

Apriliana¹⁾, Sukaris²⁾

^{1,2)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

^{1,2)}aprilianann@gmail.com, sukaris21@umg.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify service quality factors and identify ways that can be done to improve service quality. This research was conducted at CV.Singoyudho Nusantara which is located in Betojokauman Village, Betojokauman Village, Manyar Gresik District, East Java. This type of research is descriptive qualitative research. The data source used is the primary data source. Retrieval of data in this study using observation, interviews, and documents. The results that can be concluded in this study identify the quality of service that must be implemented by suppliers, namely being listed as a vendor who has AK3 and CSMS certificates, implementing 6 on namely on safety, on time, on scope, on quality, on cost and on clean, has work experience, the qualifications of the quality of the goods as evidenced by material tests and the speed of delivery and the payment system in the form of non-cash invoices. CV.Singoyudho Nusantara has implemented service quality, in the form of Reliability: levering accuracy, delivery speed is able to accommodate urgent goods. Assurance: polite appearance and in accordance with speech. Responsiveness: always responds quickly when problems occur. Assurance: always maintain politeness in both behavior and speech. Empathy: responsive and fast in communication. To increase customer satisfaction, the methods or strategies that can be implemented are to avoid miscommunication between CV.Singoyudho and customers, always respond quickly when contacted by customers and improve service quality according to standards in customer companies.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kualitas pelayanan dan mengidentifikasi cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan di CV.Singoyudho Nusantara yang beralamatkan di Desa Betojokauman, Kelurahan Betojokauman Kecamatan Manyar Gresik Jawa Timur. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumen. Hasil yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini Identifikasi kualitas layanan yang harus diterapkan *supplier* yaitu tercatat sebagai vendor yang memiliki sertifikat AK3 dan CSMS, menerapkan 6 *on* yaitu *on safety*, *on time*, *on scope*, *on quality*, *on cost* dan *on clean*, memiliki pengalaman pekerjaan, kualifikasi kualitas barang yang dibuktikan dengan uji material serta kecepatan pengiriman dan sistem pembayaran berupa tagihan tidak secara *cash*. CV.Singoyudho Nusantara telah menerapkan kualitas layanan, berupa *Reliability*: ketepatan *levering*, kecepatan pengiriman mampu mengakomodir barang yang bersifat *urgent*. Bukti Fisik: penampilan sopan dan sudah sesuai APD. *Responsiveness*: selalu merespon dengan cepat jika terjadi kendala. *Assurance*: selalu menjaga kesopanan baik tingkah laku maupun tutur kata. *Empathy*: tanggap dan cepat dalam komunikasi. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan cara atau strategi yang bisa dilakukan yaitu menghindari terjadinya miskomunikasi antara CV.Singoyudho dan pelanggan, selalu *fast respon* jika dihubungi oleh pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan *standar* di perusahaan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan (*Reliability*; Bukti Fisik; *Responsiveness*; *Assurance*; *Empathy*); Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Berkembang pesatnya sektor industri konstruksi di Indonesia khususnya di daerah Jawa Timur, membuat perusahaan bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat ini, agar perusahaan mampu bertahan di situasi seperti sekarang ini para pelaku usaha mempunyai cara yang beragam untuk mencapai visi, misi serta motto perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya jumlah perusahaan konstruksi setiap tahunnya di daerah Jawa Timur.

| Provinsi | 2021 | 2020 | 2019 |
|-------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | Banyaknya Perusahaan Konstruksi | Banyaknya Perusahaan Konstruksi | Banyaknya Perusahaan Konstruksi |
| | Jumlah | Jumlah | Jumlah |
| DKI JAKARTA | 14 505 | 9 714 | 10 092 |
| JAWA BARAT | 12 884 | 11 098 | 11 908 |
| JAWA TENGAH | 15 961 | 11 453 | 11 895 |
| JAWA TIMUR | 24 596 | 19 430 | 20 838 |

Sumber: BPS,2022

Gambar 1 Banyaknya Perusahaan Konstruksi

CV. Singoyudho Nusantara adalah Perusahaan bergerak di bidang *General Supplier, Mechanical, Electrical Contractor*. Sesuai dengan Motto perusahaan yaitu melayani pelanggan demi kepuasan pelanggan, perusahaan senantiasa memberikan kualitas layanan yang terbaik kepada semua

pelanggannya. Terbukti CV. Singoyudho Nusantara mampu menjadi rekanan yang masih aktif mensuplai kebutuhan barang maupun jasa di Pembangkit Listrik di Indonesia. Berikut penilaian performance supplier untuk CV. Singoyudho Nusantara tahun 2020 dan 2021.

Tabel 1
Laporan Penilaian Performance Supplier

| Laporan Penilaian Performance Supplier untuk CV.Singoyudho Nusantara | |
|--|------|
| Hasil Penilaian Pelanggan 2020 | 3,47 |
| Hasil Penilaian Pelanggan 2021 | 2,95 |

Sumber : Laporan Performance Supplier CV. Singoyudho Nusantara (2022)

Berdasarkan perolehan hasil penilaian pada tabel di atas dapat dikatakan bahwa CV. Singoyudho Nusantara mengalami penurunan penilaian dari pelanggan setahun terakhir ini. Dengan demikian CV. Singoyudho Nusantara diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu dalam lima tahun terakhir telah dilakukan penelitian terkait dengan kualitas layanan pada sektor jasa konstruksi seperti Hidayat dan Sulistyani, (2021); Najmi (2021) ; Sisdiyantoro dan Marendhika, (2019); Yuanitasari, Wardoyo dan Indarto, (2019); Imanda, (2017).

Namun demikian penelitian-penelitian tersebut masih menggunakan metode penelitian kuantitatif dan masih banyak yang belum melakukan penelitian terkait kualitas layanan pada *Business to Business (B2B)* secara langsung, oleh karenanya penelitian ini ingin menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumenter untuk menganalisa kualitas layanan pada CV. Singoyudho Nusantara.

Hidayat dan Sulistyani, (2021) “mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen”.

Menurut Utami, dkk (2019:128) “lima dimensi kualitas layanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu : keandalan (*reliability*) adalah ketika perusahaan mampu menyediakan jasa atau layanan seperti yang dijanjikan dari waktu ke waktu, terukur (*tangible*) terukur memiliki arti bahwa jasa atau layanan yang ditawarkan memiliki fasilitas fisik penyedia, lokasi web, peralatan, pribadi dan material komunikasi yang riil, responsivitas (*responsiveness*) adalah ketika karyawan perusahaan dapat memberikan bantuan

dan mampu menyediakan pelayanan dengan cepat, Jaminan (*assurance*) adalah ketika karyawan dapat memberikan pelayanan yang cukup mencakup pengetahuan, kesopanan, kompetensi, dan dapat dipercaya, Empati (*empathy*) adalah ketika perusahaan penyedia jasa layanan memberikan perhatian mendalam dan bersifat personal”.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa kualitas layanan pada CV. Singoyudho Nusantara yang bergerak dibidang *General Supplier, Mechanical, Electrical Contractor*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kualitas pelayanan pada CV. Singoyudho Nusantara, dan Mengidentifikasi cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan CV. Singoyudho Nusantara.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Wijaya, (2018:9) “Kualitas barang dan jasa didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan atau atribut-atribut tertentu”.

Sedangkan menurut Indrasari, (2019:54) “kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan”.

“Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen” Garvin (1988) dalam Indrasari (2019:54). “Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal, namun dari lima definisi kualitas diatas terdapat beberapa persamaan, yaitu elemen-elemen sebagai berikut : (a) Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. (b) Kualitas mencakup produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan. (c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)” Nasution dalam Indrasari (2019:55).

Menurut Kotler dalam Muhtosim dalam Indrasari (2019:55) “mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Suatu barang dan jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut”.

Menurut Indrasari, (2019:57) “pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain”.

Menurut R.A Supriyono dalam Indrasari (2019:57) “pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswarna dalam Indrasari, (2019:58) “definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering”.

Menurut Indrasari (2019:61) “kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat diubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada

pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan”.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61), “kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan”. Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61), “definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Indrasari, (2019:61) “kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan”.

Kualitas pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi dalam Indrasari, (2019:62) “menurut *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan yang menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan”.

Menurut Indrasari, (2019:62) “Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Menurut Wijaya, (2018:11) “Ada delapan dimensi kualitas, yaitu: (a) Kinerja/*Performance*,

yaitu tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk, (b) Keindahan/*Aesthetic*. Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk serta penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa, (c) Kemudahan perawatan dan perbaikan/*Serviceability*. Berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk, (d) Keunikan/*Features*, yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis. (e) Reliabilitas. Reliabilitas adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu, (f) Daya tahan/*Durability*. Didefinisikan sebagai umur manfaat dari fungsi produk, (g) Kualitas kesesuaian/*Quality Of Conformance*. Yaitu ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan”.

Menurut Kotler dalam Indrasari, (2019:66) “menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : (a) Bukti fisik, penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi, (b) Empati, kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, (c) Keandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya, (d) Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan, (e) Jaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan”.

Menurut Utami, Pranatasari, Sudyasjayanti (2019:128). “Berikut lima dimensi kualitas layanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan: (a) Keandalan (*Reliability*), Keandalan adalah ketika perusahaan mampu menyediakan jasa atau layanan seperti yang dijanjikan dari waktu ke waktu. Keandalan merupakan kinerja perusahaan untuk memberikan teknik layanan yang efektif dengan cepat, akurat dan memuaskan, (b) Terukur (*Tangibles*), Terukur memiliki arti bahwa jasa atau layanan yang ditawarkan memiliki fasilitas fisik penyedia, lokasi web, peralatan, pribadi dan material komunikasi yang riil. Dimensi ini disebut juga sebagai bukti fisik (*tangibles*). Bukti fisik (*tangibles*) antara lain berupa fasilitas fisik, perlengkapan, sumber daya manusia dan sarana komunikasi., (c) Responsivitas (*Responsiveness*), Responsivitas adalah ketika karyawan perusahaan dapat memberikan bantuan dan mampu menyediakan pelayanan dengan cepat. Beberapa referensi menyebut responsivitas dengan istilah daya tanggap (*responsive*) yaitu adanya kemauan yang tanggap dalam membantu konsumen, (d) Jaminan (*Assurance*), Jaminan adalah ketika karyawan dapat

memberikan pelayanan yang cukup mencakup pengetahuan, kesopanan, kompetensi, dan dapat dipercaya. Hal ini merupakan bentuk pertanggungjawaban dalam melindungi pelanggan dan menghindarkan pelanggan dari sesuatu yang tidak diinginkan, (e)Empati (*Empathy*), Empati adalah ketika perusahaan penyedia jasa layanan memberikan perhatian mendalam dan bersifat personal. Bentuk-bentuk empati yang biasanya dimunculkan antara lain kemudahan yang terjadi dalam menjalin relasi, komunikasi, dan persepsi akan kebutuhan pelanggan”.

Menurut Kotler & Keller (2009:138) “kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang”.

Menurut Indrasari (2019:82) “memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan”.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Objek penelitian ini ialah CV. Singoyudho Nusantara perusahaan bergerak dibidang *general supplier, mechanical, electrical contractor* yang berlokasi di Desa Betoyokauman, Kelurahan Betoyokauman Kecamatan Manyar Gresik Jawa Timur. Tujuan penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor kualitas layanan dan mengidentifikasi cara apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada CV. Singoyudho Nusantara. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu analisa kualitas layanan. Dengan informan berjumlah 6 (enam) orang yaitu Direktur CV. Singoyudho Nusantara dan lima pelanggan. Sumber data pada penelitian ini merupakan data primer yang berupa output wawancara dengan pihak CV.Singoyudho Nusantara dan para pelanggan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari pihak CV.Singoyudho Nusantara dan para pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

CV. Singoyudho Nusantara merupakan Perusahaan kontraktor bergerak di bidang *General Supplier, Mechanical, Electrical Contractor* beralamatkan di Desa Betojokauman, Kelurahan Betojokauman Kecamatan Manyar Gresik Jawa Timur. CV.Singoyudho Nusantara masih aktif mensuplai kebutuhan barang maupun jasa di Pembangkit Listrik di Indonesia yaitu di PT PJB (Pembangkitan Jawa-Bali), PT IP (Indonesia Power), & PT PLN Persero. CV.Singoyudho Nusantara berdiri pada tanggal 31 Maret 2015 dengan direktur utama Zainul Kholidin Rizali S.pd merupakan lulusan Pendidikan Teknik Mesin di Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Untuk dapat memperoleh pekerjaannya di Pembangkit Listrik Indonesia CV. Singoyudho Nusantara memiliki beberapa dokumen perusahaan sebagai persyaratan antara lain: (1) Akta Pendirian (2) Nomor Induk Berusaha (3) NPWP (4) Pengusaha Kena Pajak (5) SBU (Sertifikat Badan Usaha) (6) KADIN (7) Domisili (8) Sertifikat Ahli K3 (9) *Company Profile*.

Dalam penelitian ini ditemukan ada beberapa identifikasi kualitas layanan yang harus diterapkan oleh para *supplier*, pelanggan 1 menyatakan bahwa secara *corporate supplier* harus menerapkan 6 *on* yaitu *on safety, on time, on scope, on quality, on cost* dan *on clean*. Pelanggan 2 menyatakan bahwa *supplier* tersebut harus sudah terdaftar di perusahaannya dan memiliki pengalaman kerja sejenis. Pelanggan 3 menyatakan bahwa kualifikasi kualitas barang harus sesuai dengan permintaan dibuktikan dengan pengujian material dan kecepatan pengiriman. Pelanggan 4 menyatakan bahwa harus tercatat sebagai vendor, memiliki sertifikat AK3 dan CSMS. Pelanggan 5 menyatakan bahwa Pembayaran dalam bentuk tagihan tidak *cash* mau menunggu 2 sampai 4 minggu,. Dalam hal temuan ini sejalan dengan Wijaya (2018:9) yang mengatakan bahwa “Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan atau atribut-atribut tertentu”.

Hasil temuan dalam penelitian ini berupa kualitas layanan yang diberikan CV.Singoyudho Nusantara. Direktur CV. Singoyudho Nusantara mengatakan bahwa selama ini untuk layanan yang diberikan berupa menjamin spesifikasi barang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, selalu mengutamakan kecepatan pengiriman, melakukan koordinasi yang baik dengan pelanggan, serta memberikan garansi pada barang atau jasa yang dikerjakan. Strategi yang dilakukan berupa selalu tanggap dan cepat untuk selalu mengerti apa kemauan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat, menyikapi kemauan pelanggan dengan sabar, pendekatan secara personal dengan aktif menanyakan apakah ada kebutuhan barang dan jasa lagi yang bisa dikerjakan. Dan melakukan penerapan kualitas

layanan yang diberikan yaitu sebelum barang dikirim dicek terlebih dahulu dimensi atau spesifikasi apa sudah sesuai dengan permintaan pelanggan, apabila terjadi ketidaksesuaian maka akan di *return* ulang. Hal ini sejalan dengan Kotler dan Amstrong dalam Indrasari (2019:61) mengatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan”.

Temuan kualitas barang atau jasa menurut pelanggan CV.Singoyudho Nusantara. Pelanggan 1 menyatakan bahwa dari sisi ketepatan *levering* material dan kecepatannya cukup baik. Pelanggan 2 menyatakan bahwa untuk kualitas barang dan jasa cukup baik sesuai dengan permintaan *user*. Pelanggan 3 menyatakan bahwa kualitas dari pekerjaan atau barang yang didatangkan bisa diatas rata-rata atau tidak mengecewakan bisa dibilang bagus. Pelanggan 4 menyatakan bahwa sampai saat ini tidak ada masalah terkait kualitas barang ya memang ada beberapa yang kurang ketepatan waktunya tapi tidak mengurangi dari waktu yang kita berikan masih ada *schedule* yang aman untuk sementara ini singoyudho tidak ada masalah. Pelanggan 5 menyatakan bahwa cukup baik bisa *mengakomodir consumable* yang sifatnya *urgent*. Hal ini sejalan dengan Utami dkk (2019:128) yang mengatakan bahwa “Keandalan (*Reliability*), Keandalan adalah ketika perusahaan mampu menyediakan jasa atau layanan seperti yang dijanjikan dari waktu ke waktu. Keandalan merupakan kinerja perusahaan untuk memberikan teknik layanan yang efektif dengan cepat, akurat dan memuaskan”.

Penampilan merupakan bagian dalam layanan diketahui penerapan dari CV.Singoyudho Nusantara, Direktur CV. Singoyudho Nusantara mengatakan bahwa ada peraturan mengenai SOP Seragam yaitu selalu memakai pakaian yang rapi dan sopan untuk urusan administrasi dan untuk pekerjaan jasa diwajibkan memakai *wearpack* dan APD yang sesuai dengan *standar* yang ditetapkan pelanggan. Berikut ini hasil penilaian pelanggan untuk CV.Singoyudho Nusantara. Pelanggan 1 menyatakan bahwa baik sesuai dengan APD ketika melakukan *site visit* atau sedang melakukan pekerjaan di *local site*. Pelanggan 2 menyatakan bahwa penampilan karyawan cukup baik sesuai

dengan kondisi yang dihadapi contohnya saat di lapangan atau *site* para karyawan sudah dilengkapi dengan APD. Pelanggan 3 menyatakan bahwa karyawan singoyudho sangat memahami *safety* 5s dan semua peraturan dilapangan. Pelanggan 4 menyatakan bahwa penampilan bagus dilapangan sudah menerapkan terkait *safety* termasuk perlengkapan peralatan bekerja. Pelanggan 5 menyatakan bahwa sudah cukup baik. Hal ini sejalan dengan dimensi yang harus dipenuhi kualitas pelayanan Kotler dalam Indrasari (2019:66) mengatakan bahwa “Bukti fisik : penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi”.

Layanan yang diberikan CV. Singoyudho Nusantara yaitu respon yang cepat, Direktur CV.Singoyudho Nusantara mengatakan bahwa selalu menanggapi dan merespon dengan cepat jika terjadi kendala atau *trouble* dari barang atau jasa yang diberikan untuk barang kalau memungkinkan *repair* akan kami *repair* kalau tidak akan kami ganti dengan barang yang baru, untuk jasa jika hasil pengelasan dari hasil pengujian *X-ray* terbukti tidak bagus maka akan kami *repair* sampai hasil benar-benar bagus. Hal ini terbukti dari hasil tanggapan pelanggan. Pelanggan 1 menyatakan bahwa material yang didatangkan tidak sesuai dengan permintaan dan langsung mendapat respon untuk penggantian material tersebut. Pelanggan 2 menyatakan bahwa cukup sigap dibuktikan pada saat ada pengiriman barang yang kurang sesuai bisa langsung di respon. Pelanggan 3 menyatakan bahwa belum ada kendala dari barang atau jasa yang dikerjakan. Pelanggan 4 menyatakan bahwa memang ada kendala misalnya keterlambatan pengiriman dari segi spesifikasi kualitas barang sudah bagus harus lebih ditingkatkan terkait komunikasi. Pelanggan 5 menyatakan bahwa ketersediaan barang tanggapan tidak mensuplai barang tersebut. Hal ini sejalan dengan Utami dkk (2019:129) mengatakan bahwa “Responsitas (*Responsiveness*), adalah ketika karyawan perusahaan dapat memberikan bantuan dan mampu menyediakan pelayanan dengan cepat”.

Layanan lain yang diberikan yaitu kesopanan karyawan, Direktur CV. Singoyudho Nusantara mengatakan bahwa bekal untuk karyawan yaitu selalu menjaga kesopanan baik tingkah laku dan tutur kata, jangan pernah membandingkan perusahaan lain dengan perusahaan kita demi untuk menarik minat pelanggan. Hal ini terbukti dengan hasil tanggapan pelanggan. Pelanggan 1 menyatakan bahwa selama ini singoyudho dapat menjaga kesopanan dalam berinteraksi. Pelanggan 2 mengatakan bahwa cv.singoyudho sudah sangat sopan sekali. Pelanggan 3 mengatakan bahwa karyawan CV.Singoyudho memiliki sopan santun atau tata krama yang baik. Pelanggan 4 menyatakan bahwa CV.Singoyudho baik dan sopan. Pelanggan 5 menyatakan bahwa cenderung memilih *supplier* yang akrab. Hal ini sejalan dengan Utami dkk

(2019:130) mengatakan bahwa “Jaminan (*Assurance*) adalah ketika karyawan dapat memberikan pelayanan yang cukup mencakup pengetahuan, kesopanan, kompetensi, dan dapat dipercaya. Hal ini merupakan bentuk pertanggungjawaban dalam melindungi pelanggan dan menghindarkan pelanggan dari sesuatu yang tidak diinginkan”.

Komunikasi merupakan layanan yang penting dari CV.Singoyudho terbukti bahwa Direktur CV.Singoyudho Nusantara mengatakan mengangkat telepon atau membalas pesan dari pelanggan sangat penting karena kita diharapkan oleh pelanggan terhadap barang atau jasa yang diberikan. Hal ini terbukti dengan hasil tanggapan pelanggan. Pelanggan 1 menyatakan bahwa dalam hal komunikasi CV.Singoyudho cukup tanggap dan itu dibuktikan pada saat kami membutuhkan barang yang bersifat *emergency*. Pelanggan 2 mengatakan bahwa respon dari CV.Singoyudho cukup baik, pernah saya buktikan juga pada saat saya membutuhkan barang yang bersifat *urgent* pihak CV. Singoyudho mampu memberikan pelayanan yang baik dan cepat. Pelanggan 3 menyatakan bahwa karyawan CV.Singoyudho sangat *fast* respon bila dihubungi. Pelanggan 4 menyatakan bahwa ada sedikit hambatan keterkaitan komunikasi, kadang juga *slow respon* berikutnya langsung menghubungi kembali. Pelanggan 5 menyatakan bahwa sudah cukup baik tidak ada kendala. Hal ini sejalan dengan Utami dkk (2019:130) mengatakan bahwa “Empati (*Empathy*) adalah ketika perusahaan penyedia jasa layanan memberikan perhatian mendalam dan bersifat personal. Bentuk-bentuk empati yang biasanya dimunculkan antara lain kemudahan yang terjadi dalam menjalin relasi, komunikasi, dan persepsi akan kebutuhan pelanggan”.

Dari beberapa temuan diatas menunjukkan bahwa CV.Singoyudho Nusantara telah menerapkan kualitas layanannya dengan tolak ukur lima dimensi kualitas layanan yaitu (1) Keandalan/*Reability* hasil analisa yang di dapatkan dari ke lima pelanggan mendapat respon yang baik untuk barang maupun jasa yang diberikan berupa ketepatan *levering*, kecepatan pengiriman dan mampu mengakomodir barang yang bersifat *urgent* (2) Bukti Fisik/*Tangibles* hasil analisa yang di dapatkan dari ke lima pelanggan yaitu penampilan karyawan sudah sopan dan sesuai APD (3) Responsitas/*Responsiveness* hasil analisa yang di dapatkan dari ke lima pelanggan untuk respon pelayanan mendapat tanggapan yang baik berupa selalu merespon dengan cepat jika terjadi kendala (4) Jaminan/*Assurance* hasil analisa yang didapatkan dari ke lima pelanggan mendapat respon bagus yaitu karyawan selalu menjaga kesopanan baik tingkah laku maupun tutur kata (5) Empati/*Empathy* hasil analisa yang di dapatkan dari ke lima pelanggan yaitu karyawan tanggap dan cepat dalam komunikasi. Namun masih ada beberapa yang harus ditingkatkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan diantaranya

mengenai komunikasi antara CV. Singoyudho dengan pihak *user* sebelum pengiriman barang atau material agar tidak ada miskomunikasi saat barang datang, harus bisa lebih *fast respon* jika dihubungi, dan tetap meningkatkan 6 on yaitu *on safety, on time, on scope, on quality, on cost dan on clean*.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa Identifikasi kualitas layanan yang harus diterapkan *supplier* yaitu tercatat sebagai vendor yang memiliki sertifikat AK3 dan CSMS, menerapkan 6 on yaitu *on safety, on time, on scope, on quality, on cost dan on clean*, memiliki pengalaman pekerjaan, kualifikasi kualitas barang yang dibuktikan dengan uji material serta kecepatan pengiriman, sistem pembayaran berupa tagihan tidak secara *cash*. CV.Singoyudho Nusantara telah menerapkan kualitas layanan, berupa *Reliability*: ketepatan *levering*,kecepatan pengiriman mampu mengakomodir barang yang bersifat *urgent*. Bukti Fisik: penampilan sopan dan sudah sesuai APD. *Responsiveness*: selalu merespon dengan cepat jika terjadi kendala. *Assurance*: selalu menjaga kesopanan baik tingkah laku maupun tutur kata. *Empathy*: tanggap dan cepat dalam komunikasi. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan cara atau strategi yang bisa dilakukan yaitu menghindari terjadinya miskomunikasi antara CV.Singoyudho dan pelanggan, selalu *fast respon* jika dihubungi oleh pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan *standar* di perusahaan pelanggan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran yang dapat disampaikan pada CV. Singoyudho Nusantara adalah melengkapi dokumen administrasi yang belum lengkap dan peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan dalam hal komunikasi dengan pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman spesifikasi barang dan jasa yang diberikan.

Penelitian ini sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya dengan tema Analisa kualitas layanan pada Perusahaan Kontraktor, penelitian selanjutnya juga disarankan dapat menggali informasi dari informan yang lebih banyak dan lebih dalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik., 2022, *Banyaknya Perusahaan Konstruksi*. [Online] Available at :
<https://www.bps.go.id/indicator/4/216/1/banyaknya-perusahaan-konstruksi.html> [Accessed 19 September 2022]
- Hidayat Wahyu., dan Lilis Sulistyani., 2021, *Effek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna*

- Sariy Jaya*. Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, 9(1), pp.7-18
- Imanda Ratu Audia., 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Mega Persada Indonesia Jakarta 2017)*. e-Proceeding of Applied Science, 3(2)
- Indrasari Meithiana., 2019, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler Philip., dan Keller Kevin Lane., 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Jilid satu. Jakarta: Erlangga
- Najmi Muhammad., 2021, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli pada Jasa Kontraktor Akarsana*. PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 5(6)
- Sisdiyantoro Krisan., dan M Marendhika., 2019, *Analisa Kepuasan Pengguna Dalam Menggunakan Jasa Konstruksi CV Aini Maulana Kediri*. Jurnal Benefit, 1(1), pp.23-34
- Utami Christina Whidya., dkk., 2019, *Manajemen Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Wijaya Toni., 2018, *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: Indeks
- Yuanita, Ajeng., dkk., 2019, *Implementasi Strategi Hubungan Baik Pada Perusahaan Jasa Konstruksi*. Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis, 12(2)