



## Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Salsabila Nur Fadiyah<sup>1\*</sup>, Munawaroh<sup>2</sup>

Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Email : [Fadiyhsalsabilanur@gmail.com](mailto:Fadiyhsalsabilanur@gmail.com), [Madinahalmunawaroh01@gmail.com](mailto:Madinahalmunawaroh01@gmail.com)

Korespondensi penulis : [Fadiyhsalsabilanur@gmail.com](mailto:Fadiyhsalsabilanur@gmail.com)\*

**Abstract :** *Human Resource Management (HRM) plays a strategic role in supporting the increase in customer loyalty as one of the indicators of business success. Customer loyalty is not only influenced by the quality of products or services, but also by the interactions carried out by employees in various business lines, such as customer service, sales, and marketing. Customer service-oriented employee training is an important aspect of this strategy. By providing the right training, employees can better understand a customer's needs, respond effectively, and create a positive, memorable experience. In addition, the development of a corporate culture that focuses on superior service and employee empowerment also contributes to increased work motivation, which has a direct impact on the quality of interactions with customers.*

**Keywords:** *Human Resource Management, Customer Loyalty, Customer Service*

**Abstrak :** Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung peningkatan loyalitas pelanggan sebagai salah satu indikator keberhasilan bisnis. Loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan, akan tetapi juga oleh interaksi yang dilakukan oleh karyawan dalam berbagai lini bisnis, seperti pelayanan pelanggan, penjualan, dan pemasaran. Pelatihan karyawan yang berorientasi pada layanan pelanggan menjadi salah satu aspek penting dalam strategi ini. Dengan memberikan pelatihan yang tepat, karyawan dapat memahami suatu kebutuhan pelanggan lebih baik, merespon dengan cara yang efektif, serta menciptakan pengalaman positif yang berkesan. Selain itu, pengembangan budaya perusahaan yang berfokus pada pelayanan unggul dan pemberdayaan karyawan juga berkontribusi pada peningkatan motivasi kerja, yang berdampak langsung pada kualitas interaksi dengan pelanggan.

**Kata Kunci:** Manajemen Sumber Daya Manusia, Loyalitas Pelanggan, Pelayanan Pelanggan

### 1. PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atas pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, serta pemutusan suatu hubungan kerja dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi perubahan secara terpadu (Marwansyah, , 2019). Menurut (Larasati, Sr, 2018) tugas manajemen sumber daya manusia ialah untuk dapat mengelola manusia (karyawan) seefektif mungkin agar diperoleh suatu satuan sumber daya manusia (SDM) yang puas dan bisa dapat memuaskan. Adapun beberapa fungsi dari manajemen sumber daya manusia (MSDM). ialah :

1. Fungsi Manajerial :
  - a. Perencanaan (merencanakan kebutuhan tenaga kerja)
  - b. Pengorganisasian (mengorganisir semua tenaga kerja)
  - c. Pengarahan (mengarahkan semua karyawan)

- d. Pengendalian (mengendalikan semua karyawan)
- 2. Fungsi Operasional :
  - a. Pengadaan SDM (penarikan-seleksi-orientasi-penempatan)
  - b. Pengembangan (Pendidikan dan latihan)
  - c. Kompensasi dan proteksi (upah, insentif, tunjangan, K3)
  - d. Pengintegrasian (kepengtingan perusahaan + kebutuhan karyawan)
  - e. Pemeliharaan (meningkatkan kondisi fisik, mental, & loyalitas)
  - f. Kedisiplinan (penerapan disiplin karyawan)
  - g. Pemberhentian (PHK/ putusnya hubungan kerja karena sebab tertentu)

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan suatu proses pengelolaan tenaga kerja secara sistematis untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dalam kaitannya dengan loyalitas pelanggan, manajemen SDM memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa karyawannya bisa dapat sebagai ujung tombak interaksi dengan pelanggan, mampu memberikan pelayanan terbaik. Karyawan yang memiliki sifat yang terampil, termotivasi, serta dapat memiliki komitmen tinggi akan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih unggul, jika di bandingkan dengan yang lain.

Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang dan mengimplementasikan strategi manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang efektif untuk membangun kinerja karyawan yang berdampak langsung pada suatu peningkatan kepuasan dan loyalitas terhadap pelanggan. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai (Kotler, Phillip dan Kevin Lane Kelle, 2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, ialah : (Gaffar, Vanessa. , 2007).

- a) Kepuasan (*Satisfaction*). merupakan suatu perbandingan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.
- b) Ikatan emosi (*Emotional bonding*), yang dimana pelanggan bisa dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga pelanggan bisa dapat diidentifikasi dalam sebuah merek. Karena sebuah merek dapat mencerminkan adanya karakteristik pelanggan tersebut.
- c) Kepercayaan (*Trust*), yang dimana adanya kemauan terhadap seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

- d) Kemudahan (*Choice reduction and habit*), ialah pelanggan akan merasakan kenyamanan dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka dengan melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas pelanggan seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.
- e) Pengalaman dengan suatu perusahaan (*History with company*), yang dimana adanya sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) memegang peran yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan karena karyawan adalah ujung tombak yang dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang dirasakan pelanggan terhadap perusahaan. Ada beberapa alasan mengapa manajemen sumber daya manusia (SDM) bisa dapat mempengaruhi peningkatan akan loyalitas pelanggan, ialah :

- 1) Pelayanan yang lebih baik dari karyawan yang memiliki kompeten, yang dimana adanya manajemen sumber daya manusia (SDM) yang efektif, bisa dapat memastikan bahwa perusahaan telah merekrut, melatih serta bisa dapat mengembangkan karyawannya yang memiliki keterampilan serta pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan berkualitas. Karyawan yang memiliki kompeten bisa dapat mampu memahami suatu kebutuhan pelanggan, memberikan solusi yang relevan, dan menciptakan pengalaman yang positif, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2) Bermotivasi serta berkomitmen terhadap karyawan, yang dimana adanya manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) ini bisa dapat memotivasi dengan insentif yang tepat, pengakuan atas pencapaian, dan lingkungan kerja yang mendukung akan bekerja lebih giat dan berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik. Komitmen pada karyawan terhadap suatu pekerjaan mereka tercermin dalam cara mereka melayani pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- 3) Adanya pengaruh budaya terhadap perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan, yang dimana dengan manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran ialah guna menciptakan serta menanamkan akan budaya kerja yang berfokus pada pelanggan. Ketika budaya perusahaan mendorong akan suatu nilai-nilai seperti empati, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan, karyawan akan lebih termotivasi untuk memberikan pelayanan yang luar biasa. Budaya ini membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan memuaskan.

- 4) Melakukan pelatihan yang berkesinambungan guna meningkatkan kualitas terhadap pelayanan, dengan adanya manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) bisa dapat menyediakan suatu program pelatihan yang membantu karyawan memperbarui keterampilan mereka dan memahami tren terbaru dalam kebutuhan pelanggan. Pelatihan semacam ini bisa dapat memastikan bahwa karyawan selalu siap dalam menghadapi tantangan dan memberikan layanan yang relevan, yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- 5) Manajemen kinerja yang terfokus pada kepuasan pelanggan, yang dimana dengan adanya sistem manajemen kinerja yang mengaitkan hasil kerja pada suatu karyawan dengan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mendorong karyawan untuk selalu memprioritaskan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, melakukan evaluasi rutin dan umpan balik membantu memastikan bahwa karyawan terus meningkatkan kualitas interaksi mereka dengan pelanggan.

Oleh karena itu, pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dalam meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan ini terletak pada peran strategis Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan. Sumber Daya Manusia (SDM) tidak hanya bertanggung jawab atas pengelolaan tenaga kerja saja, akan tetapi juga memastikan bahwa karyawan sebagai representasi langsung terhadap perusahaan yang bisa dapat memberikan pelayanan yang unggul dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

### **Rumusan Masalah**

1. Apa saja strategi manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang digunakan guna meningkatkan suatu kualitas terhadap pelayanan kepada pelanggan?
2. Bagaimana pengelolaan kinerja terhadap karyawan agar dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas?

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimana metode penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur terhadap penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian ini lebih menekankan bahwa penelitian ini dilakukan dalam

kondisi yang alamiah dan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan data (Moleong, Lexy J., 2007).

### **3. PEMBAHASAN**

#### **Strategi Manajemen SDM untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan**

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa organisasi mampu memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi. Pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk mencapai tujuan ini, manajemen SDM dapat menerapkan berbagai strategi, mulai dari rekrutmen hingga pengelolaan kinerja. Ialah :

- a. Rekrutmen dan seleksi. Rekrutmen merupakan suatu proses guna mencari, menemukan dan menarik para calon karyawan untuk dipekerjakan dalam perusahaan dengan motivasi, kemampuan, keahlian yang diperlukan untuk pekerjaan yang lowong (Siagian, SP , 2012). Sedangkan, seleksi merupakan suatu proses pemilihan dari sekelompok pelamar, orang atau orang-orang yang paling memenuhi akan kriteria seleksi untuk posisi yang tersedia berdasarkan kondisi yang ada saat ini yang dilakukan oleh perusahaan (Bilson, Simamora, 2004). Rekrutmen merupakan suatu langkah awal yang sangat penting dalam menciptakan tim yang solid dan kompeten. Dalam konteks pelayanan pelanggan, perusahaan harus memastikan bahwa proses seleksi tidak hanya fokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada kemampuan interpersonal, empati, dan orientasi terhadap pelanggan.
- b. Pelatihan dan pengembangan terhadap karyawan. pelatihan merupakan serangkaian aktivitas pada individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga, memiliki kinerja yang profesional di bidangnya (Eko Widodo,Suparno, 2015). Dengan adanya pelatihan yang berkelanjutan ini merupakan suatu kunci untuk guna memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang selalu relevan dengan kebutuhan pelanggan.
- c. Menciptakan budaya kerja yang berorientasi pada pelanggan. Pelanggan atau customer merupakan suatu individu atau kelompok yang terbiasa dapat membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan suatu perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari

perusahaan (Baron dan Greenberg, 2010). Budaya kerja yang berorientasi pada pelanggan memiliki tujuan guna menciptakan keselarasan dalam seluruh organisasi untuk fokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

- d. Pengelolaan feedback dan keluhan terhadap pelanggan. Keluhan pelanggan adalah bentuk aspirasi pelanggan yang terjadi karena adanya ketidakpuasan terhadap suatu barang atau jasa (Kotler, Philip, 2005). Manajemen SDM harus bisa mendukung suatu sistem yang dapat memungkinkan karyawan menerima, mengelola, dan belajar dari feedback pelanggan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, manajemen SDM dapat menciptakan tim karyawan yang kompeten, termotivasi, dan fokus pada pelanggan. Karyawan yang merasa diberdayakan dan didukung oleh manajemen akan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi ini bukan hanya memberikan keuntungan jangka pendek berupa kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan lebih berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (Arianto, N, 2018). Kualitas pelayanan kepada pelanggan mengacu pada sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini adalah elemen penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan, membangun loyalitas, dan meningkatkan reputasi bisnis. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, mulai dari kecepatan tanggapan hingga kemampuan untuk memberikan solusi yang sesuai dengan adanya kebutuhan terhadap pelanggan. Adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, ialah :

- a) Kompetensi terhadap karyawan, ini berarti karyawan memiliki suatu keterampilan dan pengetahuan yang memadai dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.
- b) Memiliki komunikasi yang sangat efektif, dengan memiliki kemampuan komunikasi dengan jelas, sopan, dan efektif dengan pelanggan.
- c) Kecepatan terhadap layanan, yang dimana banyaknya pelanggan sering kali mengharapkan layanan yang sangat cepat dan efisien tanpa kompromi pada

Dari adanya berbagai faktor tersebut, meyakinkan bahwa kualitas pelayanan ini sangat penting bagi suatu perusahaan, karena :

- 1) Guna meningkatkan akan kepuasan terhadap pelanggan, dengan adanya layanan yang berkualitas tinggi bisa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan menciptakan pengalaman positif yang menyenangkan.
- 2) Membangun loyalitas terhadap pelanggan, yang dimana pelanggan yang puas lebih cenderung kembali dan tetap setia pada merek atau perusahaan tertentu.
- 3) Meningkatkan akan reputasi terhadap bisnis, dengan adanya pelayanan yang berkualitas ini bisa dapat mendorong pelanggan untuk memberikan ulasan positif dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.
- 4) Mengurangi keluhan pada konsumen, dengan memberikan pelayanan yang baik, perusahaan dapat mengurangi jumlah keluhan yang masuk dan fokus pada peningkatan operasional.

Ada beberapa cara guna meningkatkan suatu kualitas terhadap pelayanan, yang seharusnya suatu perusahaan ketahui, ialah :

- a. Pelatihan karyawan, dengan cara melatih karyawan secara berkala untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menghadapi pelanggan.
- b. Menggunakna teknologi, dengan cara mengadopsi teknologi seperti CRM (Customer Relationship Management) untuk dapat memahami serta dapat melayani pelanggan dengan lebih baik.
- c. Meminta feedback, dengan cara mengumpulkan masukan dari pelanggan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan.

### **Pengelolaan kinerja terhadap karyawan agar dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas**

Kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan (Mulyadi, 2001). Pengelolaan kinerja karyawan merupakan suatu proses strategis untuk dapat memastikan bahwa setiap individu dalam organisasi bekerja secara efektif dan produktif sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam konteks pelayanan pelanggan, pengelolaan kinerja yang baik dapat berdampak langsung pada kepuasan pelanggan serta guna membangun terhadap loyalitas pada pelanggan. Ada beberapa dampak dari adanya pengelolaan kinerja ialah :

- a. Menetapkan tujuan yang sangat jelas, seperti apa yang akan di lakukan dengan begitu organisasi harus dapat menetapkan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART) untuk setiap karyawan, terutama yang berhubungan dengan pelayanan pelanggan. Dampak yang dirasakannya ialah karyawan yang memiliki panduan kerja yang jelas cenderung lebih berfokus dan konsisten dalam memberikan pelayanan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Monitoring dan evaluasi kinerja secara berkala, seperti melakukan penilaian kinerja secara rutin melalui Key Performance Indicators (KPIs) yang relevan, seperti waktu tanggapan, tingkat penyelesaian keluhan, dan skor kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Score/CSAT). Adanya dampaknya ialah berupa evaluasi yang terarah memungkinkan perusahaan untuk segera dapat memperbaiki suatu kelemahan yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan.
- c. Melakukan pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan, ialah dengan memberikan pelatihan reguler tentang keterampilan teknis, komunikasi, dan pengelolaan pelanggan. Ini bisa dapat berdampak terhadap pelatihan yang meningkatkan kualitas layanan, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, dan mendorong mereka untuk tetap loyal
- d. Melakukan suatu sistem penghargaan yang berbasis kinerja, dengan cara menerapkan sistem penghargaan yang berbasis kinerja untuk karyawan yang berhasil mencapai atau melebihi target pelayanan. Ini akan berdampak pada motivasi yang tinggi guna menciptakan semangat kerja yang positif, yang tercermin dalam interaksi dengan pelanggan.
- e. Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, dengan cara membangun budaya kerja yang dapat mendukung, kolaboratif, dan berorientasi pada pelanggan. Akan berdampak terhadap suatu karyawan yang puas dengan pekerjaan mereka guna memberikan pelayanan yang lebih baik, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan.
- f. Mengukur dampak kinerja terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, ialah dengan menghubungkan data kinerja karyawan dengan tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat retensi pelanggan. Dampak yang dirasakan oleh suatu perusahaan ialah bisa dapat mengidentifikasi area perbaikan yang lebih spesifik untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.



Dengan begitu, pengelolaan kinerja karyawan yang efektif adalah kunci untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Dengan memberikan panduan yang jelas, pelatihan, penghargaan, dan pemberdayaan, perusahaan dapat memastikan karyawan bekerja dengan efisiensi dan kualitas yang tinggi. Kinerja yang baik dari karyawan menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan dan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, Fandy, 2012). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan terhadap pelanggan, ialah :

- Kualitas produk atau layanan, ini harus sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.
- Harga yang kompetitif, dengan adanya pelanggan lebih cenderung puas jika mereka merasa produk atau layanan memiliki nilai yang sesuai dengan harga yang dibayar.
- Pelayanan pelanggan, dengan cara suatu perusahaan dapat menangani pertanyaan, permintaan, atau keluhan pelanggan berperan besar dalam kepuasan.

Adanya manfaat yang dilakukan dari kepuasan pelanggan, ialah sebagai berikut :

- Guna merekomendasikan suatu hal yang positif, dengan adanya pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.
- Mereputasi bisnis yang jauh lebih baik, yang dimana suatu perusahaan dengan pelanggan yang puas memiliki citra positif di pasar.

Loyalitas serta kepuasan terhadap pelanggan ini memiliki hubungan yang sangat penting, yang dimana kepuasan pelanggan sering dianggap sebagai prasyarat untuk menciptakan loyalitas, tetapi keduanya tidak selalu berjalan beriringan. Dikarenakan kepuasan tanpa loyalitas berarti pelanggan yang puas dengan layanan atau produk mungkin tidak loyal jika mereka menemukan pilihan yang lebih baik atau lebih murah. Dan jika dibalik, loyalitas tanpa kepuasan berarti pelanggan tetap loyal meskipun mereka tidak sepenuhnya puas, misalnya karena keterbatasan pilihan atau faktor emosional.

#### **4. KESIMPULAN**

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) memainkan peran strategis dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengelolaan yang efektif terhadap karyawan sebagai ujung tombak pelayanan. Manajemen sumber daya manusia (SDM) juga memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pelanggan tidak hanya mencari produk atau layanan yang berkualitas, tetapi juga pengalaman yang memuaskan dan relevan. Untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang luar biasa, perusahaan harus memastikan bahwa pengelolaan SDM dilakukan secara strategis, efektif, dan berorientasi pada pelanggan.

Loyalitas pelanggan tidak hanya tercipta dari produk atau layanan yang berkualitas, tetapi juga dari pengalaman pelanggan yang positif, yang sering kali dipengaruhi oleh interaksi langsung dengan karyawan. Oleh karena itu, pengelolaan SDM yang tepat dapat menjadi faktor penentu dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Adanya pengaruh SDM terhadap suatu pengalaman pelanggan yang kompetensi, motivasi, dan komitmen karyawan yang dikelola dengan baik akan menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan berkualitas. Karyawan yang diberdayakan dan dilatih secara efektif mampu memenuhi dan melampaui harapan pelanggan.

Pengelolaan kinerja memiliki strategi yang relevan, pelatihan berkelanjutan, serta dapat memberikan pemberian umpan balik konstruktif dapat meningkatkan produktivitas karyawan, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas layanan kepada pelanggan. Kepuasan terhadap karyawan merupakan sebagai fondasi pada kepuasan pelanggan, yang dimana dengan karyawan yang puas dengan pekerjaannya cenderung lebih memberikan pelayanan yang lebih baik, yang secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang positif. Untuk memastikan keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui manajemen SDM, perusahaan perlu melakukan :

- a) Berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan.
- b) Menerapkan sistem penghargaan yang adil dan berbasis kinerja.
- c) Menciptakan budaya kerja yang mendukung pelayanan pelanggan.
- d) Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional.
- e) Memastikan komunikasi yang efektif antara manajemen, karyawan, dan pelanggan.

Dengan menerapkan pengelolaan SDM yang strategis dan berorientasi pada pelanggan, perusahaan dapat menciptakan kepuasan yang konsisten dan loyalitas yang berkelanjutan, sehingga memperkuat posisi kompetitif di pasar. Loyalitas pelanggan tidak bisa dicapai tanpa adanya kontribusi yang signifikan dari pengelolaan SDM yang strategis dan efektif. Karyawan adalah ujung tombak dalam setiap interaksi dengan pelanggan, sehingga memastikan mereka memiliki kompetensi, motivasi, dan dukungan yang tepat adalah prioritas utama perusahaan.

Dengan pengelolaan SDM yang sangat baik, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, membangun hubungan jangka panjang, dan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar. Sebagai langkah akhir, perusahaan harus terus mengevaluasi strategi manajemen SDM mereka untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dan dinamika pasar yang terus berubah. Inovasi dalam pengelolaan kinerja, pelatihan, serta guna pemberdayaan karyawan akan menjadi kunci dalam membangun loyalitas pelanggan yang kuat dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton. *Jurnal Manajemen*, 83-101.
- Baron, R. A., & Greenberg, J. (2010). *Perilaku organisasi* (9th ed.). Jakarta: Prentice Hall.
- Bilson, & Simamora, L. (2004). *Riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Gaffar, V. (2007). *Customer relationship management and marketing public relations*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* (10th ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Larasati, S. R. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Marwansyah. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2001). *Sistem akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, S. P. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Widodo, E., & Suparno, R. (2015). *Manajemen pengembangan sumber daya manusia*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.