



STRATEGI KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ELSHADDAI MULIA AGAPE SEHATI

SERVICE QUALITY STRATEGY TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION AT PT. ELSHADDAI MULIA AGAPE SEHATI

Nani¹, Febri Falah²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : dosen01704@unpam.ac.id¹, febri.falah@gmail.com²

Article Info

Article history :

Received : 16-08-2025

Revised : 18-08-2025

Accepted : 20-08-2025

Published : 22-08-2025

Abstract

This research is motivated by the importance of service quality in the construction services industry to enhance customer satisfaction. PT Elshaddai Mulia Agape Sehati, a contractor and engineering consultant company, faces challenges in project supervision, reporting systems, and human resource management, all of which impact customer satisfaction. The purpose of this study is to examine the extent of the service quality implemented by PT Elshaddai Mulia Agape Sehati and to analyze how service quality improvement strategies influence customer satisfaction. This study employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, documentation, and Focus Group Discussions (FGD) with management and customers. The data were analyzed using a SWOT analysis to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results show that the company has strengths in project management and a relatively high level of customer trust. However, there are still weaknesses in inaccurate project reporting, project completion delays, and insufficient field supervision. Opportunities include increasing market demand for high-quality construction services, while threats arise from intense competition and limited resources. The conclusion of this study emphasizes the need to improve service quality through better reporting systems, enhanced human resource capacity, and more effective communication with customers. These strategies are expected to increase customer satisfaction and strengthen the company's competitiveness in the construction industry.

Keywords : *Service Quality, Customer Satisfaction, SWOT Strategy*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan dalam industri jasa konstruksi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. PT Elshaddai Mulia Agape Sehati sebagai perusahaan kontraktor dan konsultan teknik menghadapi tantangan dalam pengawasan proyek, sistem pelaporan, serta pengelolaan sumber daya manusia yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang telah dilaksanakan oleh PT Elshaddai Mulia Agape Sehati dan bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pihak manajemen dan pelanggan. Data dianalisis menggunakan pendekatan *SWOT* untuk mengidentifikasi



kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dalam manajemen proyek dan kepercayaan pelanggan yang cukup tinggi. Namun, masih terdapat kelemahan dalam hal pelaporan proyek yang tidak akurat, keterlambatan penyelesaian proyek, dan kurangnya pengawasan lapangan. Peluang yang dimiliki antara lain meningkatnya kebutuhan pasar akan jasa konstruksi berkualitas, sementara ancaman datang dari tingginya persaingan dan keterbatasan sumber daya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan kualitas pelayanan melalui perbaikan sistem pelaporan, peningkatan kapasitas SDM, dan komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan. Strategi-strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing perusahaan di industri konstruksi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Strategi *SWOT*

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, pembangunan konstruksi di Indonesia berkembang pesat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, terutama di kota-kota besar yang mengakibatkan meningkatnya kegiatan terhadap pekerjaan konstruksi, diantaranya perumahan, bangunan umum (komersial dan fasilitas sosial) serta infrastruktur, seperti jembatan, jalan, saluran, dan lain - lain. Seiring dengan meningkatnya pembangunan di atas diperlukan perusahaan yang bergerak di bidang konsultan perencanaan serta perusahaan kontraktor untuk melaksanakan seluruh aktivitas jasa konstruksi di mulai dari perencanaan, pembangunan, serta pengawasan.

PT Elshaddai Mulia Agape Sehati (EMAS). yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi. yang sudah lama berdiri dan beralamat di Jawa Tengah. merupakan perusahaan dengan kelas menengah ke atas dan telah berdiri sejak tahun 2015 dari data yang di peroleh bahwa selama berdirinya perusahaan tersebut, oleh karena itu kegiatan ini diatur landasan hukumnya dalam undang - undang no.18 tahun 1999 yang mengatur tentang jasa konstruksi. Hingga saat ini PT Elshaddai Mulia Agape Sehati telah mengerjakan beberapa aktivitas proyek baik dari pihak owner-nya swasta nasional (PMDN) maupun dari perusahaan PMA (Penanaman Modal Asing). Dalam melaksanakan proyek sebagian besar di kerjakan sendiri sebagai murni kontraktor, namun adapula yang di limpahkan kepada kontraktor lain yang di kenal dengan sebutan Sub Kontraktor jika nilai pekerjaan yang di dapat sangat besar dan membutuhkan keahlian khusus.

Tabel 1.2
Keluhan Pelanggan Terhadap Layanan di PT Elshaddai Mulia
Agape Sehati (Selama 4 Tahun)

No	Jenis Keluhan Pelanggan	Tahun (Jumlah Orang)			
		2020	2021	2022	2023
A.	KELUHAN TERHADAP BIAYA				
1	Satuan harga jasa borongan pekerjaan relatif masih tinggi.	4	7	5	2
2	Dalam pembuatan <i>as-built-drawing</i> "cek-harga" terkadang masih ada yang belum tepat / salah.	6	9	6	4
B.	KELUHAN TERHADAP KUALITAS				
1	Saat penyerahan pekerjaan terkadang masih saja terdapat komplain dari pihak pelanggan.	11	17	9	6



2	Kebersihan lokasi proyek saat pelaksanaan pekerjaan terkadang masih terabaikan.	8	12	9	6
C. KELUHAN TERHADAP WAKTU					
1	Masih saja terdapat keterlambatan waktu pelaksanaan pekerjaan (tidak tepat waktu).	11	17	9	6
2	Pemanfaatan waktu kerja masih kurang efektif, atau belum sistematis tentang skala prioritas.	8	14	6	3
Jumlah		48	76	44	27

Sumber : Data kuisisioner perusahaan (dalam angket) PT Elshaddai Mulia Agape Sehati

Dari tabel di atas, data mengenai kualitas biaya, mutu, dan waktu (BMW) menunjukkan bahwa keluhan pelanggan mencapai puncaknya pada tahun 2021 dengan total 76 orang. Namun, setelah dilakukan pembenahan di berbagai sektor, kepercayaan pelanggan mulai pulih, yang terbukti dengan menurunnya jumlah keluhan menjadi 44 orang pada tahun 2022, dan lebih lanjut berkurang menjadi 27 orang pada tahun 2023. Hal ini sesuai dengan yang di katakan oleh para ahli, Menurut Aria dan Atik (2018:16), kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Dengan banyaknya proyek yang di kerjakan dan tersebar di beberapa wilayah pihak manajemen telah benar – benar menata SDM yang ada berdasarkan struktur organisasi perusahaan maupun struktur organisasi proyek, guna tercapainya kepuasan pelanggan maupun internal manajemen baik dari aspek biaya, mutu, maupun waktu pelaksanaan. Mengingat sifat pekerjaannya yang sporadic (terpencar di beberapa wilayah), maka terkadang timbul beberapa permasalahan yang umumnya berkaitan dengan monitoring proyek antara manajemen pusat dengan manajemen proyek hal ini mengakibatkan terkadang muncul nya gesekan dalam internal perusahaan yang tentunya berdampak kepada kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Beberapa permasalahan yang terkadang muncul di antara nya seperti :

- a. Keterlambatan masalah purchasing, misalnya kesalahan spek material, keterlambatan pengiriman, keterlambatan pembayaran (*invoice*) dan lain sebagainya.
- b. Kesulitan dalam pengaturan Man Power (SDM), dimana pihak perusahaan mewajibkan mengambil tenaga dari putra daerah setempat.
- c. Sistim pelaporan progress proyek sering terlambat, dan tingkat ke akuratan-nya kurang.
- d. Jika saat banyaknya proyek yang di lakukan, terkadang berakibat kurang nya tenaga pengawas dari pihak manajemen pusat, akibat keterlamabatan- nya proses recruitment yang di lakukan di pusat, berakibat kepada keterlamabatan penyelesaian proyek. Hal ini berdampak kepada penurunan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Apabila hal ini di biarkan berlarut maka di khawatirkan akan mengurangi brand image perusahaan dari pandangan para pelanggan, sehingga perlu di lakukan pembenahan dari berbagai aspek terutama terhadap masalah yang sudah diuraikan di atas.



Tabel 1.3
Data Pelanggan PT Elshaddai Mulia Agape Sehati 2020-2023

TAHUN	NAMA PELANGGAN	PROSENTASI NILAI PROYEK	NILAI PROYEK (Rp)	KETERANGAN
		(%)		
2020	PT. Bumi Berlian	8%	1.440.000.000	Nilai proyek terendah
	PT Sokonindo Automobile	30%	5.400.000.000	
	PT Jasa Marga	24%	4.320.000.000	
	PT Angkasa Pura	38%	6.840.000.000	Nilai proyek tertinggi
	TOTAL	100%	18.000.000.000	
2021	PT. Ardhan Mandiri Sejahtera	7%	875.000.000	Nilai proyek terendah
	PT Sokonindo Automobile	34%	4.250.000.000	
	PT Jasa Marga	20%	2.500.000.000	
	PT Angkasa Pura	39%	4.875.000.000	Nilai proyek tertinggi
	TOTAL	100%	12.500.000.000	
2022	PT. Utama Karya	17%	2.592.500.000	
	PT Pelindo 2	13%	1.982.500.000	Nilai proyek terendah
	PT Jasa Marga	25%	3.812.500.000	
	PT Angkasa Pura	45%	6.862.500.000	Nilai proyek tertinggi
	TOTAL	100%	15.250.000.000	
2023	PT. Utama Karya	4%	940.000.000	Nilai proyek terendah
	PT Pelindo 2	11%	2.585.000.000	
	PT Berkah Kawasan Manyar Sejahtera	43%	10.105.000.000	Nilai proyek tertinggi
	PT Jasa Marga	27%	6.345.000.000	
	PT Angkasa Pura	15%	3.525.000.000	
TOTAL	100%	23.500.000.000		

Sumber : Data Pelanggan PT Elshaddai Mulia Agape Sehati 2020-2023

Pada tahun 2020, di tengah gejala awal pandemi COVID-19, PT Elshaddai Mulia Agape Sehati berhasil mencatat total nilai proyek sebesar Rp 18 miliar, dengan kontribusi terbesar dari PT Angkasa Pura (38%) senilai Rp 6,84 miliar, sementara PT Bumi Berlian menyumbang hanya 8% (Rp 1,44 miliar). Namun, perusahaan menghadapi kesulitan besar dalam mendapatkan proyek karena dampak pandemi serta kendala mencari tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan skill perusahaan. Tahun 2021, ketika pandemi masih berlangsung, total nilai proyek menurun drastis menjadi Rp 12,5 miliar; meskipun PT Angkasa Pura tetap menjadi pelanggan utama (39%), nilai proyek terendah berasal dari PT Ardhan Mandiri Sejahtera (7%). Pada 2022, kondisi mulai terkendali, dengan peningkatan nilai proyek menjadi Rp 15,25 miliar, didominasi oleh PT Angkasa Pura (45%), meski perusahaan masih menghadapi tantangan berupa harga bahan material yang tidak stabil. Tahun 2023 menunjukkan pemulihan ekonomi mendekati normal, dengan total nilai proyek mencapai Rp 23,5 miliar; PT Berkah Kawasan Manyar Sejahtera menjadi penyumbang terbesar (43%), sedangkan PT Utama Karya hanya menyumbang 4%, mencerminkan adaptasi perusahaan terhadap tantangan dan diversifikasi portofolio pelanggan.

Dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan (customer satisfied), setiap pelaksanaan pelayanan jasa yang diberikan haruslah seprofessional mungkin melalui penataan manajemen yang baik, untuk itu perlu di buat beberapa tools management seperti: Standard operating procedure (SOP), struktur organisasi proyek, struktur organisasi perusahaan, job description, mining table, pengawasan dan evaluasi.



KAJIAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

2. Kepuasan Pelanggan

Kotler dalam Kasmir (2017: 236), menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Perusahaan yang memprioritaskan kepuasan pelanggan cenderung membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan pelanggan mereka, yang dapat membawa manfaat seperti loyalitas pelanggan, rekomendasi, dan retensi pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:145-147), kualitas pelayanan adalah salah satu faktor kunci dalam membangun kepuasan pelanggan. Mereka menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu memberikan pelayanan berkualitas akan lebih sukses dalam mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas. Kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan yang berdampak negatif pada reputasi Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiono (2019:18), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian Analisis Internal dan Eksternal *SWOT*

1. Internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Memiliki pengalaman luas dibidang kontraktor, baik dalam dalam pelaksanaan proyek pemerintah maupun swasta
- 2) Perusahaan memiliki data yang lengkap, sehingga para pelanggan merasa yakin dan percaya kepada PT. Elshaddai Mulia Agape Sehati.
- 3) Sumber daya manusia (SDM) teknik yang kompeten mampu menyelesaikan proyek dengan baik.
- 4) Penawaran harga yang umumnya kompetitif menjadikan perusahaan banyak diminati oleh para pelanggan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Kurangnya modal yang kuat terkadang menyebabkan PT. Elshaddai harus berkolaborasi dengan pemilik modal atau investor untuk proyek- proyek besar (di



atas 50 miliar), yang berdampak pada kecilnya keuntungan karena harus dibagi.

- 2) Apabila lokasi proyek tidak berada di kota besar terkadang sulit merekrut SDM tingkat buruh yang skill nya sesuai dengan kebutuhan proyek, sehingga harus tetap di datangkan dari pusat.
- 3) terkadang terjadi keterlambatan dalam pembayaran purchasing operasional, yang dapat memengaruhi hubungan dengan pemasok dan berpotensi mengganggu kelancaran operasional perusahaan.
- 4) Belum adanya website perusahaan membatasi akses informasi dan upaya pemasaran digital, sehingga mengurangi visibilitas dan peluang menjangkau klien baru.

2. Eksternal

a. Peluang (Opportunity)

- 1) Tenaga ahli di bidang teknik sipil di PT. Elshaddai beragam, didukung dengan jumlah sertifikasi keahlian yang cukup banyak, sehingga selalu siap mengerjakan proyek.
- 2) Jika PT. Elshaddai memiliki partner *investor* yang kuat dan saling menguntungkan, perusahaan dapat menjadi kontraktor yang lebih solid dan mampu menangani proyek besar, mempercepat perolehan profit yang signifikan.
- 3) PT. Elshaddai telah berpartner dengan beberapa supplier material, yang memudahkan proses pekerjaan di lapangan.

b. Ancaman (Threat)

- 1) Karena PT. Elshaddai belum memiliki *website* resmi, menyebabkan calon klien atau mitra potensial kesulitan menemukan informasi mengenai layanan dan proyek yang telah diselesaikan oleh PT. Elshaddai, sehingga beberapa peluang bisnis berpotensi terabaikan.
- 2) Sistem penggajian yang belum stabil, dapat menimbulkan kekhawatiran di kalangan tenaga ahli. Kondisi ini bisa memengaruhi loyalitas karyawan, dan berpotensi menyebabkan mereka pindah ke perusahaan lain yang menawarkan stabilitas penggajian yang lebih baik
- 3) Munculnya banyak perusahaan baru dengan manajemen yang lebih terencana menjadikan persaingan semakin ketat bagi PT. Elshaddai.
- 4) Ketidakpastian ekonomi dan perubahan regulasi pemerintah dapat memengaruhi stabilitas bisnis

2. Hasil Pengembangan Strategi TOWS

1. Strategi SO (Mendukung Sebagai Growth)

- a. Pengalaman yang luas dalam proyek pemerintah dan swasta, ditambah tenaga ahli dengan sertifikasi beragam, memberi keunggulan kompetitif. Ini meningkatkan kepercayaan pelanggan dan peluang untuk mengamankan proyek-proyek besar.
- b. Kerjasama dengan supplier material mempermudah pelaksanaan proyek, sedangkan dukungan dari partner investor yang kuat memungkinkan perusahaan menangani proyek besar lebih cepat dan meningkatkan profitabilitas.
- c. Penawaran harga yang kompetitif menarik lebih banyak proyek dan pelanggan, memanfaatkan peluang pasar yang ada untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.



2. Strategi WO (Mendukung Sebagai *Turn-around*)

- a. Mengatasi kekurangan modal dengan menjalin kemitraan strategis bersama investor yang kuat. Ini memungkinkan PT Elshaddai mengambil proyek besar dengan potensi keuntungan lebih tinggi tanpa harus terlalu banyak berbagi profit, sehingga mempercepat pertumbuhan finansial.
- b. Solusi untuk kesulitan merekrut tenaga kerja lokal yang sesuai di lokasi proyek terpencil adalah mendatangkan SDM berkompeten dari pusat. Dengan dukungan tenaga ahli bersertifikasi dan kemitraan dengan supplier material, proyek tetap berjalan sesuai standar.
- c. Mengatasi ketiadaan *website* dengan memperkuat kehadiran digital, memungkinkan PT Elshaddai meningkatkan visibilitas dan akses informasi. Ini membuka peluang untuk menjangkau lebih banyak klien baru dan memperluas pasar melalui strategi pemasaran online yang lebih efektif.

3. Strategi ST (Mendukung Strategi Diverifikasi)

- a. PT. Elshaddai memiliki pengalaman luas dan data lengkap, namun belum memiliki website resmi yang menghambat akses calon klien. Perusahaan bisa mendiversifikasi layanan dengan membuat website resmi dan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
- b. SDM teknik yang kompeten adalah kekuatan PT. Elshaddai, namun sistem penggajian yang tidak stabil mengancam loyalitas mereka. Perusahaan perlu memperbaiki sistem penggajian dan insentif untuk menjaga tenaga ahli dan daya saing.
- c. PT. Elshaddai menawarkan harga kompetitif, tetapi menghadapi persaingan ketat dari perusahaan baru. Diversifikasi portofolio proyek di sektor-sektor baru akan membantu perusahaan tetap kompetitif dan mempertahankan posisi pasar.

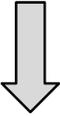
4. Strategi WT (Mendukung Strategi *Defensive*)

- a. PT. Elshaddai perlu menjalin kemitraan dengan investor untuk mengatasi kurangnya modal. Ini akan membantu perusahaan menangani proyek besar tanpa membagi keuntungan secara signifikan, meningkatkan daya saing dan kemampuan investasi.
- b. Untuk menghadapi kesulitan merekrut tenaga kerja berkualitas di lokasi proyek, perusahaan harus fokus pada pelatihan dan rekrutmen tenaga kerja lokal. Langkah ini dapat mengurangi biaya transportasi dan meningkatkan efisiensi proyek.
- c. PT. Elshaddai perlu memperbaiki sistem pembayaran untuk menghindari keterlambatan yang mengganggu hubungan dengan pemasok. Selain itu, pengembangan website akan meningkatkan visibilitas dan membantu menarik klien baru, serta memperkuat pemasaran digital.



3. Matriks *SWOT* dan *TOWS* Dalam 4 Kuadran

Tabel 4.7
Posisi dalam Matrix *SWOT* dan *TOWS* 4 Kuadran

Internal Faktor	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
<p data-bbox="428 436 570 491"></p> <p data-bbox="370 1184 537 1213">Eksternal Faktor</p> <p data-bbox="440 1251 500 1367"></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="727 491 1008 751">1. Memiliki pengalaman luas di bidang kontraktor, baik dalam pelaksanaan proyek pemerintah maupun swasta. <li data-bbox="727 779 1008 1039">2. Perusahaan memiliki data yang lengkap, sehingga para pelanggan merasa yakin dan percaya kepada perusahaan. <li data-bbox="727 1066 1008 1272">3. SDM teknik yang kompeten mampu menyelesaikan proyek dengan baik. <li data-bbox="727 1299 1008 1560">4. Penawaran harga yang umumnya kompetitif menjadikan perusahaan banyak diminati oleh para pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1045 491 1326 751">1. Kurangnya modal yang kuat terkadang menyebabkan PT. Elshaddai harus berkolaborasi dengan pemilik modal atau investor. <li data-bbox="1045 890 1326 1150">2. Sulit merekrut SDM tingkat buruh yang skill-nya sesuai kebutuhan proyek di lokasi proyek yang tidak di kota besar. <li data-bbox="1045 1178 1326 1438">3. Keterlambatan dalam pembayaran purchasing operasional yang dapat memengaruhi hubungan dengan pemasok. <li data-bbox="1045 1465 1326 1726">4. Belum adanya website perusahaan membatasi akses informasi dan upaya pemasaran digital.



<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES</p> <p>1. Tenaga ahli di bidang teknik sipil beragam dan memiliki sertifikasi keahlian yang cukup banyak.</p> <p>2. Jika memiliki partner investor yang kuat, perusahaan dapat menangani proyek besar dan mempercepat profit.</p> <p>3. Telah berpartner dengan beberapa supplier material, memudahkan proses pekerjaan di lapangan.</p>	<p style="text-align: center;">▽ STRATEGI</p> <p style="text-align: center;">S – O</p> <p>1. Memanfaatkan tenaga ahli yang beragam untuk mendapatkan proyek besar dengan dukungan investor.</p> <p>2. Meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan data yang lengkap untuk menarik lebih banyak proyek.</p>	<p style="text-align: center;">▽ STRATEGI</p> <p style="text-align: center;">W – O</p> <p>1. Mencari investor yang solid untuk mengatasi masalah modal dan meningkatkan kapasitas untuk proyek besar.</p> <p>2. Membangun website perusahaan untuk meningkatkan visibilitas dan akses informasi.</p>
<p style="text-align: center;">THREATS</p> <p>1. Kesulitan calon klien menemukan informasi mengenai layanan karena belum memiliki website resmi.</p> <p>2. Sistem penggajian yang belum stabil dapat menimbulkan kekhawatiran di kalangan tenaga ahli.</p> <p>3. Munculnya banyak perusahaan baru dengan</p>	<p style="text-align: center;">▽ STRATEGI</p> <p style="text-align: center;">S – T</p> <p>1. Menggunakan pengalaman luas dalam kontrak untuk bersaing dengan perusahaan baru yang lebih terencana.</p> <p>2. Meningkatkan penawaran harga kompetitif untuk menarik klien dari perusahaan yang lebih stabil.</p>	<p style="text-align: center;">▽ STRATEGI</p> <p style="text-align: center;">W – T</p> <p>1. Mengatasi keterlambatan pembayaran operasional untuk menjaga hubungan dengan pemasok dan menghindari gangguan.</p> <p>2. Meningkatkan sistem penggajian untuk mempertahankan tenaga ahli dan mengurangi risiko kehilangan karyawan.</p>



manajemen yang lebih terencana, menjadikan persaingan semakin ketat.pindah perusahaan lain. 4. Ketidakpastian ekonomi dan perubahan regulasi pemerintah dapat memengaruhi stabilitas bisnis		
--	--	--

4. Hasil Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Tabel 4.9
Analisis Matriks IFAS dan EFAS

No	INDIKATOR	BOBOT	SKOR	NILAI TERTIMBANG
1	Kekuatan (Strength)	1.00		
	1. Pengalaman luas di bidang kontraktor dan mempunyai kelengkapan data perusahaan lengkap, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan	0.40	4	1,6
	2. Dalam mengajukan penawaran harga cukup kompetitif sehingga banyak diminati oleh pihak pelanggan	0.40	4	1,6



	3. Kemampuan sumber daya manusia (SDM) di bidang Teknik terbukti sangat andal dalam menangani berbagai aspek pengerjaan proyek, baik dari segi ketelitian, efisiensi waktu, maupun kualitas hasil.	0.20	2	0.4
	JUMLAH STRENGTH			3.6
NO	INDIKATOR	BOBOT	SKOR	NILAI TERTIMBANG
1	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	1.00		
	1. Kurangnya modal yang kuat, sehingga untuk mengerjakan proyek yang besar harus berkolaborasi dengan pemilk modal atau investor terlebih dahulu, sehingga profit nya menjadi kecil (terbagi dua)	0.30	3	0.9
	2. Kesulitan dalam merekrut sumber daya manusia (SDM) pada tingkat buruh, Sehingga berpotensi mengganggu kelancaran operasional dan penyelesaian proyek tepat waktu	0.30	3	0.9
	3. Keterlambatan pembayaran purchasing operasional berdampak pada kualitas pelayanan pelanggan, karena dapat memperpanjang waktu pengerjaan proyek, dan memengaruhi hubungan dengan pemasok.	0.20	2	0.4



	4. PT.Elshaddai belum memiliki sebuah website perusahaan sehingga pemasarannya menjadi terbatas.	0.20	2	0.4
	Jumlah Weakness			2.6
	JUMLAH FAKTOR INTERNAL			6.2
NO	INDIKATOR	BOBOT	SKOR	NILAI TERTIMBANG
3	Peluang (Opportunity)	1.00		
	1. Perusahaan memiliki tenaga ahli yang beragam dan bersertifikasi, yang memberikan nilai tambah signifikan.	0.50	5	2.5
	2. Kemitraan yang kuat dengan investor memberikan dukungan finansial yang diperlukan untuk pengembangan proyek.	0.30	3	0.9
	3. Kemitraan dengan beberapa pemasok material mempermudah kelancaran pekerjaan di lapangan.	0.20	2	0.4
	Jumlah Opportunity			3.8
4	Ancaman (Threat)	1.00		
	1. Adanya persaingan dari perusahaan baru yang memasuki pasar menambah tekanan pada perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan inovasi	0.30	3	0.9



2. Sistem penggajian yang belum stabil dikhawatirkan mendorong tenaga ahli berpindah ke perusahaan lain demi kestabilan finansial, yang dapat berdampak pada kualitas proyek perusahaan.	0.30	3	0,9
3. Perusahaan mengalami kesulitan dalam menyediakan informasi yang diperlukan kepada klien karena belum memiliki website resmi.	0.20	2	0.4
4. Ketidakpastian ekonomi dan perubahan regulasi pemerintah dapat memengaruhi stabilitas bisnis.	0.20	2	0.4
Jumlah Threat			2.6
JUMLAH FAKTOR EKSTERNAL			6.4

Sumber : Data diolah 2024

Rekapitulasi Nilai Tertimbang (Weight Value)

Nilai Tertimbang *Strength* Kualitas Pelayanan PT. Elshddai Mulia Agape Sehati = **3.6**

Nilai Tertimbang *Weakness* Kualitas Pelayanan PT. Elshddai Mulia Agape Sehati = **2.6**

Selisih Positif 1

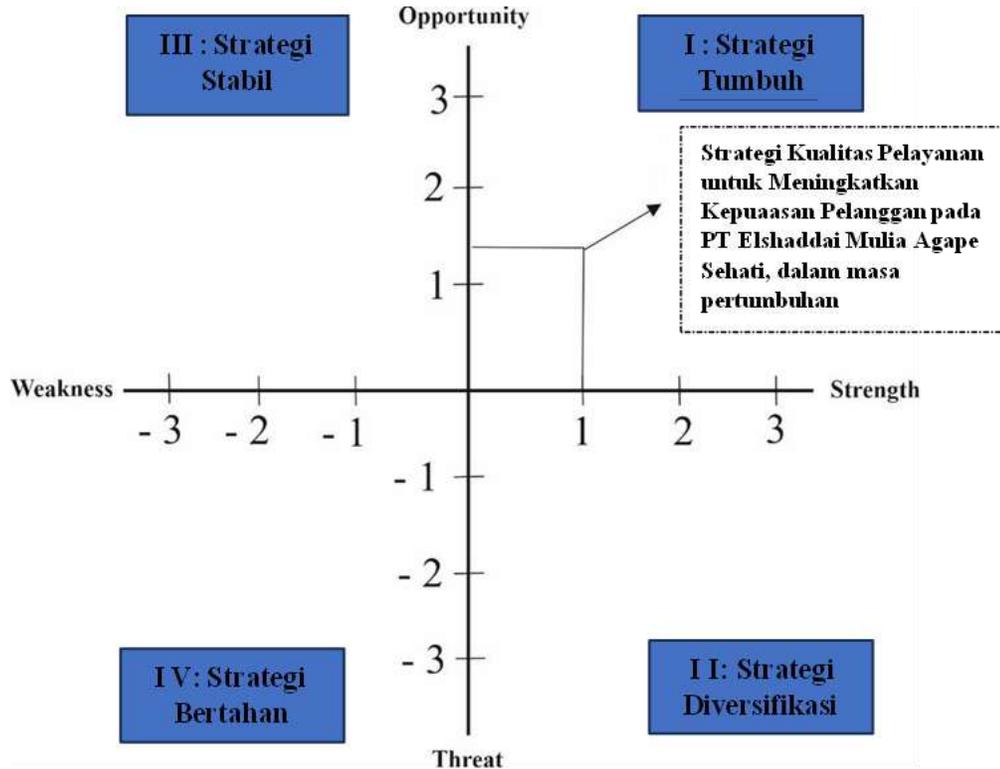
Nilai Tertimbang *Opportunity* Kualitas Pelayanan PT. Elshddai Mulia Agape Sejati = **3.8**

Nilai Tertimbang *Threat* Kualitas Pelayanan PT. Elshddai Mulia Agape Sejati = **2.6**

Selisih Positif 1



5. Diagram SWOT



Sumber : Data Diolah 2024

Gambar 4.6

Diagram Matriks SWOT 4 Kuadran

Dengan nilai tertimbang faktor kekuatan dan kelemahan positif sebesar 1, serta nilai tertimbang faktor peluang dan ancaman positif sebesar 1,2, dapat disimpulkan bahwa posisi penerapan analisis kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Elshaddai Mulia Agape Sehati pada matriks SWOT empat kuadran terletak pada kuadran 1, yang menunjukkan strategi "Pertumbuhan." Hal ini mencerminkan potensi yang kuat untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT Elshaddai Mulia Agape Sehati, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan sebagai Faktor Utama Kepuasan Pelanggan

PT Elshaddai Mulia Agape Sehati telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menjaga kualitas pelayanan, terlihat dari kemampuannya mengatasi tantangan di lapangan seperti keterlambatan material, kendala tenaga kerja, dan keterbatasan pengawas proyek. Upaya perbaikan dilakukan melalui peningkatan koordinasi internal, pemanfaatan hubungan baik dengan pemasok, serta penerapan langkah cepat dalam penyelesaian masalah. Hal ini



mencerminkan bahwa kualitas pelayanan yang adaptif menjadi modal utama dalam mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

2. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil temuan, strategi yang dapat diterapkan oleh PT Elshaddai Mulia Agape Sehati meliputi :

- a. Percepatan rekrutmen tenaga pengawas untuk memastikan setiap proyek mendapatkan pengawasan yang memadai.
- b. Optimalisasi sistem pelaporan digital agar proses monitoring proyek lebih cepat, akurat, dan real-time.
- c. Penguatan komunikasi dengan pelanggan melalui laporan berkala dan forum tatap muka untuk memastikan setiap masukan dapat segera direspon.
- d. Peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan teknis dan pelayanan pelanggan, sehingga kualitas hasil pekerjaan dan profesionalisme semakin meningkat.

3. Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Pelanggan secara umum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, namun masih ada ruang untuk perbaikan terutama pada aspek kecepatan penyelesaian pekerjaan, kebersihan area kerja, dan ketepatan waktu penyerahan proyek. Perusahaan perlu memastikan bahwa setiap masukan pelanggan menjadi bahan evaluasi yang langsung ditindaklanjuti. Peningkatan komunikasi dua arah dan pelayanan yang konsisten akan memperkuat loyalitas pelanggan serta memperluas peluang mendapatkan proyek baru.

4. Implikasi terhadap Keberlanjutan Bisnis

Dengan penerapan strategi kualitas pelayanan yang konsisten, PT Elshaddai Mulia Agape Sehati berpotensi memperkuat posisinya di pasar konstruksi. Kepuasan pelanggan yang terjaga akan menciptakan loyalitas jangka panjang, mendorong rekomendasi dari pelanggan lama, meningkatkan citra perusahaan, serta membuka peluang kerjasama baru. Hal ini menjadi fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama. (2020). *Fungsi manajemen pemasaran* (pp. 15–25). Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran* (pp. 112–130). Bandung: CV Alfabeta.
- Afifuddin, Roni P. Widodo, Zamroni (2019). *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. Jurnal Manajemen dan Ekonomi, 13(2), 75-82, ISSN: 2302-8432.
- Anggraini, W & Syahriza, R. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Produk Pricinta Studi Pada PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai Kota. Jurnal Ilmu Computer, Ekonomi, Dan Manajemen. Vol. 2 No. 1
- Ferry Sanjaya, Ricky Barja (2024). Studi Kasus Penerapan Sistem Informasi Akuntansi di UMKM. Jurnal Teknologi Informasi dan Akuntansi, 2(2), Juli, 1709-1720.
- Fitria Elvi, Florentina Neneng Sabela (2022). Evaluasi Strategi Perusahaan dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 3(3), Desember, 2685-4724.
- Maria Christina Pongantung, Salmin Dengo, Rully Mambo (2021). Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sektor Pariwisata. Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, VII, ISSN: 2338-9613.



- Muhammad Nur (2017). Analisis Perubahan Organisasi pada Perusahaan Skala Menengah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), November.
- Mujiyanto, Nirva Diana, Erjati Abas (2023). Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Digitalisasi Ekonomi*, 2(1), Maret, 28- 39, 2828-8009.
- Nanang Suparman (2017). Efisiensi Organisasi dan Strategi Manajemen untuk Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 13(1), 41-56.
- Nida Salma Fahriani (2022). Studi Empiris tentang Loyalitas Pelanggan pada E- Commerce. *Jurnal E-Commerce dan Digitalisasi Bisnis*, 2(3), September, 01-11, 2962-4010.
- Triyadi (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Citra Rasa Betawi Outlet Jakarta Selatan. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 2(1), Oktober, ISSN: 2622-8882.
- Zulkarnain Siregar, Imamul Khaira, Maceru Edwardo Hutagaol, Tesalonika Simalango, Rika Marsulina Pandiangan (2024). Dampak Inovasi Teknologi pada Efektivitas Kerja di Perusahaan Konstruksi. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 1(6), Juni, 3032-3908.