

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi sangat cepat dan pesat. Dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi tersebut membuat perkembangan dunia usahapun semakin ketat dalam persaingan bisnis. Para pengusaha berlomba-lomba untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Berbagai cara digunakan dalam usaha untuk mempertahankan pelanggannya tersebut. Salah satu cara yang banyak digunakan untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan. Memberikan pelayanan terbaik adalah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Persaingan pelayanan terhadap pelanggan semakin ketat, unit-unit pelayanan perusahaan yang dulunya hanya terkesan memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan secara prima kepada pelanggan. Tolak ukur untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan saat ini adalah dilihat dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Unit layanan yang mampu melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan prima, perusahaan inilah yang memiliki daya saing untuk mampu berbicara dalam dunia bisnis saat ini. Terutama bisnis yang bergerak dibidang jasa, pelayanan prima sangatlah dibutuhkan.

Suatu kualitas pelayanan merupakan kualitas yang harus dihubungkan dengan harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan, dengan kata lain adalah penting mendengarkan suara pelanggan kemudian membantunya untuk memformulasikan kebutuhannya. Kemampuan profesional para pemberi jasa diuji pada bagian ini, sehingga unit layanan dalam menghasilkan produk jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai kualitas dengan membandingkan apa yang diterima dan yang diharapkan. Pelayanan yang baik, santun, ramah dan sikap menghargai dapat menjadi salah satu faktor penyebab kepuasan pelanggan.

Banyak perusahaan-perusahaan jasa memberikan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan karyawannya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Bahkan perusahaan rela membayar mahal untuk melaksanakan pelatihan tersebut. Karena banyaknya perusahaan yang mulai memperhatikan kualitas pelayanan maka tak jarang sekarang kita banyak menemui karyawan-karyawan dapat memberikan layanan kepada pelanggan secara sopan, santun serta ramah, khususnya seperti perusahaan jasa. Perusahaan jasa yang bergerak dibidang perbankan telah mengembangkan pelatihan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Kualitas pelayanan dari karyawan Bank dilakukan dengan sangat prosedural dan ketat dari mulai karyawan bagian *security*, *customer service*, dan juga *teller* yang berhubungan langsung dengan nasabah.

Selain perusahaan jasa, saat ini banyak perusahaan penyedia barang(*ritel*) seperti swalayan atau supermarket telah mengembangkan pelatihan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, di beberapa swalayan besar telah menerapkan sistem dimana ketika pelanggan masuk untuk berbelanja maka karyawan mengucapkan salam, mengajukan pertanyaan mengenai kebutuhan pelanggan dengan ramah dan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati. Tentunya sebagai seorang pelanggan kita akan merasa senang bila diperlakukan demikian. Inilah pelayanan yang dimaksudkan sesuai dengan harapan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Tidak hanya swalayan ataupun supermarket, minimarket seperti Alfamart yang saat ini banyak tersebar diseluruh nusantara ikut serta dalam mengembangkan pelatihan pelayanan prima untuk karyawan dengan harapan dapat memberikan pelayanan terbaik yang memuaskan pelanggan.

Sebuah penelitian tentang pelayanan prima telah banyak dilakukan, seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Indah Sukmawati tahun 2012 tentang Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Loyalitas Pelanggan. Hanya pelanggan yang benar – benar merasa puas yang akan loyal kepada perusahaan. Loyalitas pelanggan memiliki peranan sangat penting bagi perusahaan. Mempertahankan berarti meningkatkan kinerja keuangan demi kelangsungan hidup perusahaan. Dari hasil analisis data dalam penelitian tersebut menunjukkan hubungan yang signifikan

antara *service excellence* terhadap loyalitas pelanggan Prima Swalayan Cabang Nganjuk. Semakin tinggi pelayanan prima yang diberikan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dan demikian pula sebaliknya.

Kemampuan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan baru merupakan sebuah fungsi yang tidak hanya berasal dari produk itu sendiri atau dari produk yang ditawarkan, namun juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan tersebut melayani pelanggan lama dan reputasi yang diciptakan perusahaan, baik di dalam maupun di luar pasar perusahaan tersebut¹. Karena pelayanan merupakan kunci utama dalam mempertahankan pelanggan, maka mengembangkan hubungan yang baik dengan pelanggan sangatlah dibutuhkan. Membina hubungan baik dengan pelanggan lama memiliki beberapa keuntungan bagi perusahaan, antara lain: (1) pelanggan lama memiliki tingkat kepercayaan tinggi kepada perusahaan sehingga cenderung membelanjakan uang lebih banyak namun tidak membutuhkan pelayanan yang tinggi. (2) pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya. (3) memudahkan perusahaan untuk memberikan hadiah kepada pelanggan yang loyal².

Persepsi atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan tergantung pada harapan-harapan mereka. Jika perlakuan yang diterima pelanggan lebih baik dari yang diharapkan maka hal tersebut dianggap merupakan

¹Indah Sukmawati, Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) terhadap Loyalitas Pelanggan Prima Swalayan Cabang Nganjuk, *skripsi*, Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, 2011. hlm.2

² Ibid

pelayanan yang bermutu tinggi. Jika perlakuan yang diterima pelanggan lebih buruk atau rendah dari yang mereka harapkan maka disebut pelayanan yang buruk³.

Melihat begitu besar manfaat yang akan diperoleh dari perusahaan dengan memberikan mutu pelayanan yang baik, maka tak heran saat ini banyak perusahaan-perusahaan rela membayar mahal untuk memberikan pelatihan pelayanan kepada karyawannya, khususnya karyawan yang berada di unit-unit pelayanan. Baik atau tidaknya perusahaan dapat dilihat dari kualitas layanan yang diberikan. Pelatihan tentang pelayanan diberikan dengan tujuan untuk meningkatkan mutu dan kualitas layanan serta memperbaiki sumber daya manusia yang berada di unit pelayanan.

Alfamart sendiri telah melakukan program pengembangan untuk karyawan yang berupa *training soft skill* tentang pelayanan. Dimana dalam pelaksanaan training tersebut perusahaan memberikan pelatihan tentang pelayanan dengan mendatangkan pemateri yang berkompeten dibidangnya. Peserta pelatihan (karyawan) diberikan modul, yang kemudian ditampilkan dalam bentuk slide oleh pemateri agar lebih mudah untuk dipahami. Pelatihan tersebut juga didukung dengan adanya pemberian *pre test* dan *post test*, serta *game-game* pendukung yang bertujuan untuk mencairkan suasana pelatihan agar tidak berjalan tegang. Pelatihan *soft skill* pelayanan diberikan secara bergilir dari mulai

³ Agusnawar, Amd, Par, Psikologi Pelayanan (Bandung : Alfabeta, 2002), hlm. 88

pejabat toko, orang kedua⁴, kemudian kasir. Pelatihan tersebut diberikan setiap satu kali dalam sebulan.

Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu staff HRD yang bekerja di kantor pusat cabang Jember. Responden mengatakan bahwa pelatihan pelayanan yang diberikan kepada karyawan tidak meningkatkan nilai kesadaran karyawan akan pentingnya pelayanan tersebut, masih banyak karyawan bagian unit pelayanan yang memberikan pelayanan hanya seadanya.

Pelayanan diberikan dengan prosedural semata tanpa disertai keikhlasan dalam memberikan pelayanan dan akibatnya pelayanan yang diberikan tidak dapat dirasakan pelanggan secara maksimal. Karena karyawan masih banyak yang bekerja sesuka hati sendiri akibatnya perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih lagi untuk memberikan program pelatihan peningkatan spiritual dengan mendatangkan kyai. Pelatihan peningkatan spiritual ini bertujuan untuk meningkatkan nilai kesadaran karyawan akan pentingnya pelayanan demi memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Berbicara tentang pelayanan prima, tentunya fokus utama dari pelayanan bukan saja kepada loyalitas dan kepuasan pelanggan, namun juga berbicara tentang pemberi layanan atau unit pelayanan. Pemberi layanan atau unit layanan berarti berbicara tentang sumber daya manusia yang berada dibagian unit pelayanan. Untuk dapat mengembangkan

⁴ Orang kedua adalah wakil pejabat toko, di Alfamart disebut *merchandiser*

pelayanan secara prima, karyawan yang berada di unit pelayanan adalah karyawan yang memiliki kinerja baik, mampu bersikap ramah dan memiliki kesadaran tinggi akan harapan dan kebutuhan pelanggan. Jika kinerja karyawan dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya jika kinerja karyawan sesuai atau lebih dari harapan, maka pelanggan akan merasa puas atau sangat puas sekali.

Kinerja seorang karyawan sangat berhubungan dengan *self esteem* yang dimilikinya. Banyak penelitian yang mengkaji tentang pengaruh *self esteem* terhadap kinerja karyawan. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Yayan Dwi Ertanto tahun 2012, tentang Pengaruh Gaji Terhadap Kinerja Karyawan Dengan *Self esteem* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PDAM Kabupaten Grobogan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self esteem* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja karyawan⁵.

Self – esteem (harga diri) merupakan satu bagian dari konsep diri. *Self etseem* merupakan suatu keyakinan seseorang tentang penilaian terhadap dirinya sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Tingkat *self-esteem* terbentuk oleh keadaan seseorang dan bagaimana orang lain memperlakukan orang tersebut. Seseorang dengan *self esteem* tinggi melihat dirinya berharga, mampu, serta dapat diterima. Sedangkan orang dengan *self esteem* rendah tidak merasa baik dengan dirinya. Seseorang dengan *self esteem* yang tinggi, maka semakin tinggi

⁵Yayan Dwi Ertanto, Pengaruh Gaji Terhadap Kinerja karyawan dengan *self esteem* sebagai variabel intervening (Studi pada PDAM Kabupaten Grobogan), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang 2011.

pula kinerjanya. Dengan kinerja yang tinggi karyawan mampu memberikan pelayanan maksimal dan memuaskan kepada pelanggan.

Seseorang yang mampu memberi penilaian positif terhadap dirinya sendiri akan selalu merasa nyaman ketika berada di tempat manapun serta mampu bekerja baik dengan orang lain. Sehingga mampu memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan.

Permasalahan dilapangan menunjukkan banyak karyawan yang bekerja di unit-unit pelayanan memberikan pelayanan pelanggan secara prosedural saja, agar tidak mendapatkan peringatan atau sanksi dari perusahaan. Seyogyanya, pelayanan terbaik itu adalah pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan harapan dan kepuasan pelanggan sebagai landasan utamanya. Memberikan pelayanan harus dilakukan dengan ikhlas, karena pelayanan yang diberikan berdasarkan prosedural semata tidak akan memberikan dampak kepuasan kepada pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik karyawan harus mampu memberikan penilaian positif terhadap diri sendiri terlebih dahulu.

Melihat kontribusi yang besar tentang kualitas jasa pelayanan bagi terciptanya kesejahteraan perusahaan kedepan serta menjadi salah satu strategi bersaing dalam bisnis, maka pelayanan prima harus dapat diterapkan dengan maksimal. Selain itu pelayanan prima merupakan salah satu pendekatan bisnis yang bersifat humanistik, karena dalam pelayanan prima pelanggan benar-benar sangat diperhatikan dan diperlakukan dengan sebaik mungkin.

Berdasarkan permasalahan yang tersebut diatas maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang *self esteem* dan pelayanan prima. Terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan pelayanan prima, karena seseorang dengan *self esteem* yang tinggi akan mampu bekerja dengan baik sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik pula. Oleh karena itu lah penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Self esteem* karyawan dengan pemberian pelayanan prima kepada pelanggan”**. Diharapkan penelitian ini akan dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang ada dilapangan, dengan mengetahui akan besarnya pengaruh *self esteem* terhadap pemberian pelayanan prima.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *Self esteem* yang dimiliki oleh karyawan PT. Alfamart Jember ?
2. Bagaimana tingkat pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan PT. Alfamart Jember kepada pelanggan?
3. Apakah *self esteem* karyawan berpengaruh terhadap pemberian pelayanan prima kepada pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui tingkat *self esteem* yang dimiliki karyawan Alfamart Jember.
2. Mengetahui tingkat pelayanan prima yang diberikan karyawan Alfamart kepada pelanggan.
3. Mengetahui pengaruh antara *self esteem* dengan pemberian pelayanan prima oleh karyawan kepada pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyajikan hasil empiris dari hubungan *self esteem* dengan pemberian layanan prima kepada pelanggan.
2. Bagi penulis, menambah wawasan tentang *self esteem* dalam usaha untuk meningkatkan pemberian pelayanan secara prima dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada saat ini, serta sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang selama ini diperoleh selama berada dibangku perkuliahan, khususnya tentang *self esteem* dan pelayanan prima.
3. Bagi dunia pendidikan, menambah khasanah pengetahuan terutama dibidang manajemen pelayanan kepada pelanggan serta sebagai bahan rujukan dalam penelitian, khususnya tentang pengaruh *self esteem* terhadap pemberian pelayanan prima.

4. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan meningkatkan sumber daya manusia khususnya dalam bidang pelayanan.

