

## STRATEGI INTERNAL RELATIONS DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS DAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN CV. FAMILIE

Dea Su'ida Susilowati<sup>1</sup>, Ni Kadek Yuliandari<sup>2</sup>, Ni Made Nadia Suta P.<sup>3</sup>  
Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi  
Jl. Adi Sucipto No. 26, Tamanbaru, Kec. Banyuwangi, Kab. Banyuwangi.  
[deasilowati10@gmail.com](mailto:deasilowati10@gmail.com)<sup>1</sup>, [nk.yuliandari@untag-banyuwangi.ac.id](mailto:nk.yuliandari@untag-banyuwangi.ac.id)<sup>2</sup>  
[nadia\\_pradhani@untag-banyuwangi.ac.id](mailto:nadia_pradhani@untag-banyuwangi.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

CV. Familie is a company engaged in the service sector, more precisely hotel services, which has four hotel branches spread across the Banyuwangi area. The research is motivated by high employee loyalty to the CV. Familie companies. So, this research purpose is to describe the implementation of the internal relations strategy carried out by the management CV. Familie companies in increasing the loyalty and work motivation of their employees. The focus of the research is the implementation of an internal relations strategy to increase the loyalty and work motivations of CV. Familie companies. This research used a descriptive qualitative research method. The data collection methods in this research are participatory observations, in-depth interviews, and documentation. The data analysis technique used is an interactive data analysis model consisting of four paths, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The result of this research is the implementation of an internal relations strategy in CV. Familie companies include providing a good work environment, providing training, supervising, providing rewards, and providing motivation to move forward in order to create loyalty and work motivation for CV. Familie employees. The strategy for providing training for employees hasn't been implemented optimally. This happens because it's constrained by human resources that are still low.

**Keywords:** Internal Relations Strategy, Loyalty, Work Motivation

### Abstrak

CV. Familie merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa lebih tepatnya jasa perhotelan yang memiliki 4 cabang hotel yang tersebar di wilayah Banyuwangi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh loyalitas karyawan pada perusahaan CV. Familie yang begitu tinggi. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi *internal relations* yang dilakukan manajemen perusahaan CV. Familie dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja karyawannya. Fokus penelitian ini adalah penerapan strategi *internal relations* dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah model analisis data interaktif yang terdiri dari empat alur yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan strategi *internal relations* pada perusahaan CV. Familie meliputi memberikan lingkungan kerja yang baik, memberikan pelatihan dan *training*, melakukan pengawasan, memberikan reward, dan memberikan motivasi untuk maju demi menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie. Adapun strategi pemberian pelatihan dan *training* bagi karyawan masih belum terlaksana secara maksimal. Hal ini terjadi karena terkendala oleh sumber daya manusia yang masih rendah.

**Kata kunci :** Strategi *Internal Relations*, Loyalitas, Motivasi Kerja.

## PENDAHULUAN

Kegiatan *Internal Relations* adalah keseluruhan kegiatan yang dibentuk oleh perusahaan dalam menjaga hubungan antar pihak yang memiliki pengaruh secara langsung demi keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, *supervisor*, pemegang saham, dewan direksi, dan sebagainya. Dengan adanya strategi *internal relations* yang dibentuk oleh perusahaan dapat membantu meminimalisir dampak buruk akibat komunikasi yang tidak tepat, membantu meningkatkan rasa kesetiaan dalam diri karyawan kepada perusahaan, dan membantu terciptanya budaya perusahaan sesuai tujuan yang diharapkan. Hal ini dapat diartikan bahwa strategi *internal relations* berfungsi membantu pelaksanaan misi yang telah dirancang perusahaan untuk mencapai visi yang utama. Seorang karyawan dalam memberikan kontribusinya bagi perusahaan dengan cara menunjukkan kualitas kinerjanya dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu loyalitas dan motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan itu sendiri. Hal tersebut terjadi karena loyalitas adalah suatu sikap yang dimiliki oleh seorang karyawan yang ditandai dengan adanya rasa kesetiaan dan kepemilikan terhadap perusahaan untuk terus tumbuh dan

berkembang mencapai tujuan yang sama. Begitu juga dengan faktor motivasi yang seharusnya dimiliki oleh setiap karyawan, karena motivasi merupakan gairah atau semangat yang ada pada diri seseorang untuk selalu konsisten melakukan sesuatu agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Menurut Asyifa (2016:28) menjelaskan bahwa, "Strategi *Public Relations* merupakan rencana kegiatan yang dilakukan oleh seorang *public relations* melalui program-program PR untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif demi keberlangsungan sebuah perusahaan serta segala aktivitas yang dilakukannya dalam menyebarkan informasi kepada khalayak dan mendapatkan pengertian publik yang baik." Jadi menurut peneliti, definisi dari Strategi *Internal Public Relations* adalah suatu cara atau tindakan potensial dalam bentuk kegiatan yang dilakukan pada lingkup internal perusahaan oleh *internal public relations* dalam menjalin hubungan yang baik antara pimpinan, sesama karyawan, pemegang saham, dan lain-lain untuk menciptakan keharmonisan dan dapat mencapai tujuan perusahaan. Menurut Mardiasari (2018:38) terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh seorang pemimpin dalam perusahaan, diantaranya sebagai berikut : memberikan lingkungan kerja yang baik, memberikan pelatihan atau *training*, melakukan pengawasan, memberikan *reward* kepada karyawan, dan memberikan motivasi untuk maju.

CV. Familie merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa lebih tepatnya jasa perhotelan yang memiliki empat cabang Hotel yang tersebar di wilayah Banyuwangi dengan karyawan berjumlah 40 orang. Berdasarkan data terakhir tahun 2022, perusahaan CV. Familie Banyuwangi terdapat 1 dari 40 karyawan memiliki masa kerja kurang lebih 35 tahun, sebanyak 8 karyawan dari 40 karyawan memiliki masa kerja berkisar 21 s/d 30 tahun, 12 karyawan memiliki masa kerja berkisar 11 s/d 20 tahun, 16 karyawan memiliki masa kerja berkisar 3 s/d 10 tahun, dan 3 orang sisanya memiliki masa kerja dua tahun ke bawah. Hal ini menandakan bahwa karyawan yang memiliki masa kerja paling lama yaitu 35 tahun memiliki loyalitas dan motivasi yang tinggi untuk terus mengabdikan ke perusahaan. Sebagaimana Hasibuan (2014:95) mengatakan bahwa, loyalitas karyawan diukur dari kesetiiaannya terhadap pekerjaan, jabatan dan juga selalu bersedia untuk menjaga dan membela organisasinya. Selain itu, Poerwopoespito (2014) juga menjelaskan ciri-ciri karyawan yang memiliki loyalitas salah satunya yaitu adanya kesediaan untuk bekerja dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Menurut Robbins, S (2016:127) mendefinisikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu faktor yang dapat mendorong dan menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu agar lebih baik demi mencapai tujuan yang diharapkan. Indikator-indikator untuk mengetahui tingkat motivasi kerja pada karyawan menurut Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam buku Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (2007:131), menjelaskan bahwa teori motivasi yang paling dikenal adalah Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow, diantaranya yaitu; Kebutuhan Fisik atau *Fisiologis*, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Harga Diri, dan Kebutuhan Aktualisasi Diri.

Pada penelitian - penelitian sebelumnya, peneliti memperoleh hasil bahwa lebih memfokuskan pada strategi komunikasi internal dan loyalitas karyawan. Serta metode pengumpulan data dari beberapa peneliti hanya menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi. Sementara hasil penelitian yang diperoleh Nanda Ayifa (2016) menjelaskan bahwa pimpinan perusahaan masih belum melaksanakan fungsinya secara optimal, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Isniyunisafna, dkk (2019) menerapkan konsep perumusan, penerapan, & evaluasi strategi, dan pada penelitian yang dilakukan oleh Angga dan Ratna (2022) hanya menerapkan aspek – aspek loyalitas saja. Sehingga pada penelitian yang akan dilakukan ini memfokuskan pada penerapan strategi internal relations bukan hanya komunikasi internal saja, akan tetapi seluruh aspek *employee relations* dan akibatnya bukan hanya untuk meningkatkan loyalitas saja, tetapi juga dapat meningkatkan motivasi karyawan. Begitu pula pada metode pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu mulai dari observasi,

wawancara mendalam, dan dokumentasi. Serta objek penelitian yang akan dilakukan tentunya sudah pasti beda dengan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Pada observasi pertama yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa hal-hal yang mempengaruhi loyalitas karyawan adalah faktor hubungan antara pimpinan dengan karyawan. Pimpinan atau pemilik perusahaan CV. Familie merupakan seorang yang dermawan kepada seluruh karyawannya. Beliau menganggap seluruh karyawannya seperti keluarganya sendiri, sering-sering memberikan tips-tips dan hadiah-hadiah penghargaan, menerima dan memperlakukan karyawan dengan baik dengan tidak membedakan antara karyawan lama dengan karyawan baru, memberikan jaminan sosial kesehatan dan hari tua, serta mengadakan kegiatan liburan dan darmawisata bersama setiap beberapa tahun sekali. Tidak hanya itu, faktor hubungan antar karyawan yang baik pun juga mendukung segala aktifitas kerja karena antar karyawan saling bekerja sama dan bersinergi bersama

Dengan adanya loyalitas dan motivasi kerja yang tinggi seperti itu, maka peneliti ingin meneliti dan mengetahui bagaimana penerapan strategi *internal relations* di dalam perusahaan CV. Familie dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas serta motivasi kerja para karyawannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur yang baik dalam bidang keilmuan manajemen sumber daya manusia dalam sebuah organisasi maupun perusahaan sehingga dapat memberikan manfaat secara nyata dan juga dapat bermanfaat bagi perusahaan terkait sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam mengatasi berbagai macam permasalahan yang dihadapi kedepannya, serta dapat digunakan oleh peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang sebagai pedoman, bahan pertimbangan, bahan kajian, dan dapat juga menjadi bahan referensi yang baru.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sugiyono (2013:390) menyatakan bahwa di dalam penelitian kualitatif tidak terdapat istilah populasi, karena penelitian kualitatif sendiri terbentuk dari permasalahan-permasalahan atau fenomena yang terjadi pada kondisi sosial tertentu. Sampel atau bagian dari populasi dalam penelitian kualitatif ini tidak disebut responden, tetapi sebagai informan. Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan CV. Familie, Kab. Banyuwangi, Jawa Timur. Dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, dimana teknik pengambilan sampel sumber data dengan jumlah informan yang pada awalnya sedikit lama-lama semakin banyak, Sugiyono (2013:392). Sebagaimana pengambilan sampel informan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

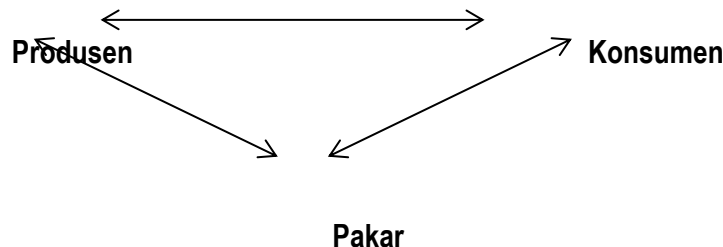
**Tabel 3.1 Deskripsi Sampel Informan Penelitian**

Jenis Informan	Pihak Informan
Informan Kunci	Kepala Manajer CV.Familie
Informan Pelengkap	Karyawan yang bekerja > 5 tahun

*Sumber : Hasil Interpretasi Peneliti*

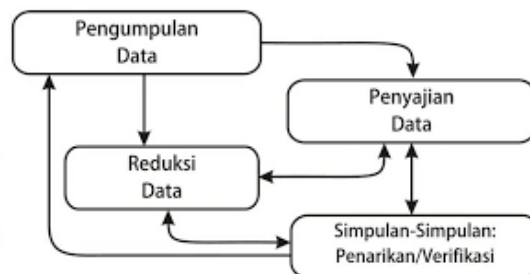
Berdasarkan tabel 3.1 dapat dilihat bahwa peneliti mengambil sampel dari 1 orang informan kunci yakni Kepala Manajer CV. Familie. Adapun setelah dilakukan pengumpulan data dari informan kunci, peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan informan pelengkap dengan jumlah sesuai kebutuhan peneliti. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan cara Gabungan atau Triangulasi "*Teknik*", dimana triangulasi teknik merupakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti akan menggunakan 3 (tiga) cara yakni diantaranya; observasi, partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teknik Uji Kredibilitas dengan proses Triangulasi Sumber. Menurut Wiliam Wiersma (Sugiyono, 2013:464) mengatakan bahwa, triangulasi sumber merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut akan dijabarkan, diklasifikasikan, menurut pandangan yang sama dan yang berbeda, serta dipilih yang paling spesifik dari semua sumber data tersebut.



Gambar 3.1 Triangulasi dengan tiga sumber data

Berdasarkan gambar 3.1 dapat diartikan bahwa “Produsen”, “Konsumen”, dan “Pakar” hanyalah suatu pengandaian, dimana pada penelitian ini “Produsen” merupakan istilah atau pengandaian dari “Informan Kunci”, “Konsumen sebagai pengandaian dari “Informan Pelengkap”, dan juga “Pakar” merupakan pengandaian dari sebuah “Teori” yang nantinya akan menjadi perbandingan terhadap data yang telah diperoleh peneliti. Pada penelitian kualitatif ini menggunakan teknik analisis data Model Miles and Huberman (Sugiyono, 2013 : 430) yang menyatakan bahwa, proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga datanya lengkap dan selesai. Berikut skema teknis analisis data interaktif yang akan dilakukan dalam penelitian ini :



Gambar. 3.2 Skema model analisis data interaktif  
(Sumber : Salsabila Miftah Rezkia, kompas.com 2020)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### *Data Reduction* (Reduksi Data)

Pada penelitian ini, proses dalam mereduksi data yakni setelah peneliti melakukan wawancara terhadap informan kunci dan informan pelengkap, maka perolehan data hasil wawancara tersebut di pilah antara data yang penting, yang cocok sesuai kebutuhan penelitian dengan data yang kurang mendukung terhadap penelitian. Selanjutnya data-data yang telah di pilah tersebut dikategorisasikan sesuai indikator-indikator yang telah disajikan dalam kerangka konseptual penelitian sebelumnya.

### *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi atau dikategorisasikan, maka langkah selanjutnya yaitu penyajian data. Pada penelitian ini, peneliti menyajikan data yang telah direduksi tersebut dalam bentuk deskripsi mengenai

penerapan strategi *internal relations* yang diterapkan oleh pihak manajemen perusahaan CV. Familie dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja karyawannya.

*Conclusion Drawing / Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Proses penarikan kesimpulan pada penelitian ini adalah peneliti dapat menyimpulkan ringkasan data yang telah diperoleh dalam bentuk temuan-temuan baru atau teori-teori baru yang sebelumnya masih belum jelas berupa poin-poin penting yang dapat memudahkan pembaca dalam memahaminya. Hal tersebut dapat dilihat dan dipahami pada bab 5 yakni peneliti menyajikan keseluruhan kesimpulan dari strategi *internal relations* pada perusahaan CV. Familie tersebut.

Strategi *Internal Relations* Di bawah ini merupakan dokumentasi pada saat melakukan wawancara bersama informan kunci yakni kepala manajer perusahaan CV. Familie.



Gambar 4.6 Wawancara terhadap Informan Kunci

(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 3 Januari 2023)

Wawancara pada gambar 4.6 di atas dilakukan pada hari Selasa, 3 Januari 2023 sekitar pukul 09.00 s/d 11.00 WIB. Informan kunci dengan inisial AL telah memberikan informasi mengenai beberapa strategi *internal relations* yang diterapkan oleh perusahaan CV. Familie dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja karyawan berdasarkan dari teori dan indikator-indikator yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, seperti dijelaskan oleh informan AL sebagai berikut :

- a. Memberikan lingkungan kerja yang baik.

Seperti gambar 4.7 di bawah ini merupakan sebuah bukti adanya keakraban antara karyawan dengan pimpinan atau pemilik perusahaan.



(a)

(b)

Gambar 4.7 Bentuk *Internal Relations* Perusahaan

(Sumber : Data Perusahaan CV. Familie 2021)

Dari gambar 4.7 sebelah kiri (a) merupakan acara ulang tahun pimpinan perusahaan yang mengundang seluruh karyawan untuk merayakan bersama dan gambar sebelah kanan (b) merupakan acara silaturahmi hari raya seluruh karyawan, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa perusahaan mengedepankan rasa kenyamanan dan kekeluargaan yang tinggi kepada karyawan, dengan begitu perusahaan akan mudah untuk mengikat karyawan agar senantiasa

memiliki rasa loyalitas dan motivasi yang terus ada dalam dirinya untuk mengabdikan ke perusahaan CV. Familie.

b. Memberikan pelatihan atau *training*.

Bahwa penerapan pelatihan atau *training* pada perusahaan CV. Familie tidak selalu dilakukan hanya beberapa kali terdapat pelatihan, seperti cara menerima tamu atau tata cara pelayanan yang baik itu bagaimana. Akan tetapi meskipun jarang dilakukan pelatihan, karyawan CV. Familie selalu peduli, selalu menjaga perusahaan dari kemungkinan hal-hal buruk, dan juga selalu bertahan akan komitmennya kepada perusahaan.

c. Melakukan pengawasan.

Pengawasan terhadap karyawan perusahaan CV. Familie selalu dilakukan dalam bentuk pengawasan secara langsung. Namun tidak setiap saat pemimpin melakukan pengawasan, akan tetapi hanya sewaktu-waktu saja. Jadi dalam hal ini pengawasan dilakukan secara diam-diam tanpa diketahui oleh karyawan, dimana cara ini cukup berhasil dalam proses pengontrolan operasional perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan telah memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan dalam melakukan tugas-tugasnya. Tujuan dilakukan pengawasan sewaktu-waktu yaitu agar karyawan bekerja dengan perasaan tenang sehingga pekerjaan berjalan dengan lancar. Hal tersebut telah terbukti bahwa karyawan mampu memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan oleh pemimpin, yakni memiliki karyawan yang patuh, terbuka, dan loyal kepada perusahaan.

d. Memberikan *reward*.

Pada gambar 4.9 di bawah ini merupakan strategi perusahaan dalam pemberian *reward* kepada karyawannya.



(a)



(b)

Gambar 4.9 *Employee Gathering*

(Sumber : Data Perusahaan CV. Familie 2021)

Dari gambar 4.9 di atas merupakan kegiatan *employee gathering*, terlihat pimpinan perusahaan begitu dekat dengan karyawan-karyawannya, pada gambar sebelah kiri merupakan bentuk pemberian *reward* berupa perusahaan mengadakan acara makan bersama seluruh karyawan dan juga pada gambar sebelah kanan merupakan bentuk pemberian *reward* berupa rekreasi bersama.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, pemberian *reward* kepada karyawan perusahaan CV. Familie selalu dilakukan dalam berbagai bentuk, tidak hanya berupa materi akan tetapi dapat juga berupa kepuasan emosional, seperti rekreasi bersama keluarga dan acara-acara *gathering* lainnya. Pemimpin perusahaan CV. Familie sangat dermawan perihal pemberian *reward* kepada karyawan, sehingga karyawan disini merasa nyaman dan selalu semangat dalam bekerja.

e. Memberikan motivasi untuk maju.

Pemberian motivasi untuk terus maju selalu diberikan oleh perusahaan CV.Familie kepada para karyawannya. Tujuannya adalah sewaktu-waktu disaat karyawan merasa kelelahan akan semua pekerjaannya, tetapi karyawan selalu memiliki semangat untuk bertahan pada perusahaan. Perusahaan sangat berusaha keras untuk selalu baik kepada karyawannya, karena karyawan merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan, sehingga semaksimal mungkin perusahaan memberikan motivasi-motivasi untuk menjaga semangat karyawannya. Hal itu dapat dibuktikan dengan pemberian motivasi melalui ucapan maupun perbuatan, seperti pendampingan secara langsung untuk menyelesaikan suatu masalah dan pemberian nasehat secara *verbal* maupun *nonverbal* untuk menenangkan karyawan, seperti dalam kegiatan pengajian rutin yang dilakukan perusahaan. Semua hal tersebut membuat karyawan merasa sangat nyaman untuk selalu mengabdikan kepada perusahaan dengan memberikan seluruh kemampuannya demi mewujudkan cita-cita yang diharapkan perusahaan.

### Loyalitas

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam peningkatan loyalitas dan juga motivasi kerja karyawan mengenai penerapan strategi internal relations pada perusahaan CV. Familie dengan mewawancarai dua informan pelengkap sebagai berikut :



(a) (b)  
Gambar 4.10 Wawancara terhadap Informan Pelengkap  
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, Januari 2023)

Pada gambar 4.10 sebelah kiri (a) merupakan wawancara terhadap informan pelengkap berinisial AS sedangkan sebelah kanan (b) wawancara terhadap informan pelengkap berinisial H.

### Pembahasan

#### Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada proses pemeriksaan keabsahan data yang dihasilkan dari pengumpulan data berupa observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta bukti dokumentasi dari informan kunci diketahui beberapa penerapan strategi yang dilakukan manajemen perusahaan CV. Familie yang akan dibuktikan hasil wawancara mendalam terhadap informan pelengkap untuk mencari kesimpulan apakah strategi tersebut benar-benar berhasil atau hanya sebuah konsep dan perencanaan semata. Oleh karena itu, setelah dilakukan proses sinkronisasi antara hasil wawancara terhadap informan kunci dengan informan pelengkap maka langkah selanjutnya peneliti akan melakukan sinkronisasi terhadap pernyataan yang membahas tentang strategi *internal relations* dari penelitian terdahulu maupun teori yang telah disampaikan oleh para ahli. Sehingga hasil dari pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini telah disajikan oleh peneliti diantaranya sebagai berikut :

1. Memberikan lingkungan kerja yang baik demi menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie.

Adapun lingkungan kerja yang baik diciptakan dengan cara membangun lingkungan kerja non fisik yaitu melakukan pendekatan-pendekatan emosional antara pimpinan dan karyawan.

Lingkungan kerja non fisik yang dibangun antara pimpinan dan karyawan tercipta melalui pemberian perhatian-perhatian kepada karyawan, seperti mengadakan acara atau kegiatan silaturahmi, pengajian rutin, ikut merayakan pernikahan karyawan, acara ulang tahun, dan sebagainya. Peneliti memperoleh hasil bahwa rasa nyaman tersebut sudah didapatkan oleh semua karyawan sehingga penerapan strategi dengan berbagai bentuk tersebut sudah berhasil diimplementasikan dengan baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Ruslan (2010:260) bahwa dalam menjaga hubungan baik dengan karyawan terdapat beberapa cara atau strategi, salah satunya yaitu terdapat program acara khusus (*Special Events*) yang merupakan sebuah program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka *event* ulang tahun perusahaan, diadakan kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, serta hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksud untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama diantara sesama karyawan dan pimpinan sehingga menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan. Bentuk penerapan strategi seperti ini juga ditemukan pada penelitian terdahulu dari Diani Sisvia, Rahima Zakia, Mulyanti Syas, & Arina Fransiska (2020), bahwa implementasi strategi dengan mengkomunikasikan dan mengarahkan strategi tersebut kepada karyawan melalui interaksi dan kedekatan emosional yang dibangun dengan karyawan, serta menjadikan manajer sebagai teladan karyawan.

2. Memberikan pelatihan atau *training* demi menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie.

Adapun pelatihan atau *training* yang pernah diterapkan kepada karyawan yakni seperti seminar dengan mendatangkan narasumber dari pakar ahli di bidang pelayanan hotel. Namun, kegiatan tersebut sudah tidak berlanjut sejak lama. Hal ini yang menyebabkan pemberian pelatihan atau *training* kepada karyawan menjadi tidak maksimal. Berdasarkan data yang telah diperoleh, menurut peneliti yang menyebabkan keadaan seperti itu dikarenakan faktor sumber daya manusia yang kurang mendukung dari segi kemampuan dan keterampilan (*skills*) karyawan sehingga menyebabkan pola pikir karyawan tidak meningkat. Teori dari Ruslan (2010:260) juga menjelaskan bahwa kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktifitas dan program, salah satunya yaitu program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan, serta kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, hasil penelitian terdahulu dari Nanda Asyifa (2016) juga menjelaskan bahwa pimpinan organisasi selaku fungsional PR belum melaksanakan fungsinya secara optimal. Kendalanya pada pendidikan dan pelatihan karyawan atau SDM untuk meningkatkan loyalitas karyawan.

3. Melakukan pengawasan demi menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie.

Adapun bentuk penerapan strategi pengawasan secara langsung yaitu perusahaan melakukan pengawasan secara diam-diam tanpa diketahui oleh karyawan dengan cara sewaktu-waktu bisa saja datang ke lokasi kerja. Secara teori, untuk meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja dalam diri seorang karyawan, maka dibutuhkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Siagian (Purwadi, 2017:189), mengatakan bahwa pengawasan langsung dilakukan oleh manajer pada waktu kegiatan operasional sedang berlangsung. Pengawasan langsung dapat berupa inspeksi langsung, observasi lokasi, dan laporan langsung. Menurut Terry (Purwadi, 2017:189), mengatakan bahwa tujuan dari dilakukannya pengawasan secara langsung yakni agar dapat memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai pelaksanaan pekerjaan, kualitas kinerja karyawan, cara-cara dan kondisi lingkungan kerja untuk mengecek sikap dan tanggung jawab setiap pekerja serta melihat hasil dari pekerjaan karyawannya secara langsung. Berdasarkan data dari informan kunci, informan pelengkap dan teori di atas, akibat dari penerapan strategi ini loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie akan terus meningkat dikarenakan dengan dilakukannya



pengawasan langsung sewaktu-waktu saja, para karyawan merasa diberikan kepercayaan akan pelaksanaan tugasnya terhadap perusahaan.

4. Memberikan *reward* demi menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie.

Adapun bentuk penerapan strategi ini yaitu pemberian *reward* sewaktu-waktu yang tidak terduga oleh karyawan tetapi perusahaan tiba-tiba memberikan *reward* tanpa sebab. Hal itu yang menjadi poin tersendiri karena menimbulkan motivasi dan semangat bagi karyawannya. Pemberian *reward* tersebut tidak hanya berupa materi namun dapat juga berupa kepuasan-kepuasan emosional, seperti rekreasi bersama, *employee gathering*, pemberian jaminan sosial BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, THR, Bonus akhir tahun dan sebagainya. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari informan kunci dan informan pelengkap di atas, strategi ini lebih banyak meningkatkan loyalitas dan motivasi karyawan untuk tetap bertahan dan selalu mengabdikan kepada perusahaan. Hal ini terjadi karena hubungan baik yang telah terjalin antara pimpinan dan karyawannya sangatlah dekat. Strategi ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ruslan (2010:260), yaitu terdapat program penghargaan sebagai upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi dalam bekerja maupun yang cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Selain teori, strategi ini juga terdapat pada penelitian-penelitian terdahulu, seperti pada penelitian dari Fidhia Aruni S.I.Kom & Dr. Rasyidin. S.Sos.,M.A (2016) dengan hasil penelitian menunjukkan beberapa strategi yang sudah dijalankan dan diterapkan oleh *public relations* PT. Arun NGL dalam meningkatkan motivasi kerja karyawannya, salah diantaranya mengadakan *event* untuk para karyawan, memberikan penghargaan atau apresiasi kepada para karyawan.

5. Pemberian motivasi untuk maju demi menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie.

Adapun bentuk penerapannya yang telah dijelaskan oleh informan kunci dan informan pelengkap yaitu pemberian motivasi melalui ucapan maupun perbuatan, seperti pendampingan secara langsung untuk menyelesaikan suatu masalah dan pemberian nasehat secara *verbal* maupun *nonverbal* untuk menenangkan karyawan, seperti ketika *sharing* santai, ketika rapat atau *meeting*, dan juga dalam kegiatan pengajian rutin yang dilakukan perusahaan. Sebagaimana pada teori yang dikemukakan Mardiasari (2018:38) dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja karyawannya, perusahaan dapat melakukan strategi internal dengan cara memberikan motivasi untuk maju kepada karyawannya. Hal ini mengakibatkan para karyawan akan selalu merasa didukung oleh atasan mereka dan juga dapat menciptakan kekuatan tersendiri dalam diri seorang karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Oleh karena itu, jika pemberian motivasi terus dilakukan maka loyalitas dan motivasi kerja karyawan yang terjadi semakin tinggi. Hal tersebut telah terbukti bahwa perusahaan CV. Familie selalu melakukan motivasi kepada semua karyawannya untuk menjaga loyalitas dan hubungan kekeluargaan yang telah terjalin sangat erat.

## KESIMPULAN

Peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa terdapat beberapa strategi *internal relations* yang diterapkan oleh perusahaan, diantaranya yaitu ; pihak perusahaan atau pimpinan CV. Familie melakukan strategi memberikan lingkungan kerja yang baik dalam bentuk lingkungan kerja non fisik dengan melakukan pendekatan-pendekatan secara emosional kepada karyawannya. Peneliti memperoleh hasil bahwa rasa nyaman tersebut sudah didapatkan oleh semua karyawan sehingga penerapan strategi dengan berbagai bentuk tersebut sudah berhasil diimplementasikan dengan baik. Perusahaan CV. Familie hanya beberapa kali mengadakan pelatihan atau *training* dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja karyawannya. Adapun pelatihan atau *training* yang pernah diterapkan kepada karyawan yakni seperti seminar dengan mendatangkan narasumber dari pakar ahli di bidang pelayanan hotel. Namun, kegiatan tersebut sudah tidak berlanjut sejak lama. Hal ini yang menyebabkan pemberian

pelatihan atau *training* kepada karyawan menjadi tidak maksimal. Perusahaan CV. Familie dalam menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawannya melakukan strategi *internal relations* dengan melakukan pengawasan kepada karyawan. Adapun bentuk penerapan strategi pengawasan secara langsung yaitu perusahaan melakukan pengawasan secara diam-diam tanpa diketahui oleh karyawan dengan cara sewaktu-waktu bisa saja datang ke lokasi kerja. Hal ini dilakukan oleh pimpinan perusahaan dengan tujuan untuk melihat kinerja karyawan yang sebenarnya dan untuk memastikan bahwa karyawan melakukan pekerjaan sesuai kepercayaan yang telah diberikan oleh perusahaan. Pihak manajemen perusahaan CV. Familie dalam menciptakan loyalitas dan motivasi kerja dalam diri karyawan melakukan strategi dengan memberikan *reward*. Pemberian *reward* juga tidak selalu dalam bentuk materi, tetapi dapat juga dalam bentuk kepuasan-kepuasan emosional. Akibat dari penerapan strategi ini adalah loyalitas dan motivasi kerja karyawan CV. Familie terus meningkat. Pihak manajemen perusahaan CV. Familie melakukan strategi untuk menciptakan loyalitas dan motivasi kerja karyawannya dengan melakukan pemberian motivasi-motivasi untuk maju kepada para karyawannya. Adapun bentuk penerapannya yaitu pemberian motivasi melalui ucapan maupun perbuatan. Hal ini bertujuan untuk menjaga semangat dan kenyamanan karyawan agar tidak menyerah atas segala permasalahan yang dirasakan oleh karyawan dan agar memilih tetap bertahan untuk selalu mengabdikan kepada perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur yang baik dalam bidang keilmuan manajemen sumber daya manusia dalam sebuah organisasi maupun perusahaan sehingga dapat memberikan manfaat secara nyata. Untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan penulis, mengenai pentingnya *internal relations* dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Untuk memberikan informasi bagi penelitian selanjutnya yang serupa dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan terkait sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam mengatasi berbagai macam permasalahan yang dihadapi kedepannya, serta menjadi alat untuk mempertahankan loyalitas karyawan itu sendiri. Diharapkan pada penelitian ini menjadi bermanfaat bagi seluruh kalangan akademisi khususnya mahasiswa yang digunakan untuk menambah wawasan serta pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia terkait strategi-strategi *internal relations* yang baik dalam meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja.

Keterbatasan pada penelitian ini yakni masih memiliki beberapa sumber dan referensi terkait strategi *internal relations* dan juga masih terdapat faktor-faktor lain yang menyebabkan karyawan loyal kepada perusahaan, seperti faktor rasional, faktor emosional, dan faktor spiritual. Sehingga pada penelitian-penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapinya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan relevan. Serta

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Aruni, F. (2016). Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Arun NGL Lhokseumawe. *Journal of Government and Social Science*, Vol. 1 No., 62–73.
- [2] Asyifa, N. (2016). Implementasi Komunikasi Internal Dalam Membangun Loyalitas Karyawan. *Wacana*, Vol. XV No, 22–44.
- [3] Dea Sarah Isfiantie S, I. (2019). Strategi Komunikasi Internal Dalam Menumbuhkan Loyalitas Karyawan PT. Prudential Life Assurance (Studi Deskriptif Pada Pru Eternity Kota Cilegon). *Ilmu Komunikasi*, 40–52.
- [4] Fred R. David, F. R. D. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing - Konsep* (15th ed.). Salemba Empat.
- [5] Hasibuan, M. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara.

- [6] Jhon A. Pearce II, R. B. R. J. (2014). *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (12th-Buku ed.). Salemba Empat.
- [7] Kadarisman, M. (2013). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Rajawali Pers.
- [8] Kasmir. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)* (Cetakan ke). PT. Rajagrafindo Persada.
- [9] Mardiasari, F. (2018). *Aktivitas Internal Public Relation Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Antar Surya Media*. Universitas Bhayangkara.
- [10] Miftah Rezkia, S. (2020). *Langkah - Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif*. 11 September. <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>
- [11] Miranda dkk, A. (2021). Strategi Internal Public Relations Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Hubungan Masyarakat, Vol. 7 No.*, 390–393.
- [12] Perdana, A. W. (2022). Strategi Internal Relations Meningkatkan Loyalitas dan Motivasi Kinerja Karyawan Hotel Sofia Juanda Surabaya. *Komunikasi Dan Media, Vol. 2 No.*, 8–14.
- [13] Poerwopoespito. (2014). *Mengatasi Krisis Manusia di Perusahaan*. PT. Grasindo.
- [14] Pratama, E. (2021). *Analisis Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Cafe Rata Kiri Citra Niaga di Kota Samarinda*.
- [15] Purwadi. (2017). Pengaruh Pengawasan Langsung dan Tidak Langsung terhadap Efektivitas Kerja Pegawai pada Dinas Pekerjaan Umum dan Pemukiman Prasarana Wilayah Kota Samarinda. *Jurnal Akuntabel, Volume 14*, 187–194.
- [16] Robbins Stephen P, J. T. A. (2016). *Perilaku Organisasi* (16th ed.). Salemba Empat.
- [17] Sisvia dkk, D. (2020). Strategi Manajer Dalam Meningkatkan Loyalitas Karyawan di Restoran KQ-5 Halalan Thayyiban Kota Padang. *Jurnal Dakwah Dan Manajemen, Vol. 3 No.*, 42–52.
- [18] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi kedua). Bandung : Alfabeta.