

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA SHafa SNACK

Putri Dini Agustin¹, Dhea Dinanty², Julia Hamdini Nasution³, Abdurrahman⁴, M. Sawal Pitriyadi⁵, Zainarti⁶

Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

putridiniagustin@gmail.com¹, dheadnty13@gmail.com², juliahamdini23@gmail.com³, abdurrahmanoppo92@gmail.com⁴, mhdsyawal0305@gmail.com⁵, Zainarti60mm@gmail.com⁶

Abstract

This study aims to analyze the effect of employee service on customer satisfaction at Shafa Snack, an MSME engaged in the snack sector. The method used is a qualitative approach with descriptive techniques through semi-structured interviews with customers and business owners as informants. The results of the study indicate that employee service, especially in terms of friendliness, clarity of information, and speed of service, has a significant effect on customer satisfaction. Good service not only creates a positive shopping experience but also increases customer loyalty. Despite obstacles such as a surge in visitors during peak seasons and limited facilities, the internal management strategy implemented is able to maintain service quality. This study concludes that employee service is a key element in building customer satisfaction and loyalty, and suggests the need for a more systematic service evaluation system.

Keywords: Employee service, customer satisfaction, service quality.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Shafa Snack, sebuah UMKM yang bergerak di bidang makanan ringan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif melalui wawancara semi-terstruktur kepada pelanggan dan pemilik usaha sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan karyawan, khususnya dalam hal keramahan, kejelasan informasi, dan kecepatan layanan, memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan pengalaman berbelanja yang positif, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun terdapat kendala seperti lonjakan pengunjung saat musim puncak dan keterbatasan fasilitas, strategi pengelolaan internal yang diterapkan mampu menjaga kualitas layanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan karyawan merupakan elemen kunci dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

menyarankan perlunya sistem evaluasi pelayanan yang lebih sistematis. Kata Kunci : Pelayanan karyawan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan.	
---	--

1. Pendahuluan

Saat ini, bisnis di sektor makanan telah mengalami perkembangan pesat. Tidak hanya terbatas pada penyediaan bahan pokok atau mentah, namun juga telah merambah ke produk makanan siap saji dan berbagai jenis camilan yang digemari banyak konsumen. Dalam menikmati makanan, konsumen tidak hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga faktor lain seperti harga yang terjangkau, kenyamanan tempat, kualitas pelayanan, serta kemudahan akses ke lokasi. Beragamnya aspek ini mendorong pelaku usaha di bidang kuliner untuk tidak hanya fokus pada cita rasa, tetapi juga lebih memperhatikan lokasi usaha dan kondisi pendukung lainnya guna menarik minat konsumen yang lebih luas.

Peluang dalam menjalankan usaha di bidang makanan sangatlah besar, mengingat makanan merupakan kebutuhan utama setiap orang. Bisnis kuliner menjadi salah satu jenis usaha yang sangat direkomendasikan untuk dicoba karena sifatnya yang tahan lama dan tidak terpengaruh oleh tren sesaat. Selain itu, produk makanan memiliki variasi yang sangat luas dan mudah untuk dikreasikan atau diinovasikan agar lebih menarik bagi konsumen. (Rahmawati Azizah, 2022).

Kualitas pelayanan yang baik tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu berupaya meningkatkan kepuasan tersebut dengan cara mengoptimalkan pelayanan yang positif dan mengurangi pengalaman pelayanan yang kurang menyenangkan. Dalam konteks minimarket, mutu layanan menjadi faktor penting agar pelanggan merasa puas. Karyawan dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan. Misalnya, ketika melihat pelanggan membawa banyak barang, karyawan sebaiknya segera menawarkan bantuan dengan memberikan keranjang belanja untuk mempermudah pelanggan. (Setiawan, Djuhartono, & Sodik, 2022).

Pelayanan yang berkualitas memiliki peran krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan juga menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung menjadi loyal dan terus mendukung perusahaan tersebut. Untuk mewujudkan layanan yang berkualitas, diperlukan

pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta kemampuan untuk mengimplementasikan pemahaman tersebut ke dalam tindakan nyata. (Rizal Samsul, 2024).

Dalam konteks UMKM seperti Shafa Snack, pelayanan yang berkualitas memegang peranan penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Shafa Snack sebagai usaha makanan ringan memiliki pelanggan setia yang menjadi aset utama dalam keberlangsungan usahanya. Untuk itu, pelayanan yang diberikan karyawan, baik secara verbal maupun non-verbal, sangat berpengaruh terhadap persepsi dan keputusan pembelian pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian ilmiah dengan judul *Analisis Pengaruh Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Shafa Snack*.

2. Tinjauan Pustaka

Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan salah satu elemen penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu usaha, terutama di sektor jasa dan usaha kecil seperti kuliner. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan tidak hanya mencerminkan nilai-nilai perusahaan, tetapi juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara langsung.

Pelayanan adalah proses interaksi antara karyawan dan pelanggan yang dapat menciptakan nilai dan pengalaman positif apabila dilakukan dengan baik. Komponen pelayanan mencakup sikap ramah, kecepatan layanan, ketepatan dalam pemenuhan pesanan, kemampuan komunikasi, serta kesigapan dalam menangani keluhan. Penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, responsif, dan komunikatif secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai jenis usaha. Karyawan yang mampu memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan personalisasi memiliki kemungkinan lebih tinggi dalam membangun loyalitas pelanggan.

Pelatihan karyawan dalam keterampilan pelayanan dan komunikasi telah terbukti berkontribusi besar terhadap peningkatan kualitas layanan. Karyawan yang diberi pelatihan cenderung lebih percaya diri dan efektif dalam menangani pelanggan, yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan citra usaha. (Kadek, Wulandari, Luh, & Sri, 2024).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dapat diartikan sebagai respon emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang muncul setelah seseorang membandingkan persepsinya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Dengan kata lain, kepuasan merupakan hasil dari interaksi antara harapan awal dan penilaian terhadap realisasi kinerja. Secara umum, kepuasan (satisfaction) mencerminkan reaksi emosional individu setelah mengevaluasi apakah produk atau layanan yang diterimanya sesuai, melebihi, atau justru berada di bawah ekspektasi mereka. (Maya & Khoirunnisa, 2021).

Apabila seorang konsumen merasa bahwa produk atau layanan yang diterimanya memberikan nilai yang memuaskan, maka kemungkinan besar konsumen tersebut akan tetap setia dalam jangka waktu yang panjang. Kepuasan konsumen sendiri merupakan reaksi emosional baik itu senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan antara ekspektasi terhadap kinerja suatu produk atau layanan dengan kenyataan yang diterima. Ketika kinerja berada di bawah ekspektasi, konsumen cenderung merasa tidak puas. Namun, jika kinerja sesuai dengan harapan, maka kepuasan akan tercapai. Bahkan, jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan merasa sangat puas. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan tersebut. (Damanik, Tambak, & Damanik, 2023).

Mencapai kepuasan pelanggan atas produk atau jasa bukanlah hal yang mudah apabila perusahaan tidak memahami secara mendalam harapan konsumennya. Produk atau layanan yang berkualitas serupa bisa menimbulkan tingkat kepuasan yang berbeda pada setiap konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus menjaga mutu produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. (Christovel Zuriel Umbase, William Areros, 2022).

Terdapat lima aspek penting yang harus dipertimbangkan terkait dengan kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk

Kepuasan konsumen tercapai ketika hasil penilaian mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan memenuhi standar kualitas. Suatu produk dianggap berkualitas jika mampu memenuhi harapan pengguna.

2. Kualitas pelayanan

Kepuasan konsumen tercipta ketika mereka menerima layanan yang sesuai harapan dan memberikan kepuasan.

3. Emosional

Konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri dalam menggunakan brand.

4. Harga

Produk yang murah tetapi memiliki kualitas yang tinggi akan memberikan nilai tambah.

5. Biaya

Konsumen tidak diharuskan mengeluarkan tambahan biaya maka cenderung akan merasa puas. (Afifah, Asmawati, Sanjaya, & Raden Intan Lampung, 2022).

Hubungan antara keduanya

Pelayanan karyawan merupakan salah satu elemen kunci dalam membentuk pengalaman pelanggan yang positif. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan berperan penting dalam menciptakan nilai bagi pelanggan, terutama dalam sektor jasa yang sangat bergantung pada interaksi manusia. Pelayanan yang baik mencakup kemampuan karyawan dalam memberikan respons yang cepat, bersikap ramah, serta mampu memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan realitas pelayanan yang diterima. (Eki, 2021). Ketika pelayanan karyawan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan terbukti memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang disampaikan oleh karyawan memegang peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, serta menjadi faktor strategis dalam membangun loyalitas dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang. (Putu, Tresna, Usadha, & Kamala, 2022).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Shafa Snack. Teknik pengumpulan data dilakukan

melalui wawancara langsung kepada pelanggan dan pemilik usaha sebagai informan utama. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi informasi yang lebih luas namun tetap mengacu pada pertanyaan-pertanyaan utama yang telah disiapkan sebelumnya.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari salah satu pelanggan yang pernah berbelanja di Shafa Snack dan pemilik usaha yang terlibat langsung dalam aktivitas pelayanan. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengalaman langsung dengan pelayanan yang diberikan. Teknik ini dipilih untuk memastikan data yang diperoleh relevan dan mendalam.

Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data interaktif yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi penting dari hasil wawancara. Kemudian, data disajikan dalam bentuk narasi tematik agar pola-pola pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan dapat terlihat secara jelas. Tahapan terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pelanggan dan Pemilik di Shafa Snack, dapat disimpulkan bahwa pelayanan karyawan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang diberikan, khususnya dalam hal keramahan, kejelasan informasi, dan kecepatan pelayanan. Karyawan dinilai mampu menjelaskan produk dengan baik ketika pelanggan bertanya, sehingga memberikan rasa nyaman dan kemudahan dalam berbelanja. Pelayanan yang responsif dan informatif ini dinilai sangat penting bagi pelanggan dalam membentuk kesan pertama terhadap toko dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja.

Dari sisi sikap karyawan, pelanggan menyebutkan bahwa mereka merasa puas dengan keramahan dan bantuan yang diberikan. Namun, berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen, diketahui bahwa pada saat-saat ramai seperti bulan Ramadan dan tahun baru, karyawan cenderung mengalami tekanan kerja tinggi yang menyebabkan aspek keramahan tidak selalu bisa dijaga secara maksimal. Dalam kondisi tersebut, fokus

pelayanan bergeser dari keramahan ke kecepatan dan efisiensi, karena tingginya jumlah pelanggan yang harus dilayani. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dipengaruhi oleh kondisi operasional dan perlu strategi khusus saat menghadapi lonjakan pengunjung.

Pelayanan karyawan juga terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Mayoritas pelanggan menyatakan bahwa mereka bersedia untuk kembali berbelanja di Shafa Snack karena merasa dilayani dengan baik. Bahkan, beberapa di antaranya mengaku merekomendasikan toko ini kepada keluarga dan kerabat. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga membentuk kepercayaan dan loyalitas dalam jangka panjang.

Dari sudut pandang manajemen, Shafa Snack telah menerapkan sistem organisasi yang cukup baik dalam mengelola pelayanan. Setiap bagian usaha seperti produksi, swalayan, dan parkir memiliki penanggung jawab atau mandor yang bertugas mengatur kinerja karyawan. Strategi ini dilakukan agar pelayanan tetap terkontrol meskipun jumlah pengunjung sangat tinggi. Penerapan struktur kerja seperti ini mendukung efisiensi dan memastikan bahwa pelanggan tetap mendapatkan pelayanan yang maksimal.

Meskipun begitu, beberapa tantangan masih dihadapi oleh Shafa Snack, seperti keterbatasan tempat parkir, stok barang yang cepat habis, serta belum adanya sistem formal untuk mengukur kepuasan pelanggan. Saat ini, umpan balik pelanggan lebih banyak diperoleh melalui media sosial seperti Google Maps, TikTok, dan Instagram. Hal ini menunjukkan perlunya inovasi dalam membangun sistem evaluasi pelayanan yang lebih sistematis, agar manajemen dapat melakukan perbaikan yang tepat sasaran.

Selain itu, ditemukan bahwa aspek pelayanan yang paling dibutuhkan pelanggan bervariasi tergantung situasi. Pada hari-hari biasa, keramahan dan kenyamanan lebih diutamakan oleh pelanggan. Namun pada musim puncak seperti lebaran dan tahun baru, pelanggan lebih mengutamakan kecepatan transaksi dan ketersediaan stok barang. Oleh karena itu, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi menjadi kunci penting dalam strategi pelayanan di Shafa Snack.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan pengalaman positif saat berbelanja, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Shafa Snack telah menunjukkan komitmennya

dalam menjaga kualitas pelayanan, namun tetap perlu melakukan evaluasi dan pengembangan berkelanjutan untuk menjawab tantangan yang ada.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di usaha Shafa Snack. Pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal keramahan, kejelasan informasi, dan kecepatan layanan, sangat memengaruhi pengalaman pelanggan dan membentuk loyalitas jangka panjang. Pelanggan merasa nyaman dan cenderung kembali berbelanja karena merasa dilayani dengan baik. Meskipun terdapat tantangan seperti tingginya jumlah pengunjung pada hari-hari tertentu dan keterbatasan fasilitas, usaha Shafa Snack telah menerapkan strategi pengelolaan yang cukup baik untuk menjaga kualitas pelayanan. Secara keseluruhan, pelayanan karyawan terbukti menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S., Asmawati, Y., Sanjaya, V. F., & Raden Intan Lampung, U. (2022). Pelanggan Apotek Cabang Pardasuka Kecamatan Limau, 01(01).
- Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 394.
- Damanik, E. O. P., Tambak, D. G. P., & Damanik, Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Alfamart di Jalan Asahan Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(3), 241-251. <https://doi.org/10.52300/jmso.v3i3.8230>
- Eki, C. (2021). Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 1(1), 1-12. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2018.vol1\(1\).2618](https://doi.org/10.25299/syarikat.2018.vol1(1).2618)
- Kadek, N., Wulandari, N., Luh, N., & Sri, G. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN FRONT OFFICE DEPARTMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA SHERATON BALI KUTA RESORT), 8(1), 141-155.
- Maya, S., & Khoirunnisa, S. (2021). Pelayanan Karyawan, Harga Yang Sesuai Daya Beli Dan Lokasi Faktor Penentu Kepuasan Konsumen. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 299-303. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.339>
- Putu, N., Tresna, Y., Usadha, D. N., & Kamala, D. (2022). KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . JASA MARGA BALI TOL * Corresponding author : dwidmengemudi01@gmail.com PENDAHULUAN Pembangunan jalan tol merupakan salah satu bentuk usaha pemerintah dalam memudahkan masyarakat di In, 8(1), 25-36.
- Rahmawati Azizah, W. D. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK CEMILAN “KAK ROS” SUNGAI SAREN DALAM PENINGKATAN KUALITAS DAN PERSAINGAN USAHA, 5(Desember), 44-55.

- Rizal Samsul, M. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Senja Tari Kolot, *6681(7)*, 1513-1522.
- Setiawan, A., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan di Gerai Indomaret Kertamukti. *Jurnal Arastirma*, *2(1)*, 116. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i1.16853>