

Strategi Peningkatan Kompetensi dan Kinerja SDM Karyawan Toko Handphone

Strategy for Improving the Competence and Performance of Human Resources Employees in Mobile Phone Shops

Aulia Khusnul Khotimah & Henry Yuliamir*

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 16 Juli 2025; Direview: 15 September 2025; Disetujui: 11 Oktober 2025

*Corresponding Email: henry.yuliamir@stiepari.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis kualitas sumber daya manusia pada karyawan toko handphone di Bawen Kabupaten Semarang. Masalah difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pelayanan konsumen, penguasaan produk, dan kemampuan digital marketing yang dianggap berpengaruh dalam meningkatkan daya saing usaha. Guna mendekati masalah ini dipergunakan acuan teori dari manajemen sumber daya manusia, pemasaran, dan komunikasi pelayanan. Data-data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan karyawan serta pemilik toko, dan dokumentasi terkait strategi pemasaran yang diterapkan. Seluruh data dianalisis secara kualitatif melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan konsumen menjadi aspek dominan karena menentukan kepuasan dan loyalitas pembeli, sementara penguasaan produk berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen melalui pengetahuan detail spesifikasi dan manfaat produk. Di sisi lain, digital marketing meskipun porsinya lebih kecil, tetap penting sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran di era transformasi digital. Kajian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan toko handphone di Bawen tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi lebih pada integrasi pelayanan yang berkualitas, penguasaan produk yang memadai, serta pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pelayanan Konsumen; Penguasaan Produk; Digital Marketing; Sumber Daya Manusia; Toko Handphone.

Abstract

This article aims to analyze the quality of human resources among mobile phone store employees in Bawen, Semarang Regency. The problem is focused on three main aspects, namely customer service, product knowledge, and digital marketing skills, which are considered influential in enhancing business competitiveness. To approach this problem, the study refers to theories of human resource management, marketing, and service communication. Data were collected through field observations, in-depth interviews with employees and store owners, as well as documentation related to the marketing strategies applied. All data were analyzed qualitatively through reduction, presentation, and conclusion drawing. The results show that customer service is the dominant aspect, as it determines customer satisfaction and loyalty, while product knowledge plays an important role in building consumer trust by providing detailed information on product specifications and benefits. Meanwhile, digital marketing, although less dominant, remains essential as a tool to expand marketing reach in the digital transformation era. This study concludes that the success of mobile phone stores in Bawen is not solely determined by sales ability, but rather by the integration of quality customer service, adequate product knowledge, and the sustainable use of digital technology as a marketing strategy.

Keywords: Customer Service; Product Knowledge; Digital Marketing; Human Resources; Mobile Phone Store

How to Cite: Aulia Khusnul Khotimah & Henry Yuliamir. (2025). Strategy for Improving the Competence and Performance of Human Resources Employees in Mobile Phone Shops. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (2): 637-643.



PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset yang paling strategis dalam menunjang keberhasilan organisasi maupun perusahaan, termasuk pada sektor ritel telekomunikasi seperti toko handphone. Dalam konteks bisnis modern yang ditandai oleh tingkat persaingan tinggi, keberadaan SDM yang kompeten tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi justru menjadi faktor utama yang menentukan keberlangsungan usaha, peningkatan kualitas layanan, serta pencapaian kepuasan pelanggan (Armstrong, M., & Taylor, 2020). Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa SDM yang unggul akan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar, menguasai perkembangan teknologi, dan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen (Mathis, R. L., & Jackson, 2017).

Toko handphone memiliki peran strategis, tidak hanya sebagai tempat jual beli perangkat komunikasi, tetapi juga sebagai pusat layanan informasi, jasa perbaikan, serta penyedia aksesoris yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Posisi toko handphone di daerah berkembang seperti Bawen, Kabupaten Semarang, menjadi penting karena wilayah ini sedang mengalami pertumbuhan jumlah pengguna telepon seluler dan peningkatan permintaan akan layanan telekomunikasi. Kondisi ini menuntut karyawan untuk memiliki kompetensi yang memadai, baik dari segi pengetahuan produk, keterampilan komunikasi interpersonal, maupun kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional (L. Mathis, Robert & H. Jackson, 2011); (L. Mathis, Robert & H. Jackson, 2011).

Namun, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak karyawan toko handphone menghadapi kendala dalam aspek kompetensi. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan pemahaman terkait spesifikasi produk terbaru, kurangnya keterampilan komunikasi persuasif dalam melayani konsumen, serta lemahnya orientasi pada kualitas pelayanan. Kekurangan ini berpotensi menurunkan kinerja karyawan, berdampak negatif pada kepuasan pelanggan, bahkan berpengaruh pada daya saing toko di tengah maraknya bisnis ritel telekomunikasi yang semakin pesat di Kabupaten Semarang, khususnya wilayah Bawen. Tantangan ini semakin kompleks mengingat persaingan bukan hanya terjadi antar toko fisik, tetapi juga dengan platform e-commerce yang menawarkan harga kompetitif dan kemudahan transaksi (Hendrawan, H., & Susanti, 2023); (Kotler, P., & Keller, 2016).

Penelitian-penelitian terdahulu menekankan pentingnya kompetensi SDM terhadap peningkatan kinerja dan kepuasan pelanggan. (Pramono, S., Wahyudi, T., & Sari, 2023) menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi teknis dan soft skills karyawan memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja ritel telekomunikasi. Selanjutnya, (Pramono, S., Wahyudi, T., & Sari, 2023) menemukan bahwa pelatihan yang terstruktur mampu meningkatkan motivasi kerja sekaligus produktivitas karyawan di sektor ritel elektronik. Penelitian serupa oleh (Pramono, S., Wahyudi, T., & Sari, 2023) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam bisnis ritel sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara kompetensi karyawan, kualitas pelayanan, dan strategi komunikasi yang efektif. Temuan lain oleh (Suharto, R., & Wibowo, 2021) menyatakan bahwa kinerja karyawan erat kaitannya dengan sistem pengembangan SDM yang berbasis kompetensi.

Di sisi lain, (Hasibuan, 2016) menekankan pentingnya manajemen SDM dalam membangun kedisiplinan dan kinerja yang berorientasi pada hasil. (Sedarmayanti, 2018) menegaskan bahwa keberhasilan organisasi tidak dapat dilepaskan dari kualitas SDM yang mampu mengimplementasikan strategi bisnis. Dalam konteks pelayanan ritel, (R., 2013) menyebutkan bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh keterampilan interpersonal karyawan dalam memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Penelitian terbaru oleh (Sitorus et al., 2019) juga menggarisbawahi bahwa transformasi digital dalam bisnis ritel menuntut karyawan untuk lebih adaptif, kreatif, dan mampu mengintegrasikan teknologi dalam aktivitas pelayanan.

Kendati demikian, penelitian mengenai strategi peningkatan kompetensi dan kinerja SDM pada konteks toko handphone di daerah berkembang, khususnya Bawen Kabupaten Semarang, masih jarang ditemukan. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap kondisi lokal di mana toko handphone berperan penting sebagai penyedia layanan masyarakat, namun menghadapi tantangan dalam hal kualitas SDM yang belum optimal. Selain itu, penelitian ini tidak

hanya menyoroti hubungan kompetensi dengan kinerja, tetapi juga mencoba menggali strategi-strategi praktis yang dapat diterapkan pengelola toko dalam rangka meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan sesuai dinamika pasar lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi peningkatan kompetensi dan kinerja SDM karyawan toko handphone di Bawen, Kabupaten Semarang, serta memberikan rekomendasi praktis yang dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan keunggulan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, karena fokus penelitian diarahkan untuk menggali secara mendalam strategi peningkatan kompetensi dan kinerja sumber daya manusia (SDM) pada karyawan toko handphone di Bawen, Kabupaten Semarang. Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat memahami fenomena secara kontekstual, mendeskripsikan pengalaman para karyawan, serta menggali strategi pengelolaan SDM yang diterapkan oleh pemilik usaha (Creswell, 2018); (Moleong & Lexy, 2018).

Subjek penelitian terdiri atas karyawan toko handphone, pemilik atau pengelola toko, serta konsumen yang berinteraksi langsung dengan layanan toko. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti lama bekerja, pengalaman dalam melayani konsumen, dan keterlibatan dalam proses penjualan maupun pelayanan purna jual (Sugiyono, 2017).

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah	Kriteria Pemilihan
1	Karyawan Toko	6 orang	Telah bekerja ≥ 1 tahun, berinteraksi langsung dengan konsumen
2	Pemilik/Pengelola	2 orang	Bertanggung jawab atas manajemen SDM dan strategi toko
3	Konsumen	6 orang	Pernah melakukan transaksi dan menerima layanan toko

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama:

1. Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pedoman wawancara semi-terstruktur agar informan dapat memberikan jawaban terbuka.
2. Observasi partisipatif, yakni mengamati interaksi karyawan dengan konsumen, penerapan strategi pelayanan, serta dinamika kerja di toko.
3. Analisis dokumen, meliputi catatan penjualan, laporan evaluasi karyawan, serta arsip pelatihan dan program pengembangan SDM.

Tabel 2. Pertanyaan Wawancara

Informan	Pertanyaan Utama
Karyawan	Bagaimana pengalaman Anda dalam melayani konsumen? Apa kendala utama yang sering muncul? Menurut Anda, keterampilan apa yang paling dibutuhkan agar dapat meningkatkan kinerja?
Pemilik/Pengelola	Strategi apa yang telah dilakukan untuk meningkatkan kompetensi karyawan? Bagaimana Anda menilai keberhasilan pelatihan atau program pengembangan SDM?
Konsumen	Bagaimana penilaian Anda terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko? Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan agar layanan toko lebih memuaskan?

Data dianalisis dengan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006), yaitu melalui tahapan: (1) mengorganisasi data hasil wawancara, observasi, dan dokumen; (2) membaca data secara menyeluruh untuk memperoleh pemahaman awal; (3) mengidentifikasi kode dan kategori; (4) mengembangkan tema; (5) menafsirkan temuan sesuai tujuan penelitian.



Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan data dari berbagai informan serta teknik pengumpulan. Validasi juga dilakukan melalui member checking, dengan meminta konfirmasi hasil wawancara kepada informan agar interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman yang sebenarnya ((L.J Moleong, 2022).

Dengan metode penelitian ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai strategi peningkatan kompetensi dan kinerja SDM karyawan toko handphone di Bawen, Kabupaten Semarang, serta menghasilkan rekomendasi praktis yang relevan bagi pengembangan ritel telekomunikasi di daerah berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, informan dalam penelitian ini terdiri dari karyawan toko handphone di Bawen, Kabupaten Semarang. Informan dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan variasi usia, tingkat pendidikan, serta lama pengalaman kerja agar mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi sumber daya manusia di sektor perdagangan perangkat telekomunikasi.

Tabel 3. Karakteristik Informan

No	Usia	Pendidikan	Lama Bekerja
1	23	SMA	2 tahun
2	28	D3	5 tahun
3	32	S1	7 tahun
4	21	SMA	1 tahun

Sumber: Data Primer (2025)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan berada pada usia produktif (21–32 tahun), yang menurut teori manajemen SDM merupakan usia dengan tingkat energi dan adaptabilitas tinggi. Dari sisi pendidikan, terdapat variasi mulai dari SMA hingga S1, yang menggambarkan tingkat heterogenitas kompetensi dasar karyawan. Hal ini penting karena tingkat pendidikan berhubungan erat dengan kemampuan kognitif, daya serap terhadap inovasi, serta potensi pengembangan karier.

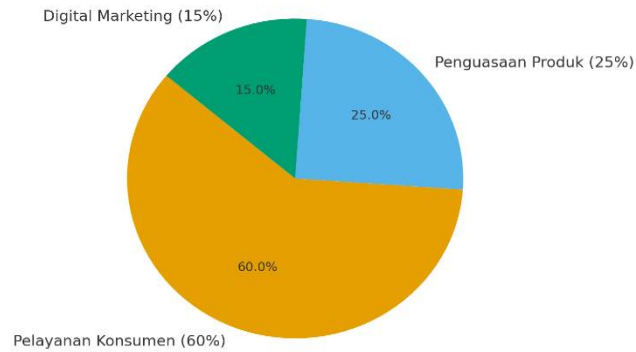
Bahwa usia muda dan pendidikan formal merupakan modal penting dalam peningkatan kompetensi sumber daya manusia di sektor perdagangan. Selain itu, variasi pengalaman kerja (1–7 tahun) memperlihatkan adanya kombinasi antara karyawan junior yang masih belajar dengan karyawan senior yang memiliki pengalaman lebih luas, sehingga dapat saling melengkapi dalam tim kerja.

Kompetensi dan Keterampilan Karyawan

Berdasarkan hasil wawancara, kompetensi utama karyawan dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu:

1. Pelayanan Konsumen, mayoritas karyawan mampu memberikan pelayanan dasar, seperti menyambut pelanggan, memberikan informasi produk, dan melakukan transaksi penjualan.
2. Penguasaan Produk, sebagian besar karyawan memahami spesifikasi handphone, aksesoris, dan layanan purna jual, meskipun masih ada keterbatasan dalam menjelaskan keunggulan dibandingkan produk kompetitor.
3. Keterampilan Komunikasi, karyawan mampu berinteraksi dengan pelanggan secara sopan dan ramah, namun belum sepenuhnya mampu menerapkan teknik persuasi dan negosiasi dalam meningkatkan penjualan.

Namun demikian, ditemukan keterbatasan signifikan dalam penguasaan digital marketing dan teknik penjualan online. Padahal, perilaku konsumen saat ini semakin banyak beralih pada platform digital (marketplace, media sosial, dan e-commerce). Kesenjangan ini menandakan perlunya intervensi pelatihan khusus agar karyawan mampu beradaptasi dengan transformasi digital di sektor ritel.



Gambar 1. Peta Kompetensi Karyawan Toko Handphone di Bawen

Sumber: Data Primer (2025)

(Diagram: 60% pelayanan konsumen, 25% penguasaan produk, 15% digital marketing)

Hasil ini memperlihatkan adanya gap antara kebutuhan pasar dengan kemampuan aktual karyawan. Keterampilan digital merupakan faktor penentu keberhasilan usaha ritel di era transformasi teknologi. Dengan demikian, toko handphone di Bawen perlu melakukan program pelatihan terstruktur yang mencakup literasi digital, pemasaran berbasis media sosial, serta strategi komunikasi online.

Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Hasil wawancara mendalam menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi kinerja karyawan, yaitu:

Tabel 4. Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Faktor Utama	Deskripsi Temuan Lapangan
Motivasi Kerja	Karyawan termotivasi oleh insentif penjualan dan komisi, meskipun belum ada skema penghargaan non-finansial yang jelas.
Lingkungan Kerja	Hubungan antar karyawan cukup baik dan kondusif, namun fasilitas kerja terbatas (misalnya kurangnya ruang istirahat dan peralatan pendukung).
Dukungan Manajemen	Manajemen memberikan arahan dan supervisi, tetapi kurang optimal dalam penyediaan pelatihan dan kesempatan pengembangan diri.

Sumber: Data Primer (2025)

Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi finansial (komisi/insentif) masih menjadi faktor dominan yang mendorong kinerja. Namun, aspek lain seperti keterbatasan fasilitas dan minimnya pelatihan membuat proses pengembangan kompetensi karyawan berjalan lambat. Yang menekankan bahwa keseimbangan antara motivasi finansial dan pengembangan kompetensi merupakan kunci keberhasilan pengelolaan SDM di sektor ritel.

Selain itu, dukungan manajemen yang lebih fokus pada pengawasan dibandingkan pembinaan juga berdampak pada rendahnya inisiatif karyawan untuk meningkatkan keterampilan baru. Artinya, masih diperlukan perubahan pendekatan manajerial yang lebih partisipatif dan berorientasi pada peningkatan kualitas SDM.

Berdasarkan temuan lapangan, terdapat beberapa implikasi strategis terkait pengembangan sumber daya manusia di toko handphone Bawen, yaitu:

1. Peningkatan Keterampilan Digital

- 1) Pelatihan e-commerce, pemasaran berbasis media sosial, serta penggunaan aplikasi CRM (Customer Relationship Management).
- 2) Penyediaan workshop praktis untuk pengelolaan toko online dan promosi produk melalui platform digital.

2. Penguatan Keterampilan Komunikasi Pemasaran



- 1) Pelatihan teknik komunikasi persuasif, negosiasi, dan manajemen pelanggan (customer handling).
 - 2) Pengembangan kemampuan storytelling dalam menjelaskan keunggulan produk agar lebih menarik bagi konsumen.
 3. Penyediaan Lingkungan Kerja yang Mendukung
 - 1) Peningkatan fasilitas kerja (ruang istirahat, peralatan display, sistem kasir modern).
 - 2) Penerapan budaya kerja kolaboratif untuk memperkuat hubungan antar karyawan dan manajemen.
- Implementasi strategi ini diyakini dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing toko handphone di kawasan Bawen. Dengan SDM yang terampil dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, toko dapat merespons perubahan perilaku konsumen dan mengembangkan model bisnis yang lebih berkelanjutan.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas sumber daya manusia pada karyawan toko handphone di Bawen Kabupaten Semarang merupakan faktor penentu utama dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing usaha. Terdapat tiga aspek mendasar yang memengaruhi kualitas tersebut, yaitu pelayanan konsumen, penguasaan produk, dan kemampuan digital marketing. Pelayanan konsumen menempati posisi paling dominan karena menjadi garda terdepan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan, di mana sikap ramah, komunikasi yang efektif, empati, serta kecepatan dalam merespons kebutuhan pembeli mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, penguasaan produk berperan penting sebagai landasan bagi karyawan dalam memberikan informasi yang jelas, tepat, dan meyakinkan mengenai spesifikasi, keunggulan, serta perbedaan produk, sehingga konsumen merasa lebih percaya dan yakin dalam mengambil keputusan pembelian. Di sisi lain, kemampuan digital marketing masih perlu ditingkatkan karena keberadaannya kini menjadi bagian vital dari strategi pemasaran modern, terutama dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, memperkenalkan produk secara lebih efektif, serta menghadirkan interaksi yang berkelanjutan dengan konsumen. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan toko handphone di Bawen tidak hanya bergantung pada keterampilan menjual secara langsung, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh sinergi antara kualitas pelayanan yang prima, pemahaman produk yang mendalam, dan optimalisasi strategi pemasaran digital. Ketiga aspek tersebut menjadi satu kesatuan yang harus diperkuat secara berkelanjutan agar toko mampu bersaing di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Handbook of Human Resource Management Practice (15th ed.)*.
Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
Hasibuan, N. A. (2016). *Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Dukungan Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Pelabuhan Indonesia I Medan*. repositori.usu.ac.id.
Hendrawan, H., & Susanti, M. (2023). Penerapan Digital Business Models pada UMKM Batik: Studi Kasus di Pekalongan. *Journal of Digital Business Development*, 3(4), 121-134.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
L. Mathis, Robert & H. Jackson, J. (2011). *Human Resource Management*. Salemba Empat.
L.J Moleong. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret).
Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2017). Human Resource Management: Essential Perspectives. In *Cengage Learning*.
Moleong, J., & Lexy. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*.
Pramono, S., Wahyudi, T., & Sari, D. (2023). E-Government implementation, work ability, and innovative behavior in public service quality. *Public Administration Review*, 38(2), 150-168.
R., L. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Jakarta: Salemba Empat*.
Sedarmayanti. (2018). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. In *Bandung: Mandar Maju*.

- Sitorus, R. R., NUgrahaningsih, H., Yani, A. S., & Gunawan, G. U. (2019). Pengaruh Komitmen Organisasi dan Cyberloafing Terhadap Kinerja Karyawan yang Dimoderasi Oleh Prosedur Kerja (SOP). *Media Manajemen Jasa*, 7(2), 18–33.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Suharto, R., & Wibowo, T. (2021). "Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Industri Perhotelan." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 45-60.