

**HUBUNGAN *INTERNAL MARKETING*  
DENGAN *EXCELLENT SERVICE* DI UMKM  
(*Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*)**

**Depy Muhamad Pauzy, Ratih Hurriyati, Vanessa Gaffar, Heny Hendrayati**  
Universitas Pendidikan Indonesia  
depymuhamad@upi.edu

**Abstract :**

*Internal marketing and excellent service is an important aspect in improving employee performance and customer satisfaction. This article aims to analyze the relationship between internal marketing and excellent service in MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) companies. This article uses a systematic review method, namely by collecting data taken from various official sources and then analyzing the results. The result of this article is that internal marketing is closely related to excellent service because internal marketing emphasizes the importance of improving service quality to employees. Employee satisfaction will have an impact on good service excellence and be able to increase profits at MSMEs companies. Therefore, the internal marketing relationship with excellent service is closely related and interrelated with one another. This article contains 27 papers reviewed from databases or publishers.*

**Keywords :** *Internal Marketing; Excellent service; MSMEs*

**Abstrak :**

Internal marketing dan excellent service merupakan aspek penting dalam meningkatkan kinerja karyawan serta kepuasan pelanggan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis hubungan *Internal marketing* dengan *excellent service* pada perusahaan UMKM (*Micro, Small and Medium Enterprises*). Artikel ini menggunakan metode tinjauan sistematis yaitu dengan mengumpulkan data yang diambil dari berbagai sumber resmi kemudian dianalisis hasilnya. Hasil dari artikel ini ialah *Internal marketing* sangat erat hubungannya dengan *excellent service* karena *internal marketing* menekankan pada pentingnya peningkatan kualitas layanan terhadap karyawan. Kepuasan karyawan akan berdampak terhadap *excellent service* yang baik dan mampu meningkatkan keuntungan pada perusahaan UMKM. Oleh karena itu hubungan *internal marketing* dengan *excellent service* sangat berkaitan dan saling berberhubungan satu sama lain. Artikel ini memuat 27 *paper* yang di *review* dari *database* atau *publisher*.

**Kata Kunci :** *Internal Marketing; Excellent service; UMKM*

## PENDAHULUAN

Tujuan dari penulisan ini ialah untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik terkait hubungan internal marketing dengan excellent service di perusahaan UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises).

## METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metodologi tinjauan sistematis untuk memungkinkan analisis mendalam tentang *literature*. Tujuannya, tinjauan sistematis terhadap 27 artikel yang diterbitkan antara tahun 2010-2020 itu dipengaruhi oleh pendekatan konfiguratif yang bertujuan untuk menafsirkan serta memahami fenomena yang diteliti. Adapun tahapan dari *Systematic Literature Review* yaitu sebagai berikut :

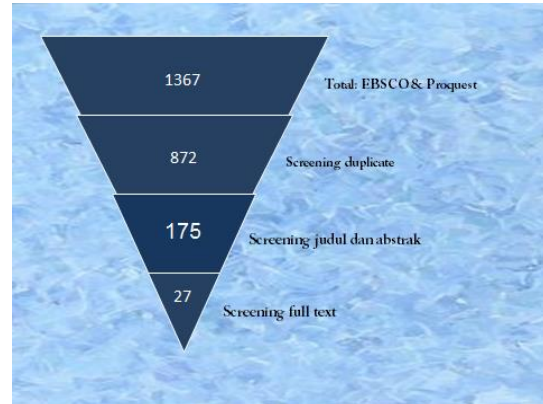
### 1. Planning

- Apa yang dimaksud dengan *Internal Marketing* dan *Excellent service* ?
- Apa yang dimaksud dengan UMKM (*Micro, Small and Medium Enterprises*) ?
- Bagaimana hubungan antara *internal marketing* dengan *excellent service* pada perusahaan UMKM ?

### 2. Data Collection

- Search strings* : 1367 papers (dari Proquest, EBSCO, SAGE)
- Deduplication* : 872
- Title & abstract screening* : 175
- Full text screening* : 27

Berikut bagan terkait *data collection* yang di *review* :



**Gambar 1 Data Collection**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan dari peneliti terdahulu terkait hubungan *internal marketing* dengan *excellent service* pada perusahaan UMKM diperoleh suatu konsep mengenai *internal marketing* serta keterkaitannya dengan *excellent service* .

*Internal marketing* menurut (George, 1977, hal. 91) ialah untuk memiliki pelanggan yang puas, perusahaan harus memiliki karyawan yang puas. *Internal marketing* menekankan pada pentingnya menempatkan karyawan dengan baik dalam rangka menciptakan nilai dan loyalitas pelanggan. Kepuasan karyawan akan berdampak terhadap *excellent service* yang baik dan mampu meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Begitu eratnya hubungan antara kepuasan karyawan, kepuasan pelanggan dengan profitabilitas. Oleh karena itu, penting untuk mengelola serta meningkatkan *internal marketing* dan *excellent service*. Pembahasan lebih lengkap terdapat pada kolom dibawah ini :

No	Jurnal	Topik Pembahasan		<p><i>Influence of Internal Marketing Dimensions on Organizational Commitment : An Empirical Application in Ecuadorian Co-Operativism</i></p>	<p>internal (karyawan), yang, pada saat yang sama, berupaya memperkuat komitmen organisasi mereka.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam konteks ini, pemimpin dan manajer harus fokus pada sumber daya manusia melalui kebijakan yang mendorong motivasi dan kepuasan karyawan, sehingga mereka merasa berkomitmen pada lembaga yang pada saat yang sama akan membantu pencapaian target organisasi</li> <li>• Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dimensi pemasaran internal dan kemungkinan hubungannya dengan komitmen organisasi. Untuk melakukannya, kerja lapangan berdasarkan kuesioner penelitian telah dikembangkan, ditujukan pada bidang yang sangat penting dari ekonomi sosial.</li> <li>• Sebanyak 2.499 survei dibagikan kepada karyawan, pemimpin, dan manajer koperasi.</li> </ul>
1	<p>a. Penulis : Salomão Alencar de Farias</p> <p>b. Nama Universitas : Universidade Federal de Pernambuco – UFPE</p> <p>c. Judul : <i>Internal Marketing (IM): a literature review and research propositions for service excellence</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IM (<i>Internal Marketing</i>) sangat penting untuk manajemen pemasaran layanan.</li> <li>• <i>Excellent service</i> adalah tujuan bagi sebagian besar organisasi layanan, dan sangat bergantung pada kinerja karyawan untuk memberikan produk berkualitas tinggi pada pertemuan layanan.</li> <li>• Jurnal ini bertujuan untuk mengkaji literatur tentang IM dan berusaha untuk memperjelas ruang lingkupnya dan secara teoritis membahas beberapa masalah yang berkaitan dengan konsep IM, ruang lingkup dan hubungannya dengan manajemen sumber daya manusia.</li> <li>• Tujuan akhir IM adalah memotivasi karyawan untuk mencapai keunggulan layanan.</li> </ul>	3	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Soheila Raeisi</li> <li>2. Nur Suhaili Ramli</li> </ol>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p>
2	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nelly Moreira Mero</li> <li>2. Amalia Hidalgo Fernández</li> <li>3. María Iliana Lóor Alcívar</li> <li>4. Francisco González Santa</li> </ol> <p>b. Judul Jurnal :</p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Internal Marketing</i> melibatkan perencanaan, penerapan, dan penilaian strategi yang difokuskan pada pelanggan</li> </ul>			

	<p>3. Meng Lingjie</p> <p>b. Nama Universitas : Nanjing University of Science and Technology</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>A Systematic Review of the Influence of Internal Marketing on Service Innovation</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan tinjauan pustaka dalam hal internal marketing dan inovasi layanan antara tahun 1990 dan 2016.</li> <li>• Penelitian ini memiliki implikasi penting terutama bagi manajer untuk mendefinisikan kembali peran mereka.</li> <li>• Serta untuk membantu manajer dan perusahaan dalam hal mempertimbangkan <i>internal marketing</i> yang baik.</li> </ul>
4	<p>a. Penulis :</p> <p>1. Klement Podnar</p> <p>2. Ursa Golob</p> <p>b. Nama Universitas : University of Ljubljana</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Friendly flexible working practices within the internal marketing framework: a service perspective</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang adanya fleksibilitas kerja dan relevansinya dengan internal marketing.</li> <li>• Bentuk fleksibilitas kerja yang bersahabat sangat penting untuk meningkatkan pemahaman tentang peran yang harus dimiliki <i>internal marketing</i> untuk mencapai kinerja kualitas layanan yang lebih baik.</li> </ul>
5	<p>a. Penulis :</p> <p>1. Ashraf Tag-Eldeen</p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p>
	<p>2. Osman Ahmed El-Said</p> <p>b. Nama Universitas : Alexandria University</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Implementation of internal marketing on a sample of Egyptian five-star hotels</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurnal ini mengembangkan pemahaman yang jelas mengenai konsep <i>internal marketing</i> berdasarkan literatur akademis.</li> <li>• Berdasarkan penelitiannya semakin besar alokasi sumber daya untuk implementasi <i>internal marketing</i>, semakin tinggi kemungkinan keberhasilan organisasi.</li> </ul>
6	<p>a. Penulis :</p> <p>1. Sudhir H. Kale, Ph.D.</p> <p>2. Sangita De, Ph.D.</p> <p>b. Judul Jurnal : <i>A Diagnosis of Inherent Problems in Enhancing Service Quality through Internal marketing and Organizational Identification in Macau and Singapore Casinos</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurnal ini membahas terkait pertumbuhan permintaan</li> <li>• Berdasarkan penelitian, secara khusus <i>excellent service</i> akan berdampak negatif jika manajer belum mencurahkan perhatian yang memadai terhadap strategi <i>internal marketing</i> mereka.</li> </ul>
7	<p>a. Penulis : Jingqi Qiu</p> <p>b. Nama Universitas : University of Sussex</p> <p>c. Judul Jurnal :</p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menanggapi kekurangan dan fragmentasi</li> </ul>

	<i>Internal marketing: A Systematic Review</i>	<p>literatur <i>Internal marketing</i> (IM)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Berdasarkan analisis artikel ini mengatur ulang pengetahuan IM dan menyediakan kerangka kerja terintegrasi, dalam upaya untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan IM kontemporer. Makalah ini berkontribusi pada debat yang sedang berlangsung tentang konsep IM dan ruang lingkupnya dan menyajikan agenda bagi para peneliti.</li> </ul>	9	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jong Hee Park</li> <li>Thi Bich Hanh Tran</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : <i>VNU-Vietnam Japan University</i></p> <p>c. Judul Jurnal : <i>From internal marketing to customer-perceived relationship quality:evidence of Vietnamese banking firms</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Studi ini berusaha untuk menyelidiki pengaruh <i>internal marketing</i> dan memperlakukan karyawan sebagai pelanggan internal.</li> <li>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>internal marketing</i> secara signifikan berhubungan dengan perilaku penjualan yang berorientasi pada pelanggan dan penjualan relasional</li> </ul>
8	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Wilson Ozuem</li> <li>Natalie Limb</li> <li>Geoff Lancaster</li> </ol> <p>b. Judul Jurnal : <i>Exploring the locus of internal marketing</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan dalam bidang pelayanan menjadi yang terdepan dalam studi <i>internal marketing</i> karena hubungan yang erat antara karyawan dan pelanggan.</li> <li>Ada beberapa bukti yang mendukung manfaat orientasi <i>internal marketing</i> dalam industri ritel serta makanan.</li> <li>Namun sulit mengukur nilainya. Meskipun industri ritel makanan Inggris telah diteliti secara ekstensif, para peneliti belum menanganinya dengan baik dalam kaitannya dengan orientasi pasar internal.</li> </ul>	10	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jong Hee Park</li> <li>Thi Bich Hanh Tran</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : University of Ulsan</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Internal marketing, employee customer-oriented behaviors, and customer behavioral responses</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Studi ini berusaha untuk menyelidiki pengaruh <i>internal marketing</i> terhadap karyawan sebagai pelanggan internal pada keterlibatan tenaga penjual dalam perilaku berorientasi pelanggan dan tanggapan pelanggan yang dihasilkan.</li> <li>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>internal marketing</i> secara signifikan berhubungan dengan kinerja tenaga penjual dalam perilaku penjualan adaptif, perilaku menjual berorientasi pelanggan, dan perilaku penjualan relasional, yang menghasilkan kontinuitas</li> </ul>

		<p>hubungan pelanggan, niat membeli, dan promosi dari mulut ke mulut yang positif.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi ini memperluas literatur mengenai <i>internal marketing</i> yang masih ada dan menawarkan implikasi manajerial yang berguna bagi perusahaan jasa, khususnya perusahaan perbankan di Vietnam.</li> </ul>
11	<p>a. Penulis : 1. Justin Paul 2. Sunil Sahadev b. Nama Universitas : Universite De Versailles, France c. Judul Jurnal : <i>Service failure and problems: Internal marketing solutions for facing the future</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini mengeksplorasi solusi <i>internal marketing</i> berdasarkan dua teori Layanan frameworks dan Profit Chain</li> <li>• Berdasarkan tinjauan pustaka yang komprehensif dan analisis peneliti mengembangkan kerangka kerja baru yang disebut Solusi dan Masalah Organisasi Kompleks (COPS) dengan menggeneralisasi wawasan yang diperoleh melalui studi.</li> <li>• Peneliti mendapat praktik <i>internal marketing</i> yang membantu meningkatkan kepuasan karyawan dan excellent service.</li> </ul>
12	<p>a. Penulis : 1. Moreira Mero Nelly 2. Hidalgo Fernández Amalia 3. Loor Alcívar María Iliana 4. González Santa Cruz Francisco b. Nama Universitas : University Eloy Alfaro of Manabí, Ecuador c. Judul Jurnal : <i>Influence of Internal marketing Dimensions on Organizational Commitment: An Empirical Application in Ecuadorian Co-Operativism</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Internal marketing</i> melibatkan perencanaan, penerapan, dan penilaian strategi yang difokuskan pada pelanggan internal (karyawan) pada saat yang sama, berupaya memperkuat komitmen organisasi mereka.</li> <li>• Dalam konteks ini, pemimpin dan manajer harus fokus pada sumber daya manusia melalui kebijakan yang mendorong motivasi dan kepuasan karyawan, sehingga mereka merasa berkomitmen pada lembaga yang pada saat yang sama akan membantu pencapaian target organisasi.</li> <li>• Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dimensi pemasaran internal dan kemungkinan hubungannya dengan komitmen organisasi.</li> </ul>
13	<p>a. Penulis : 1. Balta Sabah b. Nama Universitas : Business Management Dynamics London c. Judul Jurnal : <i>The Influence of Internal</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak perusahaan jasa saat ini mengalami masalah saat mengelola karyawan mereka. Masalah-masalah tersebut berkisar dari tingkat</li> </ul>

	<p><i>marketing on Employee Satisfaction in the Service Industry</i></p>	<p>ketidakhadiran yang tinggi hingga penurunan kinerja dan kurangnya pengabdian, yang pada akhirnya mengakibatkan hilangnya pelanggan eksternal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh “<i>internal marketing</i>” terhadap pemenuhan pegawai di industri jasa.</li> <li>• Berdasarkan penelitian ini <i>internal marketing</i> adalah cara terbaik untuk mendapatkan loyalitas dan komitmen jangka panjang dari staf yang berkualifikasi, berbakat, dan berpengalaman.</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan harus memperlakukan karyawan sebagai pelanggan internal dan memberi mereka kesempatan untuk mengembangkan diri.</li> <li>• Perusahaan harus memastikan bahwa mereka memiliki kesempatan promosi dan umpan balik yang sering serta memastikan lingkungan kerja yang sehat.</li> <li>• Perusahaan harus memberikan penghargaan finansial dengan memberikan bonus, komisi, dll. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan mereka.</li> </ul>
<p>14</p>	<p>a. Penulis : 1. Md Atiqur Rahman Sarker 2. Dewan Mehrab Ashrafi b. Nama Universitas : Business and Retail Management Research London c. Judul Jurnal : <i>The relationship between internal marketing and employee job satisfaction: A study from retail shops in Bangladesh</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurnal ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara faktor <i>internal marketing</i> dengan kepuasan kerja karyawan di sektor ritel Bangladesh.</li> <li>• Asumsi penting dalam penelitian ini adalah komponen pemasaran internal yaitu pelatihan, pengembangan, dukungan organisasi, gaji, penghargaan, dan kebijakan retensi yang mempengaruhi kepuasan kerja.</li> </ul>	<p>15</p>	<p>a. Penulis : 1. Gjurai 2. Matina 3. Lonari 4. Dina b. Nama Universitas : Lecturer Libertas International University c. Judul Jurnal : <i>Internal Market Orientation And Organizational Citizenship Behaviour In The Hospitality Industry – A Literature Review</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Excellent service mempengaruhi keputusan tamu untuk kembali ke hotel. Dukungan dan kerja sama antar karyawan hotel menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kualitas layanan.</li> <li>• Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan tinjauan pustaka tentang orientasi <i>internal marketing</i></li> <li>• Temuan - Temuan menunjukkan bahwa orientasi <i>internal marketing</i> sangat penting untuk mengelola karyawan di industri perhotelan</li> </ul>

		<p>dan memberikan layanan terbaik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian ini ditujukan bagi manajer hotel untuk meningkatkan kualitas layanan internal.</li> </ul>		<p><i>job satisfaction in health services: a pilot study in public hospitals in Northern Greece</i></p>	<p>pelayanan kesehatan, khususnya di rumah sakit umum di Yunani Utara.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berdasarkan hasil penelitian <i>internal marketing</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja staf rumah sakit di Yunani Utara.</li> <li>• Selain itu, dokter dan personel pria tampaknya memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi. Staf dengan kontrak kerja yang ditentukan waktu dengan rumah sakit lebih puas daripada staf tetap, dan seiring bertambahnya usia staf, ada sedikit penurunan kepuasan kerja.</li> </ul>
16	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gataullina, Svetlana Y</li> <li>2. Kosolapov</li> <li>3. Alexander B</li> <li>4. Shishkareva</li> <li>5. Natalia Y</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : Management and Marketing Mersin</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Development of Marketing Tools in Tourism as a Factor for Cooperation Enhancing Between the Primorye Territory and the Republic of Korea</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pariwisata merupakan sektor ekonomi dunia yang berkembang secara dinamis yang memberikan dukungan kuat bagi perluasan kerjasama ekonomi luar negeri dengan negara yang berbeda.</li> <li>• Salah satu fungsi pariwisata yang berkembang paling dinamis ialah melalui kerja sama dengan Republik Korea.</li> <li>• Studi mengatakan perlunya meningkatkan alat pemasaran dalam pariwisata internasional. Disarankan untuk mengatur pemasaran pariwisata daerah sebagai salah satu faktor penting yang menentukan efektifitas kegiatan pariwisata.</li> </ul>	18	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Echchakoui</li> <li>2. Saïd</li> <li>3. Ghilal</li> <li>4. Rachid</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : University of Quebec at Rimouski</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>How sales managers can use salespeople's perceived attributes to monitor and motivate a sales force during relationship marketing</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi ini menggunakan teori agensi</li> <li>• Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan kepada manajer penjualan bahwa dengan survei pelanggan dapat memotivasi karyawan selama pemasaran relasional.</li> <li>• Jurnal ini juga menunjukkan bahwa kompensasi tenaga penjualan yang optimal mampu mendorong tenaga penjualan.</li> </ul>
17	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iliopoulos</li> <li>2. Efthymios</li> <li>3. Priporas</li> <li>4. Constantinos Vasilios</li> </ol> <p>b. Judul Jurnal : <i>The effect of internal marketing on</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh <i>internal marketing</i> terhadap kepuasan kerja di</li> </ul>			



19	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Md Atiqur Rahman Sarker</li> <li>2. Dewan Mehrab Ashrafi</li> </ol> <p>b. Judul Jurnal : <i>The relationship between internal marketing and employee job satisfaction: A study from retail shops in Bangladesh</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko ritel sekarang menjadi konsep umum di Bangladesh yang menawarkan berbagai macam barang kebutuhan untuk rumah tangga dan kehidupan sehari-hari.</li> <li>• Kepuasan pelanggan dan penyampaian layanan adalah kunci keberhasilan di mana memiliki karyawan yang puas itu penting.</li> <li>• Jurnal ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara faktor <i>internal marketing</i> dan kepuasan kerja karyawan di sektor ritel Bangladesh.</li> <li>• Asumsi penting dalam penelitian ini adalah komponen pemasaran internal yaitu pelatihan dan pengembangan, dukungan organisasi, gaji dan penghargaan, dan kebijakan retensi mempengaruhi kepuasan kerja.</li> <li>• Dapat disimpulkan bahwa semakin kuat praktik <i>internal marketing</i> semakin baik pula tingkat kepuasan karyawan.</li> </ul>	<p>b. Nama Universitas : Management and Marketing Mersin</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Development of Marketing Tools in Tourism as a Factor for Cooperation Enhancing Between the Primorye Territory and the Republic of Korea</i></p>	<p>secara dinamis yang memberikan dukungan kuat bagi perluasan kerjasama ekonomi luar negeri dengan negara yang berbeda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salah satu fungsi pariwisata yang berkembang paling dinamis ialah melalui kerja sama dengan Republik Korea.</li> <li>• Studi mengatakan perlunya meningkatkan alat pemasaran dalam pariwisata internasional.</li> <li>• Disarankan untuk mengatur pemasaran pariwisata daerah sebagai salah satu faktor penting yang menentukan efektifitas kegiatan pariwisata.</li> </ul>
20	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gataullina, Svetlana Y</li> <li>2. Kosolapov</li> <li>3. Alexander B</li> <li>4. Shishkareva</li> <li>5. Natalia Y</li> </ol>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pariwisata merupakan sektor ekonomi dunia yang berkembang</li> </ul>	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Liu Yong</li> <li>2. Huang Danyu</li> <li>3. Wang Meng</li> <li>4. Wang Yaru</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : Chengdu University of Technology</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>How do Service Quality, Value, Pleasure, and Satisfaction Create Loyalty to Smart Dockless Bike-Sharing Systems ?</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pengguna <i>smart dockless bike-sharing system</i> (DBSS).</li> <li>• Hasil menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan adalah konstruksi akhir yang dihasilkan. Kepuasan pelanggan dan kesenangan yang dirasakan menjadi mediator parsial antara kualitas</li> </ul>

		layanan dan loyalitas pelanggan.
22	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mansur</li> <li>2. Chadi Mursid</li> <li>3. Suliyanto</li> <li>4. Suliyanto</li> <li>5. Rahab</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : Management and Marketing Mersin</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Value of Innovation and Marketing Performance</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan dari jurnal ini adalah untuk menganalisis nilai inovasi sebagai mediasi peran dalam hubungan antara Inovasi NPD dan Kinerja NPD.</li> <li>• Pengurus keuangan mikro syariah di Pekalongan dan Banyumas Indonesia dengan jumlah keseluruhan 171 responden dari 27 LKMS (Baitul Maal wa Tamwil, Baitul Tamwil, Kospin Jasa Syariah, dan KSPP Syariah) menghasilkan inovasi syariah yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran</li> </ul>
23	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Babic Hodovic</li> <li>2. Vesna</li> <li>3. Arslanagic Kalajdzic</li> <li>4. Maja</li> <li>5. Imsirpasic</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : University of Sarajevo</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Perceived Quality And Corporate Image In Mobile Services: The Role Of Technical And Functional Quality</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kualitas teknis (output) dan fungsional (proses) layanan seluler serta peran citra perusahaan sebagai mediator.</li> <li>• Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan sangat penting untuk dibangun agar konsumen bisa tertarik pada perusahaan yang dituju. Cara agar mendapat citra</li> </ul>

		yang baik ialah dengan memperhatikan excellent service atau kualitas pelayanan.
24	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hudaverdi</li> <li>2. Huda</li> <li>3. Yankova</li> <li>4. Yuliya</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : Management and Marketing Mersin</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Marketing within the Boundaries of Psychology: What influences the Choice Whether to go for International Education ?</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan penelitian ini ialah untuk justifikasi teoritis dan studi empiris mengenai pengadaan layanan pendidikan sebagai fenomena sosial dan psikologis.</li> <li>• Hasil penelitian ini menyebutkan dalam kualitas pelayanan bidang pendidikan perlu diperhatikan.</li> <li>• Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap perkembangan siswa.</li> </ul>
25	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gondal</li> <li>2. Uzma Hanif</li> <li>3. Shahbaz</li> <li>4. Muhammad</li> </ol> <p>b. Judul Jurnal : <i>Interdepartmental Communication Increases Organizational Performance Keeping HRM as a Mediating Variable</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi ini membahas pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia (HRM)</li> <li>• Peneliti menguji hubungan Komunikasi Antar Departemen dengan Kinerja Organisasi menggunakan Manajemen Sumber Daya Manusia (HRM) sebagai mediator.</li> <li>• Peneliti menemukan HRM sangat memediasi hubungan Komunikasi Antar Departemen dan Kinerja Organisasi</li> </ul>

26	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mohammed Rafiq</li> <li>2. Pervaiz K. Ahmed</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : Loughborough University</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>Advances in the internal marketing concept, definition, synthesis and extension</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih dari 20 tahun yang lalu <i>internal marketing</i> pertama kali mendukung pengiriman kualitas layanan yang tinggi secara konsisten.</li> <li>• Namun, terlepas dari literatur yang berkembang pesat sangat sedikit organisasi yang benar-benar menerapkan konsep <i>internal marketing</i>.</li> <li>• Penelitian ini memuat tiga hal utama yaitu program motivasi dan tindakan karyawan, program orientasi pelanggan, dan program implementasi strategi / manajemen perubahan.</li> </ul>
27	<p>a. Penulis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pratik Modi</li> <li>2. Gurjeet Kaur Sahi</li> </ol> <p>b. Nama Universitas : University of Jammu India</p> <p>c. Judul Jurnal : <i>The meaning and relevance of internal market orientation in nonprofit organisations</i></p>	<p>Topik pembahasan mengenai jurnal ini ialah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejumlah besar organisasi nirlaba (NPO) di India memberikan layanan kesejahteraan di negara berkembang. Banyak yang merasa sulit untuk mempertahankan staf mereka dan untuk meningkatkan kepuasan penerima bantuan, yang secara negatif mempengaruhi kegiatan pencapaian misi mereka.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar internal (IMO) dapat membantu NPO berbasis lapangan mengatasi tantangan manajerial.</li> </ul>
--	--	--

## KESIMPULAN DAN SARAN

*Internal marketing* merupakan filosofi dari sebuah metode yang memperlakukan karyawan dengan baik sehingga mereka dapat melayani konsumen dengan baik pula. Sedangkan *excellent service* mengacu pada kualitas yang diharapkan dalam penawaran jasa, kualitas tersebut ditentukan dalam kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Definisi dari UMKM itu sendiri ialah suatu bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan.

Karakteristik yang menggambarkan *excellent service* diantaranya *intangible*, *heterogeneous* dan *indivisible* atau *inseparability*. *Internal marketing* dengan *excellent service* mempunyai korelasi satu sama lain. *Internal marketing* sangat berpengaruh terhadap kinerja dan kualitas layanan internal, hal ini penting bagi perusahaan terkhusus perusahaan UMKM untuk mengoptimalkan program *internal marketing*.

*Internal marketing* menekankan pada pentingnya menempatkan karyawan dengan baik dalam rangka menciptakan nilai dan loyalitas pelanggan. Kepuasan karyawan akan berdampak terhadap *excellent service* yang baik dan mampu meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Oleh karena itu dalam mewujudkan kepuasan pelanggan *eksternal*

sebaiknya perusahaan UMKM lebih dulu memberikan kepuasan kepada pelanggan internal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alencar. 2010. *internal marketing (im): a literature review and research propositions for service excellence*. Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. v. 7, n.2
- Amalia,dkk. 2020. *Influence of Internal marketing Dimensions on Organizational Commitment: An Empirical Application in Ecuadorian Co-Operativism*. University of Córdoba, Spain
- Eldeen,dkk. 2011. *Implementation of internal marketing on a sample of Egyptian five-star hotels*. Faculty of Tourism and Hotels, Alexandria University, Egypt. Vol. 22, No. 2
- Gataullina, dkk. 2017. *Development of Marketing Tools in Tourism as a Factor for Cooperation Enhancing Between the Primorye Territory and the Republic of Korea*. International Review of Management and Marketing ; Mersin Vol. 7, Iss. 1
- Gjurai. 2018. *Internal Market Orientation And Organizational Citizenship Behaviour In The Hospitality Industry – A Literature Review*. Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija. Vol. 27, Iss. 1
- Gondal,dkk. 2012. *Interdepartmental Communication Increases Organizational Performance Keeping HRM as a Mediating Variable*. Journal of Asian Business Strategy ; Karachi Vol. 2, Iss. 6
- Hodovic,dkk.2017. *Perceived Quality And Corporate Image In Mobile Services: The Role Of Technical And Functional Quality*. South East European Journal of Economics and Business (Online) ; Sarajevo Vol. 12, Iss. 1
- Hudaverdi,dkk.2016. *Marketing within the Boundaries of Psychology: What influences the Choice Whether to go for International Education?.* International Review of Management and Marketing ; Mersin Vol. 6, Iss. 4
- Kingshott,dkk.2016. *journal of Service Management*. Internal service quality as a driver of employee satisfaction, commitment and performance – exploring the focal role of employee well-being
- Kosolapov. 2017. *Development of Marketing Tools in Tourism as a Factor for Cooperation Enhancing Between the Primorye Territory and the Republic of Korea*. Management and Marketing ; Mersin Vol. 7, Iss. 1
- Iliopoulos, dkk. 2011. *The effect of internal marketing on job satisfaction in health services: a pilot study in public hospitals in Northern Greece*. BMC Health Services Research ; London Vol. 11
- Mansur, dkk. 2019. *Value of Innovation and Marketing Performance*. International Review of Management and Marketing ; Mersin Vol. 9, Iss. 3
- Mero, dkk. 2010. *Influence of Internal marketing Dimensions on Organizational Commitment: An Empirical Application in Ecuadorian Co-Operativism*. journals.sagepub.com/home/sgo

- Modi,dkk. 2017. *The meaning and relevance of internal market orientation in nonprofit organisations*. Institute of Rural Management Anand, Anand, India
- Ozuem,dkk. 2016. *Exploring the locus of internal marketing*. <http://dx.doi.org/10.1080/0965254X.2016.1211729>
- Rafiq,dkk. *Advances in the internal marketing concept: definition, synthesis and extension*. Management, University of Bradford Management Centre, Bradford, UK
- Raeisi. 2020. *A Systematic Review of the Influence of Internal marketing on Service Innovation*. Department of Economics and Management, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing 210094, China.
- Park dkk. 2018. *From internal marketing to customer- perceived relationship quality: evidence of Vietnamese banking firms*. Department of Business Administration, VNU-Vietnam Japan University, Hanoi, Vietnam
- Paul,dkk. *Service failure and problems: Internal marketing solutions for facing the future*. Universite De Versailles, France
- Podnar. 2008. *Friendly flexible working practices within the internal marketing framework: a service perspective*. Marketing Communication and Public Relations Department, Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Ljubljana, Slovenia. Vol. 30, No. 11
- Saad,dkk. 2015. *Revisiting The Relationship Between Internal marketing And External Marketing: The Role Of Customer Orientation*. Universiti Sains Malaysia, Malaysia
- Sabah. 2018. *The Influence of Internal marketing on Employee Satisfaction in the Service Industry*. Business Management Dynamics. Vol. 8, Iss. 1
- Sahibzada,dkk. *Development and validation of a multidimensional instrument for measuring internal marketing in Chinese higher education*. Department of Management Sciences COMSATS Institute of Information Technology, Attock, Pakistan
- Said,dkk. 2019. *How sales managers can use salespeople's perceived attributes to monitor and motivate a sales force during relationship marketing*. European Research on Management and Business Economics ; Madrid Vol. 25, Iss. 2
- Sarker. 2018. *The relationship between internal marketing and employee job satisfaction: A study from retail shops in Bangladesh*. Journal of Business and Retail Management Research. Vol. 12, Iss. 3
- Viera,dkk. 2013. *An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. The Economic Contribution Of Tourism To The Slovak Economy
- Yong, dkk. 2020. *How do Service Quality, Value, Pleasure, and Satisfaction Create Loyalty to Smart Dockless Bike-Sharing Systems?.* Revista Brasileira de Gestão de Negócios ; São Paulo. Vol. 22, Iss. 3

