaitan dengan layanan jasa yang dirasakan yang bersifat subyektif dirasakan secara individual oleh wisatawan generasi milenial dalam menerima jasa hotel Novotel. Supranto (2009); Meilani, Lemy dan Bernarto (2013) menyatakan bahwa apabila jasa yang diharapkan sesuai harapan bagi penerima jasa, maka penerima jasa tidak segan mengulang kembali karena telah merasakan kepuasan. Oleh karena itu Morison (2010) juga menegaskan bahwa peran SDM pariwisata yang berada di garis depan penyedia jasa berperan penting untuk membuat layanan jasa berkualitas dan menimbulkan kepuasan penerima jasa.



Usulan Model.

Pada bagian ini, proposisi-proposisi yang telah dibentuk kemudian dirangkai menjadi sebuah teori atau model. Model tersebut dibentuk dengan cara mengaitkan sebuah proposisi dengan proposisi yang lainnya. Maka model yang terbentuk pada penelitian adalah sebagai berikut.



KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan. Persaingan bisnis perhotelan kompleks dan tak terelakkan. Pelayanan yang baik akan menjadikan konsumen betah dan berkeinginan menginap kembali. Berdasarkan hasil wawancara dan uraian di atas dapat diambil simpulan bahwa wisatawan generasi milenial sebagai narasumber memilih hotel Novotel berdasarkan informasi yang telah dicari sebelumnya melalui teknologi informasi berbasis web termasuk kesan pengguna sebelumnya sebagai WOM. Narasumber mahasiswa memilih reservasi berbasis web. Selanjutnya aspek SDM merupakan kunci bagi persepsi positif atas layanan jasa yang dirasakan oleh wisatawan generasi milenial. Terutama SDM wisata yang langsung berhadapan dengan penerima jasa adalah kunci kualitas layanan sehingga harus dilengkapi kompetensi teknis dan kompetensi perilaku. Pelatihan dan pengembangan SDM wisata saat ini dituntut melalui sertifikasi oleh pemerintah dan PHRI merupakan bagian dari upaya meningkatkan kompetensi teknis (berkenaan dengan penguasaan pekerjaan) dan kompetensi perilaku (berkenaan dengan kepekaan interpersonal menghadapi pengguna jasa). Jika kompetensi SDM wisata sub sektor perhotelan telah dicapai khususnya di Novotel Tangerang, maka akan memengaruhi wisatawan generasi milenial merasakan kepuasan.

Saran. Implikasi dan saran diberikan terutama kepada manajemen Novotel Tangerang, bahwa mempelajari kebutuhan wisatawan generasi milenial penting dilakukan karena jumlah mereka semakin banyak. Dikarenakan karakteristik generasi milenial maka aspek fisik dan fasilitas hotel tetap harus dikelola dengan baik seperti menyediakan wifi, memberikan informasi lengkap berbasis web yang mudah diakses, kemudahan reservasi baik langsung atau bekerjasama dengan web penyedia akomodasi seperti agoda.com; traveloka.com; tiket.com; pegipegi.com dan lainnya. Faktor kebersihan, keamanan, kenyamanan, sarana prasarana bahkan menu yang tersedia juga harus diperhatikan agar sesuai harapan.

Kemudian aspek SDM harus diberikan pelatihan, mengikutkan sertifikasi seperti yang dipersyaratkan agar penyelesaian pekerjaan berjalan efektif dan efisien. Pelatihan

yang dilakukan oleh divisi pelatihan Novotel Tangerang tetap harus dipertahankan mulai dari masa orientasi yang menjelaskan *Standard Operating Procedures* (SOP) melalui program pengasahan kompetensi teknis. Juga melengkapi dengan pelatihan kompetensi perilaku misalnya sikap dan postur menangani konsumen dengan ramah, formal, sopan serta kesediaan membantu, penanganan konsumen komplain. Kemudian manajemen hotel harus menyiapkan prosedur layanan SDM hotel yang mengesankan, memuaskan konsumen supaya mengangkat citra dan reputasi hotel. Agar SDM hotel Novotel Tangerang termotivasi melakukan pekerjaan dengan baik dapat dikaitkan dengan motivasi finansial maupun nonfinansial. Contoh memberi kesempatan wisatawan memilih nama petugas yang dianggapnya baik dengan alasan, jika mendapat nilai terbanyak maka patut diberikan penghargaan yang memotivasi.

Perhatian wisatawan generasi milenial atas *personal grooming* SDM hotel juga merupakan hal yang harus dikelola baik. Maka manajemen perlu membuat desain seragam yang terlihat rapi, bersih dengan mode, warna, dan aksesoris yang pantas. Layanan jasa berkualitas tetap harus dijaga melalui manajemen kinerja yang berorientasi pada pengelolaan manajemen SDM. Jadi selayaknya diberikan penilaian kinerja yang rutin berkesinambungan, sebagai proses evaluasi pembelajaran bagi SDM hotel demi mencapai hasil evaluasi kinerja yang terukur.

Keterbatasan Penelitian.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu pertama, hanya berupa studi kasus di Novotel Tangerang atas narasumber yang terbatas sehingga tidak dapat digeneralisir untuk semua wisatawan generasi milenial lain. Kedua, tidak melakukan wawancara mendalam kepada manajerial atau karyawan hotel pemberi layanan karena kesulitan dalam akses. Ketiga, tidak dapat melakukan observasi terus menerus terhadap proses penerimaan layanan oleh SDM hotel. Keempat hanya membahas tentang persepsi wisatawan generasi milenial atas aspek SDM hotel belum membahas faktor lain seperti kepribadian SDM hotel, dukungan organisasi, budaya organisasi. Selanjutnya juga perlu penelitian lanjutan dengan metode kuantitatif dan melakukan uji empirik terhadap model.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeoti JO, Lawal AT. (2012). The impact of interpersonal factors on quality health delivery in Kwara State Government Hospitals. *African Journal of Social Sciences*. 2012;2(2): 34- 40.
- Boukas. Nikolaos. (2008). *Cultural Tourism, Young People and Perception Destination: a Case Study of Delphi Greece*. University of Exeter. Greece.
- Budiman, A. (2008). Efek Status Merek terhadap Sikap Merek dan Kesiediaan Membayar Harga Premium pada Generasi Y di Indonesia. *National Conference on Management Research. Indonesia (ID)*. ISBN: 979- 442-242-8.
- Burns, Alvin C., dan Bush, Ronald F. (2005). *Marketing Research: Online Research Applications*. 4thed. New Jersey: Pearson Education, Ltd, Pp.130-131.
- Dessler, Gary. (2011). *Human Resource Management*. McGraw-Hill. Series In Management. New York.
- Gunarsa, Y.S; Gunarsa, S. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Hutapea, Thoha. (2008). *Kompetensi Plus*. PT. Gramedia Pusaka Utama.

- Kotler dan K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. _
- Lovelock, C. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Kelompok Gramedia, Indeks, Indonesia.
- Meilani, Y. F. C., Lemy, D. M, Bernarto, I. (2013). Local Young Tourist Perception of Service Quality, Motivation, Satisfaction, Loyalty in Choosing Dunia Fantasi as Tourist Attraction. *Proceeding of International Conference on Business, economics and Accounting 2013*, Pp.1-15.
- Moisa. Claudia Olimpia, (2010). Aspect of the Youth Travel Demand, *Annales University Apulensis Series Oeconomica* volume 12 No.2. June 2010.
- Moleong, Dr. Lexy J., M.A. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Pp. 98
- Pitana, I. G. dan Gayatri, (2007). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Rugimbana, R. (2007). Generation Y: How cultural values can be used to predict their choice of electronic financial services. *Journal of Financial Services Marketing* . 114 (1): 301 - 313.d
- Salmah, Ninin Non Ayu. (2012). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Terhadap Kompetensi Karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol (2) Nomer 3 September 2012: 278-290*.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarmanto. (2009). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Teori, Dimensi : Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, Pp.372.
- Sulastiyono, A. (2011). *Managemen Penyelenggaraan Hotel: Seri Managemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Alfabet, Bandung.
- Supranto, Johannes. (2009). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Wardiyanto. (2011). *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: CV. Lubuk Agung.
- Winarno, S.H., (2010). Pengembangan Soft Skill dan Hard Skill Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Journal Cakrawala Vol X No 2 September 2010: 147-156*
- Yin, Robert. K dan M. Djauzi (Trans.) Mudzakir . 2013. *Studi kasus desain dan metode*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013, Pp. 36.
- <http://www.harianjogja.com/baca/2016/05/12/perhotelan-jogja-jumlah-hotel-tumbuh-sertifikasi-kompetensi-masih-minim-718383>. Tanggal akses: 22 Juli 2016.
- <http://www.indonesia-investments.com/id/pariwisata/item6051>. Industri Pariwisata Indonesia. Tanggal akses: 19 Juli 2016.
- <http://jakarta.bisnis.com/read/20141116/383/273280/wow-kota-tangerang-punya-1.569-hotel>. Tanggal akses: 10 Juli 2016
- <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/16/03/04/o3hzva384-2020-generasi-milenial-akan-dominasi-indonesia>. Tanggal akses: 10 Juli 2016.

https://www.tripadvisor.co.id/Hotels-g1493703-Tangerang_Banten_Province_Java-Hotels.html. Tanggal akses: 22 Juli 2016

<http://swa.co.id/swa/capital-market/corporate-action/ballroom-besar-menjadi-daya-tarik-novotel-tangerang>. Tanggal akses: 25 Juli 2016

<http://library.umn.ac.id/eprints/2742/2/bab%201%20Darren%20Culbefrt%20Theodore.pdf>. Tanggal akses: 28 Juli 2016

BIODATA

- Name : Yohana F. Cahya Palupi Meilani, M.Si
- Institution : Business School UPH Karawaci
- Experience : Lecturer, researcher, trainer of Human Resource Management and Organizational Aspect; Marketing
- (1) Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Tangerang. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 14 N0 2 tahun 2012. Universitas Kristen Petra.
- (2) *Local Young Tourist Perception in Choosing DUFAN as Domestic Tourist Attraction. Proceeding of The 2013 IBEA International Conference on Business, Economics and Accounting., 20-23 March 2013. Penyelenggara Universitas Trisakti di Bangkok*
- (3) *The Influence of CSRT to Profitability Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange the period 2008 – 2011. Proceeding of ICEBM 2014. Penyelenggara Universitas Tarumanegara di Penang.*
- (4) *The effect of Good Governance to Financial Performance of The Companies That Listed in Jakarta Stock Exchange for the period 2009-2013. Proceeding of ICEBM 2015. Penyelenggara Universitas Tarumanegara di Bangkok.*
- (5) Pengaruh Kompensasi Finansial dan Non Finansial bagi Kepuasan Karyawan. Proceeding National Conference on Business Management And Accounting 2013. Penyelenggara Universitas Pelita Harapan di Tangerang.
- (6) Tinjauan Atmosfer Museum Ullen Sentalu. Prosiding Seminar Nasional Seni Tradisi: Keragaman Tradisi sebagai Warisan Budaya: Universitas Trisakti di Jakarta.
- (7) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perluasan Target Pasar Restoran Vegetarian Vegetus. Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan & Bisnis V 2014. Universitas Tarumanegara di Jakarta.
- (8) Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Sarana Promosi Kedai Kim's. Prosiding Seminar Nasional CMBS 2014. Universitas Tarumanegara di Jakarta.
- Research Topic (9) Menumbuhkan minat berwirausaha bagi Mahasiswa Melalui Metode Pembelajaran Berbasis Kewirausahaan.

Seminar nasional PKM dan Kewirausahaan 2015. Universitas Trisakti

(10) Identifikasi Intensi Kewirausahaan Pada Mahasiswa Non Konsentasi Kewirausahaan dengan Basis Orangtua Bukan Pelaku Usaha. Prosiding Seminar Nasional CMBS 2015. Universitas Tarumanegara di Jakarta.

(11) Pengaruh Identitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Minuman Isotonik Pocari Sweat. Jurnal Bisnis, Ekonomi, Sosial: Transaksi Vol 7 Nomer 2, Desember 2015.
