

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Tempat Penelitian

Alfamart merupakan satu dari banyak perusahaan perdagangan yang berdiri sebagai minimarket. Alfamart merupakan toko retail yang saat ini sudah tidak asing lagi terdengar di telinga dan keberadaannya sudah tersebar di seluruh Indonesia, bahkan diberbagai pelosok daerah. Gerai Alfamart dimiliki dan di kelola oleh terwaralaba yang di atur dengan perjanjian Waralaba dengan PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT).

Sejarah Alfamart sendiri adalah sebuah minimarket dengan awal nama alfa minimarket bergerak dibidang perdagangan aneka produk yang dikelola oleh Djoko Susanto sekeluarga. Perkembangannya sangat cepat meskipun banyak memiliki pesaing utama seperti Indomart, Alfamidi, Alfa Exspress dan sebagainya. Dengan perkembangannya yang sangat cepat pada Desember 1989 mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna. Struktur kepemilikannya beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan kepemilikan saham terdiri dari 70 % PT. HM Sampoerna Tbk dan 30 % PT. Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto).

PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) yang berdiri pada tanggal 27 Juni 1999 merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari. Pada tanggal 18 Oktober 1999 toko pertama dibuka dengan nama Alfa minimart di JL. Baringgin Raya, Karawaci, Tangerang. Dan

akhirnya pada tanggal 1 Januari 2003 nama “Alfa Minimart” diganti menjadi “Alfamart”.

Saat ini Alfamart telah berkembang di sepanjang Pulau Jawa dan Lampung dari total jumlah tokonya yang telah mencapai 2.505 (Juni 2008), 532 toko diantaranya merupakan toko waralaba. Hingga Mei 2010, jumlah gerai Alfa sudah sebanyak 4000 gerai yang tersebar di wilayah Pulau Jawa dan Sumatra. Dan hingga saat ini gerai Alfamart sudah merambah lagi di Indonesia bagian Timur seperti Banjarmasin, Balikpapan dan Samarinda. Tidak hanya aktif dalam menambah gerainya, tetapi juga Alfamart semakin ekspansif dalam menambah kantor cabang distribusi. Pada tahun 2012 lalu Alfamart membuka kantor cabang distribusi di tiga daerah yaitu Baturaden Bogor, Jember dan Medan. Penambahan kantor cabang diharapkan dapat menjadi solusi masalah keterlambatan penyetokan barang karena jarak yang terlalu jauh.

Salah satu kantor cabang baru yaitu berada di Jember adalah tempat dimana penelitian ini dilakukan. Alfamart kantor cabang Jember ini mulai beroperasi pada akhir September 2012. Selama ini area Jawa Timur dicover oleh kantor cabang Sidoarjo dan Malang. Dengan adanya penambahan kantor cabang baru di Jember nantinya akan mengcover gerai-gerai Alfamart yang berada di kota Probolinggo, Lumajang, Situbondo, Bondowso, dan Banyuwangi, sehingga masalah keterlambatan penyetokan barang di kota-kota tersebut diharapkan dapat teratasi.

Toko-toko waralaba tersebut telah dimiliki oleh masyarakat, yang terdiri atas individu, organisasi sosial, BUMN, Universitas, Pondok Pesantren, Koperasi-koperasi, dan masih banyak lagi lainnya. Dengan didukung oleh jaringannya, Alfamart ikut andil dalam membantu dan mengembangkan masyarakat di sekitarnya, dengan fokus dibidang pendidikan, seni budaya, lingkungan dan olahraga, melalui payung besar bertajuk “Alfamart Sahabat Indonesia” yang merupakan kependekan dari “Alfamart Satu Hati berBagi unTuk Indonesia”. Selain itu banyak pula prestasi penghargaan yang diperoleh Alfamart seperti, **Top Brand Award** dan **Indonesia Best Brand Award 2009**.

Pada 15 Januari 2013, Alfamart membangun rumah Albi di Kota Jember. Rumah Albi merupakan salah satu program Alfamart yang dicanangkan sebagai bentuk kepedulian Alfamart terhadap masyarakat. Komunitas masyarakat merupakan salah satu unsur penting bagi sebuah perusahaan. Keberadaan mereka tak dapat diabaikan. Oleh karena itu, melalui salah satu program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), Alfamart membangun satu sarana untuk komunitas masyarakat yang diberi nama Rumah Albi.

Rumah Albi merupakan satu ruangan khusus yang ada di gerai-gerai Alfamart pilihan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai wadah untuk berkumpul, bersosialisasi, berinteraksi, bermusyawarah dan beragam aktivitas lainnya. Tujuan didirikannya Rumah Albi selain untuk memanfaatkan ruang tak terpakai yang ada di

gerai Alfamart, juga untuk mengakomodir komunitas masyarakat sekitar yang membutuhkan tempat untuk beraktivitas serta menciptakan hubungan timbal balik yang baik antara Alfamart dan masyarakat.

Beragam fasilitas yang ada di Rumah Albi tersebut dapat dimanfaatkan semua lapisan masyarakat. Beragam fasilitas yang dapat dimanfaatkan di dalam Rumah Albi diantaranya adalah ruangan ber AC, meja kursi, *sound system*, dan kamar mandi.

Semua lapisan masyarakat dapat memanfaatkan Rumah Albi dengan cara yang sangat mudah. Pertama, perwakilan masyarakat/komunitas harus datang ke gerai Alfamart yang memiliki Rumah Albi untuk melihat jadwal pemakaian ruangan dan bertemu dengan pejabat toko. Kemudian pejabat toko akan memberikan form yang harus diisi. Kedua, setelah form tersebut diisi harus dibawa ke kantor RT/ RW tempat rumah Albi berdomisili untuk memperoleh perijinan. Ketiga, membawa form yang telah diisi dan ditandatangani serta dicap oleh pejabat RT/ RW ke gerai Alfamart untuk diperiksa. Jika disetujui pejabat toko akan mencetak struk pemakaian ruangan Rumah Albi dan diberikan kepada perwakilan masyarakat atau komunitas. Dalam struk tersebut terdapat jadwal pemakaian Rumah Albi dan struk tersebut harus dibawa dan ditunjukkan kepada pejabat toko untuk divalidasi sesaat sebelum pemakaian ruangan.

1. Visi, Misi, dan Budaya

PT. Sumber Alfa Trijaya (SAT), perusahaan bisnis yang menjalankan usaha dibidang retail mempunyai visi, misi dan budaya sebagai berikut:

a. Visi

“Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global”.

b. Misi

- 1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan / konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
- 2) Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku / etika bisnis yang tertinggi.
- 3) Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- 4) Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

c. Budaya

- 1) Integritas yang tinggi.
- 2) Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik.

- 3) Kualitas & produktivitas yang tertinggi.
- 4) Kerjasama tim.
- 5) Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik.

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang digunakan Alfamart adalah berbentuk garis, dimana kekuasaan dan tanggungjawab berada pada pimpinan tertinggi yaitu Direktur yang membawahi beberapa kepala bagian antara lain: Manager Personalia, Kepala Pramuniaga, Kepala Kasir, Kepala Toko, Kepala Gudang, Kepala Bagian pembelian, Kepala Bagian Administrasi, dan Keuangan, Kasir, Pramuniaga, dan *Cleaning Service*.

Adapun pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap bagian adalah sebagai berikut:

- a. Direktur
 - 1) Mengawasi jalannya perusahaan
 - 2) Menerima laporan dari administrasi
- b. Manager personalia
 - 1) Mengurus kesehatan dan keamanan kerja karyawan
 - 2) Mendapatkan calon karyawan yang bermutu
 - 3) Menyeleksi calon karyawan
 - 4) Mengurus administrasi pengajian
- c. Kepala Bagian Pramuniaga
 - 1) Mengontrol pekerjaan para pramuniaga
 - 2) Mengecek masuknya barang ke gudang

- 3) Menegcek tanggal kadaluarsaa barang
 - 4) Memberikan pelayanan kepada konsumen
 - 5) Memberikan pengarahan cara-cara memajang barang
 - 6) Mengontrol kebersihan toko
 - 7) Mengatur pemberian izin cuti, jam makan, dan jam istirahat
 - 8) Mengatur jadwal libur
 - 9) Memeriksa absen karyawan
- d. Kepala Bagian Kasir
- 1) Memberikan modal kepada kasir
 - 2) Memeriksa transaksi bank
 - 3) Mengawasi pekerjaan kasir
 - 4) Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
- e. Kepala Bagian Toko
- 1) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional toko
 - 2) Mengkoordinir semua kegiatan yang diarahkan untuk semua pemenuhan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan toko
 - 3) Mengkoordinir dan mengelola personal toko
- f. Kepala Bagian Gudang
- 1) Mengambil permintaan barang dari pagi dan siang
 - 2) Menerima dan mengecek barang kiriman dari pemasok
 - 3) Mengeluarkan barang dari gudang apabila sudah diberi harga

- 4) Mengatur bawahan agar bekerja dengan efektif dan efisien
- 5) Menhontrol keluar masuknya barang dan mutu produk
- 6) Mengawasi kebersihan gudang

g. Kepala Bagian Pembelian

- 1) Mengetahui barang apa yang harus dibeli
- 2) Mengetahui jumlah barang yang dibeli
- 3) Mengetahui waktu pembelian
- 4) Mengetahui tempat pembelian produk
- 5) Mengetahui harga barang yang dibeli
- 6) Mengetahui syarat-syarat penyerahan barang yang dibeli
- 7) Mengetahui kejujuran penjual.

B. Karakteristik Subyek Penelitian

Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan Alfamart yang berkantor di Kantor cabang Jember, dikhususkan untuk karyawan yang berada di bagian unit pelayanan. Semua karyawan berjumlah 863 orang dan yang menjadi sampel penelitian ini ada 10% dari populasi yaitu 90 orang. Informasi mengenai hasil penelitian dan responden diperoleh dari distribusi kuisioner yang disebar dan terisi oleh responden.

Berdasarkan kuisioner yang telah diisi oleh responden didapatkan identitas responden. Berikut adalah tabel penyajian data tentang gambaran identitas responden.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Nama Variabel	Uraian	Jumlah	Ptosentase
Usia	< 20 tahun	30	33 %
	20 – 23 tahun	52	58 %
	> 23 tahun	8	9 %
Jenis Kelamin	Laki – laki	34	38 %
	Perempuan	56	62 %

C. Pelaksanaan Penelitian

1. Tahap Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian dilakukan agar penelitian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan. Persiapan tersebut meliputi pengurusan ijin dan penyusunan skala yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi dilakukan dengan mengajukan ijin penelitian kepada pihak – pihak yang terkait dalam pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini pertama – tama peneliti mengurus surat ijin penelitian dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang serta instansi dimana penelitian akan dilaksanakan. Ijin penelitian tidak dapat langsung diberikan karena menunggu persetujuan dari kepala Personalia.

b. Persiapan Alat Ukur

Persiapan alat ukur dilakukan dengan mempersiapkan skala yang akan digunakan dalam penelitian. Persiapannya antara lain adalah mengidentifikasi kawasan ukur, operasionalisasi konsep, penyusunan *blue print* dan penulisan aitem. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Skala pelayanan prima dan Skala *Self etseem*.

c. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba penelitian dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas skala pengukuran yang selanjutnya akan digunakan dalam penelitian. Skala penelitian di uji coba kan pada subyek yang memiliki kriteria sama dengan subyek penelitian. Disini subyek dalam uji coba adalah karyawan foto copy dan rental yang membuka jasa pelayanan disekitar kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Uji coba dilaksanakan dengan peneliti mendatangi tempat foto copy dan rental, dan kemudian meminta bantuan karyawan untuk mengisi skala tersebut. Uji coba diberikan kepada 22 subyek, dan dilaksanakan pada 16 Februari 2013.

d. Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Skala

Hasil uji coba yang telah dilakukan perlu ditabulasi dan dianalisis untuk mengetahui validitas aitem dan reliabilitas skala. Validitas aitem ditunjukkan dengan indeks daya beda aitem (r_{xy})

yang diperoleh melalui teknik korelasi *Product Moment Pearson*, sedangkan reliabilitas alat ukur (α) diketahui melalui *Alpha Cronbach*. Kedua teknik analisa tersebut dilakukan menggunakan bantuan *software Statistical Package For Social Science (SPSS) for windows* versi 16.0.

Sebagai kriteria aitem berdasar korelasi aitem total, biasanya digunakan batasan indeks daya beda aitem $\geq 0,30$. Semakin tinggi korelasi positif antara skor aitem-aitem dengan skor tes berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan tes keseluruhan, yang berarti semakin tinggi pula daya bedanya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan standar minimal daya beda aitem adalah $\geq 0,30$ untuk skala pelayanan prima dan $\geq 0,25$ untuk skala *self etseem*.

2. Tahap Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan pada 18, 19, dan 20 Maret 2013. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan menggunakan dua buah skala yang telah diuji cobakan sebelumnya, yaitu skala pelayanan prima yang terdiri dari 29 aitem dan skala *self etseem* yang terdiri dari 8 aitem. Pelaksanaan penelitian berlokasi di kantor Alfamart Cabang Jember. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan *Random Sampling*, yaitu mengambil subyek yang berada pada bagian unit pelayanan dan subyek yang diambil adalah 10 % dari populasi yaitu sebesar 90 karyawan.

D. Analisa Data Hasil Penelitian

Analisis data bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan dan membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan. Analisis terhadap data yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan setelah terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data yang diperoleh.

1. Uji Asumsi

Uji asumsi bertujuan untuk mengetahui terpenuhi atau tidaknya syarat-syarat yang diperlukan suatu data agar dapat dianalisis. Berdasarkan jenis analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi, maka uji asumsi yang diperlukan adalah uji normalitas dan uji linieritas data hasil penelitian. Serta untuk melihat apakah kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini *overlap* atau tidak maka digunakan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas dan variabel tak bebas mempunyai distribusi normal¹. Dengan kata lain uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal tidaknya sebaran skor variabel pelayanan prima dan variabel *self etseem*. Uji normalitas sebaran data dalam penelitian ini menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan SPSS 16.0 *for windows*. Berikut adalah tabel rangkuman hasil uji normalitas.

¹ Agus Purwoto, Panduan Laboratorium Statistik Inferensial (Jakarta : Grasindo, 2007), hlm.96

Tabel 4.2
Uji Normalitas sebaran data *self etseem* dan pelayanan prima

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig.	P	Bentuk
<i>Self etseem</i>	0.919	0.367	P > 0,05	Normal
Pelayanan prima	0.696	0.719		Normal

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, sebaran data variabel pelayanan prima dan *self etseem* mempunyai nilai *Kolmogorov-Sminorv* sebesar 0,696 dan 0,919, data tersebut mengindikasikan bahwa sebaran data kedua variabel adalah normal karena $p > 0,05$ dan berarti uji normalitas terpenuhi.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi data penelitian². Hubungan yang linier menunjukkan bahwa perubahan pada variabel bebas akan cenderung diikuti oleh variabel tergantung dengan membentuk garis linier. Uji linieritas disini dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel pelayanan prima dan variabel *self etseem* berhubungan secara linier atau tidak.

Uji linieritas hubungan antara variabel pelayanan prima dan variabel *self etseem* mendapatkan hasil $F_{Lin} = 12,172$ dengan signifikasi sebesar 0,001. Hasil uji linieritas kedua variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

² Tulus winarsunu, Statistik Dalam Penelitian Psikologi & Pendidikan (Malang : UMM Press, 2009)hlm.180

Tabel 4.3
Uji Linieritas *self etseem* dan pelayanan prima

Nilai F	Signifikansi	P
12, 172	0,001	p<0,005

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji linieritas menunjukkan signifikansi sebesar 0,001 yang artinya hubungan antara variabel pelayanan prima dan variabel *self etseem* linier karena $p < 0,005$. Nilai signifikan kurang dari 0,005 menunjukkan arti hubungan antar variabel adalah linier, jadi uji linieritas terpenuhi.

Dengan terpenuhinya kedua uji asumsi di atas berarti metode analisis regresi dapat digunakan untuk memprediksi hubungan pelayanan prima dengan *self etseem*.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas yaitu adanya hubungan linier yang pasti antara peubah-peubah bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinieritas dapat mempergunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*)³. Berikut tabel penyajian uji multikolinieritas dari kedua variabel penelitian :

Tabel 4.4
Hasil uji multikolinieritas variabel

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Konstanta <i>self etseem</i>	1,000	1,000

³ Agus Purwoto, Panduan Laboratorium Statistik Inferensial (Jakarta : Grasindo, 2007), hlm.97

Penyajian data hasil uji multikolonieritas menunjukkan nilai VIF <10 maka dari kedua variabel penelitian tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima dengan *self etseem* karyawan Alfamart khususnya yang berada di bagian unit pelayanan.

Nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self etseem* dengan pelayanan prima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis adanya pengaruh *self etseem* karyawan Alfamart terhadap pemberian pelayanan prima kepada pelanggan dapat diterima. Untuk perhitungan statistik selengkapnya tentang uji hipotesis disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5

Model	R	R square	Sig.
1	0,366	0,134	0,000

Hasil analisis regresi selain dapat menunjukkan arah dan kekuatan hubungan kedua variabel penelitian, dapat pula digunakan untuk melihat besarnya sumbangan variabel prediktor terhadap variabel kriterium. Skor (r) atau koefisien determinasi dapat menunjukkan besarnya sumbangan efektif variabel *self etseem* terhadap pelayanan prima. Dalam tabel di atas disebutkan bahwa nilai R 0,134 dapat

diartikan bahwa sumbangan efektif dari *self esteem* terhadap pelayanan prima adalah sebesar 13,4%.

3. Persamaan Garis Regresi

Untuk persamaan garis regresi $Y = a + bX$, dengan nilai a (konstanta) dan b (koefisien regresi) maka persamaan garis regresi pada penelitian ini adalah :

$$Y = 79,692 + 0,989X$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa jika *Self esteem* sebesar nol, maka skor pelayanan prima sebesar 79,692. Selain itu dapat diprediksikan bahwa jika terdapat perubahan pada skor *Self esteem* sebesar satu dapat mempengaruhi pemebrian pelayanan secara prima kepada pelanggan rata-rata sebesar 0,989.

4. Kategorisasi

Kategorisasi dapat dilakukan dengan cara membagi menjadi tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Berikut akan disajikan tabel distribusi kategorisasi hasil penelitian.

Tabel 4.6
Distribusi tingkat *self etseem* dan pelayanan prima karyawan

Variabel	Kategori	Kriteria	Responden	%
<i>Self etseem</i>	Tinggi	$X > 20$	14	16 %
	Sedang	$15 \leq X \leq 20$	64	71 %
	Rendah	$X < 15$	12	13 %
Jumlah			90	100 %
Pelayanan prima	Tinggi	$X > 104$	19	21 %
	Sedang	$89 \leq X \leq 104$	54	60 %
	Rendah	$X < 104$	17	19 %

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat *self etseem* dan pelayanan prima karyawan Alfamart rata-rata berada pada taraf sedang. Untuk variabel *Self etseem* 71 % dari karyawan memiliki tingkat *self etseem* sedang dengan responden sebanyak 64 karyawan, sisanya 16 % dengan 14 responden memiliki tingkat *self etseem* tinggi dan 13 % atau sebanyak 12 responden memiliki tingkat *self etseem* rendah.

Sedangkan untuk variabel tingkat pelayanan prima yang diberikan, 21% atau 19 responden pelayanan prima yang diberikan tinggi, 60% atau sebanyak 54 responden memberikan pelayanan prima sedang, dan dari 19% atau 17 responden tingkat pelayanan prima yang diberikan rendah.

E. Pembahasan

Pelayanan merupakan satu urutan kegiatan yang didalamnya terdapat interaksi langsung antar manusia atau manusia dengan mesin. Faktor terpenting dari sebuah pelayanan adalah kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam melayani pelanggan. Oleh karena itu, unit pelayanan harus direkrut dengan standar kualitas tertentu, karena merekalah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan nantinya. Konsumen membeli sesuatu bukan hanya sekedar membutuhkan

barang tersebut, tetapi ada sesuatu yang lain yang diharapkan. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya⁴.

Citra yang terbentuk dalam diri pelanggan inilah yang nantinya akan membuat atribusi bagi perusahaan tertentu. Menurut pelanggan dalam pencitraannya mengatribusi suatu perusahaan menyediakan pelayanan yang baik, sehingga membuat pelanggan menjadi puas. Dengan atribusi itu pelanggan membuat pencitraan bahwa suatu perusahaan tersebut baik, namun ketika sumber daya manusia (SDM) tidak memiliki kesiapan untuk melayani dengan baik dan tidak sesuai dengan harapan seperti pencitraan pelanggan, maka pelanggan tidak mendapatkan sesuatu yang lain tersebut.

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan bukanlah merupakan suatu hal yang mudah, mengingat paradigma di masyarakat yang ada menganggap bahwa dengan memberikan pelayanan adalah merendahkan martabat diri, hal ini menuntut perusahaan dalam merekrut unit pelayanan haruslah calon karyawan yang memiliki sumber daya manusia yang baik, disini *self etseem* yang tinggi yang dibutuhkan.

Hasil penelitian yang dilakukan pada 18-20 Februari 2013 yang bertempat di Alfamart Jember ditujukan kepada karyawan bagian unit pelayanan telah berjalan sesuai dengan rencana. Jumlah sampel yang

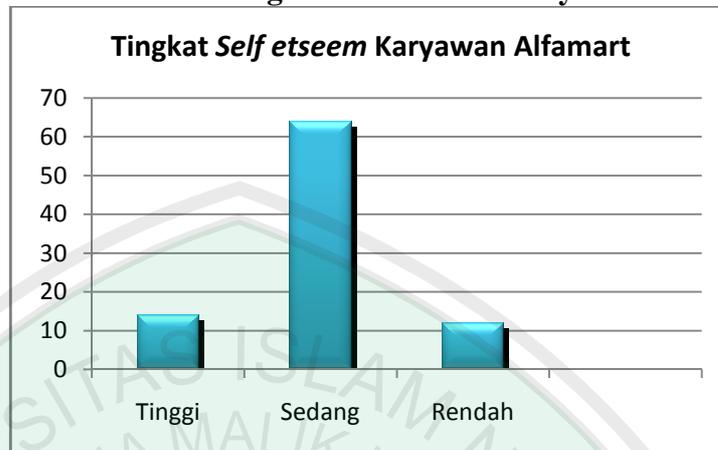
⁴ Alma, Buchari & Ratih Huriyati, Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima (Bandung : Alfabeta, 2008), hlm.54

ditentukan adalah 90 karyawan sesuai dengan karakteristik yang ditetapkan. Adapun metode pengambilan sampel adalah dengan teknik *Random Sampling*. Jadi sampel penelitian diambil secara acak dari jumlah karyawan secara keseluruhan. Staff HRD meminta minimal satu orang perwakilan dari masing-masing toko atau gerai yang berada di bawah naungan kantor pusat cabang Alfamart Jember untuk datang di kantor pusat cabang. Subyek dikumpulkan di auditorium kantor dan kemudian diberikan kuisioner dan diminta untuk mengisi kuisioner tersebut

Uji coba dilaksanakan pada tanggal 16 Februari 2013. Instrumen penelitian diberikan kepada 22 responden yang memiliki karakteristik sama dengan subyek penelitian, yaitu orang-orang yang bekerja pada unit pelayanan. Dari 30 aitem pelayanan prima terdapat 1 aitem gugur, dan 10 aitem skala *self etseem* terdapat 2 aitem dinyatakan gugur. Tidak ada penambahan aitem dari aitem yang telah dinyatakan gugur karena dianggap indikator-indikator variabel sudah terpenuhi. Namun, instrumen penelitian hanya direvisi perubahan nomor urut saja.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa tingkat *self etseem* yang dimiliki oleh karyawan Alfamart diperoleh 71 % atau 64 karyawan tingkat *self etseem* sedang, sisanya 16 % dengan 14 responden memiliki *self etseem* tinggi dan 13 % atau sebanyak 12 responden memiliki *self etseem* rendah. Berikut penyajian hasil analisis distribusi tingkat *self etseem* karyawan dalam bentuk grafik :

Grafik 4.1
Gambar Tingkat Self Esteem Karyawan



Grafik di atas menunjukkan bahwa *self etseem* yang dimiliki oleh karyawan Alfamart Jember rata-rata berada pada tingkat sedang. Dimana individu yang memiliki *self etseem* sedang pada dasarnya memiliki kesamaan dengan individu yang memiliki *self etseem* tinggi dalam hal penerimaan diri. Individu yang memiliki *self etseem* sedang memiliki penerimaan yang relatif baik, pertahanan baik, serta pemahaman dan penghargaan yang sangat baik terhadap dirinya. Namun, individu dengan *self etseem* sedang kurang mampu mengendalikan *self worth* yang mereka miliki dari pandangan sosial sehingga kurang konsisten dalam mempertahankan pandangannya, selain itu individu dengan *self etseem* sedang adalah orang yang ragu-ragu dengan penghargaan yang mereka miliki dan cenderung tidak yakin terhadap kemampuan dimiliki. Individu

dengan *self etseem* sedang tidak menilai diri mereka sebagai yang paling baik, tetapi lebih baik⁵.

Dari 90 sampel yang diteliti, sebanyak 16% atau 14 karyawan memiliki *self esteem* tinggi. Individu yang memiliki *self esteem* tinggi merasa puas dengan karakter dan kemampuan dirinya. Adanya penerimaan dan penghargaan positif dari lingkungan akan memberikan rasa aman dalam menyesuaikan diri atau bereaksi terhadap stimulus dari lingkungan sosial. Individu mempercayai persepsi diri sendiri sehingga tidak terpaku pada kesukaran-kesukaran personal⁶. Individu dengan *self esteem* tinggi memiliki kemampuan untuk mengevaluasi dirinya dengan positif, serta memiliki *self worth* yang positif dan mampu mengendalikan serta mengoptimalkan *self worth* yang dimilikinya.

Individu yang memiliki *self esteem* rendah merupakan individu yang tidak mempunyai kepercayaan diri dan tidak mampu menilai kemampuan dan atribut-atribut lain dalam dirinya⁷. Dengan penghargaan buruk yang dimilikinya ini membuat individu dengan *self esteem* rendah sulit dalam mengekspresikan dirinya di lingkungan sosial. Orang yang memiliki *self esteem* rendah selalu merasa bahwa dirinya bukanlah orang yang penting dan pantas untuk disukai.

⁵ Mujiyati, Efektivitas Teknik Restrukturisasi Kognitif untuk Meningkatkan *Self esteem* Siswa, Universitas Pendidikan Indonesia, 2013.

⁶ ibid

⁷ ibid

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat *self esteem* seseorang. Salah satunya adalah jenis kelamin. Jenis kelamin merupakan salah satu dari bentuk variabel demografis. Penelitian ini dilakukan terhadap 90 sampel, yang terdiri dari 34 sampel berjenis kelamin laki-laki, dan 56 sampel berjenis kelamin perempuan. Ancok dkk mengatakan bahwa wanita selalu merasa harga dirinya lebih rendah dari pada laki-laki⁸. Berdasarkan hasil analisa data diperoleh bahwa dari 90 karyawan tersebut baik karyawan laki-laki maupun perempuan untuk kategori self etseem tinggi memiliki prosentase sama. Teori tidak terbukti, salah satu yang menyebabkannya adalah karena perbandingan jumlah sampel antara laki-laki dan perempuan yang tidak sama. Ini dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji perbedaan tingkat *self esteem* laki-laki dan perempuan.

Untuk tingkat pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan Alfamart Jember sebagai berikut, 21% atau 19 karyawan pelayanan prima yang diberikan tinggi, 60% atau sebanyak 54 karyawan memberikan pelayanan prima sedang, dan dari 19% atau 17 karyawan tingkat pelayanan prima yang diberikan rendah. Berikut penyajian tingkat pelayanan dalam bentuk grafik :

⁸ Lilik Hidayati, Hubungan *Self etseem* dengan Social Anxiety Remaja Awal pada Siswa Kelas VII SMP Terpadu Al Anwar Trenggalek, Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, 2012, hlm.33