



# Analisis Penilaian Kinerja Karyawan dalam Meningkatkan Pelayanan Konsumen pada CV Citimart Gunungsitoli

Ferinus Zebua<sup>1\*</sup>, Eliyunus Waruwu<sup>1</sup>, Heseziduhu Lase<sup>1</sup>, dan Odaligoziduhu Halawa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Jl. Karet No.30, Ps. Gn. Sitoli, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara, Indonesia, 22812

\*Email Koresponden: [verizebua7@gmail.com](mailto:verizebua7@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article history

Received: 28 Jul 2024

Accepted: 12 Nov 2024

Published: 31 Des 2024

### Kata kunci:

Penilaian Kinerja;

Kinerja;

Pelayanan

Konsumen

### Keyword:

Performance Appraisal;

Performance;

Customer Service.

## ABSTRAK

**Background:** Penelitian ini mendalami penilaian kinerja karyawan di CV. Citimart Gunungsitoli, sebuah perusahaan ritel. Fenomena ini berkaitan dengan kompleksitas penilaian yang mencakup kualitas kerja, kuantitas, ketepatan waktu, efektivitas, dan kemandirian. Tujuan penelitian adalah untuk mengungkapkan mekanisme penilaian, mengevaluasi solusi yang diterapkan, dan memberikan pemahaman yang mendalam terhadap persepsi manajemen dan karyawan. **Metode:** Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, melibatkan wawancara dengan manajer, supervisor, admin, dan karyawan. **Hasil:** Hasil temuan menunjukkan bahwa penilaian kinerja diintegrasikan sebagai bagian integral dari manajemen sumber daya manusia, dengan kualitas kerja yang dipengaruhi oleh dukungan manajemen dan kemandirian karyawan. Mekanisme penilaian melibatkan berbagai tingkatan dan kriteria yang menciptakan dasar objektif dalam mengevaluasi kinerja. **Kesimpulan:** Keterbatasan penelitian mencakup jumlah informan yang terbatas dan sifat subjektif penilaian kinerja. Rekomendasi melibatkan peningkatan keterlibatan karyawan, pelatihan kepemimpinan, dan pengembangan sistem penilaian yang lebih terukur. Implikasinya adalah memberikan panduan bagi perusahaan sejenis dan penelitian lebih lanjut dalam mengembangkan sistem penilaian kinerja yang lebih baik. Diharapkan, temuan ini dapat mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan efektif dan meningkatkan kualitas layanan konsumen.

## ABSTRACT

**Background:** This research delves into the performance appraisal of employees at CV. Citimart Gunungsitoli, a retail company. The phenomenon revolves around the complexity of assessments covering work quality, quantity, timeliness, effectiveness, and independence. The research aims to unveil the assessment mechanisms, evaluate applied solutions, and provide a profound understanding of management and employee perceptions. **Method:** The methods used include situation analysis, material presentation, photo and editing assistance, and result evaluation. This activity was carried out on May 25-26, 2024, with 15 participants from MSMEs in Sendangmulyo Village. **Results:** The assistance results showed a significant improvement in product photo quality, with enhancements in lighting, composition, and image sharpness. Feedback from participants was positive, indicating improved skills and better results in social media promotion has also motivated partners to run

independent businesses in this field. **Conclusion:** Limitations of the research include a restricted number of informants and the subjective nature of performance assessments. Recommendations involve enhancing employee engagement, leadership training, and developing a more measurable appraisal system. The implications provide guidance for similar companies and further research in developing improved performance appraisal systems. It is hoped that these findings will support companies in effectively achieving their goals and enhancing customer service quality.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Sumberdaya manusia merupakan hal terpenting dalam setiap organisasi dan meliputi setiap aspek yang ada di dalam organisasi. Terbatasnya sumber daya manusia yang berkualitas menuntut perusahaan untuk memberikan berbagai macam pelatihan dan karyawan harus menambah wawasan pengetahuan yang dimiliki untuk dapat bersaing dipasar persaingan tenaga kerja (Fadli et al, 2018; Prayudiawan, 2016). Hal ini dilakukan untuk meningkatkan profit lewat kepuasan pelanggan dan demi tercapai tujuan dari perusahaan atau organisasi tersebut. Kebanyakan perusahaan hanya berfokus pada kinerja karyawannya atau faktor produksi dalam meningkatkan kinerja perusahaannya tanpa melihat faktor yang lain dalam analisis perusahaan tersebut.

Analisis merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam organisasi bisnis. Di dalam sistem pengendalian manajemen pada suatu organisasi bisnis analisis merupakan usaha yang dilakukan pihak manajemen untuk mengevaluasi hasil-hasil kegiatan yang telah dilaksanakan oleh masing-masing pusat pertanggungjawaban yang dibandingkan dengan tolak ukur yang telah ditetapkan.

Menurut Kasmir (2019), kinerja karyawan adalah hasil kerja dan tindakan yang dicapai dengan memenuhi tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam jangka waktu tertentu. Menurut Afandi (2018), kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara illegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

Karyawan front-stage berperan pada penjualan tatap-muka. Bentuk penjualan ini menimbulkan proses komunikasi secara langsung antara pelanggan dan karyawan frontstage. Wiraniaga berperan juga sebagai human attribute yang berfungsi sebagai pemasar untuk mempengaruhi calon konsumen, dan berkewajiban memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tawaran pasar dari sektor jasa seperti usaha retail dan pengecer, perlu selalu memantau kualitas layanan yang diberikan karyawannya kepada konsumen. Pertumbuhan semakin pesat terjadi pada pengecer produk-produk yang bersifat umum atau khusus.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Menurut Kotler & Keller (2016); Priansa (2018), menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pengukuran kepuasan

konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan konsumen, biasanya konsumen akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti konsumen bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat konsumen tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga konsumen tidak kecewa. Kinerja karyawan menjadi pondasi yang paling penting bagi suatu perusahaan. Semakin tinggi kinerja karyawan di perusahaan maka semakin bagus kualitas karyawan dan produk maupun jasa yang di miliki perusahaan tersebut.

Dalam menjalankan kegiatan yang ada di dalam perusahaan, menurut [Sumarni & Soeprihanto \(2014\)](#), salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan adalah manusia. Bahkan manusia memberikan kontribusi terbesar atau menjadi ujung tombak bagi keberhasilan perusahaan dibandingkan faktor lain seperti modal, bahan baku atau mesin. Dalam setiap instansi baik pemerintah maupun swasta dituntut agar selalu dapat menciptakan kinerja pegawai yang berpotensi, mampu untuk membangun dan meningkatkan kinerja dalam lingkungannya, mengoptimalkan serta mengelola sumber daya manusianya dengan baik untuk mengembangkan kinerja pelayanan.

CV. Citimart sebagai perusahaan ritel di Gunungsitoli dihadapkan pada tuntutan untuk memberikan pelayanan konsumen yang unggul. Pelanggan saat ini memiliki harapan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima. Jika perusahaan tidak mampu memenuhi harapan ini, pelanggan dapat beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman yang lebih baik.

Pelayanan konsumen yang unggul menjadi hal yang sangat relevan dan signifikan bagi CV. Citimart sebagai perusahaan ritel di Gunungsitoli. Peningkatan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan fenomena yang terjadi di sektor ritel dan industri layanan secara keseluruhan. Perubahan dalam perilaku konsumen dan perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan perusahaan. Pelanggan saat ini memiliki akses lebih besar terhadap informasi dan opsi pembelian, serta kemampuan untuk berbagi pengalaman mereka dengan cepat melalui media sosial dan platform ulasan. Hal ini memberikan kekuatan kepada pelanggan untuk mempengaruhi citra dan reputasi suatu perusahaan.

Pelanggan modern memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan teknologi yang memungkinkan mereka untuk melakukan riset sebelum melakukan pembelian. Mereka dapat dengan mudah membandingkan produk, harga, dan ulasan pelanggan sebelum membuat keputusan pembelian. Ketersediaan internet dan media sosial telah memberikan pelanggan platform yang kuat untuk berbagi pengalaman mereka. Mereka dapat dengan cepat mengungkapkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu perusahaan dan

produknya. Ulasan pelanggan yang diposting di media sosial, forum, atau situs ulasan memiliki pengaruh besar terhadap citra dan reputasi suatu perusahaan. Pendapat dan pengalaman pelanggan dapat dengan mudah disebarluaskan secara luas, baik positif maupun negatif, dan dapat berdampak signifikan pada persepsi publik terhadap perusahaan.

Dalam konteks ini, pelanggan menuntut pelayanan yang lebih dari sekadar transaksi komersial. Mereka mengharapkan pengalaman yang positif dan memuaskan saat berbelanja di CV. Citimart Gunungsitoli. Pelanggan ingin merasa dihargai, didengar, dan diberikan solusi yang cepat jika ada masalah. Mereka mencari interaksi yang personal dan pelayanan yang responsif, efisien, dan berkualitas tinggi. Pelayanan konsumen yang unggul dapat memberikan manfaat penting bagi CV. Citimart Gunungsitoli. Dengan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan jangka panjang dengan mereka. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Pelayanan konsumen yang unggul memiliki manfaat yang signifikan bagi CV. Citimart Gunungsitoli antara lain. Membangun hubungan yang kuat artinya Dengan memberikan pelayanan konsumen yang unggul, CV. Citimart dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggannya. Pelanggan yang merasa dihargai dan puas dengan pengalaman berbelanja mereka cenderung menjadi pelanggan setia dan kembali untuk melakukan pembelian berulang di perusahaan. Ini membantu menciptakan ikatan yang langgeng antara perusahaan dan pelanggan. Meningkatkan retensi pelanggan artinya pelanggan yang puas memiliki kecenderungan untuk tetap berbelanja di CV. Citimart dan tidak beralih ke pesaing.

Dengan memberikan pelayanan yang unggul, perusahaan dapat meningkatkan tingkat retensi pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis. Pelanggan setia juga cenderung menghabiskan lebih banyak uang dalam jangka waktu yang lebih lama, berkontribusi pada pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Meningkatkan citra dan reputasi artinya pelayanan konsumen yang unggul membantu memperbaiki citra dan reputasi perusahaan. Ketika pelanggan merasakan pengalaman positif, mereka cenderung memberikan ulasan dan rekomendasi yang baik kepada orang lain. Ulasan positif dan rekomendasi dari pelanggan puas dapat membantu membangun citra perusahaan yang baik di masyarakat, menarik minat calon pelanggan baru, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Mengurangi biaya pemasaran artinya pelanggan yang puas seringkali menjadi duta merek yang efektif. Mereka dengan sukarela mempromosikan CV. Citimart kepada orang lain, baik melalui rekomendasi langsung maupun melalui media sosial. Dalam jangka panjang, ini dapat mengurangi biaya pemasaran karena perusahaan bergantung pada promosi mulut ke mulut yang dihasilkan oleh pelanggan yang puas. Inovasi dan pengembangan produk artinya interaksi yang baik dengan pelanggan memungkinkan CV. Citimart untuk menerima umpan balik, saran, dan keluhan pelanggan secara langsung.

Hal ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan produk atau layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat mengembangkan inovasi yang relevan dan memenangkan persaingan di pasar. Dengan demikian, dengan memberikan pelayanan konsumen yang unggul, CV. Citimart Gunungsitoli dapat memperoleh manfaat jangka panjang seperti

retensi pelanggan yang tinggi, pertumbuhan bisnis, peningkatan citra perusahaan, serta penurunan biaya pemasaran.

Namun, jika CV. Citimart tidak mampu memenuhi harapan pelanggan atau menyediakan pelayanan yang kurang memuaskan, pelanggan dapat beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman yang lebih baik. Persaingan di sektor ritel dapat sangat ketat, dengan banyak opsi dan alternatif yang tersedia bagi konsumen. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan konsumen menjadi sangat penting bagi CV. Citimart untuk tetap bersaing dan bertahan di pasar.

Berdasarkan hasil observasi awal CV. Citimart Gunungsitoli, dapat diasumsikan bahwa CV. Citimart Gunungsitoli menghadapi beberapa permasalahan antara lain: kurangnya sistem penilaian kinerja contohnya adalah tidak ada catatan formal mengenai kinerja karyawan, sehingga sulit untuk melacak kemajuan dan pencapaian mereka, tidak adanya standar evaluasi yang jelas membuat sulit bagi manajemen untuk membandingkan kinerja karyawan secara objektif, ketidakjelasan mengenai kriteria penilaian kinerja dapat menyebabkan perbedaan persepsi antara manajemen dan karyawan. Kurangnya pemahaman tentang hubungan antara kinerja karyawan dan pelayanan konsumen contohnya adalah tidak ada analisis yang dilakukan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara kinerja karyawan dan kepuasan konsumen, tidak ada pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan konsumen terkait dengan kinerja individu atau tim karyawan. tidak adanya insentif atau penghargaan yang diberikan kepada karyawan yang memberikan pelayanan konsumen yang baik. Keterbatasan pelatihan dan pengembangan karyawan contoh karyawan tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga sulit bagi mereka untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen, kurangnya pelatihan komunikasi dan keterampilan interpersonal dapat menghambat kemampuan karyawan untuk berinteraksi dengan konsumen dengan baik, tidak adanya program pengembangan karir atau kesempatan pelatihan lanjutan dapat mengurangi motivasi karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pelayanan konsumen dan komunikasi yang buruk atau tidak efektif contohnya tidak ada mekanisme umpan balik yang terstruktur antara manajemen dan karyawan, sehingga sulit untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan individu, ketidakjelasan dalam memberikan instruksi atau harapan yang jelas kepada karyawan dapat menyebabkan kebingungan dan penurunan motivasi dan tidak adanya forum atau pertemuan reguler antara manajemen dan karyawan untuk membahas isu-isu pelayanan konsumen dan memberikan saran atau perbaikan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengangkat judul "Analisis Penilaian Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Pelayanan Konsumen pada CV. Citimart Gunungsitoli."

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk juga ilmu pendidikan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks,

meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami (Iskandar, 2019).

Penelitian kualitatif dimana peran peneliti adalah sebagai instrument kunci dalam mengumpulkan data, dan menafsirkan data. Alat pengumpulan data biasanya menggunakan pengamatan langsung, wawancara, studi dokumen. Sedangkan kesahihan dan keterandalan data menggunakan triangulasi dengan menggunakan metode induktif, hasil penelitian kualitatif lebih menkankan pada makna daripada generalisasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan secara detail hubungan hasil penelitian dengan indikator penelitian yang menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini, yaitu:

### *Kualitas Kerja*

Kualitas kerja merupakan salah satu aspek kunci dalam penilaian kinerja karyawan yang erat kaitannya dengan teori Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Menurut teori ini, kualitas kerja tidak hanya mencakup keahlian teknis dan produktivitas, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti motivasi, kepuasan kerja, dan pengembangan diri. Dalam konteks CV. Citimart Gunungsitoli, temuan dari wawancara dengan manajer, Ibu Elly, menegaskan bahwa perusahaan memperhitungkan kualitas kerja sebagai tolok ukur utama dalam penilaian kinerja.

Teori Manajemen SDM menekankan pentingnya pengelolaan bakat dan peningkatan kualitas kerja karyawan. Pemahaman mendalam terhadap kemampuan individu, pengembangan keterampilan, dan memberikan dukungan yang adekuat dapat meningkatkan kualitas kerja secara keseluruhan. Faktor-faktor motivasional, seperti pengakuan dan penghargaan, juga dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas kerja. Oleh karena itu, strategi manajemen SDM di perusahaan dapat diarahkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung perkembangan dan motivasi karyawan (Sedermayanti, 2017).

Selain itu, penerapan teori motivasi, seperti Teori Hierarchy of Needs dari Abraham Maslow, dapat membantu memahami bagaimana kebutuhan karyawan yang berbeda dapat memengaruhi kualitas kerja. Dengan memenuhi kebutuhan dasar seperti gaji dan keamanan pekerjaan, perusahaan dapat menciptakan dasar yang kuat untuk peningkatan kualitas kerja melalui pemenuhan kebutuhan tingkat lebih tinggi, seperti pengakuan dan peluang pengembangan. Dengan demikian, penerapan konsep-konsep dari Ilmu Manajemen SDM dapat memperkuat kualitas kerja karyawan, mengarah pada peningkatan kinerja individu dan organisasional secara keseluruhan.

### *Kuantitas*

Kuantitas dalam konteks penilaian kinerja karyawan menyoroti aspek produktivitas dan hasil kerja yang dapat diukur secara kuantitatif. Dalam teori Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), kuantitas sering kali dikaitkan dengan pemahaman yang mendalam terhadap tugas dan tanggung jawab karyawan, serta penerapan metode manajemen yang efisien. Dalam wawancara dengan manajer CV. Citimart Gunungsitoli, Ibu Elly, terlihat bahwa kuantitas menjadi parameter penting dalam penilaian kinerja karyawan di perusahaan tersebut.

Teori Ilmu Manajemen SDM menekankan pentingnya perencanaan, organisasi, pengarahan, dan pengendalian (POAC) sebagai landasan bagi pencapaian kuantitas yang diinginkan. Melalui penerapan prinsip-prinsip ini, perusahaan dapat memastikan bahwa karyawan memiliki pemahaman yang jelas tentang target kuantitatif yang harus dicapai. Selain itu, konsep-konsep manajemen kinerja, seperti pengaturan tujuan SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-Bound*), dapat memberikan arahan yang lebih terukur untuk pencapaian kuantitas yang diharapkan (Sedermayanti, 2017).

Lebih lanjut, integrasi teori motivasi, seperti Teori Expectancy dari Victor Vroom, dapat memberikan pandangan tentang bagaimana harapan terhadap hasil dan penghargaan dapat memotivasi karyawan untuk mencapai kuantitas yang optimal. Dengan merinci harapan karyawan dan memberikan imbalan yang sesuai, perusahaan dapat memastikan bahwa karyawan termotivasi untuk meningkatkan kuantitas kerja mereka. Sebagai hasilnya, kuantitas tidak hanya menjadi tujuan diukur, tetapi juga mencerminkan efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab karyawan. Oleh karena itu, penerapan teori Ilmu Manajemen SDM dapat memperkuat aspek kuantitatif dalam penilaian kinerja, mendorong pencapaian target yang diinginkan oleh perusahaan.

### ***Ketetapan Waktu***

Dalam konteks penilaian kinerja karyawan, ketepatan waktu menjadi unsur yang krusial dan seringkali menjadi fokus utama bagi perusahaan yang ingin memastikan kelancaran operasional. Teori Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) menawarkan berbagai konsep dan pendekatan untuk memahami serta meningkatkan ketepatan waktu karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka.

Salah satu teori yang relevan adalah Teori Kontingensi, yang mengemukakan bahwa tidak ada pendekatan manajemen yang universal, melainkan konteks organisasi yang menentukan strategi yang tepat. Dalam hal ketepatan waktu, konteks organisasi seperti CV. Citimart Gunungsitoli perlu memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja waktu karyawan. Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat mengimplementasikan strategi manajemen waktu yang sesuai dengan situasi tertentu (Priansa, et al., 2018).

Teori Manajemen Waktu, yang berkaitan dengan pengelolaan tugas dan prioritas, dapat memberikan landasan bagi perusahaan dalam mengembangkan kebijakan dan praktik yang mendukung ketepatan waktu. Memberikan pelatihan mengenai manajemen waktu kepada karyawan, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Anita dan Ibu Diana, supervisor di CV. Citimart Gunungsitoli, dapat menjadi salah satu solusi yang didukung oleh teori ini. Dengan memahami pentingnya mengatur prioritas, menghindari prokrastinasi, dan menangani gangguan dengan efektif, karyawan dapat meningkatkan ketepatan waktu dalam melaksanakan tugas mereka (Priansa, et al., 2018).

Dalam pandangan teori Motivasi, seperti Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, ketepatan waktu dapat dikaitkan dengan kebutuhan aktualisasi diri. Dengan memberikan pengakuan atas pencapaian dan ketepatan waktu, perusahaan dapat memotivasi karyawan untuk mencapai potensi maksimal mereka. Oleh karena itu, integrasi konsep-konsep ini dari teori Ilmu Manajemen

SDM dapat memberikan dasar yang kokoh untuk meningkatkan ketepatan waktu karyawan di CV. Citimart Gunungsitoli.

### *Efektifitas*

Efektivitas karyawan dalam menjalankan tugas dan mencapai tujuan perusahaan adalah aspek kritis dalam manajemen sumber daya manusia. Teori Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) menyediakan landasan untuk memahami dan meningkatkan efektivitas karyawan di berbagai tingkatan organisasi.

Salah satu teori yang relevan adalah Teori X dan Y dari Douglas McGregor. Teori X mengasumsikan bahwa karyawan cenderung malas dan butuh pengawasan ketat, sementara Teori Y percaya bahwa karyawan secara alami memiliki motivasi untuk bekerja dan dapat mencapai tingkat efektivitas yang tinggi jika diberi kesempatan. Mengadopsi pendekatan Teori Y, perusahaan dapat memberikan otonomi dan tanggung jawab kepada karyawan, menciptakan lingkungan kerja yang mendukung motivasi intrinsik, dan pada gilirannya, meningkatkan efektivitas (Mukarom & Laksana, 2016).

Teori Manajemen Kinerja, seperti yang disebutkan oleh Ibu Elly dalam wawancara, menekankan pada penetapan sasaran dan umpan balik berkelanjutan. Dengan menetapkan sasaran yang jelas dan memberikan umpan balik terstruktur, perusahaan dapat mendorong karyawan untuk mencapai efektivitas dalam pencapaian tujuan organisasi. Konsep manajemen kinerja ini selaras dengan teori-teori lain seperti Teori Reinforcement yang menyoroti pentingnya penghargaan dan hukuman dalam membentuk perilaku karyawan.

Teori Efisiensi dari Frederick Taylor juga dapat diterapkan dalam konteks efektivitas karyawan. Dengan mengevaluasi dan memperbaiki proses kerja, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada efektivitas karyawan. Integrasi berbagai teori ini dari Ilmu Manajemen SDM dapat memberikan pendekatan holistik untuk meningkatkan efektivitas karyawan di CV. Citimart Gunungsitoli.

### *Kemandirian*

Konsep kemandirian karyawan menjadi unsur penting dalam efektivitas organisasi. Teori Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) mengenai kemandirian karyawan melibatkan penerapan sejumlah konsep dan prinsip yang memfasilitasi perkembangan dan tanggung jawab individu.

Salah satu teori yang relevan dalam konteks kemandirian adalah Teori Empowerment. Teori ini menegaskan pentingnya memberdayakan karyawan dengan memberikan tanggung jawab, otoritas, dan kebebasan untuk mengambil keputusan. Kemandirian karyawan dapat diperkuat melalui pelatihan dan pengembangan, seperti yang disoroti oleh Ibu Anita dan Ibu Diana dalam wawancara. Teori ini menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa memiliki kendali atas pekerjaan mereka, meningkatkan motivasi dan komitmen terhadap hasil (Mukarom & Laksana, 2016).

Teori Kepemimpinan Transformasional juga dapat memainkan peran dalam meningkatkan kemandirian. Gaya kepemimpinan ini mencakup pengembangan visi bersama, memberikan inspirasi, dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan bersama. Dengan adanya pemimpin

yang mendukung kemandirian, karyawan cenderung lebih termotivasi untuk mengambil inisiatif dan bertanggung jawab atas tugas mereka.

Pendekatan berbasis kemandirian sesuai dengan visi perusahaan yang terungkap dalam wawancara. Integrasi prinsip-prinsip dari teori kemandirian dalam SDM dapat menciptakan lingkungan di CV. Citimart Gunungsitoli di mana karyawan merasa dihargai, berkembang, dan mampu berkontribusi secara mandiri terhadap pencapaian tujuan organisasi.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa perusahaan telah menerapkan berbagai solusi dalam penilaian kinerja karyawan, termasuk pelatihan dan bimbingan. Solusi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kerja, meningkatkan kuantitas output, memastikan ketepatan waktu, meningkatkan efektivitas, dan memajukan kemandirian karyawan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih banyak atas kerjasama baiknya dari semua pihak yang telah berkontribusi pada artikel ini, terutama kepada dosen pembimbing skripsi dan dewan penguji skripsi yang telah berbagi ilmu dan wawasan baru. Semoga artikel ini bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2018). *Konsep Kinerja dalam Konteks Bisnis yang Etis*. Penerbit Salemba: Jakarta.
- Allen, N. J., dan Meyer, J. P. (2007). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Amirullah. (2015). *Pengukuran Kinerja: Pendekatan dan Teknik*. Penerbit Scouper Pers: Bandung.
- Fadli, et al. (2018). *Sumber Daya Manusia: Peranannya dalam Organisasi*.
- Freddy. (2017). *Manfaat Pelayanan Konsumen: Membangun Loyalitas Pelanggan*. Slambe: Bandung.
- Indrasari. (2019). *Indikator Pelayanan Konsumen: Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Erlangga: Jakarta.
- Iskandar. (2019). Studi Kualitatif: Pendekatan untuk Memahami Fenomena Kompleks. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Kasmir. (2018). Penilaian Kinerja Karyawan: Pedoman dan Praktik Terbaik. Halaman 184 dalam buku yang tidak disebutkan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Kasmir. (2019). *Kinerja Karyawan: Definisi dan Implikasinya dalam Bisnis*. Salemba: Bandung.
- Kotler Philip & Keller Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi Duabelas, Jilid Satu, Cetakan Ketiga*. Penerbit: Indek, Jakarta
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2016). *Pelayanan Konsumen yang Efektif: Strategi dan Praktik Terbaik*. Media Sains Indonesia: Bogor.
- Mangkunegara. (2017). *Tujuan dan Metode Penilaian Kinerja*. Media Sains Indonesia: Bogor.
- Mukarom dan Laksana. (2016). *Pelayanan: Memahami dan Memenuhi Kebutuhan Konsumen*. Science Pers: Jakarta.
- Priansa, et al. (2018). "Kepuasan Konsumen: Membangun Hubungan yang Berkelanjutan dengan Pelanggan." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Randi. (2018). *Penelitian Terdahulu dalam Konteks Penelitian Anda*. Jakarta: Erlangga
- Robbins. (2016). *Indikator Penilaian Kinerja: Alat untuk Mengevaluasi Karyawan*. Salemba: Bandung.

- Prayudiawan, Hepi. (2016). Determinan Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada Bank BRI Cabang Kramat Jati Jakarta. *Sensi: jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 173-180. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3556>
- Sedermayanti. (2017). *Manfaat Kinerja Pegawai dalam Organisasi*. Media Sains Indonesia: Bogor.
- Sedermayanti. (2017). Proses Penilaian Kinerja: Langkah-langkah dan Implementasi. *Jurnal Ekonomi Berkelanjutan*.
- Sutopo. (2006). *Observasi: Teknik Penggalian Data dalam Penelitian*. Salemba: Bandung.
- Sutrisno. (2016). *Penggunaan Penilaian Kinerja dalam Manajemen*. Salemba: Bandung.
- Sugiono. (2018). *Data Sekunder: Sumber Informasi Tidak Langsung*. Salemba: Bandung.
- Sugiono. (2018). *Instrumen Penelitian: Alat untuk Pengukuran Fenomena*. Salemba: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Data Primer: Sumber Utama Informasi Penelitian*. Salemba: Bandung.