

ANALISIS MANAJEMEN KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KONSUMEN DI TOKO SAFETY KLATEN

Agung Tristanto¹, Muh. Aga Sekamdo², Dwi Rohmawati Khasanah³
agungtristanto42@gmail.com, agaedukasi@gmail.com, imarohma196@gmail.com

ABSTRAK

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pelayanan konsumen menjadi faktor penentu keberhasilan perusahaan, seiring meningkatnya akses informasi melalui teknologi serta kesadaran konsumen terhadap hak-haknya. Industri ritel, termasuk subsektor toko penjual produk keamanan dan keselamatan (safety products), menghadapi tuntutan pelayanan yang semakin tinggi. Toko Safety Klaten mengalami peningkatan jumlah konsumen dalam 6 bulan terakhir, sehingga manajemen karyawan perlu diperkuat agar pelayanan konsumen tetap memenuhi standar tertinggi. Permasalahan krusial yang kerap muncul meliputi kualitas komunikasi dan pengetahuan produk karyawan, motivasi dan komitmen kerja, pelatihan dan pengembangan, pengawasan kinerja dan umpan balik, kesesuaian jumlah staf untuk mencegah kelelahan dan waktu tunggu panjang, serta budaya organisasi yang berorientasi pada pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus untuk menggambarkan dan meringkaskan fenomena realitas sosial di Toko Safety Klaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan manajemen yang terstruktur sesuai job desk, evaluasi berkala dan penyesuaian kinerja, pengukuran kuantitas kerja serta ketepatan waktu pelayanan, dan pengelolaan biaya yang efektif mampu meningkatkan efisiensi sekaligus menjaga keberlanjutan bisnis. Selain itu, implementasi dimensi pelayanan konsumen tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy menciptakan pengalaman berbelanja yang positif dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata-kata Kunci: manajemen karyawan, pelayanan.

ABSTRACT

In the era of globalization and increasingly intense business competition, customer service has become a key determinant of organizational success, alongside expanded access to information through technology and greater consumer awareness of their rights. The retail industry, including stores that specialize in security and safety products (safety products), faces mounting expectations for high-quality service. Over the past six months, Toko Safety Klaten has experienced an increase in customer traffic, underscoring the need to strengthen employee management to ensure service delivery meets the highest standards. Critical challenges commonly encountered in retail include employees' communication skills and product knowledge, work motivation and commitment, training and professional development, performance supervision and feedback, adequate staffing to prevent fatigue and reduce long waiting times, and an organizational culture that consistently prioritizes customer service. This study employs a descriptive qualitative method through a case study approach to portray and synthesize the social realities observed at Toko Safety Klaten. The findings indicate that structured management aligned with clear role delineation, periodic performance evaluation and adjustment, measurement of work quantity and timeliness in serving customers, and effective cost management while maintaining maximum service can enhance efficiency and sustain business continuity. Furthermore, implementing key service dimensions tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy helps create a positive shopping experience and improves customer satisfaction.

Key words: employee management, service.

PENDAHULUAN

Industri ritel berada pada pusaran perubahan yang semakin cepat di era globalisasi. Arus barang, jasa, dan informasi lintas wilayah membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan, sementara pelaku usaha dituntut beradaptasi dengan standar layanan yang kian tinggi. Perkembangan teknologi informasi mulai dari mesin pencari, marketplace, aplikasi percakapan, hingga media sosial mengubah cara konsumen menilai sebuah toko: bukan hanya harga dan ketersediaan, tetapi juga pengalaman berbelanja, kecepatan respons, kejelasan informasi, serta kepastian purna jual. Konsumen dapat membandingkan kualitas layanan antar-penyedia dalam waktu singkat melalui ulasan pelanggan maupun rekomendasi komunitas. Di saat yang sama, meningkatnya kesadaran terhadap hak-hak konsumen mendorong tuntutan layanan yang lebih transparan, aman, dan akuntabel. Dalam konteks ini, pelayanan konsumen tidak lagi semata aktivitas operasional, melainkan sumber nilai yang membentuk reputasi, kepercayaan, dan keberlanjutan bisnis. Berbagai temuan menyebutkan kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen (misalnya Azmi et al., 2021; Yudhanto et al., 2022), bahkan memengaruhi niat pembelian ulang (Widanti et al., 2022). Namun, kualitas pelayanan tidak hadir secara otomatis; ia lahir dari sistem kerja, standar layanan, dan terutama manusia yang menjalankannya. Karyawan adalah wajah organisasi sekaligus penghubung antara tujuan bisnis dan kebutuhan konsumen, sehingga pengelolaan karyawan menjadi strategi inti, bukan sekadar fungsi administratif.

Kebutuhan layanan yang spesifik tampak pada subsektor ritel yang menjual produk keamanan dan keselamatan (safety products). Pada ritel jenis ini, pengalaman konsumen tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan barang, tetapi juga kualitas konsultasi, ketelitian rekomendasi, serta keyakinan bahwa produk yang dibeli sesuai dengan risiko yang dihadapi. Produk seperti alat pelindung diri, perlengkapan keselamatan kerja, dan perangkat keamanan berhubungan dengan pencegahan kecelakaan, pemenuhan standar kerja, serta perlindungan kesehatan; karena itu, kesalahan informasi atau ketidaktepatan rekomendasi dapat berdampak lebih serius dibanding transaksi ritel umum. Banyak konsumen datang dengan pengetahuan teknis yang beragam: ada yang belum memahami perbedaan spesifikasi, ukuran, material, atau standar penggunaan, sementara yang sudah berpengalaman pun tetap memerlukan konfirmasi agar pilihan produk tepat dan aman. Karyawan dituntut mampu mengomunikasikan informasi teknis secara jelas dan ramah, sekaligus sensitif terhadap situasi konsumen. Dalam praktiknya, dimensi layanan tangible (tampilan toko dan kerapian), reliability (keandalan informasi dan konsistensi), responsiveness (ketanggapan), assurance (kompetensi yang menumbuhkan rasa yakin), dan empathy (kepedulian) menjadi sangat

menentukan kualitas pengalaman berbelanja. Karena itu, manajemen karyawan pada ritel safety products perlu memastikan kompetensi teknis, keterampilan komunikasi, dan etika layanan tumbuh bersama melalui rekrutmen yang tepat, pelatihan yang terarah, serta budaya kerja yang menempatkan keselamatan dan kebutuhan konsumen sebagai pusat.

Toko Safety Klaten merupakan ritel safety products yang melayani konsumen di wilayah Klaten dan sekitarnya. Data internal enam bulan terakhir menunjukkan peningkatan jumlah konsumen, yang sekaligus menjadi peluang dan tantangan. Pertumbuhan kunjungan meningkatkan intensitas interaksi, memperluas variasi kebutuhan, dan berpotensi menimbulkan antrean bila pembagian peran, alur pelayanan, atau jumlah staf belum tertata. Dalam persaingan ritel saat ini, toko fisik juga berhadapan dengan kanal daring: konsumen dapat berpindah ketika merasa kurang terlayani, informasi dirasa tidak jelas, atau proses transaksi berjalan lambat. Di sisi lain, ritel safety products memiliki keunggulan khas karena banyak konsumen tetap membutuhkan pengalaman langsung misalnya mencoba ukuran, menilai kenyamanan material, memastikan kelengkapan, atau berdiskusi mengenai kebutuhan spesifik. Peluang ini hanya dapat dimaksimalkan bila layanan tatap muka dikelola secara konsisten: konsumen disambut, kebutuhannya dipahami, diberi rekomendasi yang relevan, dilayani transaksi dengan cepat, dan memperoleh kepastian tindak lanjut bila diperlukan. Karena itu, pertumbuhan konsumen semestinya dibaca sebagai momentum memperkuat manajemen karyawan agar kualitas layanan tidak menurun, tetapi justru menjadi pembeda yang membangun kepercayaan. Pengelolaan karyawan mencakup penataan struktur kerja harian, pembagian peran berdasarkan kompetensi, koordinasi antar-fungsi (konsultasi, penjualan, kasir, pengecekan stok), serta pengaturan jadwal agar jam ramai dapat ditangani tanpa mengorbankan kualitas interaksi.

Dalam praktik ritel, persoalan manajemen karyawan yang memengaruhi pelayanan konsumen umumnya muncul dalam beberapa aspek yang saling terkait. Pertama, keterampilan komunikasi dan penguasaan pengetahuan produk menentukan kualitas interaksi; keterbatasan pada dua hal ini dapat menurunkan efektivitas pelayanan dan memicu ketidakpuasan. Karyawan perlu terampil bertanya, mendengar, merangkum kebutuhan, serta menyampaikan informasi secara jelas, jujur, dan mudah dipahami. Kedua, motivasi dan komitmen memengaruhi kesediaan untuk bersikap responsif, teliti, dan peduli; karyawan yang termotivasi cenderung proaktif membantu, sedangkan motivasi yang rendah sering terlihat dari sikap terburu-buru atau minim penjelasan. Ketiga, pelatihan dan pengembangan menjadi kebutuhan penting karena pengetahuan produk dan standar keselamatan dapat berubah; tanpa

pelatihan, karyawan rawan mengandalkan kebiasaan lama yang tidak selalu tepat. Pelatihan juga perlu disertai pengawasan kinerja dan umpan balik yang konstruktif agar akuntabilitas layanan terjaga. Keempat, kesesuaian jumlah staf dan pengaturan beban kerja perlu dikelola untuk mencegah kelelahan serta mengurangi waktu tunggu konsumen; kelelahan kerap menurunkan ketelitian dan kualitas komunikasi. Kelima, budaya organisasi yang berorientasi pada pelayanan konsumen merupakan fondasi yang membuat standar layanan tidak bergantung pada individu tertentu saja, tetapi menjadi kebiasaan kolektif. Selain itu, pengelolaan biaya yang efektif juga harus berjalan seiring dengan target pelayanan maksimal: efisiensi yang tidak tepat dapat menekan kualitas layanan, sedangkan pengeluaran tanpa perhitungan dapat mengganggu keberlanjutan bisnis. Karena itu, manajemen karyawan pada ritel seperti Toko Safety Klaten perlu dipahami sebagai upaya menata manusia, proses, dan budaya secara seimbang.

Walaupun hubungan manajemen sumber daya manusia dan kualitas pelayanan telah banyak dibahas, konteks ritel safety products skala lokal masih relatif jarang dikaji secara mendalam, padahal dimensi assurance dan reliability sering lebih dominan karena terkait rasa aman. Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini memusatkan perhatian pada kondisi riil manajemen karyawan dalam peningkatan pelayanan konsumen di Toko Safety Klaten dengan menggunakan dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy sebagai rujukan evaluatif. Rumusan masalah diarahkan untuk memahami: bagaimana praktik manajemen karyawan mengelola struktur kerja dan pembagian peran; bagaimana evaluasi, pengawasan, dan umpan balik dilakukan untuk menjaga kualitas layanan; bagaimana pengaturan jumlah staf dan beban kerja memengaruhi ketepatan waktu pelayanan; bagaimana pengelolaan biaya dipadukan dengan tuntutan layanan maksimal; serta bagaimana dimensi-dimensi pelayanan diwujudkan dalam interaksi nyata antara karyawan dan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis manajemen karyawan yang diterapkan di Toko Safety Klaten dalam upaya meningkatkan pelayanan konsumen, sekaligus mengidentifikasi aspek yang sudah efektif dan area yang masih memerlukan penguatan. Secara praktis, temuan penelitian diharapkan mendukung perbaikan manajemen, peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, penguatan motivasi serta keterlibatan karyawan, menjaga kesinambungan bisnis, dan menjadi bahan benchmarking bagi ritel sejenis. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggambarkan, meringkaskan, dan memaknai fenomena yang berlangsung di Toko Safety Klaten, sehingga hasilnya tidak berhenti pada angka, tetapi menghadirkan konteks, proses, dan pengalaman manusia yang membentuk mutu pelayanan.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen pada dasarnya merupakan proses komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi melalui kerja bersama yang melibatkan dua orang atau lebih. Jahrudin et al. (2023) menegaskan bahwa manajemen tidak sekadar aktivitas teknis, melainkan sarana pelaksanaan yang penting dalam organisasi karena memuat rangkaian tindakan yang terarah mulai dari merencanakan sampai memastikan tujuan benar-benar tercapai. Dalam praktik organisasi, manajemen menjadi “jembatan” antara tujuan yang bersifat ideal dengan realitas operasional sehari-hari. Artinya, manajemen membantu organisasi menyusun prioritas, membagi peran, mengoordinasikan pekerjaan, dan mengendalikan proses agar layanan yang dihasilkan relevan dengan kebutuhan pihak yang dilayani. Dalam konteks ritel, terutama ritel yang berhadapan langsung dengan konsumen, manajemen juga berperan membentuk ritme kerja dan standar perilaku layanan. Ketika manajemen berjalan baik, proses layanan menjadi lebih tertata, karyawan memahami apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya, serta organisasi mampu menjaga konsistensi layanan meskipun menghadapi variasi situasi pelanggan. Sebaliknya, manajemen yang lemah cenderung melahirkan layanan yang tidak seragam, ketidakjelasan tanggung jawab, serta kesenjangan antara harapan konsumen dan pengalaman yang diterima.

Salah satu ruang lingkup manajemen yang sangat menentukan kualitas layanan adalah manajemen sumber daya manusia (SDM). Muslihat dan Ginanjar (2019) menjelaskan bahwa kegiatan pengelolaan SDM dimulai dari perekrutan atau pengadaan, dilanjutkan penempatan dan penugasan, kemudian perawatan, pembinaan, serta pengembangan. Secara esensial, manajemen SDM melibatkan perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap aspek-aspek ketenagakerjaan seperti perekrutan, perkembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan, sampai penghentian tenaga kerja, yang seluruhnya diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi. Rangkaian ini menunjukkan bahwa karyawan tidak dipandang hanya sebagai pelaksana tugas, tetapi sebagai aset organisasi yang perlu dikelola secara sistematis agar berdaya guna dan berkembang. Di bidang ritel, pengelolaan SDM menjadi krusial karena layanan banyak bergantung pada performa manusia: karyawan berperan menyambut, mendengar kebutuhan konsumen, menjelaskan produk, memberi rekomendasi, dan memastikan transaksi berlangsung aman serta nyaman. Dengan demikian, manajemen SDM bukan hanya soal administrasi ketenagakerjaan, melainkan tentang bagaimana organisasi membentuk kapasitas karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang relevan, akurat, dan empatik.

Untuk memahami manajemen SDM secara operasional, Poppy (2022) menyebutkan bahwa fungsi-fungsi SDM meliputi mengatur keanggotaan, menilai kinerja, memberikan kompensasi, serta berbagai tugas lainnya. Fungsi mengatur keanggotaan berhubungan dengan bagaimana organisasi memastikan ketersediaan orang yang tepat pada posisi yang tepat, termasuk kejelasan peran dan tanggung jawab. Penilaian kinerja terkait dengan upaya organisasi memantau kualitas kerja dan perilaku layanan, sehingga organisasi dapat mengidentifikasi hal yang sudah berjalan baik dan aspek yang perlu diperbaiki. Kompensasi mencerminkan bentuk penghargaan atas kontribusi karyawan, yang dapat memengaruhi motivasi dan komitmen. Sementara itu, tugas-tugas lain dalam fungsi SDM umumnya berkaitan dengan pengembangan kapasitas, pembinaan, dan pemeliharaan hubungan kerja agar karyawan tetap produktif dan selaras dengan nilai organisasi. Dalam layanan ritel, fungsi-fungsi tersebut memiliki konsekuensi langsung terhadap pengalaman konsumen: ketika keanggotaan dan penempatan tepat, layanan cenderung lancar karena beban kerja seimbang dan alur kerja jelas; ketika penilaian kinerja berjalan, karyawan lebih sadar standar layanan yang diharapkan; ketika kompensasi dan bentuk penghargaan dianggap adil, motivasi dapat terjaga; dan ketika pembinaan serta pengembangan dilakukan, kualitas interaksi dengan konsumen semakin baik.

Kualitas pelayanan merupakan konsep kunci yang menghubungkan praktik manajemen SDM dengan pengalaman konsumen. Yudhanto et al. (2022) menjelaskan kualitas pelayanan sebagai model yang mencerminkan persepsi konsumen terhadap layanan, yang dibentuk antara lain oleh rekomendasi orang lain, pengalaman sebelumnya, dan informasi iklan. Persepsi tersebut kemudian dibandingkan dengan ekspektasi konsumen terhadap layanan tertentu serta layanan yang benar-benar dirasakan atau diterima. Definisi ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh apa yang “diberikan” organisasi menurut perspektif internal, tetapi terutama oleh bagaimana layanan itu “dirasakan” konsumen. Karena konsumen membawa ekspektasi yang beragam, kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai hasil pertemuan antara standar layanan yang dijalankan organisasi dan interpretasi konsumen terhadap pengalaman layanan. Dalam ritel, persepsi konsumen sering dibentuk oleh detail-detail yang tampak sederhana namun bermakna: keramahan sapaan, kesabaran saat menjelaskan, ketepatan informasi produk, kecepatan layanan, serta kepastian tindak lanjut bila ada kebutuhan setelah pembelian. Ketika organisasi mampu menjaga konsistensi layanan pada aspek-aspek tersebut, persepsi konsumen cenderung positif dan selaras dengan ekspektasi, sehingga kepuasan meningkat. Sebaliknya, bila terdapat gap yang

lebar antara ekspektasi dan layanan yang diterima, konsumen cenderung menilai kualitas layanan rendah.

Untuk memperjelas aspek yang dinilai konsumen dalam pelayanan, kualitas pelayanan dapat dipahami melalui dimensi SERVQUAL, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tangible merujuk pada bukti fisik layanan seperti kondisi fasilitas, kerapian lingkungan, penampilan karyawan, dan kelengkapan sarana pendukung. Pada ritel, tangible tidak hanya membuat toko tampak profesional, tetapi juga memberi sinyal kesiapan organisasi dalam melayani. Reliability mengacu pada kemampuan organisasi memberikan layanan secara andal dan konsisten termasuk ketepatan informasi, kesesuaian janji layanan, serta ketelitian dalam proses transaksi. Konsumen cenderung merasa percaya ketika layanan yang diterima stabil dari waktu ke waktu dan tidak berubah-ubah tergantung siapa yang melayani. Responsiveness merujuk pada kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu konsumen, menangani pertanyaan, dan merespons kebutuhan dengan sigap. Dimensi ini sangat menentukan ketika konsumen berada dalam situasi membutuhkan solusi cepat atau penjelasan segera. Assurance berkaitan dengan kompetensi, kesopanan, dan kemampuan karyawan menumbuhkan rasa yakin serta aman pada konsumen. Dalam konteks ritel yang menjual produk keamanan dan keselamatan, assurance memiliki bobot yang kuat karena konsumen tidak hanya membeli barang, tetapi juga membeli keyakinan bahwa barang itu tepat guna. Empathy adalah perhatian personal dan kepedulian terhadap kebutuhan unik konsumen, misalnya melalui kemampuan mendengar, memahami konteks, dan memberikan rekomendasi yang sesuai. Empathy membuat layanan terasa manusiawi: konsumen tidak diperlakukan sebagai “nomor antrean”, melainkan sebagai individu yang kebutuhan dan kekhawatirannya layak didengar.

Dimensi SERVQUAL tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat bergantung pada perilaku, kompetensi, dan sikap karyawan. Di titik ini, keterkaitan antara manajemen SDM dan kualitas pelayanan menjadi jelas: manajemen SDM menyediakan sistem yang memungkinkan karyawan mampu menampilkan kelima dimensi layanan tersebut secara konsisten. Perekrutan dan penempatan menentukan kecocokan individu dengan kebutuhan layanan; pembinaan dan pengembangan meningkatkan kompetensi komunikasi dan pengetahuan produk; penilaian kinerja membantu mengarahkan perilaku layanan sesuai standar; kompensasi dan penghargaan dapat menjaga motivasi dan komitmen; sementara pengawasan dan koordinasi memastikan layanan tidak berjalan sporadis. Dengan kata lain, kualitas pelayanan merupakan output sosial dari serangkaian praktik pengelolaan karyawan

yang dilakukan secara berkelanjutan. Ketika praktik SDM berjalan baik, karyawan memiliki panduan peran yang jelas, memperoleh dukungan untuk berkembang, dan merasakan keadilan organisasi, sehingga lebih siap menghadirkan layanan yang andal, tanggap, meyakinkan, dan penuh empati.

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka konseptual penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: manajemen karyawan (sebagai bagian dari manajemen SDM) dipahami melalui proses dan fungsi yang mencakup pengadaan/perekrutan, penempatan dan penugasan, perawatan, pembinaan, pengembangan, penilaian kinerja, serta pemberian kompensasi (Muslihat & Ginanjar, 2019; Poppy, 2022). Praktik-praktik ini membentuk kapasitas dan perilaku layanan karyawan dalam aktivitas pelayanan konsumen. Kualitas pelayanan selanjutnya dinilai melalui persepsi konsumen yang membandingkan ekspektasi dengan layanan yang diterima (Yudhanto et al., 2022), dan dapat dipetakan pada dimensi SERVQUAL: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dengan demikian, asumsi konseptualnya adalah bahwa pengelolaan karyawan yang terencana, terkoordinasi, dan diawasi secara memadai akan meningkatkan konsistensi perilaku layanan sesuai dimensi SERVQUAL, sehingga memperkecil kesenjangan antara ekspektasi dan pengalaman konsumen. Kerangka ini membantu menjelaskan mengapa analisis manajemen karyawan relevan dalam upaya meningkatkan pelayanan konsumen: karena kualitas layanan pada akhirnya merupakan pengalaman manusiawi yang tercipta dari sistem kerja dan interaksi karyawan dengan konsumen di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode **deskriptif kualitatif** dengan **pendekatan studi kasus** untuk memahami secara mendalam bagaimana manajemen karyawan berperan dalam peningkatan pelayanan konsumen di Toko Safety Klaten. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian tidak hanya pada angka penjualan atau jumlah konsumen, tetapi pada proses, praktik kerja, dan pengalaman layanan yang terjadi dalam konteks nyata toko. Penelitian dilaksanakan selama **dua bulan**, yaitu **Mei–Juni 2023**, sehingga peneliti memiliki kesempatan untuk mengamati dinamika pelayanan dan pengelolaan karyawan dalam aktivitas operasional harian.

Sumber data terdiri atas **data primer** dan **data sekunder**. Data primer diperoleh melalui **wawancara mendalam** terhadap **lima informan** yang relevan dengan proses pelayanan dan pengelolaan karyawan di Toko Safety Klaten, serta **observasi langsung** terhadap pola

pembagian tugas kerja, alur pelayanan konsumen, proses pemantauan stok, dan praktik pengemasan produk. Data sekunder dikumpulkan melalui **dokumentasi**, meliputi catatan internal toko terkait jumlah konsumen/penjualan periode November 2022–April 2023, serta **dokumen digital** berupa ulasan konsumen pada laman Google Maps yang digunakan untuk membaca persepsi pelanggan atas ketepatan waktu dan kualitas layanan. Penggunaan beberapa jenis sumber data ini membantu penelitian menangkap realitas pelayanan dari sisi internal toko maupun pengalaman konsumen.

Analisis data dilakukan secara **interaktif** melalui tahapan **reduksi data**, **penyajian data**, dan **penarikan kesimpulan/verifikasi**. Data hasil wawancara dan observasi dikategorikan ke dalam tema-tema seperti pembagian peran kerja, evaluasi kinerja berkala, pengendalian stok, efisiensi biaya pelayanan, serta respons toko terhadap kebutuhan konsumen. Keabsahan data dijaga melalui **triangulasi sumber dan teknik**, yaitu membandingkan temuan wawancara dengan hasil observasi, data dokumentasi, dan ulasan pelanggan, sehingga kesimpulan yang dihasilkan lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum temuan penelitian

Penelitian ini melibatkan lima informan yang memberikan pandangan mengenai praktik manajemen karyawan dan kaitannya dengan pelayanan konsumen di Toko Safety Klaten. Secara umum, temuan menunjukkan bahwa pelayanan konsumen dibangun melalui kombinasi antara pengaturan kerja yang jelas, evaluasi kinerja yang dilakukan secara berkala, pemantauan ketersediaan barang yang lebih terkontrol, serta upaya efisiensi biaya pelayanan tanpa mengurangi kualitas interaksi dengan konsumen. Praktik-praktik tersebut menegaskan bahwa pelayanan yang baik bukan semata hasil “keramahan individu”, melainkan lahir dari sistem kerja yang dirancang, dijalankan, dan dievaluasi. Hal ini selaras dengan pemahaman manajemen sebagai proses komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi melalui partisipasi dan koordinasi kerja (Jahrudin et al., 2023). Dalam konteks ritel safety products, sistem kerja yang rapi menjadi penting karena konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga membutuhkan kepastian, penjelasan yang akurat, dan rasa aman saat memilih barang.

Pengaturan tugas kerja yang jelas dan terorganisir

Salah satu temuan utama adalah adanya pengaturan tugas kerja yang jelas dan terorganisir. Pembagian peran yang tegas membantu karyawan mengetahui prioritas pekerjaan, meminimalkan tumpang tindih tugas, serta mempercepat respons terhadap kebutuhan

konsumen. Dalam pelayanan ritel, keterlambatan sering bukan karena karyawan tidak mampu, tetapi karena alur kerja tidak tertata: siapa yang bertanggung jawab pada konsultasi produk, siapa yang menangani transaksi, siapa yang memastikan stok, dan siapa yang menindaklanjuti permintaan barang yang sedang kosong. Ketika pembagian peran lebih jelas, waktu pelayanan cenderung lebih efisien dan konsumen merasa diperhatikan karena prosesnya tidak “berputar-putar”.

Dari sisi manajemen SDM, pembagian tugas merupakan bagian dari penempatan dan penugasan yang termasuk dalam rangkaian pengelolaan SDM (Muslihat & Ginanjar, 2019). Artinya, pengaturan kerja bukan sekadar keputusan teknis harian, melainkan langkah manajerial yang memengaruhi pengalaman konsumen. Dalam praktik di Toko Safety Klaten, keteraturan pembagian tugas juga membantu menciptakan konsistensi layanan konsumen tidak bergantung pada satu orang tertentu, tetapi tetap bisa dilayani oleh karyawan yang bertugas dengan standar yang serupa.

Evaluasi kinerja dan perbaikan layanan secara berkala

Temuan berikutnya adalah evaluasi kualitas kerja karyawan dilakukan secara berkala: ketika muncul masalah layanan atau pada awal bulan, dipimpin langsung oleh manajemen. Pola ini menunjukkan adanya mekanisme pengawasan dan umpan balik. Dalam ritel, evaluasi berkala memiliki dua manfaat utama. Pertama, mencegah masalah kecil menjadi kebiasaan yang berulang misalnya miskomunikasi, keterlambatan melayani, atau ketidaktepatan informasi produk. Kedua, memberi ruang pembelajaran bagi karyawan melalui koreksi yang jelas, sehingga perbaikan tidak hanya bersifat spontan, tetapi menjadi bagian dari budaya kerja.

Secara teoritis, fungsi SDM mencakup penilaian kinerja (Poppy, 2022). Penilaian kinerja yang dilakukan dengan rutin dan manusiawi membantu karyawan memahami standar kerja tanpa merasa diawasi secara berlebihan. Dengan kata lain, evaluasi menjadi sarana membangun kedisiplinan sekaligus menjaga martabat karyawan: tujuan utamanya adalah perbaikan layanan, bukan mencari kesalahan. Dalam konteks pelayanan konsumen, evaluasi ini berkontribusi pada peningkatan reliability (konsistensi layanan) dan assurance (keyakinan konsumen terhadap kompetensi karyawan), karena proses belajar dan koreksi yang berulang akan memperkaya keterampilan karyawan dalam menjelaskan produk, menata alur pelayanan, dan menyelesaikan kebutuhan konsumen dengan lebih tepat.

Tren penjualan produk sebagai indikasi dinamika pelayanan

Berdasarkan Tabel 1 (Data Konsumen/penjualan produk rata-rata per hari periode November 2022 s/d April 2023), terlihat dinamika jumlah yang cenderung meningkat dibanding awal

periode, meskipun tidak naik secara linier setiap bulan. Nilai pada November 2022 sebesar 60, meningkat pada Desember 2022 menjadi 90, kemudian turun pada Januari 2023 menjadi 70, dan selanjutnya bergerak relatif stabil pada Februari 72, Maret 71, serta April 75. Pola ini menunjukkan adanya fluktuasi, tetapi juga memperlihatkan bahwa di akhir periode (April 2023) angka lebih tinggi dibanding awal periode (November 2022).

Dalam penelitian kualitatif, data kuantitatif seperti ini dapat dibaca sebagai konteks pendukung. Peningkatan di akhir periode dapat menjadi indikasi bahwa toko mampu mempertahankan minat konsumen, sementara stabilitas pada Februari–April menunjukkan ritme layanan yang relatif terjaga. Namun, penting untuk memahami bahwa angka penjualan/kunjungan tidak hanya dipengaruhi kualitas pelayanan; ada faktor eksternal lain yang juga bisa berperan. Karena itu, penelitian ini menempatkan tabel sebagai penanda dinamika, lalu memaknai proses di baliknya melalui temuan wawancara, observasi, dan bukti persepsi konsumen.

Ulasan konsumen sebagai cermin persepsi kualitas layanan

Penelitian ini juga menggunakan ulasan konsumen pada laman Google Maps sebagai bahan untuk melihat persepsi publik terhadap pelayanan Toko Safety Klaten. Ulasan tersebut menonjolkan beberapa tema yang berulang: toko dinilai “lengkap”, pelayanan “ramah”, harga “terjangkau/bersahabat”, dan kualitas produk “bagus”. Ada pula ulasan yang menekankan bahwa toko membantu warga yang mencari peralatan safety karena kini tersedia di Klaten, serta kesan bahwa penjual “top” dan tempatnya “bagus”.

Jika dibaca melalui konsep kualitas pelayanan, ulasan ini menggambarkan bagaimana konsumen membentuk persepsi berdasarkan pengalaman yang mereka alami. Yudhanto et al. (2022) menjelaskan bahwa persepsi konsumen dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya dan informasi yang diterima, lalu dibandingkan dengan ekspektasi; ketika pengalaman melampaui atau sesuai ekspektasi, konsumen cenderung menilai layanan baik. Dalam konteks Toko Safety Klaten, kata-kata seperti “ramah”, “lengkap”, dan “harga bersahabat” menunjukkan bahwa ekspektasi dasar konsumen mendapat bantuan yang sopan, mendapatkan produk yang dicari, dan memperoleh harga yang wajar cenderung terpenuhi. Secara humanis, ulasan semacam ini penting karena menunjukkan bahwa konsumen merasa “ditemani” dalam proses belanja, bukan hanya dilayani secara mekanis.

Ketepatan waktu pemenuhan kebutuhan konsumen

Temuan lain menekankan adanya perhatian pada ketepatan waktu dalam melayani, khususnya ketika produk sedang kosong. Ketepatan waktu dimaknai sebagai kemampuan

toko memenuhi ketersediaan produk sesuai waktu yang dijanjikan kepada konsumen. Dalam layanan ritel safety products, ketepatan waktu memiliki nilai yang tinggi karena pembelian sering terkait kebutuhan mendesak (misalnya untuk pekerjaan, proyek, atau kepentingan keselamatan). Ketika toko berani memberi janji waktu, lalu menepatinya, konsumen akan merasakan reliability dan assurance sekaligus: andal karena janji terpenuhi, dan meyakinkan karena toko tampak kompeten mengelola proses pemenuhan barang.

Dari sisi manajemen karyawan, ketepatan waktu juga merupakan hasil koordinasi internal: bagaimana karyawan menerima permintaan, mencatatnya, meneruskan ke alur pengadaan/penyediaan, mengingatkan, dan menghubungi konsumen saat barang tersedia. Dalam hal ini, evaluasi berkala yang dipimpin manajemen dapat berperan untuk memastikan bahwa setiap keterlambatan atau keluhan konsumen ditangani sebagai bahan perbaikan prosedur, bukan sekadar diselesaikan sesaat.

Pengendalian stok melalui aplikasi internal

Toko Safety Klaten menggunakan aplikasi stok internal untuk mengendalikan persediaan barang, sehingga meminimalkan terjadinya stok kosong. Praktik ini memperlihatkan bahwa pelayanan konsumen tidak berdiri sendiri, melainkan ditopang oleh manajemen operasional. Dalam ritel, stok kosong sering menjadi sumber ketidakpuasan: konsumen datang dengan harapan barang tersedia, tetapi harus pulang tanpa solusi atau menunggu tanpa kepastian. Dengan sistem pengendalian stok yang lebih tertata, karyawan dapat memberikan informasi lebih cepat mengenai ketersediaan, alternatif produk, atau estimasi waktu pemenuhan.

Dalam kerangka manajemen SDM, teknologi seperti aplikasi stok internal membantu karyawan bekerja lebih presisi. Namun teknologi tetap membutuhkan manusia yang disiplin menginput data, mengecek pergerakan barang, dan menggunakan informasi tersebut untuk melayani konsumen. Artinya, aplikasi stok hanya akan efektif bila manajemen karyawan memastikan pembiasaan kerja yang rapi: siapa yang bertanggung jawab mencatat keluar-masuk barang, bagaimana pengecekan dilakukan, dan bagaimana informasi stok diterjemahkan menjadi komunikasi layanan yang jelas. Di titik ini, fungsi koordinasi, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pengelolaan SDM (Muslihat & Ginanjar, 2019) menjadi sangat relevan karena menjembatani sistem teknologi dengan perilaku kerja sehari-hari.

Pengelolaan biaya pelayanan melalui praktik pengemasan

Temuan berikutnya menunjukkan adanya penggunaan peralatan pengemasan sesuai kebutuhan serta minimalisasi penggunaan yang berlebihan, sebagai bagian dari pengelolaan biaya pelayanan. Praktik pengemasan sering dianggap detail kecil, padahal memiliki dampak

penting bagi dua pihak: bagi toko, efisiensi biaya menjaga keberlanjutan bisnis; bagi konsumen, pengemasan yang tepat memberi rasa aman bahwa barang terlindungi saat dibawa pulang atau dikirim. Mengurangi pemborosan bahan tanpa mengurangi keamanan pengemasan menunjukkan adanya keseimbangan antara efisiensi dan kualitas layanan.

Dari perspektif pelayanan, pengemasan juga dapat dipahami sebagai bagian dari tangible (bukti fisik layanan). Konsumen tidak hanya menilai barangnya, tetapi juga menilai bagaimana toko memperlakukan barang tersebut: rapi, aman, dan sesuai kebutuhan. Dalam ritel safety products, kerapian dan keamanan pengemasan memiliki makna simbolik: toko yang menjual keselamatan idealnya juga mempraktikkan ketelitian dan kehati-hatian dalam hal kecil. Dengan demikian, efisiensi biaya di Toko Safety Klaten tidak berdiri sebagai “penghematan”, melainkan sebagai cara menjaga kualitas layanan sekaligus kesinambungan bisnis.

Analisis temuan berdasarkan dimensi SERVQUAL

Untuk memperkuat pembahasan, temuan dapat dipetakan ke dalam dimensi SERVQUAL (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) sebagai berikut.

1. **Tangible:** Ulasan konsumen yang menyebut “tempatya bagus” dan pengalaman belanja yang nyaman memberi indikasi bahwa aspek fisik toko tata ruang, kerapian, dan kelengkapan display dipersepsikan positif. Praktik pengemasan yang rapi dan hemat juga menjadi bagian dari bukti fisik layanan, karena konsumen dapat melihat kualitas perhatian toko melalui cara barang dipersiapkan.
2. **Reliability:** Pengaturan tugas kerja yang jelas, evaluasi berkala, penggunaan aplikasi stok internal, serta komitmen memenuhi ketersediaan barang sesuai waktu yang dijanjikan menunjukkan upaya toko menjaga keandalan layanan. Ulasan konsumen yang menekankan “toko terlengkap” dan “alat yang dijual sangat lengkap” memperkuat persepsi bahwa toko dapat diandalkan untuk pemenuhan kebutuhan safety products.
3. **Responsiveness:** Keramahan layanan yang berulang muncul dalam ulasan konsumen dapat dibaca sebagai respons yang cepat dan membantu, bukan sekadar formalitas. Responsiveness juga tampak dari perhatian pada ketepatan waktu pemenuhan produk ketika stok kosong, karena toko tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa kepastian.
4. **Assurance:** Dalam ritel safety products, assurance terbentuk ketika karyawan mampu memberi penjelasan yang meyakinkan dan ketika toko konsisten memenuhi janji layanan. Ulasan yang menyebut “mantap” dan “penjual top” dapat dipahami sebagai bentuk pengakuan terhadap kepercayaan konsumen pada toko dan karyawannya.

5. **Empathy:** Keramahan, kesediaan membantu, dan kesan bahwa toko “ada” untuk warga yang membutuhkan peralatan safety menunjukkan dimensi empati. Empati bukan hanya sikap ramah, tetapi juga kemampuan memahami kebutuhan konsumen yang spesifik, lalu mengarahkan pada pilihan produk yang tepat. Pengaturan kerja yang baik dan evaluasi berkala membantu empati menjadi standar kolektif, bukan bergantung pada satu individu. Dengan pemetaan tersebut, tampak bahwa peningkatan pelayanan di Toko Safety Klaten bukan sekadar klaim, melainkan terhubung dengan praktik manajemen karyawan dan operasional yang dapat diobservasi.

Peran manajemen karyawan dalam menjaga konsistensi layanan

Temuan-temuan di atas memperlihatkan hubungan langsung antara manajemen karyawan dan kualitas pelayanan. Ketika manajemen menata pembagian kerja, melakukan evaluasi, dan menguatkan disiplin penggunaan sistem stok, karyawan lebih mudah memberikan layanan yang konsisten. Konsistensi ini penting karena persepsi kualitas layanan dibentuk oleh pengalaman berulang, bukan hanya satu momen (Yudhanto et al., 2022). Bagi konsumen, konsistensi memberi rasa aman: kapan pun datang, konsumen merasa standar pelayanan relatif sama ramah, jelas, dan membantu.

Di sisi lain, pengelolaan SDM yang baik juga berdampak pada kondisi psikologis karyawan. Pembagian peran yang jelas cenderung mengurangi kebingungan dan tekanan kerja. Evaluasi berkala, bila dilakukan dengan adil, membantu karyawan memiliki arah perbaikan. Dalam suasana kerja yang lebih tertata, karyawan biasanya lebih mampu menampilkan sikap empatik karena energinya tidak habis untuk mengatasi kekacauan prosedur. Ini menunjukkan bahwa pelayanan konsumen yang humanis sering lahir dari lingkungan kerja yang juga memperlakukan karyawan secara manusiawi jelas tugasnya, jelas ukurannya, dan ada dukungan untuk berkembang.

Implikasi praktis bagi peningkatan pelayanan

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa implikasi praktis dapat dirumuskan. Pertama, pengaturan tugas kerja perlu dipertahankan dan diperjelas dalam bentuk alur layanan agar konsumen merasakan proses yang semakin cepat dan rapi, terutama pada jam ramai. Kedua, evaluasi berkala sebaiknya tidak hanya membahas masalah, tetapi juga mengapresiasi praktik baik agar karyawan merasa dihargai dan termotivasi (sejalan dengan fungsi SDM terkait penilaian kinerja dan kompensasi/penghargaan; Poppy, 2022). Ketiga, penggunaan aplikasi stok internal perlu terus diperkuat dengan disiplin pencatatan agar reliability layanan meningkat. Keempat, upaya efisiensi biaya melalui pengemasan hemat perlu tetap

memperhatikan keamanan dan kerapian untuk menjaga tangible dan assurance. Kelima, ulasan konsumen dapat dijadikan “cermin” berkelanjutan: bukan hanya dikumpulkan sebagai bukti, tetapi ditelaah sebagai bahan perbaikan layanan dan pelatihan singkat bagi karyawan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pelayanan konsumen di Toko Safety Klaten tumbuh dari perpaduan sistem kerja, kepemimpinan manajemen, dan praktik layanan sehari-hari. Ketika manajemen karyawan dijalankan sebagai proses yang terstruktur mulai dari pengaturan peran sampai evaluasi maka layanan menjadi lebih konsisten, lebih cepat, dan lebih bermakna bagi konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pelayanan konsumen di Toko Safety Klaten ditopang oleh praktik manajemen karyawan dan operasional yang berjalan secara terstruktur. Pengaturan kerja yang jelas melalui pembagian peran dan alur tugas yang lebih terorganisir membantu meningkatkan efisiensi pelayanan serta mengurangi potensi keterlambatan dalam menghadapi kebutuhan konsumen. Evaluasi berkala yang dilakukan ketika muncul masalah layanan atau pada awal bulan, dipimpin langsung oleh manajemen, berperan sebagai mekanisme pengawasan dan perbaikan sehingga kualitas kerja karyawan dapat disesuaikan secara berkelanjutan. Data penjualan produk rata-rata per hari periode November 2022 hingga April 2023 menunjukkan dinamika yang cenderung lebih baik di akhir periode dibanding awal, sehingga menjadi konteks pendukung bahwa kinerja pelayanan dan penerimaan konsumen tetap terjaga. Persepsi konsumen juga tercermin dari ulasan publik yang menonjolkan kelengkapan produk, keramahan layanan, dan harga yang bersahabat, yang menguatkan gambaran pelayanan dari sisi pengalaman pelanggan. Selain itu, penggunaan aplikasi stok internal membantu meminimalkan stok kosong dan meningkatkan keandalan informasi ketersediaan barang, sedangkan praktik pengemasan yang sesuai kebutuhan menunjukkan upaya efisiensi biaya pelayanan tanpa mengurangi kualitas. Secara keseluruhan, implementasi dimensi pelayanan tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy tampak hadir melalui layanan yang rapi, konsisten, tanggap, meyakinkan, dan tetap manusiawi, sehingga mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang positif dan meningkatkan kepuasan konsumen

REFERENSI

Amin, G. L. A. (2022). *Manajemen sumber daya manusia dalam meningkatkan pelayanan pada Coffee Shop Minims Co Banjarbaru*. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/7798/>

- Azmi, H. U., Rizkyanfi, M. W., & Fajri, I. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Dapur Caringin Tilu Bandung. *The Journal of Gastronomy and Tourism*, 1(2). <https://doi.org/10.17509/gastur.v1i2.40574>
- Handayani, M. T. (2022). *Manajemen pemasaran adalah*. Ekrut Media.
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen kepemimpinan pada lembaga pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1). <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Jahrudin, Hartutik, Maesarach, R. M., & Elburdah, R. P. (2023). *Manajemen*. Amerta Media.
- Jatmiko, Anggarani, A., & Sudarwan. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran*. Universitas Esa Unggul.
- Mu'tafi, A. (2020). Pilar-pilar manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam menghadapi era global. *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam*, 20(2). <https://doi.org/10.32699/mq.v20i2.1710>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis persepsi harga, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi keputusan pembelian (studi kasus pada UMKM SKCK ...). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Muslihat, M., & Ginanjar, M. H. (2019). Pengelolaan sumber daya manusia di SMP HASMI Islamic Boarding School Tamansari Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1). <https://doi.org/10.30868/im.v2i01.373>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi keputusan pembelian: Kualitas produk, persepsi harga, dan promosi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4).
- Poppy. (2022). Apa itu fungsi manajemen SDM (sumber daya manusia)? *Insight Talenta*.
- Safila Anaya, L., Fakhirah, F., & Farhana, Q. (2021). Peranan manajemen pendidikan Islam dalam era pendidikan kontemporer. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(8). <https://doi.org/10.36418/japendi.v2i8.251>
- Sikyatma, M. M. P., Handoko, T., & Sulistiyo, M. N. (2021). *Jurnal Ganeshwara*, 1(2). <https://scholar.archive.org>
- Sugiyono. (2021). Pengertian data primer & perbedaannya dengan data sekunder. *Sugiyono*, 53(9).
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Widodo, Z. D., Adiyani, R., & Katili, A. Y. (2021). Strategi manajemen sumber daya manusia industri kreatif berbasis sablon dalam peningkatan produktivitas karyawan di

Zee.Screenprinting. *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis 41 UTP Surakarta, 1(1)*.
<https://doi.org/10.36728/semnasutp.v1i01.1>

Yudhanto, B., Waloejo, H. D., & Farida, N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Susuku Café Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(2)*.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34203>

Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, 20(2)*.