

Analisis Kualitas Layanan Perdagangan Umum pada PT Varia Usaha Fabrikasi

Ummu Lisa'ada¹, Moh. Agung Suriyanto², Tiara Khoerunnisa³, Prayudi Harianto⁴

¹²³⁴Universitas Muhammadiyah Gresik

ummulisa26@gmail.com¹, cakagung@umg.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to analyze the quality of general trading services at PT. Varia Fabrication Business and to determine the influence of service quality through aspects (Tangibility, Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy) on customer satisfaction. This research uses a qualitative descriptive approach, and uses data collection techniques in the form of in-depth interviews. The results of this research show that the tangible aspect is said to be very good in accordance with customer demand with quality products at affordable prices. In terms of vendor reliability, it is not good because of the limited time given by the user to the vendor, resulting in delays in sending price quote requests. In the aspect of responsiveness, it is very well known from the statements of informants who are quite satisfied with the products and try to receive complaints from customers. From the guarantee aspect, it is very good, apart from quality products, we are also satisfied with PT. Varia Fabrication Business because the delivery of goods is accompanied by a goods guarantee letter. In terms of attention, it is very good that communication goes well, is easy to contact and is always polite and friendly to customers. From the conclusions, the author provides several suggestions, namely evaluating performance with the concept of being on time, preferably PT. Varia Usaha Fabrikasi carries out performance evaluations, where management must eliminate all forms of activities that do not have added value, then PT. Varia Fabrication Business needs to be committed to improving quality, continuously improving services and simplifying activities so that operational activities are more effective.

Keywords: tangibility, reliability, responsiveness, guarantee, empathy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan perdagangan umum pada PT. Varia Usaha Fabrikasi dan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan melalui aspek (Berwujud, Keandalan, DayaTanggap, Jaminan, Empati) terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek berwujud dikatakan sangat bagus sesuai dengan permintaan pelanggan dengan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau. Dalam aspek keandalan vendor kurang baik karena keterbatasan waktu yang di berikan user ke vendor sehingga keterlambatan pengiriman permintaan penawaran harga. Dalam aspek daya tanggap sudah sangat baik diketahui dari pernyataan informan yang sudah cukup puas dengan produk – produk dan berupaya menerima keluhan dari pelanggan. Dari aspek jaminan sangat baik, selain dengan produk yang berkualitas, kami juga merasa puas dengan PT. Varia Usaha Fabrikasi karena pengiriman

barang disertai dengan surat garansi barang. Dalam aspek perhatian sangat baik bahwa komunikasi berjalan dengan baik, mudah di hubungidan selalu bersikap sopan, ramah kepada pelanggan. Dari hasil kesimpulan penulis memberikan beberapa saran yaitu mengevaluasi kinerja dengan konsep tepat waktu sebaiknya PT. Varia Usaha Fabrikasi melakukan evaluasi kinerja, dimana manajemen harus mengeliminasi segala bentuk aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah, selanjutnya PT. Varia Usaha Fabrikasi perlu berkomitmen untuk meningkatkan mutu, menyempurnakan layanan secara berkelanjutan serta menyederhanakan aktivitas agar kegiatan operasional lebih efektif.

Kata kunci: berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi saat ini semakin mengarah pada persaingan ketat khususnya untuk perusahaan sejenis. Pemasaran memiliki peran penting didalam perusahaan, baik perusahaan dagang maupun jasa. Mempertahankan keunggulan serta meingkatkan kualitas produk dengan menggunakan strategi pemasaran yang menarik dan pelayanan yang baik adalah salah satu cara mempertahankan usaha mereka. Perkembangan teknologi informasi menjadikan persaingan bisnis dalam lingkungan global semakin kompetitif dan semakin sulit. Banyaknya bermunculan pesaing baru dalam industri yang sama, menjadi ancaman bagi perusahaan yang sedang menjalankan bisnisnya. Kepuasan konsumen atau *Customer Satisfaction* merupakan salah satu tujuan yang ingin di capai semua perusahaan dalam penetapan strategi dan taktik pemasaran yang di buat. Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampui dengan membeli dan atau menggunakan produk tersebut. Semua perusahaan akan berlomba - lomba untuk menciptakan kepuasan konsumen karena jika konsumen puas, maka konsumen akan semakin setia dengan perusahaan tersebut. Jika konsumen puas, akan semakin banyak uang yang dibelanjakan konsumen dan konsumen terus akan membelanjakannya. Dengan demikian omzet penjualan akan terus meningkat sehingga secara otomatis keuntungan perusahaan pun semakin besar. kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas, atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti, dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru di banding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai (Widjaja 2016).

PT Varia Usaha Fabrikasi adalah Perusahaan penyedia jasa tenaga kerja, perdagangan umum, jasa fabrikasi dan kontruksi, Serta pengoperasian dan pemeliharaan pabrik. PT Varia Usaha Fabrikasi Perusahaan yang sudah di percayai oleh banyak mitra bisnis dan memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan manfaat bersama serta solusi menyeluruh dengan melakukan penyempurnaan dan pengembangan berkesinambungan. Salah satunya di

perdagangan umum yang memiliki tujuan untuk memberikan produk yang berkualitas sesuai spesifikasi yang di syaratkan dengan tepat waktu dan harga yang terbaik.

Penelitian sebelumnya sangat mengutamakan pentingnya kualitas layanan terutama pada layanan jasa tenaga kerja pada PT. Varia Usaha Fabrikasi, Dalam penelitian Siswanto, M. V. H., & Suriyanto, M. A. (2022) yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Pada Penyedia Jasa Tenaga Kerja PT. Varia Usaha Fabrikasi dilihat dari beberapa aspek kualitas layanan. Peneliti sebelumnya menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah suatu hasil dari penilaian pelanggan atas harapan dan kenyataan yang telah dirasakan dari suatu layanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam kualitas layanan terdapat 5 dimensi berdasarkan keandalan, ketanggapan, kepastian, perhatian, dan berwujud. Dalam aspek keandalan yang ada di PT Varia Usaha Fabrikasi sudah cukup bagus, diketahui dari pernyataan dari informan lebih banyak para pekerja yang mengerjakan tugasnya sesuai tepat waktu dibandingkan pekerja yang tidak menyelesaikan pekerja tepat waktu. Dalam aspek ketanggapan PT Varia Usaha Fabrikasi masih kurang baik, diketahui dari pernyataan informan bahwa solusi belum optimal lebih banyak pelanggan dalam memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi. Solusi yang diberikan kurang efektif dalam menyelesaikan permasalahan. Dalam aspek kepastian atau jaminan PT Varia Usaha Fabrikasi masih kurang baik diketahui dari pernyataan informan bahwa keterlambatan dalam pemenuhan dan tidak sesuai spesifikasi tenaga kerja yang diinginkan para pelanggan. Aspek perhatian PT Varia Usaha Fabrikasi sangat baik diketahui dari pernyataan informan bahwa komunikasi berjalan dengan baik, mudah dihubungi dan bersikap ramah para staffnya. Dalam aspek berwujud sarana dan prasarana di PT Varia Usaha Fabrikasi dikatakan sangat bagus sesuai dengan keinginan pelanggan. Kelengkapan pekerjaan sudah terpenuhi sehingga pelanggan merasa puas dalam sarana dan prasarana yang telah diberikan. Dari hasil kesimpulan penulis memberikan beberapa saran yaitu pertama PT Varia Usaha Fabrikasi perlu membuat catatan untuk menemukan akar dari permasalahan. Kedua para staff PT Varia Usaha Fabrikasi membuat agenda pelatihan dalam setiap tahunnya untuk meningkatkan kemampuan para staff. Ketiga harus memperhatikan spesifikasi yang diinginkan atau diminta oleh pelanggan sehingga calon tenaga kerja sesuai. Keempat menggunakan system IT yang bisa membantu atau meringankan pekerjaan agar kesalahan dalam pekerjaan lebih kecil. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS LAYANAN PERDAGANGAN UMUM PADA PT VARIA USAHA FABRIKASI”**.

TINJAUAN LITERATUR

A. Berwujud (*Tangibility*)

Bukti fisik (*Tangible*) merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. Aspek

tampilan fisik (*tangible*) yang disediakan akan sangat menentukan kepuasan dari pengguna jasa. Menurut Zoeldhan dalam Rindi (2019) bukti fisik atau *tangible* yaitu berupa sarana dan prasarana yang ada dan memadai, alat bantu pelayanan yang digunakan, penampilan karyawan dan bentuk pelayanan yang dapat dilihat langsung dan dirasakan konsumen. menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam buku (Tjiptono F., 2019) Yakni suatu kemampuan dari perusahaan untuk menunjukkan eksistensi atau layanannya pada konsumen, kualitas pelayanan tersebut dapat dilihat nyata dan juga dirasakan oleh pelanggan, seperti tampilan fisik perusahaan seperti kebersihan dan kerapian. Menurut Sinollah & Masruro (2019) aspek atau tampilan fisik perusahaan sangat berpengaruh terhadap evaluasi pandangan pelanggan pada kualitas pelayanan dari suatu perusahaan, maka dari itu penting bagi perusahaan memperhatikan aspek fisiknya untuk memenuhi kepuasan pelanggannya. Penelitian milik Ubaidillah (2022) menyebutkan bahwa dari beberapa faktor-faktor tersebut, *tangibility* dianggap sebagai faktor paling kritis yang memengaruhi kepuasan pengguna. 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 menurut Utami, Pranatasari, Sudyasjayanti (2019). Kemampuan suatu Perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik Perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang mengikuti fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dll) perlengkapan dan peralatan yang dapat dipergunakan (teknologi) penampilan pegawainya menurut Lupiyoadi (2018).

B. Keandalan (*Reliability*)

Inti pelayanan keandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang andal, mengetahui mengenai seluk-beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, andal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya (Nursalam, 2016). Definisi kehandalan atau *reliability* menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016) merupakan bentuk pelayanan handal yang dimiliki karyawan, mengetahui mekanisme kerja, prosedur kejadian mampu memberikan informasi yang benar kepada setiap pelayanan yang belum dimengerti oleh konsumen, sehingga memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dimensi kehandalan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam menunjukkan kinerjanya, karena kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari karyawan yang memiliki prestasi kerja (Zoeldhan dalam Rindi

2019). Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas dapat diuraikan bahwa kehandalan merupakan bentuk pelayanan yang membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dimana karyawan memberikan arahan yang benar dan sebaik- baiknya pelayanan kepada setiap konsumen, sehingga memberikan dampak positif atas pelayanan tersebut. Indikator dari kehandalan menurut Tjiptono (2016) yaitu:

- a) Karyawan yang cekatan
- b) Karyawan yang berpengalaman dalam melayani konsumen
- c) Kemampuan karyawan dalam menguasai penggunaan alat bantu maupun teknologi secara baik
- d) Kecermatan karyawan
- e) Karyawan mengetahui persediaan barang

(Tjiptono F., 2019). Keandalan atau *reliability* menjadi sangat penting diperhatikan karena akan menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam memberikan pelayanannya seperti yang telah dijanjikan sebelumnya (Sinollah & Masruro, 2019). Penelitian yang telah dilakukan oleh Vencataya (2019) menyebutkan bahwasanya lima faktor kualitas layanan termasuk *reliability* secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness (Daya Tanggap) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Sudajat & Murniyati, 2018). Adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam menunjukkan pelayanannya serta membantu pelanggannya secara cepat sekaligus tanggap (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam buku (Tjiptono F., 2019). Menurut Kotler dalam Indrasari, (2019) 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. Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut bisa dapat digunakan dan dapat didefinisikan sebagai ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal menurut Menurut Tjiptono (2019).

D. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah kesopanan, kompetensi, pengetahuan, serta sifat dari staf yang dapat dipercaya dan mampu memberikan jaminan atau menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan (Tjiptono F., 2019). Penelitian milik Fadhilah & Amalia (2022) menyebutkan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam buku (Tjiptono F., 2019) adalah yakni kemampuan suatu perusahaan memberikan

jaminan atau memberikanrasapercaya atas risiko atau bahaya. Menurut Kotler dalam Indrasari, (2019) 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. Menurut Lupiyoadi (2018) Jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai Perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada Perusahaan.

E. Empati (*Empathy*)

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berrydalam buku (Tjiptono F. 2019) Adalah kemampuan pihak perusahaan dalam memberikan kemudahan dalam berinteraksi atau menjalin relasi, hal ini bersifat pribadi kepada pelanggan atau konsumennya. Empati merupakan salah satu kemampuan memahami orang lain dan hal itu sangat penting dalam kehidupan. Empati memang merupakan kemampuan yang didasari oleh kemampuan kognitif, tetapi merupakan keterampilan yang dipelajari dan menjadi bagian dari keterampilan sosial. (Sumijati, 2022). Menurut Utami, Pranatasari, Sudyasjayanti (2019) 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.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian untuk menganalisis kualitas layanan perdagangan umum menggunakan penelitian bersifat deskriptif kualitatif Menurut Harahap (2020) penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan pemahaman dengan mengeksplorasi pada tiap individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Dikatakan secara umum, penelitian kualitatif dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dan lain lain.

Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan tentang sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang berhubungan dengan permasalahan peneliti dan mampu menyampaikan informasi sesuai situasi dan kondisi latar penelitian. Penelitian kualitatif menurut Moloeng (2018) merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh partisipan seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Sehingga pada penelitian ini data yang di kumpulkan merupakan data kualitatif dengan instrumen pengumpul data kualitatif. Informan adalah orang yang dapat memberikan suatu penjelasan yang kaya dengan detail, dan komprehensif menyangkut dengan subjek yang sedang dicari untuk pengumpulan data penelitian Informan yang pertama Kepala bagian Marketing Executive PT Varia Usaha Fabrikasi, informan kedua Ibu N selaku kepala bagian pengadaan PT. I.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini terkait dengan Analisis Kualitas Layanan Perdagangan Umum Pada PT. Varia Usaha Fabrikasi”, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan Hasil wawancara mendalam dengan dua informan, Informan pertama adalah Kepala Bagian Marketing PT. Varia Usaha Fabrikasi, informan kedua adalah perusahaan pengguna PT Varia Usaha Fabrikasi. Dilihat dari beberapa aspek kualitas layanan Berwujud (*Tangible*) Keandalan (*reability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Emphaty*). Berikut hasil wawancara kepala bagian *marketing executive* PT Varia Usaha Fabrikasi dan Ibu Nur selaku kepala bagian pengadaan dari PT.I.

1. Berwujud (*Tangible*) adalah wujud nyata secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana informasi atau komunikasi.

Dalam aspek berwujud ini dilihat dari hasil wawancara mendalam Menurut pihak yang sudah sering order di PT. Varia Usaha Fabrikasi mengatakan “Dalam sarana informasi para karyawannya sudah cukup baik dan jelas dalam memberikan informasi serta kedisiplinan para karyawan yang sangat bisa di janjikan dalam pengiriman barang tepat waktu sesuai dengan permintaan pelanggan” (Ibu N PT. I)

Dan menurut (Kepala bidang *marketing executive*) mengatakan “Kami berupaya memberikan kualitas yang sangat baik dengan harga terjangkau agar pelanggan kami merasa puas dan tidak kecewa atas produk-produk dan layanan dari kami”. Hasil wawancara yang peneliti lakukan terlihat sarana dan prasarana di PT. Varia Usaha Fabrikasi dikatakan sangat bagus sesuai dengan permintaan pelanggan dengan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau.

2. Keandalan (*Realibity*) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Keandalan disini membuktikan kemampuan para karyawan PT. Varia Usaha Fabrikasi saat menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar sesuai permintaan pelanggan. Tingkat keandalan dapat dibuktikan dengan tidak adanya komplain dari pelanggan. Namun PT. Varia Usaha Fabrikasi dalam aspek keandalan kurang baik. Diketahui dari hasil wawancara bahwa para pekerja kurang menyelesaikan tugas tepat waktu dikarenakan terbatasnya waktu yang diberikan oleh user ke vendor tidak memungkinkan untuk menyelesaikan penawaran yang diminta user. Ibu N mengatakan “Untuk permintaan surat penawaran masih terdapat keterlambatan pengiriman yang tidak sesuai dengan batas waktu yang kami tawarkan”. Dan menurut (Kepala bidang *marketing executive*) mengatakan “Ketika user mengirimkan permintaan penawaran harga kami sudah berusaha memenuhi permintaan tersebut tetapi memang batas waktu yang diberikan cukup singkat sehingga kami keterbatasan waktu untuk mencari supplier dengan harga yang

terjangkau dan produk yang berkualitas yang cocok untuk pelanggan kami”. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dilihat dari aspek keandalan vendor kurang baik diketahui pernyataan informan bahwa keterbatasan waktu yang di berikan user ke vendor sehingga penawaran tersebut sudah di tutup oleh user karena keterlambatan pengiriman permintaan penawaran harga.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan konsumen. Berdasarkan aspek Daya tanggap sudah sangat baik dilihat dari hasil wawancara bahwa karyawan PT. Varia Usaha Fabrikasi mampu memberikan solusi dan menerima keluhan pelanggan. Menurut Ibu N “Dari segi daya tanggap sudah cukup baik, semua keluhan diterima dan di respon dengan baik, harapan kedepannya semoga bisa menjalin hubungan jangka panjang dengan PT Varia Usaha Fabrikasi, karena sudah menyediakan produk-produk yang berkualitas sesuai dengan permintaan kami”. Sedangkan menurut (Kepala Bidang Marketing Executive) mengatakan “Kami berupaya membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan menerima keluhan dan harapan dari pelanggan”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dilihat dari aspek daya tanggap bahwa PT. Varia Usaha Fabrikasi sudah sangat baik diketahui dari pernyataan informan yang sudah cukup puas dengan produk – produk dan berupaya menerima keluhan dari pelanggan.

4. Jaminan (*Guarantee*) adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan serta kemampuan perusahaan untuk membangkitkan rasa kepercayaan pelanggan mengenai produknya. Kualitas pelayanan yang ditunjukkan dari aspek jaminan yang diberikan PT. Varia Usaha Faabrikasi sudah baik. Hal ini terlihat saat pada bagian surat penawaran PT. Varia Usaha Memberikan garansi untuk produk – produk yang akan dikirimkan ke pelanggan dan dapat dilihat dari pengiriman barang dengan kondisi aman sampai tujuan karena PT. Varia Usaha Fabrikasi sebelum mengirimkan pesanan pelanggan sudah pasti mengecek barangnya terlebih dahulu sebelum diterima oleh pelanggan. Menurut Ibu N “Selain dengan produk yang berkualitas, kami juga merasa puas dengan PT. Varia Usaha Fabrikasi karena pengiriman barang disertai dengan surat garansi barang”. Menurut (Kepala bidang marketing executive) “Tetap berkomitmen dengan memenuhi mutu yang di inginkan oleh pelanggan”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dilihat dari aspek jaminan atau kepastian PT. Varia Usaha Fabrikasi sangat baik. Diketahui dari

pernyataan informan bahwa selalu memastikan karyawan bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan dan memastikan bahwa produk yang di order bisa dikirimkan dengan baik sesuai ekspektasi pelanggan.

5. Perhatian (*Empathy*) adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan secara individual. Dalam aspek Empathy, sikap para karyawan PT Varia Usaha Fabrikasi sangat baik dengan memberikan perhatian penuh terhadap pelanggan dan kemudahan untuk berkomunikasi. Menurut Ibu N selaku pelanggan PT Varia Usaha Fabrikasi “Dalam hal komunikasi sangat sopan, ramah, berjalan dengan lancar, sangat terbuka, dan mudah dihubungi”. Sedangkan menurut pihak pertama (Kepala bidang marketing executive) mengatakan “Menjalinkan komunikasi dengan pelanggan secara baik dan mudah dihubungi serta, bersikap sopan dan ramah, Ketika ada pihak dari pelanggan yang butuh bantuan PT Varia Usaha Fabrikasi selalu ada”. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dilihat dari aspek perhatian PT Varia Usaha Fabrikasi sangat baik. Diketahui dari pernyataan informan bahwa komunikasi berjalan dengan baik, mudah di hubungi dan selalu bersikap sopan, ramah kepada pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah suatu hasil dari penilaian pelanggan atas harapan dan kenyataan yang telah dirasakan dari suatu layanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam kualitas layanan terdapat 5 aspek (Berwujud, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati) terhadap kepuasan pelanggan, Dalam aspek berwujud yang ada di PT Varia Usaha Fabrikasi dikatakan sangat bagus sesuai dengan permintaan pelanggan dengan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau. Adartr aspek Keandalan vendor kurang baik diketahui pernyataan informan bahwa keterbatasan waktu yang di berikan user ke vendor sehingga penawaran tersebut sudah di tutup oleh user karena keterlambatan pengiriman permintaan penawaran harga. Dalam aspek daya tanggap di PT Varia Usaha Fabrikasi sudah sangat baik diketahui dari pernyataan informan yang sudah cukup puas dengan produk – produk dan berupaya menerima keluhan dari pelanggan. Dari aspek jaminan yang diberikan PT Varia Usaha Fabrikasi sangat baik. Diketahui dari pernyataan informan bahwa selain dengan produk yang berkualitas, kami juga merasa puas dengan PT Varia Usaha Fabrikasi karena pengiriman barang disertai dengan surat garansi barang. Dalam aspek perhatian di PT Varia Usaha Fabrikasi sangat baik dilihat dari pernyataan informan bahwa komunikasi berjalan dengan baik, mudah di hubungi dan selalu bersikap sopan, ramah kepada pelanggan.

Saran

Dari hasil kesimpulan penulis memberikan beberapa saran terkait pelanggan memberikan permintaan penawaran dengan deadline yang singkat dapat menjadi tantangan bagi vendor dalam menjaga kualitas layanan yaitu PT Varia Usaha Fabrikasi perlu menggunakan solusi berikut untuk mengantisipasi terjadinya hal tersebut:

- a. Berkomunikasi yang jelas: Setelah menerima permintaan penawaran dengan deadline yang singkat, penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung. Jelaskan dengan jelas keterbatasan waktu yang ada dan diskusikan kemungkinan solusi yang dapat diberikan. Pastikan pelanggan memahami kendala yang dihadapi oleh vendor.
- b. Mengevaluasi kemampuan: Vendor perlu melakukan evaluasi cepat terhadap kemampuan dan sumber daya yang dimiliki. Tinjau apakah mampu memenuhi permintaan dalam batas waktu yang ditentukan. Jika tidak memungkinkan, jujur dengan pelanggan mengenai keterbatasan tersebut dan ajukan alternatif yang realistis.
- c. Memprioritaskan tugas: Dalam situasi deadline yang singkat, penting untuk memprioritaskan tugas dengan bijaksana. Identifikasi tugas-tugas yang dapat diselesaikan dengan cepat dan fokus pada hal-hal yang paling penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika diperlukan, ajukan opsi penawaran yang lebih sederhana atau terbatas untuk memenuhi tenggat waktu yang ketat.
- d. Menjaga komitmen: Setelah mengkomunikasikan kemampuan dan solusi kepada pelanggan, penting untuk memastikan bahwa komitmen yang diberikan dapat dipenuhi. Berikan perkiraan waktu yang realistis untuk penyusunan penawaran dan pastikan untuk menyelesaikannya sesuai dengan tenggat waktu yang disepakati.
- e. Mengevaluasi dan pembelajaran: Setelah situasi terselesaikan, lakukan evaluasi internal untuk mengidentifikasi proses atau kebijakan yang dapat ditingkatkan di masa depan. Pelajari dari pengalaman ini dan gunakan sebagai pelajaran untuk menghadapi situasi serupa di masa mendatang.
- f. Mengevaluasi kinerja: Dengan konsep *Just In Time* sebaiknya PT. Varia Usaha Fabrikasi melakukan evaluasi kinerja, dimana manajemen harus mengeliminasi segala bentuk aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah, selanjutnya PT. Varia Usaha Fabrikasi perlu berkomitmen untuk meningkatkan mutu, menyempurnakan layanan secara *sustainable* serta menyederhanakan aktivitas agar kegiatan operasional lebih efektif. Konsep JIT (Just In Time) merupakan sistem produksi yang komprehensif dan sistem manajemen persediaan dimana bahan baku dibeli dan diproduksi sebanyak yang dibutuhkan serta digunakan pada saat yang tepat dalam setiap proses produksi (Simanjuntak, 2017).

DAFTAR PUSTAKA

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik Di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 6(1), 94-99.
- Apriliansa, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 498-504.
- Japlani, A., & Suryadi, S. (2022). Pengaruh Tangibles, Responsiveness, Dan Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Di Lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(2), 332-340
- Karyadi, F. W., Budiwinarto, K., Rohwiyati, R., Mulyani, R., & Widayani, A. (2018). Pengaruh Aspek Tangibles, Responsiveness, Assurance Dan Emphaty Dalam Pelayanan Perbaikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pusat Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 6(2), 150-162.
- Lola, A. (2022). *Peningkatan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Nasi Bebek Mba Dewi)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Manalu, I. M., & Subadi, W. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Ditinjau Dari Aspek Tangible (Berwujud) Pada Kantor Desa Maburai Kecamatan Murung Pudak. *Japb*, 4(2), 1335-1347.
- Maulana, M. A. R. (2021). Hubungan Kualitas Pelayanan Keperawatan Dengan Kepuasan Pasien Di IgdRumah Sakit (Skripsi Literature Review).
- Mulawardhani, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati) Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Climaterra Kota Ponorogo* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(2), 1645- 1661.
- Mulyawati, Y., Marini, A., & Nafiah, M. (2022). Pengaruh Empati Terhadap Perilaku Prososial Peserta Didik Sekolah Dasar. *Cendekiawan: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 12 (2), 150-160.
- Naibaho, N. O. M. E. N. S. E. N., & Wira, M. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Murni Teguh Medan).

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 161-172 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i1.143

- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201-212.
- Savira, W. D., & Subadi, W. (2023). Kualitas Pelayanan Kesehatan Dilihat Dari Aspek Tangible (Berwujud) Dalam Rangka Meningkatkan Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas Hikun Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong. *Japb*, 6(2), 749-762.
- Siswanto, M. V. H., & Suriyanto, M. A. (2022). Analisis Kualitas Layanan Pada Penyedia Jasa Tenaga Kerja Pt Varia Usaha Fabrikasi. *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(1), 94-100.
- Supriadhi, E., Santoso, S. B., Haerudin, I., Wahrudi, M., & Martono, B. A. (2023, February). Implementasi Konsep "Just In Time" Pada Layanan Bphtb Secara Elektronik Pada Badan Pendapatan Daerah Pemerintah Provinsi Dki Jakarta. In *Prosiding Semanis: Seminar Manajemen Bisnis* (Vol. 1, No. 1, Pp. 163-171).