

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan perekonomian sangat pesat. Hal ini ditandai dengan semakin cepatnya perubahan dalam aspek kehidupan dan semakin majunya pola pikir masyarakat serta semakin kritisnya masyarakat menuntut pelayanan yang optimal. Untuk mengantisipasi pengaruh dan perubahan kemajuan tersebut, maka setiap organisasi atau perusahaan harus dapat meningkatkan peran dan kemampuannya di segala aspek untuk mencapai tujuannya. Di samping itu, pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta komunikasi maka diperlukan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang tinggi, agar mampu bertahan dan bersaing dalam melaksanakan fungsi dan tugas pokok yang diembannya. Tanpa didukung oleh sumber daya manusia yang memiliki tingkat profesionalitas yang tinggi, sulit diharapkan suatu organisasi dapat berjalan dengan baik.

Selain itu juga ada tugas penting dari anggota perusahaan untuk mewujudkan hal tersebut dimana menurut Yuniarsih & Suwatno (2016) mengatakan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor sentral dalam suatu organisasi yang dimana mengatur SDM berdasarkan visi dan misi perusahaan. Manajemen sumber daya manusia adalah serangkaian kegiatan pengelolaan sumber daya manusia yang memusatkan pada praktek dan kebijakan, serta fungsi-fungsi manajemen untuk mencapai tujuan organisasi (Yuniarsih & Suwatno, 2008). Melihat tugas dan fungsi demikian penting kompleks, Handaya, (2022) menjelaskan pegawai dituntut memiliki pengetahuan, kemampuan, dan sikap yang baik dalam pelaksanaan tugas dan fungsi tersebut, yang didukung oleh pegawai yang memiliki kinerja yang baik, kinerja pegawai ini penting artinya, karena melalui kinerja ini akan menghasilkan suatu pelayanan yang prima. Maka dalam hal tersebut peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi sangat penting perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka meningkatkan kemampuan dan profesionalisme. Selain itu kinerja pegawai yang tinggi akan bermuara pada

lahirnya komitmen yang kuat dalam penyelesaian tugas-tugas rutin sesuai tanggung jawab dan fungsinya masing-masing secara lebih efisien, efektif, dan produktif.

Kinerja dapat dipandang sebagai proses maupun hasil pekerjaan. Kinerja merupakan suatu proses tentang bagaimana pekerjaan berlangsung untuk mencapai hasil kerja. Namun, hasil pekerjaan itu sendiri juga menunjukkan kinerja. Menurut Agus & Fadhli, (2022) kinerja adalah hasil kerja seorang pekerja, sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus ditunjukkan buktinya secara konkrit dan dapat diukur. Namun sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung (Wibowo, 2016). Kinerja pegawai yang tinggi berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas pelayanan, karena pegawai yang berdidikasi dan kompeten mampu memberikan layanan yang lebih efisien, responsif, dan memuaskan kepada pelanggan.

Sedangkan Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang dianggap sangat penting dalam meningkatkan daya saing maupun menarik minat pelanggan (Kotler, 2019). Pelanggan dari suatu perusahaan akan berharap kualitas pelayanan dari perusahaan diberikan secara optimal agar tetap loyal dan tidak beralih menjadi konsumen di perusahaan lainnya. Hal tersebut bisa terjadi ketika kualitas pelayanan tidak diberikan secara optimal yang mengakibatkan pelanggan akan membandingkan dengan kompetitor. Adanya proses pelayanan terhadap *customer* dalam perusahaan merupakan faktor penting ketika perusahaan ingin mengoptimalkan penjualannya. Maka dari itu perusahaan perlu memikirkan bagaimana pentingnya pelayanan yang harus diberikan kepada setiap pelanggan secara lebih baik.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang dianggap sangat penting dalam meningkatkan daya saing maupun menarik minat pelanggan (Kotler,2016). Pelanggan dari suatu perusahaan akan berharap kualitas pelayanan dari perusahaan diberikan secara optimal agar tetap loyal dan tidak beralih menjadi konsumen di perusahaan lainnya. Hal tersebut bisa terjadi ketika kualitas pelayanan tidak diberikan secara optimal yang mengakibatkan pelanggan akan membandingkan dari kompetitor. Adanya proses pelayanan terhadap *customer* dalam perusahaan merupakan faktor penting ketika perusahaan ingin mengoptimalkan penjualannya. Maka dari itu perusahaan perlu memikirkan bagaimana pentingnya pelayanan yang harus diberikan kepada setiap pelanggan secara lebih baik.

Sebagian besar *customer* menjadikan pengalaman pembelian pertama sebagai tolak ukur kepercayaan *customer* terhadap suatu perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus semaksimal mungkin memberikan *value dan service* yang berbeda kepada *customer* yang tidak didapatkan pada perusahaan lain yang sejenis. Pengalaman pembelian pertama *customer* menciptakan pandangan *customer* terhadap citra perusahaan yang sangat penting dan mempengaruhi keputusan mereka di masa depan (Novizal & Rizal, 2020). Ketika hal tersebut terjadi peran perusahaan yaitu meyakinkan *customer* bahwa produk dan layanan yang kita jual memiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk kompetitor, sehingga citra perusahaan bisa menjadi *value* yang lebih dibandingkan kompetitor yang lain. Menurut Suwatno (2018) citra perusahaan didefinisikan terkait bagaimana pandangan publik terhadap perusahaan, dimana berhubungan erat dengan persepsi dan interpretasi yang muncul di khalayak terhadap identitas perusahaan. Tingkat kualitas pelayanan yang konsisten dan unggul berperan penting dalam membangun citra perusahaan yang positif, karena pelanggan cenderung menilai reputasi perusahaan berdasarkan pengalaman mereka dalam menerima layanan yang memuaskan.

PT. AEON Store Indonesia merupakan salah satu perusahaan retail raksasa yang merupakan anak perusahaan dari AEON Group Indonesia dan AEON Group, AEON Group memiliki total 17.817 toko/lokasi di seluruh asia. AEON Store adalah retail yang diberikan kepada komunitas yang bertujuan untuk kesejahteraan kehidupan harian pelanggan dengan menyediakan barang dan jasa dengan kualitas terbaik. AEON Store memiliki keunggulan yang sangat menonjol dibanding dengan perusahaan retail lainnya, yaitu adanya *Foodline Delica*. *Foodline Delica* adalah bagian pada AEON Store yang khusus menjual produk makanan asli khas jepang yang siap untuk dimakan bahkan proses pembuatannya langsung bisa disaksikan oleh *customer* yang berkunjung, selain itu juga menjual produk-produk impor dari jepang. AEON Indonesia memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan memuaskan bagi pelanggannya. Dimana hal tersebut merupakan bentuk komitmen AEON untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima. Maka dari itu perlu adanya kolaborasi yang baik dari sistem maupun perusahaan untuk menciptakan tujuan pelayanan yang optimal dari segi kualitas pelayanan. Selain itu bisa dijadikan sebagai *value* dari perusahaan untuk meningkatkan laba suatu perusahaan (Suwatno & Priansa, 2011).

Menurut data AEON Store branch Jakarta Garden City beberapa pesaing mereka dalam dunia retail yang dimana hal tersebut membuat pelanggan dihadapkan pada alternatif yang berbeda, selain itu reputasi perusahaan juga sangat berperan membangun perspektif *customer* terhadap perusahaan. Reputasi yang baik tersebut bergantung kepada persepsi dari pemangku kebijakan serta dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan di dalamnya (Suwatno, 2018). Salah satu cara perusahaan untuk tetap bersaing adalah perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang secara berkelanjutan. Dalam jangka panjang loyalitas berpengaruh positif dalam mempertimbangkan kualitas layanan produk (Delima, Ashary & Usman, 2019). Sebelum membeli suatu barang atau memakai suatu jasa, pelanggan tidak hanya memikirkan kualitas layanan dan produk, namun faktor lain juga mempengaruhi mereka. Perilaku *customer* ketika akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, *customer* mempertimbangkan kualitas layanan dari suatu perusahaan yang mereka kunjungi, dan memberikan penilaian kualitas layanan di perusahaan itu.

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Retail ASEAN dengan Nilai Penjualan Terbesar Tahun 2021-2023

Peringkat	Nama Perusahaan	Penjualan
1	Sea Ltd	16,06 M USD
2	Tokopedia	12,88 M USD
3	Sumber Alfaria Trijaya Tbk	6,68 M USD
4	Salim Group	6,24 M USD
5	Bukalapak	2,77 M USD
6	Robinsons Retail Holdings	2,39 M USD
7	DFI Retail	2,25 M USD
8	Watson Group	1,93 M USD
9	AEON Group	1,85 M USD
10	Giosis Group	1,73 M USD

Sumber: Databooks (Sindonews.com, diakses pada 12 Januari 2024)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa AEON hanya mampu menempati posisi sembilan sebagai perusahaan retail asia tenggara dengan penjualan terbesar pada tahun 2021-2023.

Penilaian tersebut berdasarkan pengumpulan dan analisis data hasil penjualan dari retail

tersebut. Dari tabel tersebut di duga disebabkan salah satunya oleh kualitas pelayanan yang kurang prima disebabkan kinerja pegawai yang kurang optimal atau disebabkan oleh banyak faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu salah satu tujuan penelitian ini untuk membuktikan hal tersebut apakah benar kualitas pelayanan yang kurang dan kinerja pegawai yang kurang optimal menyebabkan *AEON Group* berada pada posisi sembilan retail asia tenggara terbesar tahun 2021-2023. Dan mengetahui apakah ada pengaruh kinerja pegawai terhadap kualitas pelayanan pada *AEON Store Branch Jakarta Garden City*. Karena pada dasarnya pelayanan yang kurang menyebabkan pengalaman berbelanja yang negatif dari pelanggan dari tabel di atas dapat dianalisis bahwa penyebab hal tersebut yaitu di duga disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang atau ada faktor lain yang menyebabkan hal tersebut bisa terjadi.

Tabel 1.2
Total Penjualan Department Softline Setiap Branch AEON Store 2021 - 2023

Branch	BSD	SENTUL	JGC	TJB
2021	Rp.846,302,443	Rp.589,653,287	Rp.673,924,253	Rp.398,623,231
2022	Rp.873,578,882	Rp.621,674,277	Rp.636,445,776	Rp.455,098,345
2023	Rp.889,375,903	Rp.613,218,893	Rp.627,256,835	Rp.532,783,369

Sumber: Aeon Store (Data diolah Pra Penelitian Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas Branch Jakarta Garden City (JGC) mengalami penurunan secara terus menerus dari tahun 2021 sedangkan Branch AEON BSD dan TJB mengalami peningkatan penjualan secara konsisten dan Branch Sentul mengalami peningkatan pada tahun 2022 dan penurunan pada tahun 2023, dimana penurunan 2021 ke 2022 yaitu 5,56% dan 2022 ke 2023 yaitu 1,44% oleh karena itu harus dilakukan solusi untuk bersaing dengan Branch AEON lainnya melalui pelayanan mutu yang lebih baik dan promosi yang lebih gencar lagi untuk menarik *customer* berkunjung ke AEON Branch JGC.

Tabel 1.3
Jumlah Pegawai pada AEON Store Department Softline

No	Keterangan	Jumlah (Orang)
1	Lane Manager	1 Orang

Zaenal Arifin, 2024

PENGARUH KINERJA PEGAWAI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA AEON STORE BRANCH JAKARTA GARDEN CITY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2	Asisten Lane Manager	1 Orang
3	Group Leader	3 Orang
4	Asisten Group Leader	4 Orang
5	Staf	9 Orang
6	Magang	6 Orang
7	Promotor	16 Orang
Jumlah		40 Orang

Sumber: AEON Store Branch Jakarta Garden City 2023

Berdasarkan Tabel di atas dapat terlihat bahwa jumlah total pegawai di AEON Store Jakarta Garden City berjumlah 40 orang dan di duga masih dinilai kurang dalam kinerja sehingga berdampak pada kualitas pelayanan yang kurang prima karena masih ada kendala dari pelanggan yang mengeluh terkait kualitas pelayanan. Sedangkan dalam proses *recruitment* ada banyak proses pelatihan yang dijalani seperti *pra onboarding*, *onboarding*, *assesment* setiap 6 bulan sekali. Jadi, dapat di duga bahwa dengan jumlah pegawai 40 orang belum mampu memberikan kualitas pelayanan yang optimal.

Tabel 1.4
Kendala Pelanggan AEON Department Softline

Kendala	Keterangan
Jarang ada staf & promotor yang stand by di <i>selling area</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bingung ketika akan melakukan proses transaksi di kasir department. - Bingung ketika mencari barang
Staf & promotor kurang menguasai area dan produk	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang tepat memberikan rekomendasi produk yang tepat - Kurang paham <i>product knowledge</i> sebuah produk

Sumber: Hasil wawancara pra penelitian 2023 kepada 53 orang pengunjung

Berdasarkan Tabel di atas disebabkan oleh kurangnya kualitas layanan dari staff dan promotor yang *stand by*, sedangkan pelayanan sendiri harus memenuhi 5 kriteria dari kualitas pelayanan itu sendiri. Menurut Tjiptono, (2018) yaitu (1) bukti fisik, (2) daya tanggap (3) empati (4) jaminan (5) kehandalan. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada penjelesan di atas dan terdapat penurunan penjualan perusahaan dari Juni 2021 hingga 2023 pada Branch JGC, sudah selayaknya perusahaan perlu memberikan kualitas pelayanan melalui setiap pihak yang ada di *store* secara optimal. Dengan responden pegawai dan pelanggan mengingat dalam menjalankan bisnis perusahaan, pelanggan merupakan faktor penting ketika ingin perusahaan terus stabil terus menerus. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh Kinerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan yang akan penulis salurkan ke dalam bentuk karya ilmiah dengan menggunakan pendekatan pada teori perilaku organisasi menurut (Greenberg & Barron, 2003) dan diperkuat menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji teori tersebut lalu, dituangkan ke dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Kinerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Pada AEON Store Branch Jakarta Garden City.**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dan diidentifikasi bahwa variabel kinerja pegawai di AEON Store JGC menjadi salah satu penyebab, maka yang menjadi fokus dari permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh antara kinerja pegawai terhadap kualitas pelayanan AEON Store Branch Jakarta Garden City. Mengacu pada latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa terjadi permasalahan yaitu kualitas layanan yang disebabkan kurangnya kinerja pegawai di AEON Jakarta Garden City dinilai masih kurang dari yang diharapkan dikarenakan kurangnya kemampuan staff dan promotor dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada *customer*. Hal tersebut dilihat dari peringkat AEON Store Branch JGC yang masih belum menjadi Branch dengan urutan pertama terkait dengan kualitas pelayanannya.

Permasalahan di perusahaan khususnya AEON Store JGC terkait dengan pengaruh kinerja pegawai terhadap kualitas pelayanan sebenarnya memiliki kaitan yang sangat erat terutama kepada perusahaan yang memiliki prospek sangat baik. Hal ini senada dengan pendapat Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009) bahwa ketika perusahaan melakukan kualitas pelayanan

yang maksimal kepada setiap pelanggannya, perusahaan tersebut dapat memiliki keuntungan yang besar dan dapat mengklasifikasikan pelanggan tersebut menjadi beberapa kelompok keuntungan diantaranya *Customer Platinum* (*customer* yang paling menguntungkan); *Customer Emas* (*customer* yang menguntungkan); *Customer Besi* (*customer* yang rendah profitnya namun dengan volume yang besar); *Customer Timbal* (*customer* yang tidak menguntungkan atau tidak diinginkan).

Merujuk pada peringkat AEON Store Branch Jakarta Garden City dan hasil wawancara dan kuisioner terhadap *customer* AEON Store Branch Jakarta Garden City serta pengalaman penulis ketika melaksanakan kegiatan *internship* di AEON Store Branch Jakarta Garden City selama 6 bulan. Sebenarnya AEON Store memiliki potensi yang sangat besar apabila pemanfaatan aset dan layanan yang diberikan secara optimal, terkhusus di branch Jakarta Garden City yang memiliki *customer* potensial karena mayoritas produktif dalam perkenomian sehari-hari dan kalangan menengah ke atas. Namun tidak jarang *customer* AEON Store Branch Jakarta Garden City yang mengeluh terkait dengan *service* yang diberikan terkesan kurang dan membandingkan dengan perusahaan retail lainnya, seperti hal pelayanan ketika *customer* ingin membeli khususnya pada divisi Kids, Baby & Toys dimana ketika tidak ada promotor yang *stand by* di area atau promotor yang kurang menguasai area maka *customer* maka sering kali dijumpai *customer* tersebut mengurungkan niat untuk membeli dengan kata lain hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian customer, seperti contoh apabila *customer* bertanya terkait dengan produk yang diinginkan namun promotor atau staff kurang menguasai area maka akan bingung untuk melayani *customer* dan juga apabila *customer* bertanya terkait produk yang akan dibeli namun promotor tidak mampu menjelaskan dengan baik atau bahkan tidak bisa memberikan alternatif lain dari produk yang diinginkan maka *customer* juga akan mengurungkan keputusan pembelian terhadap produk tersebut, terlebih lagi apabila produk-produk sensitif seperti produk-produk untuk bayi dan anak.

Pada penelitian ini penulis akan berfokus terhadap pelayanan yang diberikan staff dan promotor pada *customer* di Department Softline. Maka dari itu perlu adanya perhatian yang lebih ketika perusahaan ingin memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggannya. Bentuk perhatian tersebut bisa diberikan dengan terus memperhatikan indikator penting terciptanya kualitas pelayanan yang baik yaitu memberikan *tangible* (bukti fisik),

empathy (empati), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan) (Kotler, 2009). Dari kelima indikator tersebut apabila diberikan secara optimal maka dapat memberikan pelayanan yang baik.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan di atas, maka inti penelitian yang penulis buat yaitu tingkat pelayanan di AEON Store Branch Jakarta Garden City yang harus segera dioptimalkan untuk mendongkrak peringkat AEON menjadi perusahaan retail dengan pendapatan terbesar dan AEON Store Branch Jakarta Garden City menjadi peringkat satu.

Maka dari itu adapun masalah dalam penelitian ini secara spesifik dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kinerja pegawai di AEON Store Branch Jakarta Garden City Department Softline?
2. Bagaimana gambaran tingkat kualitas pelayanan di AEON Store Branch Jakarta Garden City Department Softline?
3. Adakah pengaruh kinerja pegawai terhadap kualitas pelayanan di AEON Store Branch Jakarta Garden City Department Softline?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk memperoleh pengetahuan dan melakukan kajian secara ilmiah mengenai Pengaruh Kinerja Pegawai terhadap Kualitas Pelayanan pada AEON Store branch Jakarta Garden City. Secara khusus tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja pegawai di AEON Store Branch Jakarta Garden City Department Softline.
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan di AEON Store Branch Jakarta Garden City Department Softline.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kinerja pegawai terhadap kualitas pelayanan di AEON Store Branch Jakarta Garden City Department Softline.

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk referensi terkait proses kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Melalui penelitian ini semoga dapat menjadi bahan penambah wawasan bagi pembaca dan bahan kajian dalam pembahasan yang berkaitan dengan kinerja pegawai serta kualitas pelayanan agar diharapkan muncul teori-teori baru yang ilmiah dan selalu berkembang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

2) Manfaat Praktis

- a) Sebagai referensi ilmiah untuk AEON Store Branch Jakarta Garden City yang berlaku sebagai pemegang kendali utama terkait proses manajerial dan administrasi yang berlangsung di dalamnya.
- b) Sebagai sumber referensi kepada penulis yang akan meneliti perihal kinerja pegawai dan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.
- c) Sebagai bahan kajian Pustaka bagi pembaca yang ingin mengetahui perihal kinerja pegawai dan kualitas pelayanan.