

# Mengukur Pengetahuan Kualitas Pelayanan Karyawan Hypermart Gresik

Margaret Aliatul Maimunah

<sup>1)</sup>Psikologi, Psikologi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia  
Email: [margaretaliatul@gmail.com](mailto:margaretaliatul@gmail.com)

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Hypermart Kualitas Pelayanan	<i>Di Indonesia perkembangan dunia bisnis sangat pesat, salah satunya adalah bisnis ritel. Persaingan yang begitu ketat membuat hypermart harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas pelayanan adalah sebuah penilaian pelanggan terhadap keseluruhan pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dimiliki perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengetahuan karyawan hypermart gresik tentang kualitas pelayanan dengan intervensi pemberian materi kualitas pelayanan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksperimen, dengan jumlah populasi sebanyak 20 orang, Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling dengan memilih 7 orang subjek. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik observasi dan wawancara. Analisis data yang dilakukan menggunakan uji paired sample t test non parametrik. Hasil dari penelitian diketahui nilai asymp sig sebesar <math>0,017 &lt; 0,05</math>, dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan kualitas pelayanan dengan menggunakan intervensi pemberian materi kualitas pelayanan (service quality).</i>
<b>Keywords:</b> Hypermart Kualitas Pelayanan	<i>In Indonesia, the development of the business world is very rapid, one of which is the retail business. Competition is so tight that hypermart must pay attention to the quality of service provided to consumers. Service quality is a customer assessment of the overall service. Service quality is a must that must be owned by a company in order to be able to survive and continue to gain customer trust. Service quality must start from customer needs and end with customer perceptions. The purpose of this study was to measure the knowledge of Gresik Hypermart employees about service quality with interventions in providing service quality materials. The method used is quantitative experiment, with a total population of 20 people. The sampling technique used is random sampling by selecting 7 subjects. Data collection techniques in this study used observation and interview techniques. Data analysis was performed using a non-parametric paired sample t test. The results of the research show that the asymp sig value is <math>0.017 &lt; 0.05</math>. From these results it can be concluded that there is an increase in knowledge of service quality by using interventions in providing service quality material (service quality).</i>

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia saat ini telah berkembang sangat pesat, salah satunya adalah bisnis ritel baik lewat toko *offline* maupun *online*, hal tersebut dilihat dari banyak berkembangnya bisnis ritel yang baru di Indonesia. Sehingga memunculkan persaingan antar pebisnis ritel, baik itu dilihat dari segi produk, jenis toko yang semakin beragam atau kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen. Hypermart menjadi salah satu perusahaan ritel terbesar yang mendominasi industri bisnis ritel di Indonesia. Barang-barang paling

banyak terdapat di pulau Jawa dan sebagian pulau Sumatera, cabang yang tersebar di hampir seluruh wilayah Jabodetabek dan seluruh kota-kota besar di Indonesia. Hypermart memiliki tempat perbelanjaan yang sangat besar dan luas, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan hypermart tidak hanya menjual berbagai macam bahan makanan tetapi juga menyediakan berbagai macam barang-barang rumah tangga, barang-barang elektronik, dan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Persaingan yang begitu ketat membuat Hypermart harus memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan agar pelanggan dapat loyal terhadap perusahaan, selain itu perusahaan harus bisa memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan, dengan memahami hal tersebut maka akan memberikan saran yang penting bagi perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran yang baik. Bagi perusahaan, kegiatan pemasaran tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata, tetapi lebih mengarah kepada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen dalam jangka panjang yang dapat membuat konsumen dapat melakukan pembelian ulang serta menimbulkan loyalitas konsumen kepada perusahaan.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service Quality* (Lupiyoadi & Hamdani, 2006). Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan (Alinaung, 2018). Kualitas pelayanan adalah cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan dalam hal mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan oleh perusahaan (Kotler, 2016). *Service quality* atau yang seringkali disingkat SERVQUAL, yaitu “*a customer’s judgment of the overall excellence or superiority of a service*”. “Sebuah penilaian pelanggan terhadap keseluruhan pelayanan” (Pasuraman, et.al., Zeithaml, & Berry, 1988). Dalam upaya untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, penting bagi perusahaan untuk memiliki kualitas pelayanan yang baik, dan menjaga kualitas pelayanan merupakan salah satu asset terbesar yang harus dimiliki perusahaan.

Dari hasil observasi di lapangan terdapat beberapa karyawan yang masih kurang sesuai dalam melayani konsumen, Adapun komplain konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan yang kurang baik. Hal ini menjadikan perlunya untuk mengukur pengetahuan karyawan tentang kualitas pelayanan, dan memberikan program intervensi untuk kualitas pelayanan dengan pemberian materi kualitas pelayanan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui pengetahuan karyawan tentang kualitas pelayanan.

## II. MASALAH

Hal yang masih menjadi permasalahan pada karyawan terutama dalam melayani konsumen adalah kurangnya pengetahuan dan kemampuan karyawan saat melayani konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik. Dapat dikatakan karyawan memiliki kualitas pelayanan yang baik jika karyawan mampu memahami dan memperlakukan konsumen dengan benar sesuai dengan dimensi yang ada pada *service quality*. Adapun dimensi tersebut yang menjadikan ukuran karyawan memiliki kualitas pelayanan yang baik yaitu: *Tangibles* (bukti fisik), *Realibility* (kehandalan), *Responsivess* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (Empati).

Pengetahuan karyawan yang masih kurang terhadap produk yang konsumen cari, karyawan yang kurang peka terhadap konsumen butuhkan, kecepatan pelayanan yang kurang cepat membuat konsumen menunggu lama dalam permintaan barang dan membuat konsumen batal dalam pembelian, konsumen sulit menemukan karyawan untuk menanyakan suatu hal karena kondisi toko yang sangat luas. Hal ini merupakan permasalahan-permasalahan yang harus di perbaiki guna menjadikan karyawan memiliki kemampuan yang unggul dari pesaing ritel lainnya sehingga perusahaan dapat menjamin kepuasan konsumen saat berbelanja.



Gambar 1. Lokasi karyawan beroperasi

Pemberian intervensi materi kualitas pelayanan ini sangat diperlukan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, dengan harapan bahwa nantinya karyawan hypermart yang mengikuti pelatihan materi kualitas pelayanan mampu untuk memperbaiki dan memperdalam kemampuan mereka dalam melayani konsumen dengan baik.

### III. METODE

Kegiatan intervensi pemberian materi *service quality* ini dilaksanakan pada satu hari, tepatnya pada hari Senin, 21 November 2022 yang dilakukan secara *offline* di Ruang kelas Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik. Kegiatan ini berlangsung dengan di ikuti 7 orang karyawan dan 1 Dosen yang akan menyampaikan materi *service quality* dan memberikan latihan bagaimana memperlakukan konsumen dengan benar. Dengan diadakan pemberian intervensi tersebut bertujuan supaya karyawan dapat menambah pengetahuan kualitas pelayanan dengan lebih baik dari sebelumnya, dan mampu memberikan pelayanan yang terbaik ke konsumen. Kegiatan ini dilakukan dengan pemberian pretest, intervensi pemberian materi (*service quality*) dan posttest

Adapun tahapan yang dilakukan untuk melaksanakan intervensi ini, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pretest

Pada tahapan ini semua karyawan yang mengikuti intervensi diharuskan mengikuti pretest terlebih dahulu dengan diberikan soal-soal tentang (*service quality*) sebanyak 25 butir soal untuk dikerjakan, hal ini bertujuan untuk melihat pengetahuan karyawan tentang *service quality* sebelum diberikan materi (*service quality*).

#### 2. Intervensi pemberian materi (*service quality*)

Intervensi ini dilakukan di dalam ruang kelas dengan menggunakan proyektor lcd untuk menampilkan materi yang akan disampaikan oleh dosen psikologi, penyampaian materi ini dengan sedikit pemberian latihan ke karyawan bagaimana menanggapi konsumen dengan baik, dan skill yang harus karyawan miliki dalam melayani konsumen.

#### 3. Posttest

Posttest dilakukan dengan memberikan soal-soal tentang (*service quality*) sebanyak 25 butir soal untuk dikerjakan oleh karyawan, soal yang diberikan ini sama dengan soal-soal yang diberikan saat pretest. Hal ini dilakukan bertujuan agar dapat mengukur pengetahuan karyawan tentang *service quality* sejauh mana setelah diberikannya materi tersebut, dan untuk melihat apakah pemberian intervensi materi ini sudah tersampaikan dengan baik sehingga memiliki pengaruh lebih baik ke karyawan.

Berikut ini kegiatan pemberian intervensi ke karyawan:



Gambar 2. Pemberian intervensi materi *service quality*

Setelah mendapatkan data pretest dan posttes karyawan tentang *service quality* nantinya data tersebut akan di olah dengan menggunakan spss statistics ver24 untuk mengetahui apakah pemberian intervensi materi *service quality* tersebut dapat memberikan perubahan dari sebelumnya atau tidak.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini sebelum melakukan intervensi, subjek terlebih dahulu diberikan soal-soal pretest mengenai *service quality* sebanyak 25 soal dengan tujuan melihat pengetahuan karyawan tentang *service quality*. Adapun *blueprint* soal *service quality* sebagai berikut:

Tabel 1. *Blueprint* soal *service quality*

No.	Dimensi	No Soal	Total Soal
1.	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	1,2,3,16,25	5
2	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	4,5,6	3
3	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	7,8,9,17,	4
4.	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	10,11,12,20,21,23,24,	7
5.	Empati ( <i>Emphaty</i> )	13,14,15,18,19,22,	6
Total			25

Pada tahap ini, selanjutnya mengolah data-data hasil soal pretest yang telah disebarakan ke 7 subjek dengan 25 butir soal dan memilih nilai kelulusan skor yang didapat subjek 70.

#### Sebelum Intervensi

Hasil pengolahan data jawaban yang telah dituliskan oleh subjek sebelum dilakukannya intervensi bertujuan untuk mengukur kemampuan dasar subjek mengenai *service quality*. Berikut merupakan hasil dari pengolahan data soal pretest:

Tabel 2. Total skor pretest

No.	Subjek	Jumlah Jawaban Benar	Skor Total	Keterangan
1.	DS	11	44	Tidak lulus

2.	RNY	10	40	Tidak lulus
3.	AA	12	48	Tidak lulus
4.	P	17	68	Tidak lulus
5.	ESP	11	44	Tidak lulus
6.	EDA	9	36	Tidak lulus
7	A	9	36	Tidak lulus

Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 7 subjek tersebut tidak ada yang lulus dengan standart skor kelulusan 70.

### Setelah Intervensi

Setelah intervensi dilakukan selanjutnya melakukan posttest dengan pemberian 25 butir soal tentang *service quality* dengan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat keberhasilan dari intervensi yang telah dilakukan. Berikut ini hasil dari posttest subjek:

Tabel 3. Total skor posttest setelah intervensi

No.	Subjek	Jumlah Jawaban Benar	Skor Total	keterangan
1.	DS	19	76	lulus
2.	RNY	24	96	lulus
3.	AA	25	100	lulus
4.	P	19	76	lulus
5.	ESP	21	84	lulus
6.	EDA	19	76	lulus
7	A	19	76	lulus

Berdasarkan tabel diatas setelah dilakukannya intervensi subjek memiliki kenaikan skor dari sebelumnya. 7 subjek mengalami kenaikan skor diatas 70 yang dapat dinyatakan bahwa subjek lulus dan materi yang telah disampaikan dapat diterima dengan baik oleh subjek.

### Pembahasan

Kegiatan intervensi ini merupakan kegiatan yang berisi pemberian materi tentang *service quality* ke karyawan yang akan diukur pengetahuannya tentang *service quality*, yang bertujuan agar karyawan dapat melayani konsumen dengan lebih baik lagi atas pengetahuan yang telah didapatkan setelah mengikuti kegiatan ini.

Berikut hasil skor soal pretest dan posttest karyawan tentang soal *service quality* dengan standart kelulusan skor yang didapat adalah 70.

Tabel 4. Perbandingan Skor Sebelum Dan Sesudah Diberikan Intervensi

No	Subjek	Skor Pretest	Skor Posttest
1	DS	44	76
2	RNY	40	96
3	AA	48	100
4	P	68	76

5	ESP	44	84
6	EDA	36	76
7	A	36	76
Jumlah		316	584

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari skor sebelum diberikan intervensi mendapat skor yang kurang dari 70 dan setelah diberikan intervensi skor yang didapat lebih dari 70, sehingga dapat diartikan intervensi yang dilakukan kepada subjek memiliki perubahan yang semakin membaik dari sebelumnya dan intervensi dapat diterima dengan baik oleh subjek.

Dari hasil skor pretest dan posttest yang telah didapat selanjutnya dilakukan uji Wilcoxon melalui spss statistic versi 24. Berikut ini hasil Uji Wilcoxon Rank Test karyawan:

Table 5. Hasil Uji Wilcoxon Rank Test

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
POSTTEST	Negative Ranks	0 <sup>a</sup>	.00	.00
- PRETEST	Positive Ranks	7 <sup>b</sup>	4.00	28.00
	Ties	0 <sup>c</sup>		
	Total	7		

- a. POSTTEST < PRETEST
- b. POSTTEST > PRETEST
- c. POSTTEST = PRETEST

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa negative ranks atau selisih (negatif) *service quality* untuk pretest dan posttest adalah 0, baik itu nilai N, mean rank, maupun sum rank. Nilai 0 yang menunjukkan tidak adanya penurunan dari nilai pretest ke nilai posttest. Positive ranks atau selisih (positive) antara nilai *service quality* terdapat 7 subjek yang mengalami peningkatan dari nilai pretest ke posttest, dan mean rank atau rata-rata peningkatan nilai *service quality* sebesar 4, sedangkan jumlah sum ranks sebesar 28. Diketahui nilai ties adalah 0 yang berarti tidak terdapat nilai yang sama antara pretest dan posttest.

Table 6. Hasil Uji Wilcoxon test statistics

Test Statistics <sup>a</sup>	
POSTTEST - PRETEST	
Z	-2.384 <sup>b</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.017

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.

Berdasarkan output test statistic diatas, diketahui nilai asymp sig (2-tailed) bernilai  $0,017 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan *service quality* dengan menggunakan pemberian materi *service quality*.

## V. KESIMPULAN

Kegiatan intervensi pemberian materi ini diselenggarakan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan tentang kualitas pelayanan dan dapat diimplementasikan dalam melayani konsumen. Memiliki pengetahuan yang bagus mengenai kualitas pelayanan dan memiliki kualitas pelayanan yang baik sangat dibutuhkan dalam melayani konsumen. Kegiatan intervensi yang telah dilakukan dengan melakukan pretest. Pemberian materi dan melakukan posttest dengan menunjukkan peningkatan skor *service quality* pada karyawan, dari 7 subjek yang tidak lulus menjadi 7 subjek yang lulus. Pemberian materi *service quality* menjadikan pengetahuan karyawan tentang *service quality* lebih baik dari sebelumnya, sehingga dapat menjadikan ilmu dan dapat diimplementasikan dalam bekerja memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya kegiatan ini dengan lancar atas dukungan serta bantuan dari beberapa pihak yang telah membantu melancarkan kegiatan ini, Saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Asri Rejeki selaku dosen saya dan selaku pembawa materi dalam kegiatan ini, serta terima kasih kepada rekan-rekan karyawan yang berkenan mengikuti kegiatan ini dan membantu melancarkan kegiatan ini dengan lancar, berkat bantuan yang kalian berikan saya dapat menyelesaikan program ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gronroos, C. (2018). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Chishester: Jhon Wiley and Sond, Ltd
- Kotler, Philip. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pasuraman, Valarie A., Zeithaml I., Leonardo L. Berry. (1988). Servqual A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal and Retailing*, 7(6), 12-40.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen PemasaranJasa*.Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI