

PENGARUH PELATIHAN DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAYA TARIK KONSUMEN DI SHAFA SNACK MEDAN

Laila Rahmayuni Rangkuti¹, Putri Andriani Jambak², Zainarti³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹lailarahmayunirkt@gmail.com, ²putriandrianijambak1008@gmail.com,

³zainartimm60@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan serta daya tarik konsumen pada UMKM *Shafa Snack* Medan. Dalam menghadapi persaingan usaha kuliner, pelayanan yang berkualitas menjadi faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan oleh pemilik usaha, meskipun dilakukan secara informal, mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan. Kinerja karyawan yang tercermin dalam sikap ramah, respons cepat, dan kemampuan komunikasi yang baik berperan penting dalam menciptakan pengalaman konsumen yang positif. Temuan ini diperkuat oleh dokumentasi visual yang menunjukkan interaksi hangat antara karyawan dan konsumen, serta suasana kerja yang kondusif. Kepuasan konsumen tercermin dari testimoni dan perilaku konsumen yang kembali membeli serta merekomendasikan kepada orang lain. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa pelatihan dan kinerja karyawan berkontribusi langsung terhadap kepuasan dan daya tarik konsumen. Oleh karena itu, disarankan agar pelaku UMKM mengembangkan sistem pelatihan sederhana namun konsisten serta mendorong budaya kerja yang positif untuk meningkatkan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Pelatihan; Kinerja Karyawan; Kepuasan Konsumen; Daya Tarik Konsumen.

Abstract

This study aims to examine the influence of employee training and performance on customer satisfaction and consumer attraction at the Shafa Snack Medan. In the face of intense competition in the culinary business, quality service plays a crucial role in fostering customer loyalty. This research adopts a descriptive qualitative approach, utilizing data collection methods such as in-depth interviews, direct observation, and field documentation. The findings reveal that although the training provided by the business owner was informal, it significantly improved the employees' understanding and skills in delivering customer service. Employee performance reflected in friendly

Article History

Received: June 2025

Reviewed: June 2025

Published: June 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

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/)

attitudes, prompt responses, and effective communication contributed greatly to creating a positive customer experience. These findings are supported by visual documentation that captured warm interactions between employees and customers, as well as a comfortable working environment. Customer satisfaction was evident through positive testimonials and repeat purchases, as well as word-of-mouth recommendations. Based on these results, it can be concluded that training and employee performance directly influence customer satisfaction and consumer attraction. Therefore, it is recommended that practitioners develop simple yet consistent training systems and promote a positive work culture to enhance business sustainability.

Keywords: *Training; Employee Performance; Customer Satisfaction; Consumer Attraction.*

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini mengalami perkembangan pesat, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk tidak hanya fokus pada produk, namun juga pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Salah satu aspek penting yang memengaruhi kualitas layanan adalah kompetensi sumber daya manusia, khususnya melalui pelatihan dan kinerja karyawan yang optimal. Oleh karena itu, eksistensi UMKM sangat kuat dalam menopang pertumbuhan ekonomi, khususnya pada sektor perdagangan makanan dan minuman seperti bisnis *snack* rumahan.

Dalam industri makanan ringan seperti *Shafa Snack* di Medan, kualitas layanan menjadi pembeda utama yang menentukan loyalitas dan daya tarik konsumen. Kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan nilai tambah dan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap keberlangsungan usaha. Pelayanan yang profesional, cepat, dan ramah tidak hanya menciptakan kesan pertama yang baik, tetapi juga menjadi faktor krusial dalam mempertahankan pelanggan.

Salah satu faktor penting dalam membentuk kualitas pelayanan adalah kompetensi sumber daya manusia (SDM). Kompetensi ini dapat ditingkatkan melalui pelatihan yang terencana dan berkelanjutan. Pelatihan merupakan bagian dari manajemen sumber daya manusia yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja karyawan agar mampu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Menurut Hasibuan (2017), pelatihan yang efektif akan meningkatkan efisiensi kerja serta menciptakan semangat kerja yang tinggi, sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Dalam UMKM seperti *Shafa Snack*, pelatihan berperan langsung dalam membentuk perilaku karyawan saat menghadapi konsumen, khususnya dalam aspek pelayanan, komunikasi, dan kecepatan kerja.

Sementara itu, kinerja karyawan mencerminkan kemampuan mereka dalam melaksanakan tugas sesuai standar yang ditetapkan. Kinerja yang tinggi ditandai dengan pelayanan cepat, sikap ramah, dan kemampuan menyelesaikan masalah konsumen dengan tepat. Kinerja tidak hanya berkaitan dengan hasil kerja, tetapi juga dengan perilaku kerja yang mencerminkan nilai dan budaya perusahaan. Dalam dunia usaha makanan, perilaku kerja tersebut menjadi kesan pertama yang menentukan apakah konsumen akan kembali atau tidak.

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam mempertahankan loyalitas dan menciptakan daya tarik baru. Kepuasan konsumen ini terbentuk ketika harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Dalam pengamatan awal yang dilakukan peneliti di *Shafa Snack* Medan, terlihat bahwa kepuasan konsumen sangat erat kaitannya dengan kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan. Konsumen cenderung lebih tertarik dengan produk yang tidak hanya lezat, tetapi juga disertai layanan yang cepat, sopan, dan profesional. Misalnya, pelanggan yang merasa disambut dengan ramah dan dilayani dengan cepat cenderung menunjukkan loyalitas dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Penelitian terdahulu pada umumnya telah meneliti pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan dan pengaruh kinerja terhadap kepuasan pelanggan (Rahmawati et al., 2022). Namun, penelitian yang secara bersamaan mengkaji keterkaitan antara pelatihan, kinerja karyawan, dan dampaknya terhadap kepuasan serta daya tarik konsumen masih terbatas, khususnya pada konteks UMKM makanan ringan rumahan di wilayah Medan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengisi celah tersebut dengan meneliti secara empiris bagaimana pelatihan dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan dan daya tarik konsumen pada *Shafa Snack* Medan.

Kontribusi penelitian ini adalah memberikan perspektif baru dalam pengembangan SDM pada UMKM, khususnya dalam menyusun strategi pelatihan dan peningkatan kinerja yang terintegrasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi praktis bagi pemilik UMKM dalam merancang pelatihan karyawan yang lebih efektif dan meningkatkan standar pelayanan pelanggan.

Secara orisinal, penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan holistik terhadap pengelolaan SDM dalam menciptakan pengalaman konsumen yang unggul melalui pelatihan dan kinerja, yang belum banyak dibahas dalam studi sebelumnya di sektor makanan ringan UMKM di Medan. Oleh karena itu, keunikan dari penelitian ini terletak pada integrasi variabel pelatihan dan kinerja dalam membentuk kualitas layanan sebagai kunci kepuasan dan daya tarik konsumen pada usaha *snack* rumahan.

KAJIAN TEORI

Pelatihan Karyawan

Pelatihan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan dalam menjalankan tugas-tugasnya di tempat kerja. Pelatihan juga dapat memperbaiki performa kerja dan membantu organisasi mencapai tujuannya secara efektif. Menurut Simamora (2004), pelatihan adalah proses sistematis untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis, serta sikap untuk menjalankan tugas tertentu secara efisien dan efektif.

Selanjutnya, Hasibuan (2017) menjelaskan bahwa pelatihan adalah bagian dari pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan dalam waktu relatif singkat dan berfokus pada peningkatan keterampilan kerja saat ini. Pelatihan yang efektif akan berdampak pada peningkatan produktivitas, loyalitas, dan kepuasan kerja karyawan. Dalam konteks UMKM seperti *Shafa Snack* Medan, pelatihan pelayanan, komunikasi, dan manajemen waktu menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan.

Pelatihan juga menciptakan keunggulan kompetitif. Pelatihan yang terencana dan terarah membantu organisasi membentuk tenaga kerja yang kompeten dan siap beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Kinerja Karyawan

Kinerja (*performance*) didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab. Menurut Mangkunegara (2015), kinerja karyawan dipengaruhi oleh motivasi, kemampuan, dan persepsi terhadap peran yang diberikan dalam organisasi. Kinerja individu ditentukan oleh tiga variabel utama, yaitu motivasi, kemampuan, dan persepsi peran.

Dalam praktiknya, kinerja tidak hanya diukur dari produktivitas, tetapi juga dari kualitas layanan yang diberikan, seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan kerja. Kinerja karyawan menjadi hal penting dalam usaha kuliner karena interaksi antara karyawan dan konsumen menjadi penentu utama kepuasan pelanggan. Menurut Sutrisno (2016), karyawan dengan kinerja tinggi akan lebih mampu memberikan pelayanan terbaik dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan profesional.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu produk/jasa dengan kinerja yang dirasakan. Kepuasan pelanggan tercipta ketika persepsi kinerja produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sikap karyawan, kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat, dan harga produk. Tjiptono (2015) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dimensi seperti *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian), dan *tangibles* (bukti fisik).

Dalam konteks UMKM, pengalaman pelanggan yang positif akan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang dan promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting keberhasilan pelayanan dalam bisnis kuliner.

Daya Tarik Konsumen

Daya tarik konsumen merupakan kekuatan yang dimiliki suatu produk atau merek untuk memikat calon konsumen agar tertarik dan melakukan pembelian. Daya tarik dipengaruhi oleh persepsi terhadap nilai, keunikan produk, citra merek, dan pengalaman konsumen sebelumnya. Yuliana (2022), menemukan bahwa pelayanan karyawan secara langsung menciptakan daya tarik konsumen, terutama di UMKM kuliner lokal seperti di Kota Medan.

Pelayanan yang baik, cepat, dan ramah mendorong pembentukan *image* positif yang melekat di benak konsumen. Daya tarik juga berkaitan erat dengan kepuasan yang telah diperoleh. Ketika pelanggan merasa puas, maka ketertarikan akan semakin kuat karena ada keinginan untuk mengulangi pengalaman tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, di mana peneliti secara langsung terjun ke lapangan untuk menggali informasi secara mendalam melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di *Shafa Snack* Medan, sebuah usaha kuliner yang sedang berkembang dan menjadi perhatian karena pelayanan serta kualitas produknya yang menarik.

Data diperoleh dengan melakukan wawancara terbuka dan mendalam mengenai bagaimana pelatihan diberikan, bagaimana karyawan menjalankan tugas sehari-hari, dan bagaimana konsumen merasakan pelayanan yang diberikan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas kerja dan interaksi karyawan dengan konsumen, serta mendokumentasikan suasana kerja dan respons pelanggan di tempat usaha.

Semua data yang telah terkumpul dianalisis secara tematik, dimulai dengan menyalin hasil wawancara, mengidentifikasi kata kunci atau topik yang muncul secara berulang, hingga menyusun tema-tema utama yang merepresentasikan hubungan antara pelatihan, kinerja karyawan, kepuasan, dan daya tarik konsumen. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Shafa Snack Medan adalah salah satu UMKM kuliner yang cukup dikenal di daerah Medan karena konsistensi rasanya dan keramahan pelayanannya. Penelitian ini dilakukan untuk menggali secara mendalam bagaimana peran pelatihan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan dan daya tarik konsumen yang datang ke outlet tersebut. Temuan yang diperoleh dari observasi lapangan, wawancara langsung dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan, serta dokumentasi operasional usaha mengungkapkan beberapa fakta menarik.

Pelatihan yang diberikan oleh pemilik usaha bersifat informal dan langsung menyasar pada praktik kerja sehari-hari. Misalnya, setiap awal *shift* kerja, pemilik memberikan pengarahan singkat mengenai cara melayani pelanggan, menjaga kebersihan, dan bagaimana menyikapi keluhan. Meskipun tidak dilakukan secara formal seperti pelatihan di perusahaan besar, pendekatan ini ternyata cukup efektif. Para karyawan terlihat memahami ekspektasi pemilik dan mampu menjalankan tugas dengan baik.

Dalam praktiknya, karyawan mampu menunjukkan sikap profesional, ramah, dan cepat tanggap dalam melayani konsumen. Mereka juga tampak mampu menjaga komunikasi antar sesama rekan kerja agar proses pelayanan berjalan lancar. Observasi di lokasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterima, bahkan tidak sedikit yang menyebutkan bahwa keramahan karyawan menjadi salah satu alasan mereka kembali.

Kepuasan konsumen juga diperkuat oleh kesan pertama yang mereka dapatkan saat memasuki outlet, di mana karyawan langsung menyapa dengan ramah dan membantu memberikan rekomendasi menu. Konsumen merasa dihargai dan diperhatikan. Dalam beberapa wawancara, pelanggan menyebut bahwa suasana pelayanan yang hangat dan santai membuat mereka merasa nyaman.

Daya tarik konsumen terhadap *Shafa Snack* Medan tidak hanya terletak pada produk yang dijual, tetapi sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial yang tercipta antara karyawan dan konsumen. Pengalaman positif ini menciptakan efek berantai berupa *word of mouth*, di mana konsumen merekomendasikan outlet ini kepada teman dan keluarga. Beberapa konsumen bahkan mengunggah pengalaman mereka di media sosial, yang secara tidak langsung menjadi bentuk promosi gratis bagi usaha.

Dari dokumentasi testimoni pelanggan yang dikumpulkan, dapat dilihat bahwa sebagian besar komentar menyoroti pelayanan sebagai aspek yang paling menonjol. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang konsisten, meskipun sederhana, berdampak signifikan terhadap perilaku kerja karyawan dan menciptakan nilai tambah di mata pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa pada level UMKM seperti *Shafa Snack* Medan, pelatihan yang bersifat langsung dan berbasis praktik nyata di lapangan dapat meningkatkan kinerja karyawan secara nyata. Kinerja yang baik ini pada akhirnya menciptakan kepuasan yang mendalam di sisi pelanggan, yang secara alami memperkuat daya tarik usaha di tengah persaingan kuliner yang ketat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelatihan informal yang diterapkan di *Shafa Snack* Medan mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelayanan karyawan. Hal ini sejalan dengan pendapat Rivai (2011) yang menyatakan bahwa pelatihan, meskipun sederhana, tetap memiliki dampak besar terhadap peningkatan kualitas kerja apabila dilakukan secara konsisten dan berorientasi pada praktik.

Karyawan yang menerima pengarahan rutin sebelum bekerja menunjukkan perubahan perilaku pelayanan, seperti responsivitas terhadap keluhan, bahasa tubuh yang sopan, serta kemampuan memahami kebutuhan konsumen secara cepat. Hal ini sejalan dengan teori *service excellence*, yang menekankan pentingnya *empathy* dan *responsiveness* sebagai dua pilar utama dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Selain itu, keterlibatan pemilik usaha secara langsung dalam memberikan pengarahan juga membentuk hubungan sosial dan emosional yang kuat antar anggota tim. Dalam konteks UMKM, hal ini disebut sebagai *kepemimpinan partisipatif*, mampu meningkatkan motivasi kerja dan *sense of belonging* karyawan, sehingga berdampak pada kualitas pelayanan yang lebih humanis.

Dalam observasi lapangan, ditemukan bahwa suasana kerja yang harmonis dan keterlibatan langsung pemilik usaha menjadi faktor penting terciptanya kenyamanan pelanggan. Selanjutnya, mengenai daya tarik konsumen, hasil observasi menunjukkan bahwa konsumen cenderung kembali berbelanja dan melakukan *word of mouth* karena pengalaman positif yang mereka terima.

Menariknya, beberapa pelanggan bahkan membagikan pengalaman mereka melalui media sosial tanpa diminta. Ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik mampu menciptakan *earned media* secara organik, yaitu memiliki nilai lebih tinggi dibanding promosi berbayar karena dinilai lebih autentik dan terpercaya.

Dari sisi efisiensi operasional, pendekatan pelatihan informal ternyata cocok diterapkan dalam bisnis berskala mikro seperti *Shafa Snack*. Biaya pelatihan dapat ditekan tanpa mengurangi efektivitasnya, selama ada konsistensi dan umpan balik langsung dari pemilik usaha. Ini menguatkan argumen Dessler (2015), yang menyebut bahwa pelatihan berbasis konteks kerja harian (*on-the-job training*) sering kali lebih efektif dalam konteks UMKM dibanding pelatihan formal yang bersifat teoritis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang dilakukan secara informal di *Shafa Snack* Medan mampu meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai harapan pelanggan. Kinerja karyawan yang terbentuk dari pelatihan tersebut menunjukkan kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan merasa nyaman dan dihargai melalui interaksi yang ramah, cepat, dan profesional, sehingga hal ini menciptakan daya tarik yang kuat terhadap usaha.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa pelatihan tidak harus bersifat formal atau kompleks. Pelatihan berbasis praktik langsung dan komunikasi dua arah dapat memberikan hasil yang efektif, terutama di lingkungan UMKM. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa kompetensi SDM, melalui pelatihan dan kinerja, sangat berkaitan dengan keberhasilan pelayanan dan pemasaran dalam usaha kuliner skala kecil.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada lingkup lokasi yang hanya fokus pada satu UMKM, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak unit usaha sejenis dengan pendekatan metode campuran agar dapat memperoleh data yang lebih variatif dan memperkuat hasil secara

kuantitatif. Disarankan pula untuk meneliti efektivitas pelatihan formal dibanding informal dalam jangka panjang pada sektor UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmawati, N., Hidayat, A., & Fauziah, I. (2022). "Pengaruh Pelatihan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kuliner". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 123-134.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuliana, R. (2022). "Pengaruh Pelayanan terhadap Daya Tarik Konsumen UMKM Kuliner di Kota Medan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 45-56.