



---

## PERANAN KARYAWAN DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN JASA

*The Role Of Employees In Providing Services To Improve The Performance Of Service Companies*

**Sunardi**

STAI Pancabudi Perdagangan-Simalungun, Indonesia

\*Email: [dosen.sunardi.selamat@staipancabudi.ac.id](mailto:dosen.sunardi.selamat@staipancabudi.ac.id)

\*Correspondence: Sunardi

---

DOI:

10.59141/comserva.v3i5.987

### ABSTRAK

Karyawan memiliki peran yang penting bagi keberhasilan organisasi. Organisasi yang berhasil adalah organisasi yang mampu memenuhi harapan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana peranan karyawan dalam meningkatkan pelayanan dan kinerja pada perusahaan jasa. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif, menggambarkan betapa pentingnya karyawan khususnya pada perusahaan jasa yang pada umumnya masih memerlukan sentuhan atau layanan manusia. Objek penelitian adalah pengguna jasa Bank (nasabah Bank), Pengguna jasa Rumah sakit (Pasien) dan pengguna jasa hotel (tamu hotel). Sampel yang diambil adalah sebanyak 60 orang (konsumen) yaitu 20 nasabah Bank, 20 Pasien Rumah Sakit dan 20 orang pengguna jasa hotel (tamu hotel). Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif yaitu dengan mengumpulkan data menggunakan wawancara mendalam kepada sampel, kemudian data itu disusun, diolah dan dianalisis untuk memberikan gambaran dan jawaban dari permasalahan yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan sangat berperan penting dalam meningkatkan pelayanan pada perusahaan jasa. Berbagai riset terdahulu membuktikan bahwa pelayanan yang baik merupakan kunci untuk mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan jasa dengan konsumen yang pada hakikatnya akan menjamin kemajuan dan keberlangsungan perusahaan .

**Kata kunci:** Jasa, Karyawan, Kinerja Perusahaan

### ABSTRACT

*Employees have an important role to play in the success of the organization. A successful organization is one that is able to meet consumer expectations. The purpose of this research is to examine the extent to which employees contribute to improving service and performance in service companies. A successful company is one that can meet customer expectations. However, the question of how customers will entrust all their hopes to a service organization remains an interesting question to be answered. The objects of the research are users of banking services (bank customers), users of hospital services (patients), and users of hotel services (hotel guests). The sample taken consists of 60 individuals (consumers), namely 20 bank customers, 20 hospital patients, and 20 hotel guests. The data analysis technique used is Descriptive Analysis, which involves collecting data through in-depth interviews with the sample, and then organizing, processing, and analyzing the data to provide an overview and answers to the existing problems. The research results show that employees play a crucial role in improving service in service companies. Various previous studies have demonstrated that good service is the key to maintaining long-term relationships*

*between service companies and customers, which ultimately ensures the progress and sustainability of the company.*

**Keywords:** *Service, Employee, Company Performance*

---

## **PENDAHULUAN**

Jasa merupakan bidang industri yang unik. Dikatakan unik karena bidang ini memiliki ciri khas yang membedakannya dengan bidang industri manufaktur (Sri sari utami, 2013). Keunikan paling nyata ada pada sifatnya yang tidak menimbulkan perpindahan kepemilikan. Dalam transaksi jasa, perpindahan kepemilikan tidak terjadi, yang terjadi adalah penambahan nilai. Penambahan nilai dalam industri jasa merupakan masalah utama karena proses pertukaran atau transaksi dikatakan berhasil ketika semua pihak yang terlibat dalam proses tersebut mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan pengorbanannya (Erwin & Sitinjak, 2017). Inti dari pertukaran adalah mengorbankan sesuatu untuk memperoleh yang lain, diharapkan apa yang diperoleh melebihi yang dikorbankan. Perbedaan organisasi jasa dan manufaktur terletak pada peran manusianya atau karyawannya (Firmansyah et al., 2021) (Nuraeni et al., 2019). Sifat jasa yang inseparability dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan membuat interaksi yang terjadi antara karyawan dengan konsumen selama proses transfer jasa menjadi sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen pada kualitas jasa (Dwirainaningsih & Mujiyono, 2015) (Winarni, 2022) dan ini membuat karyawan berperan penting dalam proses jasa bahkan karyawan sering dipersepsi sebagai jasa itu sendiri (Nisaa & Syarifuddin, 2019).

Pada usaha perbankan misalkan nasabah tidak kehilangan uangnya ketika ia menyimpannya di bank atau pada usaha bengkel, konsumen tidak kehilangan kendaraan bermotornya ketika diserahkan pada petugas bengkel, melainkan konsumen meminta agar penyedia jasa menambah nilai barang yang dimilikinya (Nisaa & Syarifuddin, 2019).

Oleh karena tidak adanya perpindahan kepemilikan dari konsumen ke produsen dalam industri perbankan, maka unsur terpenting disini adalah kepercayaan. Kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa menempati posisi penting dalam proses transaksi jasa. Tanpa adanya rasa percaya konsumen terhadap penyedia jasa, maka tidak dimungkinkan terjadinya transaksi. Terjadinya transaksi jasa membutuhkan keterlibatan antara pihak pembeli dan penjual (Meilianasari, 2012) .

Penelitian Indrawati menyatakan bahwa, pengelolaan kinerja karyawan yang baik terbukti akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan (pasien) rumah sakit. Karyawan yang mampu menunjukkan kemampuan teknis maupun interpersonalnya dengan baik, akan senantiasa berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan, yang dalam hal ini adalah pasien rumah sakit (Indrawati, 2013).

Kajian berikut bermaksud untuk membahas pentingnya peran sumber daya manusia dalam upaya pembentukan kepercayaan konsumen dan kinerja karyawan terhadap penyedia jasa. Selanjutnya kajian akan dimulai dari pembahasan mengenai peran manusia dalam industri jasa, kemudian dilanjutkan dengan eksplorasi konsep kepercayaan dan terakhir adalah pembahasan peran karyawan dalam upaya pembentukan kepercayaan konsumen.

## **METODE**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, berusaha menggambarkan betapa pentingnya karyawan khususnya pada perusahaan jasa yang pada umumnya masih memerlukan sentuhan atau layanan manusia. Sebut saja bidang jasa perhotelan, penerbangan, Lembaga Keuangan

---

Bank dan Bukan Bank, bisang jasa kesehatan/rumah sakit atau jenis perusahaan jasa lainnya. Objek penelitian adalah pengguna jasa Bank (nasabah Bank), Pengguna jasa Rumah sakit (Pasien) dan pengguna jasa hotel (tamu hotel). Sampel yang diambil adalah sebanyak 60 orang (konsumen) yaitu 20 nasabah Bank, 20 Pasien Rumah Sakit dan 20 orang pengguna jasa hotel (tamu hotel). Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif yaitu dengan mengumpulkan data menggunakan wawancara mendalam kepada sampel, kemudian data itu disusun, diolah dan dianalisis untuk memberikan gambaran dan jawaban dari permasalahan yang ada. Penelitian ini untuk mendeskripsikan peran karyawan pada bidang usaha jasa seperti Customer Service dan Teller (perusahaan jasa Bank). Resepsionis, room boy dan pelayan coffee shop untuk perusahaan jasa bidang perhotelan dan Perawat atau bahkan Dokter yang menangani pasien di bidang pelayanan kesehatan (rumah sakit).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peran manusia dalam industri jasa sangat penting karena industri jasa melibatkan interaksi dan penyediaan layanan kepada individu atau organisasi. Berikut adalah beberapa peran kunci manusia dalam industri jasa:

- a. Pengusaha/Pemilik Usaha Jasa: Mereka adalah individu atau kelompok yang mendirikan dan mengelola bisnis jasa. Mereka merancang strategi bisnis, mengelola sumber daya, dan bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan usaha jasa.
- b. Karyawan/Pekerja Jasa: Pekerja jasa adalah orang-orang yang langsung memberikan layanan kepada pelanggan. Mereka dapat menjadi petugas layanan pelanggan, guru, dokter, karyawan restoran, atau profesi lainnya yang langsung berinteraksi dengan pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan oleh pekerja ini sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan.
- c. Nasabah/Pelanggan: Nasabah/Pelanggan adalah pihak yang menggunakan layanan jasa. Mereka memiliki peran penting karena mereka adalah sumber pendapatan utama bagi industri jasa. Mereka juga memberikan umpan balik, baik positif maupun negatif, yang dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas layanan.
- d. Manajemen dan Administrasi: Manajemen perusahaan jasa bertanggung jawab atas perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengendalian operasi bisnis. Administrasi mencakup tugas-tugas seperti pengelolaan data, penggajian, perencanaan keuangan, dan administrasi umum lainnya.
- e. Pemasaran dan Penjualan: Tim pemasaran dan penjualan bertugas untuk mempromosikan layanan jasa, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang ada. Mereka mengembangkan strategi pemasaran, kampanye iklan, dan menjalankan kegiatan penjualan.
- f. Pengembangan Produk dan Inovasi: Industri jasa juga perlu berinovasi dan mengembangkan layanan baru untuk tetap relevan dan bersaing. Tim pengembangan produk dan inovasi bertanggung jawab untuk menciptakan konsep-konsep layanan baru dan meningkatkan yang sudah ada.
- g. Kualitas Kontrol: Pemeriksaan kualitas adalah aspek penting dalam industri jasa untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi standar tertentu. Tim kualitas kontrol bertugas untuk memantau dan memastikan kualitas layanan sesuai dengan yang diharapkan.
- h. Sumber Daya Manusia (SDM): Tim SDM bertanggung jawab atas manajemen karyawan, termasuk perekrutan, pelatihan, pengembangan, dan pengelolaan konflik. Mereka berperan

penting dalam menjaga produktivitas dan kebahagiaan karyawan, yang pada gilirannya memengaruhi kualitas layanan.

- i. Teknologi dan Sistem Informasi: Dalam era digital, teknologi dan sistem informasi memainkan peran penting dalam industri jasa. Mereka digunakan untuk mengelola basis data pelanggan, memfasilitasi reservasi, dan meningkatkan efisiensi operasional. Sesuai kemajuan teknologi sekarang ini memang penggunaan tenaga kerja manusia digantikan dengan tenaga mesin. Namun tetap aja di beberapa unit masih membutuhkan sentuhan dan layanan langsung kepada pelanggan.
- j. Keuangan dan Akuntansi: Departemen keuangan dan akuntansi mengelola aspek keuangan bisnis, termasuk perencanaan anggaran, pembayaran, dan pelaporan keuangan. Mereka memastikan keuangan perusahaan berjalan dengan baik.

Setiap peran ini memiliki dampak langsung pada kesuksesan dan kualitas layanan dalam industri jasa. Kerjasama yang baik antara semua pemangku kepentingan ini sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis dan memuaskan pelanggan. Jurnal ini lebih memfokuskan membahas peran penting karyawan dalam menjalankan tugas pokoknya pada perusahaan jasa.

Secara definisi, jasa adalah aktivitas yang memiliki elemen tidak berbentuk yang melibatkan interaksi dengan pelanggan atau dengan sesuatu yang dimiliki pelanggan, namun tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Proses pertukaran yang terjadi dalam bidang ini berbeda dengan bidang manufaktur meskipun terdapat kesepakatan diantara kedua pihak yang terlibat dalam proses tersebut untuk menyerahkan miliknya yang berharga (konsumen) demi mendapatkan sesuatu dari produsen namun ciri khas yang penting disini adalah tidak terjadi perpindahan kepemilikan. Oleh karena tanpa adanya perpindahan kepemilikan maka yang menjadi pusat perhatian dalam proses ini adalah pada kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan yang terjadi.

Karyawan merupakan bagian integral perusahaan yang mewakili perusahaan dalam berinteraksi dengan konsumen karenanya kinerja karyawan akan menentukan apakah penyedia jasa tersebut mampu memberikan suatu jaminan atau assurance akan tercapainya keinginan konsumen (Puspita & Hakim, 2013).

Jasa berbeda dengan usaha manufaktur. Proses transaksi jasa nyaris sepenuhnya dihantarkan oleh manusia. Bahkan ada beberapa bidang jasa yang memerlukan keterlibatan pelanggan dalam proses transfer jasa. Bila keberhasilan usaha manufaktur dinilai dari kemampuan produk yang dihasilkan dalam memuaskan konsumen maka dalam industri jasa keberhasilan kinerja diukur melalui kualitas hubungan interaksi antara karyawan dengan pelanggan.

Pentingnya elemen manusia dalam perusahaan jasa disebabkan karena umumnya dalam usaha jasa terjadi interaksi antara karyawan dan pelanggan secara langsung tanpa perantara selama proses produksi dan konsumsi misalkan dalam usaha restoran. Ketika interaksi tersebut terjadi secara langsung, maka apa yang dilihat karyawan juga dilihat oleh konsumen. Persepsi konsumen terhadap apa yang dilihatnya dalam situasi selama interaksi akan mempengaruhi penilaian mereka terhadap kinerja perusahaan. Kondisi ini mengarahkan para pemikir manajemen pada masalah pemasaran internal dengan karyawan sebagai pelanggan internal.

Meninjau konsumen sebagai titik akhir dari semua aktivitas jasa maka terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam peran dan kedudukan konsumen antara perusahaan jasa dan manufaktur. Bila dibandingkan dengan organisasi manufaktur, konsumen hanyalah merupakan penonton dalam proses

produksinya sementara dalam organisasi jasa dimana sifat kegiatannya mendapat sebutan sebagai game between persons, maka konsekuensinya dalam organisasi jasa pertemuan antara karyawan dengan konsumen lebih besar kemungkinannya dibandingkan pada organisasi manufaktur (Andira, 2018) (Wahyudi, 2017) (Jati & Soliha, 2023).

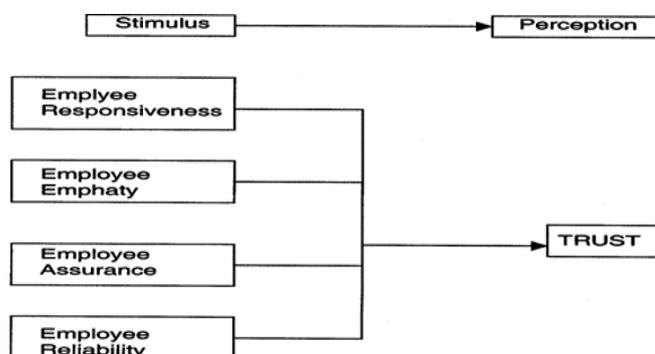
Perbedaan peran, baik peran karyawan maupun peran konsumen dapat membentuk diferensiasi antara organisasi jasa yang satu dengan organisasi jasa yang lain. Diferensiasi ini menjadi suatu nilai tambah bagi konsumen. Pada beberapa jenis jasa, diperlukan keterlibatan konsumen baik secara fisik maupun mental dalam proses pertukaran yang terjadi dan diferensiasi menjadi sesuatu yang bernilai tinggi bagi konsumen yang terlibat dalam intensitas yang tinggi.

Secara umum baik bagi industri jasa maupun manufaktur, dasar dari hubungan jangka panjang dengan konsumen ada pada kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Kepercayaan merupakan sari dari kompleksitas hubungan antar manusia.

Karyawan merupakan aset yang penting bagi perusahaan jasa oleh karena kemampuan elemen ini untuk menciptakan perbedaan yang dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Kinerja karyawan terutama karyawan lini depan sangat menentukan bagaimana proses pertukaran atau penambahan nilai tersebut berlangsung. Ketanggapan, empati, jaminan dan kehandalan karyawan selama proses transfer menjadi stimulus bagi pembentukan persepsi konsumen akan kinerja jasa. Emosi dan perasaan konsumen sangat dipengaruhi oleh pertemuan dengan karyawan. Emosi dan perasaan jangka pendek ini (selama merasakan pelayanan) akan berpengaruh pada emosi dan perasaan jangka panjang terutama berkaitan dengan customer retention (Prasetyo et al., 2017)

Usaha jasa dengan tingkat interaksi yang tinggi dengan konsumen membuat satu-satunya sumber pengalaman konsumen dengan kinerja jasa adalah pada proses interaksi yang mereka jalani. Seperti dikatakan sebelumnya bahwa kepercayaan merupakan persepsi konsumen akan kehandalan kinerja produk maka sumber stimulus bagi persepsi konsumen ada pada proses interaksi tersebut. Bahkan keempat dimensi manusia dalam jasa yang kami proposisikan sebagai stiumulus tersebut memiliki keterkaitan satu dengan lainnya dalam proses penciptaan kepercayaan.

Bagaimana karyawan tanggap akan kesulitan yang dihadapi konsumen jauh sebelum konsumen mengungkapkan kesulitannya pada penyedia jasa membuat kepercayaan konsumen akan kehandalan penyedia jasa tumbuh. Demikian pula bagaimana karyawan memiliki empati pada kesulitan konsumen akan mendorong perasaan terjamin bahwa penyedia jasa akan mampu memberi solusi bagi kesulitan tersebut. Proposisi ini secara grafik sederhana dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. Proposisi Pengaruh Elemen Manusia dalam Upaya Penciptaan Kepercayaan dalam Bidang Jasa**

---

Gambar 1 menggambarkan bahwa elemen manusia dalam bidang jasa yang diwakili oleh empat dimensi tersebut berperan sebagai stimulus yang saling berkaitan satu dengan lainnya dalam upaya menciptakan rasa percaya konsumen terhadap kinerja perusahaan jasa.

Peran karyawan dalam pembentukan kepercayaan dalam sebuah perusahaan jasa sangat penting. Kepercayaan adalah salah satu unsur kunci dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan (Kasinem, 2021). Berikut adalah beberapa peran karyawan dalam membentuk kepercayaan dalam konteks perusahaan jasa :

- a. **Pelayanan Pelanggan yang Ramah dan Profesional:** Karyawan TKS harus mampu memberikan pelayanan pelanggan yang ramah, sopan, dan profesional. Ketika karyawan berinteraksi dengan pelanggan dengan cara yang positif dan membantu, hal ini dapat membangun rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan.
- b. **Integritas dan Etika Kerja:** Karyawan harus mematuhi kode etik dan nilai-nilai perusahaan dengan baik. Mereka harus menjaga integritas dalam semua interaksi bisnis, termasuk dalam hal penanganan uang, pengelolaan inventaris, dan menjaga kejujuran dalam hubungan dengan pelanggan.
- c. **Keahlian dalam Produk dan Layanan:** Karyawan harus terampil dalam memahami produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Mereka perlu memberikan informasi yang akurat dan membantu pelanggan dalam membuat keputusan yang tepat. Karyawan yang terlatih dengan baik akan memberikan rasa percaya kepada pelanggan bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik.
- d. **Konsistensi dalam Pelayanan:** Karyawan harus konsisten dalam memberikan pelayanan yang baik. Ketika pelanggan tahu apa yang bisa diharapkan dari setiap kunjungan ke TKS, mereka akan merasa lebih percaya diri dan nyaman.
- e. **Ketepatan Waktu:** Karyawan harus mematuhi waktu dan janji yang diberikan kepada pelanggan. Ketika janji dikabulkan dan pesanan diberikan sesuai waktu yang dijanjikan, ini akan membangun kepercayaan bahwa perusahaan dapat diandalkan.
- f. **Tanggung Jawab terhadap Kesalahan:** Karyawan harus siap mengakui kesalahan jika terjadi. Ketika kesalahan terjadi, karyawan harus bertanggung jawab, meminta maaf, dan mencari solusi yang memadai. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan peduli terhadap kepuasan mereka.
- g. **Menguasai komunikasi yang Efektif:** Karyawan harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan. Mereka harus mendengarkan dengan baik untuk memahami kebutuhan dan masalah pelanggan, serta memberikan informasi yang jelas dan relevan.
- h. **Representatif Perusahaan:** Karyawan adalah wajah perusahaan dalam interaksi langsung dengan pelanggan. Mereka memainkan peran utama dan garda utama dalam menciptakan kesan pertama yang positif dan memberikan citra baik tentang perusahaan kepada pelanggan.
- i. **Pelayanan Pelanggan yang Berkualitas:** Karyawan perusahaan jasa harus memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi. Ketika karyawan merespon dengan cepat, mengatasi masalah dengan efektif, dan memberikan solusi yang memuaskan, pelanggan akan merasa dihargai dan percaya bahwa perusahaan peduli terhadap kebutuhan mereka.
- j. **Profesionalisme dan Etika Kerja:** Karyawan harus berperilaku profesional dan menjunjung tinggi etika kerja. Mereka harus mematuhi nilai-nilai perusahaan dan memperlakukan

pelanggan dengan hormat. Karyawan yang beretika tinggi akan membangun kepercayaan karena pelanggan merasa mereka diperlakukan dengan integritas.

- k. Dapat diandalkan : Karyawan harus konsisten dalam memberikan pelayanan yang baik. Keandalan dalam memenuhi janji dan konsistensi dalam kualitas pelayanan akan membangun kepercayaan jangka panjang pelanggan.
- l. Respon terhadap Masalah: Ketika masalah atau keluhan muncul, karyawan harus bersedia untuk menangani situasi tersebut dengan baik. Tanggapan yang cepat, solusi yang memuaskan, dan komunikasi terbuka akan membantu perusahaan mempertahankan loyalitas nasabah. Jadi sebagai karyawan di perusahaan jasa khususnya, harus mampu me-manage complain pelanggan yang pernah kecewa dengan pelayanan perusahaan.

Dengan menjalankan peran-peran ini dengan baik, karyawan perusahaan bidang jasa dapat berkontribusi secara signifikan dalam pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan merupakan fondasi penting untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang. Kepuasan pelanggan yang salah satu faktornya karena peran pelayanan yang baik dari seorang karyawan tentu sangat membantu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan jangka panjang (Lubis et al., 2019).

## **Hasil**

Jurnal ini mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa. Ini bisa mencakup tingkat pengetahuan dan keterampilan karyawan, etika kerja, komunikasi, dan sebagainya yang pada intinya berujung pada level pelayanan dan tingkat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa suatu perusahaan. Karyawan memiliki peran kunci dalam membantu perusahaan jasa untuk membangun kepercayaan konsumen. Karyawan mungkin dianggap sebagai agen utama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan oleh karena itu memiliki dampak yang signifikan pada persepsi konsumen terhadap perusahaan. Walaupun kita memasuki jaman yang serba modern dengan adanya kemajuan teknologi, namun perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan manusia tidak bisa dipandang sebelah mata. Bahkan bisa dikatakan, peran manusia lebih besar dibandingkan dengan pelayanan teknologi mesin. Pengguna jasa pada perusahaan bidang jasa, pada umumnya ingin dilayani dengan sebaik-baiknya dengan pelayanan yang prima. Pelayanan dimaksud dapat berupa :

- a. Komunikasi Karyawan: Keterampilan komunikasi karyawan dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan. Karyawan yang dapat berkomunikasi dengan baik dan memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan cenderung lebih dihargai oleh konsumen.
- b. Pengaruh Sikap Karyawan terhadap Kepercayaan Konsumen yakni bagaimana sikap karyawan, seperti keramahan, profesionalisme, dan kejujuran, serta cepat tanggap dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- c. Pengalaman Pelanggan dan hubungannya dengan Kepercayaan biasanya diperoleh setelah berinteraksi dengan karyawan perusahaan jasa. Setelah mendapat pengalaman yang berkesan, tentu sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka. Pengalaman yang positif cenderung meningkatkan kepercayaan pelanggan dan bahkan lebih jauh lagi bisa membantu perusahaan jasa berkembang melalui mouth to mouth promotion. Paling tidak pelanggan/nasabah yang

berkesan dengan pelayanan yang baik akan mereferensikan orang lain mendapatkan pengalaman yang sama.

- d. Respon terhadap Masalah: Ketika masalah atau keluhan muncul, karyawan harus bersedia untuk menangani situasi tersebut dengan baik. Tanggapan yang cepat, solusi yang memuaskan, dan komunikasi terbuka akan membantu perusahaan mempertahankan loyalitas nasabah. Jadi sebagai karyawan di perusahaan jasa khususnya, harus mampu me-manage complain pelanggan yang pernah kecewa dengan pelayanan perusahaan. Penanganan yang tepat dalam mengatasi masalah keluhan nasabah pada perusahaan jasa (handling complain) akan membuat nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan itu.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dalam usaha jasa merupakan hal yang penting terutama pada jasa yang memiliki interaksi yang tinggi dengan konsumen. Karyawan memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk dan memelihara kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa. Kualitas pelayanan dan interaksi karyawan dengan konsumen adalah kunci utama dalam menciptakan pengalaman positif dan membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Tanpa rasa percaya konsumen akan kinerja jasa perusahaan maka sulit bagi perusahaan untuk memiliki konsumen yang memiliki komitmen mendalam dengan konsumen. Ketika perusahaan memiliki konsumen dengan komitmen yang tinggi maka boleh dikatakan perusahaan jasa tersebut memiliki kemampuan yang signifikan untuk bertahan dalam pasar yang terus berubah ini. Kepercayaan konsumen yang pada gilirannya menjadikan konsumen loyal terhadap suatu produk suatu perusahaan bukan hanya semata tergantung dengan mutu produk itu tetapi peranan karyawan sebagai ujung tombak pemasaran sangat menentukan, terlebih pemasaran bidang jasa.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andira, P. (2018). *Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Khalifah Hotel Syariah Palembang*. Uin Raden Fatah Palembang.
- AW, S. S. U. (2013). Analisis Pengaruh Trust Dan Commitment Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan CV. Sumber Jaya Sakti Tarakan. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–9.
- Dwirainaningsih, Y., & Mujiyono, M. (2015). Upaya Pencapaian Loyalitas Konsumen Dalam Prespektif Sumber Daya Manusia (Studi Kasus Di Pasar Grosir Setono). *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 8.
- Erwin, E., & Sitingjak, T. J. R. (2017). Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *Business Management Journal*, 13(2).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Firmansyah, D., Setiawan, T., & Susetyo, D. P. (2021). Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan: Survey Tentang Pelayanan dan Loyalitas Pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 304–313.
- Indrawati, A. D. (2013). Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan pada rumah sakit swasta di kota denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 7(2), 135–142.
- Jati, R. W., & Soliha, E. (2023). Kepuasan Pelanggan: Peran Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Pada Pt. Centra Sarana Sukses Kota Semarang. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1608–1620.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Sitekin: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), 25–31.
- Meilianasari, Y. D. (2012). Analisis kepercayaan nasabah pengguna atm. *Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Nisaa, K., & Syarifuddin, S. (2019). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Karyawan Di Pt Nawakara Arta Kencana Bandung. *EProceedings of Management*, 6(1).
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487–493.
- Prasetyo, A., Yulianeu, Y., & Haryono, A. T. (2017). Pengaruh Corporate Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Bis Kota Perum DAMRI Semarang). *Journal of Management*, 3(3).
- Puspita, N., & Hakim, L. (2013). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Bandara terhadap Kepuasan Penumpang Selama Berada di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 1(1), 25–36.
- Wahyudi, Z. (2017). *Analisis Pengaruh Pelayanan Jasa Penginapan Hotel Syari'Ah Terhadap*

*Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.

Winarni, E. (2022). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Hotel Elmi Surabaya). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 107–121.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).