

## PENGEMBANGAN KOMPETENSI SDM SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN

Oleh:

**Salsabila Intan Nur Arfiananda<sup>1</sup>**

**Mudji Kuswinarno<sup>2</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [Salsabilaintan208@gmail.com](mailto:Salsabilaintan208@gmail.com)

***Abstract.** Developing human resource (HR) competencies is a useful element in increasing and maintaining consumer loyalty, especially in the midst of increasingly tight business competition. Having superior human resources can not only produce good communication with customers, but can also help the company to build positive relationships with customers which will have an impact on loyalty for a long time. By having customers who are loyal to our products, it will be easy for the company to market its products. This is because customers tend to feel satisfied with the products/services they receive, so customers will recommend them to other people without being asked by the company. This research was conducted to explore how developing HR competencies can have a direct impact on consumer loyalty. The method used in this research is a qualitative approach through literature study, which is carried out by reviewing relevant books and scientific work sources to deepen understanding of what is being discussed. The results obtained show that increasing HR competency in terms of skills, knowledge and attitudes at work will produce a significant positive contribution to consumer satisfaction and loyalty. It is hoped that this research can provide insight into the Company regarding how to deal with the dynamics of needs and expectations consumers continue to grow, so the Company will not lose consumers who already believe in its products.*

# PENGEMBANGAN KOMPETENSI SDM SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN

*Keywords: Human Resource Development (HRD), HR Competence, Consumer Loyalty, HR Management.*

**Abstrak.** Pengembangan kompetensi sumber daya manusia (SDM) menjadi elemen yang berguna dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen, terutama di tengah persaingan bisnis yang saat ini semakin ketat. Memiliki SDM yang unggul tidak hanya dapat menghasilkan komunikasi yang baik terhadap pelanggan, namun juga dapat membantu Perusahaan untuk membangun hubungan yang positif terhadap pelanggan yang akan berdampak pada loyalitas dalam waktu yang lama. Dengan memiliki pelanggan yang setia dengan produk kita, maka perusahaan akan mudah untuk memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan pelanggan yang cenderung merasa puas akan produk/jasa yang mereka dapat, maka pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain tanpa diminta oleh perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana pengembangan kompetensi SDM dapat berdampak langsung pada loyalitas konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan, yang dilakukan dengan menelaah buku-buku dan sumber karya ilmiah yang relevan untuk memperdalam pemahaman dengan apa yang dibahas. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi SDM dalam hal keterampilan, pengetahuan, dan sikap saat bekerja akan menghasilkan sebuah kontribusi yang signifikan positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pandangan terhadap Perusahaan mengenai bagaimana cara untuk menghadapi dinamika kebutuhan dan ekspektasi konsumen yang terus berkembang, sehingga Perusahaan tidak akan kehilangan konsumen yang telah percaya dengan produknya.

**Kata Kunci:** Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Kompetensi SDM, Loyalitas Konsumen, Manajemen SDM.

## LATAR BELAKANG

Sumber Daya Manusia adalah hal yang berperan penting dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dengan maksimal. SDM sendiri merupakan manusia yang bersedia serta dapat memberikan tenaganya kepada suatu perusahaan guna mewujudkan target perusahaan. Pada kondisi pasar yang semakin kompetitif, maka

Perusahaan diharuskan mempunyai keunggulan atau pembeda yang dapat membedakannya dari para pesaingnya. Dengan membuat program pengembangan kompetensi SDM yang berkualitas, organisasi dapat mencapai keunggulan tersebut. Memiliki SDM yang kompeten tidak hanya mampu menjalankan tugas-tugasnya dengan baik, tetapi juga akan memberikan kontribusi yang lebih baik dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kesetiaan pelanggan adalah hal untuk mempengaruhi perkembangan usaha, apabila Perusahaan mempunyai konsumen yang setia maka Perusahaan akan dengan mudah memasarkan dan mengenalkan produknya dengan lebih mudah. Pada era digital yang semakin maju ini terdapat berbagai macam perubahan yang dapat mempengaruhi pasar, salah satunya adalah perubahan perilaku konsumen. Dimana konsumen akan lebih loyal terhadap Perusahaan yang dapat memenuhi keinginan mereka. Dengan demikian, loyalitas konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau harga yang kompetitif, namun juga terkait dengan pelayanan dan kualitas interaksi yang berhubungan langsung antara karyawan dan konsumen.

Keunggulan yang dimiliki tenaga kerja merupakan suatu aset dalam diri seseorang ketika melaksanakan tugasnya guna mengejar target dengan lebih optimal, keunggulan pada diri seseorang harus dinilai sebagai suatu kelebihan yang dapat membantu pekerjaan karyawan dalam melaksanakan tugas yang telah direncanakan. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya alam adalah dengan mengadakan program peningkatan keahlian tenaga kerja.

Program peningkatan keahlian tenaga kerja berkelanjutan menjadi kebutuhan yang tidak kalah penting bagi setiap perusahaan yang ingin mempertahankan loyalitas konsumen di tengah kondisi pasar yang selalu berubah. Sehingga penelitian ini akan mengacu pada peran pengembangan kompetensi SDM sebagai faktor kunci dalam meningkatkan loyalitas konsumen, dengan harapan bisa menghasilkan pemahaman secara jelas mengenai kesetiaan pelanggan serta diharapkan bisa memberikan rekomendasi bagi Perusahaan dalam membuat strategi pengembangan SDM mereka untuk menghadapi tantangan bisnis pada saat ini.

# **PENGEMBANGAN KOMPETENSI SDM SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Pengembangan Kompetensi Sdm**

Keahlian tenaga kerja atau karyawan merupakan skill yang dimiliki setiap orang dalam berbagai situasi yang menggunakan kekuatannya secara tepat dan akurat. Kemampuan seseorang dipandang menjadi suatu keahlian yang digunakan untuk meningkatkan performa dalam bekerja sehingga dapat membuahkan hasil yang memuaskan.

Peningkatan keahlian tenaga kerja adalah upaya yang dilakukan untuk menambah skills karyawan secara Teknik, pengetahuan, konseptual serta akhlak dari karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan melalui Pendidikan dan Latihan. Pengembangan kompetensi karyawan lama maupun baru sangat perlu untuk dilaksanakan secara terencana. Hal ini sangat penting untuk dilaksanakan demi membantu karyawan dalam memenuhi tuntutan pekerjaan dan jabatan mengenai kemajuan teknologi digital yang mengalami peningkatan agar karyawan bisa berkompetisi terhadap Perusahaan lainnya.

Pengembangan kompetensi yang benar dapat menghasilkan manfaat yang dapat membuat perubahan inovasi lebih berpengaruh dalam mencapai keunggulan bersaing sehingga dapat membuat performa seseorang menjadi lebih unggul. Membangun kualitas SDM yang unggul dalam persaingan merupakan tugas dari sebuah negara yang berkembang yang memiliki keinginan untuk berkompetisi dengan negara berkembang yang lain. Membangun SDM yang mumpuni dan kompetitif, berkarakter, kerja keras, mampu berkolaborasi dan memiliki akhlak mulia yang bisa bersaing dengan SDM dari luar negeri.

Menurut Bridoux dalam (sela septiana, 2023) mengatakan bahwa kemampuan merupakan sumber keunggulan bersaing sedangkan SDM merupakan sumber dari kemampuan tersebut. Dalam situasi dunia yang terus mengalami perkembangan, penting bagi sebuah organisasi agar dapat mengetahui dan memahami keahlian masing-masing individu agar dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi rintangan serta hambatan yang akan datang secara tiba-tiba.

Peningkatan keahlian tenaga kerja dalam aspek pengetahuan berhubungan dengan perkembangan lingkungan secara keseluruhan. Sedangkan dalam aspek Latihan dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan dan keahlian karyawan dalam melakukan tugas khusus. Jan Bella yang ada pada buku dengan judul “Manajemen Sumber Daya

Manusia (Marnis, Priyono, 2008) menyatakan bahwa “ Pendidikan dan Latihan dapat pula diartikan sebagai pengembangan Dimana hal itu merupakan suatu proses dalam meningkatkan kemampuan seseorang dalam dunia kerja baik secara teknis maupun manajerial.” Dengan demikian, dapat pula disimpulkan bahwa Pendidikan akan lebih condong terhadap teori yang sering dilakukan di kelas baik itu secara online dan offline, sedangkan Latihan merupakan praktek yang dilaksanakan langsung di lapangan.

Spencer mengatakan bahwa kompetensi merupakan istilah yang mengacu pada sifat yang mendasari perilaku karakteristik pribadi, atau pemahaman diri tentang prinsip-prinsip keilmuan atau keterampilan yang dimiliki oleh individu dengan kinerja unggul (mempunyai kemampuan yang lebih baik) di tempat kerja.” Selain itu, Spencer juga menyebutkan terdapat lima karakteristik yang dapat membantu pembentukan kompetensi seperti : ilmu yang lebih mengacu terhadap wawasan serta pencapaian pendidikan masing-masing individu; kemampuan yang lebih mengacu kepada kapabilitas individu dalam melaksanakan tugasnya; *self-image* yang mengacu kepada pandangan pribadi seperti suatu keyakinan pribadi jika ia mampu menghadapi kondisi tertentu; dan karakteristik pribadi yang merujuk pada kemampuan diri dalam menanggapi dan mengendalikan situasi seperti di bawah tekanan. Palan dalam (Widiawati).

Menurut Handoko dalam (Velnika Elmanisar, Manfaat Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, 2024) mengatakan bahwa “Pengembangan (*development*) tenaga kerja adalah sesuatu yang diberikan kepada karyawan sebagai pemilik kewajiban terhadap karier mereka di masa depan.” Biasanya peningkatan pada konsep *human resource development* memiliki arti pembekalan individu dalam memikul kewajiban yang berat didalam Lembaga ataupun badan usaha yang lainnya.

Menurut Mathis dan Jackson dalam (Wahyudi Mokobombang, 2024) mengatakan bahwa pengembangan SDM memiliki berbagai kegiatan yang dilakukan seperti pelatihan, pengembangan karir, dan pengelolaan kinerja yang dibuat untuk meningkatkan kemampuan karyawan.

Semakin banyak program pengembangan yang dilakukan dan diikuti oleh karyawan suatu organisasi, maka semakin besar pula kemungkinan yang muncul untuk berkompetisi dengan perusahaan lain dengan terbuka. Para karyawan baru pada perusahaan seringkali merasa bingung mengenai pekerjaan yang mereka emban sehingga hasilnya tidak sesuai dengan keinginannya. Demi mencegah sesuatu yang merugikan,

## **PENGEMBANGAN KOMPETENSI SDM SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

maka disusunlah program peningkatan dan pembekalan bagi tenaga kerja untuk meningkatkan keahliannya.

Dengan mengikuti pengembangan, diharapkan karyawan sebagai SDM dan elemen yang penting dalam organisasi dapat memiliki tambahan pengalaman, pengetahuan, ilmu, akhlak yang baik, serta memiliki semangat kerja dan kinerja yang semakin baik, semakin produktif, mampu memahami segala hal mengenai perusahaan mulai dari pelaksanaan pekerjaan hingga mampu memahami perkembangan Perusahaan dari waktu ke waktu dan mampu memberikan solusi terhadap setiap masalah yang tengah dialami oleh suatu Perusahaan.

### **Loyalitas Konsumen**

Tjiptono mengatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan suatu ketertarikan konsumen terhadap suatu merk, toko, ataupun pemasok yang dapat dilihat dari hal positif seperti pembelian ulang dan berlangganan. Dapat pula dikatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dalam terhadap produk untuk melakukan pembelian ulang/berlangganan barang/jasa yang digemari dikemudian hari walau terdapat faktor situasi tertentu yang memiliki kesempatan untuk merubah sikap pelanggan dan berpaling ke produk yang lainnya. Ratnasih dalam (Nurul Nuha Suliestyana Munthalib, 2024). Persaingan yang semakin ketat membuat loyalitas konsumen menjadi elemen yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Apabila Perusahaan memiliki konsumen yang loyal terhadap produknya, maka Perusahaan tersebut dapat menjaga keberlangsungan usahanya.

Menurut Qomariah dalam (Iis Sofiati, 2018), membangun loyalitas konsumen tidaklah mudah karena loyalitas muncul tidak secara cepat namun dikarenakan kepuasan yang didapatkan melalui produk atau jasa yang didapatkan. Kepuasan tersebut tidak hanya datang dari sekedar memenuhi ekspektasi mereka, namun juga merupakan pengalaman yang melebihi harapannya, baik dari segi produk, pelayanan, maupun interaksi konsumen dengan merek.

Menurut herudiansyah dalam (Dinda Kianjung Herlozi, 2024) menyatakan jika pelanggan merasa puas akan meningkatkan perasaan konsumen seperti menilai keunggulan dan fungsi produk atau layanan yang mereka terima dengan harapan atau ekspektasi awal yang mereka miliki. Ketika pengalaman yang mereka dapatkan dirasa

sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi mereka, maka perasaan puas pun akan muncul. Begitupun sebaliknya, apabila produk atau layanan yang didapatkan tidak memenuhi harapan, maka ketidakpuasan tidak akan muncul dan konsumen akan berhenti untuk menggunakan produk/jasa tersebut.

Kepuasan yang tercipta sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen selanjutnya, konsumen dengan kepuasan yang tinggi terhadap apa yang didapat akan cenderung lebih setia dan terikat dengan merek atau Perusahaan yang dipercayai. Mereka akan percaya dengan kualitas produk/jasa yang dimiliki sehingga timbul dorongan untuk kembali menggunakan kembali produk di masa mendatang. Selain itu dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan hal dasar yang mengarah pada terciptanya loyalitas konsumen. Ketika mereka sedang merasa puas, sehingga mereka tidak hanya akan terus menggunakan merek yang sama, tetapi juga berpotensi untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dipakai merupakan studi kepustakaan, yaitu metode penelitian dengan melibatkan proses menelaah, mencatat, serta Menyusun materi. Peneliti menggunakan metode ini bertujuan sebagai dasar dalam Menyusun kerangka pemikiran, sehingga peneliti dapat memiliki pemahaman lebih jelas terkait penelitian. Pengumpulan pustaka yang digunakan beragam, seperti artikel, buku, dan google.

Pustaka yang telah dikumpulkan akan dilakukan seleksi, yakni pemilihan literatur berdasarkan tahun publikasi, jenis sumber, Bahasa, dan kesesuaian dengan tema yang dibahas oleh peneliti. Literatur yang sesuai akan dianalisis secara menyeluruh kemudian disimpulkan menjadi hasil yang diteliti.

Menurut Creswell, John. W. menyatakan bahwa “Studi literatur merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan analisis literatur yang sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih spesifik terkait dengan topik yang diteliti.” Habsy dalam (sela septiana, 2023). Meskipun Nampak tidak sulit, namun metode ini memerlukan ketelitian agar kesimpulan dapat menjawab pertanyaan penelitian.

Menurut Zed dalam (Ir. Melfianora, 2019) menyatakan bahwa pada riset literatur merupakan pencarian sumber bukan sekadar tahap pertama dalam Menyusun landasan

## **PENGEMBANGAN KOMPETENSI SDM SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

berpikir, melainkan memaksimalkan pustaka yang didapat sebagai landasan dalam menemukan hasil penelitian. Dengan demikian penelitian yang menggunakan metode kepustakaan merupakan karya ilmiah yang benar dan terpercaya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menghasilkan bahwa dengan meningkatkan kompetensi SDM merupakan satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada suatu produk atau merek. Peningkatan keahlian ini dapat didukung melalui program pembekalan keterampilan, meningkatkan pengetahuan, serta meningkatkan sikap kerja agar dapat memberikan hasil yang baik terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dalam situasi yang telah berkembang persaingan pun semakin ketat sehingga perusahaan akan dihadapkan dengan tantangan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan serta produk yang mereka miliki. Kepuasan konsumen bukan hanya mengenai kualitas layanan atau produk, tetapi juga akan berkaitan dengan bagaimana suatu usaha memiliki tenaga kerja yang berkualitas. Sehingga perlu diperhatikan bahwa sebuah Perusahaan harus memahami kinerja karyawan mereka dengan optimal agar dapat berkontribusi besar dalam membantu Perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor yang lainnya.

### **Pentingnya Pengembangan Kompetensi SDM**

Kompetensi SDM terdiri dari beberapa aspek, antara lain keahlian, pengetahuan yang mendalam mengenai pekerjaan, serta sikap yang mendukung untuk bekerja dengan produktif dan kolaboratif. Peningkatan kompetensi SDM tidak hanya terbatas dengan keahlian yang dimiliki, namun juga mencakup tentang pengembangan *soft skills* seperti keahlian dalam berkomunikasi, empati, dan kepemimpinan. Untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kuat, Perusahaan harus memastikan bahwa tenaga kerja yang dimiliki mempunyai kemampuan untuk beradaptasi dan bersaing dengan segala perubahan yang ada, baik itu dalam hal teknologi maupun strategi dalam Perusahaan.

Menurut krismiyati dalam (Velnika Elmanisar, 2024) mengemukakan bahwa pengembangan SDM menjadi program yang telah disusun untuk karyawan dalam melaksanakan tugasnya dalam bekerja. Pembekalan ini dilengkapi dengan berbagai program untuk meningkatkan kualitas individu, peningkatan *hardskills* dan *softskills* yang akan berguna pada kebutuhan dalam Perusahaan.



## **Dampak Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan hasil yang diperoleh dari kualitas layanan atau produk yang dirasakan oleh konsumen. Ketika Perusahaan bisa memuaskan pelanggan, maka tingkat kepuasannya pun akan meningkat. Peningkatan kompetensi SDM berperan besar dalam hal ini, karena kualitas pelayanan terhadap pelanggan menjadi penyebab utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Karyawan yang memiliki keterampilan memadai akan mampu mencari saran yang sesuai terkait permasalahan konsumen, sehingga dapat menciptakan komunikasi yang positif dengan konsumen. Selain itu karyawan yang memiliki sifat ramah, responsif, dan profesional dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Dengan begitu, konsumen akan memiliki keinginan untuk kembali lagi dan menggunakan produk atau layanan Perusahaan kembali di masa depan dan memiliki potensi untuk merekomendasikan produk/jasa Perusahaan terhadap yang lain sehingga akan membantu untuk memperluas basis pelanggan.

## **Loyalitas Konsumen Sebagai Implikasi Dari Kepuasan**

Loyalitas konsumen merupakan sesuatu yang berasal dari kepuasan konsumen secara berkelanjutan. Saat konsumen puas dengan produk yang diterima, maka mereka cenderung untuk tetap memilih merek yang mereka percayai. Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan karena konsumen yang loyal dapat menjadi sumber penghasilan yang stabil bagi perusahaan dan tidak mudah untuk terpengaruh oleh kompetitor yang lainnya.

Perusahaan yang memiliki Konsumen loyal akan lebih mudah untuk bertahan dalam pasar dan lebih tahan dengan fluktuasi ekonomi atau perubahan tren pasar. Loyalitas konsumen berpengaruh terhadap biaya pemasaran karena kita dapat mengandalkan konsumen yang sudah percaya dengan merek atau layanan yang diterima.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan dalam dunia bisnis maupun teknologi juga akan mempengaruhi persaingan yang semakin ketat, penelitian ini memberi gambaran yang jelas tentang peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam aspek keterampilan pengetahuan dan sikap saat bekerja memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas

## **PENGEMBANGAN KOMPETENSI SDM SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

konsumen apabila tenaga kerja atau karyawan memiliki kompetensi yang mumpuni maka karyawan dapat memberi layanan yang lebih berkualitas serta dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen titik oleh karena itu perusahaan harus terus menerus berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia apabila ingin mempertahankan perusahaannya. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya akan mempertahankan konsumen yang telah loyal tetapi juga akan terus berkembang di pasar yang persaingannya semakin ketat.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Dinda Kianjung Herlozi, A. R. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YAMAHA LAUTAN TEDUH KEDATON. *Journal Of Economic, Bussines and Accounting*, 707-721.
- Iis Sofiati, N. Q. (2018). DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN . *JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )* , 244-259 .
- Ir. Melfianora, M. (2019). PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH DENGAN STUDI LITERATUR. 1-3.
- Marnis, Priyono. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Taman Sidoarjo: ZIFATAMA PUBLISHER.
- Nurul Nuha Suliestyana Munthalib, A. B. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA JASA JNE KOTA CILEGON) . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 333-341.
- Sela septiana, d. (2023). Meningkatkan Kompetensi Sumber Daya Manusia Untuk Masa Yang. *Student Research Journal*, 446-466.
- Velnika Elmanisar, N. H. (2024). Manfaat Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 15199-15205.
- Wahyudi Mokobombang, N. N. (2024). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia . *Jurnal Minfo Polgan*, 606-618.
- Widiawati, K. (n.d.). PERAN STANDAR KOMPETENSI KARYAWAN.

