

**ANALISIS STRATEGI CV. PASIRINDO SEBAGAI JASA SERVICE AC
(Studi Kasus CV. Pasirindo Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Miftahul Aulia Adha

No. Mahasiswa : 16312088

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2019

**ANALISIS STRATEGI CV. PASIRINDO SEBAGAI JASA SERVICE AC
(Studi Kasus CV. Pasirindo Yogyakarta)**

Disusun dan diajukan untuk memnuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:

Nama: Miftahul Aulia Adha
No Mahasiswa: 16312088

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjaanan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 04 Februari 2019



(Miftahul Aulia Adha)

ANALISIS STRATEGI CV. PASIRINDO SEBAGAI JASA SERVICE AC

(Studi Kasus CV. Pasirindo Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Oleh

Nama : Miftahul Aulia Adha

No Mahasiswa : 16312088

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 20 Februari 2019

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hendi Yogi Prabowo', written over a horizontal line.

(Hendi Yogi Prabowo.,SE.,M.For.Accy.,Ph.D.,CFrA

SKRIPSI BERJUDUL
ANALISIS STRATEGI CV. PASIRINDO SEBAGAI BISNIS JASA SERVICE AC

Disusun Oleh : MIFTAHUL AULIA ADHA
Nomor Mahasiswa : 16312088

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 12 Maret 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Hendi Yogi Prabowo, SE, M.For.Accy., Ph.D.



Penguji : Mahmudi, Dr., SE., M.Si,Ak, CMA.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Srengga, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

“ Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang ”

Dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk keluarga dan sahabat yang telah senantiasa mendoakan dan mendukung saya disetiap langkah untuk menggapai cita-cita.

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal, Aamiin Yaa Rabbal Alamin.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Waeahmatullahi Wabaraakaatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI CV. PASIRINDO SEBAGAI JASA SERVICE AC (Studi Kasus CV. Pasirindo Yogyakarta)”**. Shlawat dan salam tak hentinya penulis sampaikan kepada sosok pembawa risalah Islammiyah, Rasulullah Muhammad SAW, yang senantiasa menjadi teladan bagi kita semua, semoga kita tetap menjadi pengikutnya hingga akhir hayat Allahumma Aamiin.

Penulisan skripsi ini dilaksanakan sebagai syarat untuk mencapai pendidikan strata satu (S1) pada jurusan akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh dukungan, bantuan bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini, alhamdulillah. Semoga selesainya skripsi ini menjadi amal dan awal yang baik untuk kedepannya, Amiin.
2. Terimakasih kepada Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi tauladan bagi umat islam, sehingga umat islam pada saat sekarang berada di jalan yang terang benderang.
3. Kedua orang tua, Ibu dan Bapak yang selalu memberikan dukungan dan doa demi kesuksesan saya.

4. Adik kandung, Oriza Khairunnisa yang sudah memberikan dukungan moril dan doa selama kuliah serta juga selalu memberikan semangat selama saya menjalani masa kuliah, terimakasih untuk semua dukungan yang telah diberikan.
5. Bapak Fathul Wahid S.T.,M.Sc.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
6. Bapak Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
7. Bapak Mahmudi Dr. SE., M.Si selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Hendy Yogi Prabowo, S.E., M.For.Accy., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang selalu kritis dalam memeriksa dan mengevaluasi hasil penelitian ini, sehingga menjadi lebih baik.
9. Seluruh karyawan CV. Pasirindo Yogyakarta yang telah bersedia memberikan informasi dan pelajaran berharga selama saya melakukan penelitian.
10. Teman-teman seperjuangan dalam melanjutkan kuliah Strata 1, Yohan, herdi, dan Yoga. Terimakasih untuk selalu membantu dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk johan terimakasih yang telah mendorong saya untuk menyelesaikan NVIVO
11. Sahabat-sahabat PMII “Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia” terimakasih yang telah menjadi keluarga kedua bagi saya selama di Yogyakarta ini.

12. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembawa dan pihak yang berkepentingan.

Wassallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
 BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Fokus Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
 BAB II	
KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengenalan.....	10

2.2	Pengertian Strategi.....	10
2.2.1	Tahap-Tahap Strategi.....	12
2.2.2	Faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan strategi	14
2.2.3	Strategi Unit Bisnis	16
2.2.4	Tingkatan Strategi Unit Bisnis.....	17
2.3	Persekutuan Komanditer (CV)	18
2.4	Perusahaan Jasa	21
2.5	Pemasaran.....	23
2.6	Kualitas Pelayanan	25
2.6.1	Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.6.2	Penyebaran Informasi Jasa Service AC	27
2.7	Kepuasan Pelanggan.....	30
2.8	Penelitian Sebelumnya	31
BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Pengenalan Bab	37
3.2	Jenis Penelitian	37
3.3	Fokus Penelitian	39
3.4	Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Sumber Data Primer.....	40
3.4.2	Sumber Data Sekunder	41
3.5	Sistematika.....	41
3.6	Pemilihan Responden	43

3.6.1	Analisis Data.....	45
3.6.1.1	<i>Coding</i>	45
3.6.1.2	<i>Analytical Maps</i>	46
3.6.1.3	<i>Framework Matrix</i>	47
3.6.1.4	<i>Matrix Coding Queries</i>	48
3.7	Teknik Pengumpulan Data	48
3.8	Objektivitas dan Keabsahan Data.....	49

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.7	Pengenalan Bab	53
4.2	Profil CV. Pasirindo	53
4.2.1	Struktur Organisasi CV. Pasirindo.....	56
4.2.2	Visi dan Misi Perusahaan	58
4.2.3	Jasa Service CV. Pasirindo	59
4.2.4	Perusahaan Yang Bekerjasama	59
4.2.5	Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta.....	61
4.2.5.1	Laba	61
4.2.5.2	Biaya.....	63
4.2.5.3	Pendapatan.....	64
4.3	Strategi Perusahaan Untuk Mencapai Tujuan Perusahaan	66
4.3.1	Tujuan CV. Pasirindo	68
4.3.2	Strategi Unit Bisnis	69
4.4	Strategi Dan Implementasi Strategi.....	70

4.4.1	Menjamin Kualitas Produk	76
4.4.2	Meningkatkan Kapasitas Sumber Daya Manusia	79
4.4.3	Berpengalaman Dalam Bidang	80
4.4.4	Metode Pemasaran	81
4.4.5	Pemberian Layanan Terbaik Untuk Konsumen	82
4.4.6	Layanan yang Unggul	85
4.5	Implementasi Strategi dan Kekurangan.....	85
4.5.1	Kinerja Perusahaan Yang Kurang Maksimal.....	89
4.5.2	Produk Jasa Banyak Di Pasaran.....	90
4.6.1	Pencatatan Pekerjaan	90
4.5.4	Pengerjaan Yang Lama	91
4.6	Kendala dan Kekurangan Perusahaan	92
4.6.1	Faktor Internal	95
4.6.2	Faktor Eksternal.....	97
4.7	Kendala dan Saran Perbaikan	98
4.7.1	Penambahan Jumlah Teknisi	101
4.7.2	Format Peralatan Harus Jelas	101
4.7.3	Menyediakan Sparepart Sendiri	101
4.7.4	Format Job Order Harus Jelas	102
4.7.5	Innovasi Produk Jasa Lebih Ditekankan	102
4.7.6	Penambahan Konsumen Perusahaan	102
4.8	Kesimpulan Bab	103

BAB V

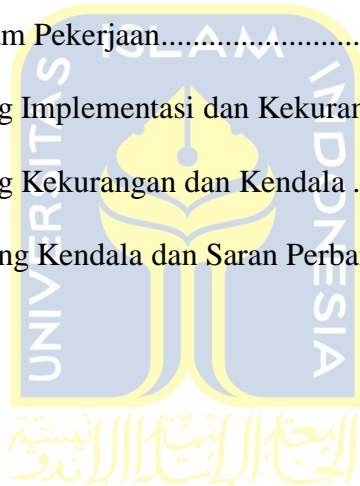
SIMPULAN DAN SARAN

5.8	Pengenalan Bab	105
5.2	Kesimpulan	105
	Daftar Pustaka	108
	Lampiran	111



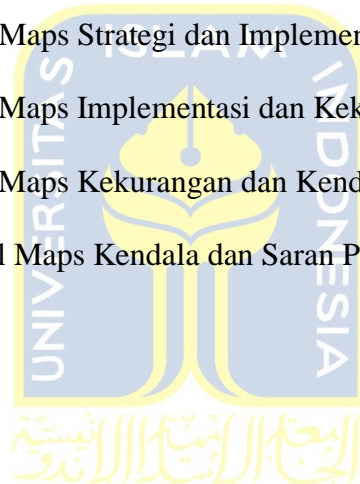
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Narasumber	44
Tabel 4.1 Laba CV. Pasirindo Yogyakarta	62
Tabel 4.2 Biaya CV. Pasirindo Yogyakarta	64
Tabel 4.3 Pendapatan CV. Pasirindo Yogyakarta.....	65
Tabel 4.4 Matrix Coding Tujuan dan Strategi Perusahaan	69
Tabel 4.5 Matrix Coding Strategi dan Implementasi	72
Tabel 4.6 Suplier CV. Pasirindo Yogyakarta.....	78
Tabel 4.7 Jenis AC dalam Pekerjaan.....	81
Tabel 4.8 Matrix Coding Implementasi dan Kekurangan.....	89
Tabel 4.9 Matrix Coding Kekurangan dan Kendala	94
Tabel 4.10 Matrix Coding Kendala dan Saran Perbaikan.....	100



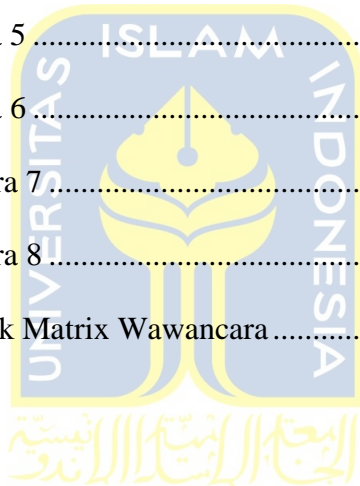
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Sistematika Penelitian	42
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	56
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	57
Gambar 4.3 Grafik Laba CV. Pasirindo Yogyakarta	62
Gambar 4.4 Grafik Biaya CV. Pasirindo Yogyakarta.....	63
Gambar 4.5 Grafik Pendapatan CV. Pasirindo Yogyakarta.....	65
Gambar 4.6 Analytical Maps Tujuan dan Strategi Perusahaan.....	68
Gambar 4.7 Analytical Maps Strategi dan Implementasi	71
Gambar 4.8 Analytical Maps Implementasi dan Kekurangan	87
Gambar 4.9 Analytical Maps Kekurangan dan Kendala	93
Gambar 4.10 Analytical Maps Kendala dan Saran Perbaikan	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	111
Lampiran 2 Surat Perintah Kerja.....	112
Lampiran 3 Invoice	113
Lampiran 4 Wawancara 1	114
Lampiran 5 Wawancara 2	118
Lampiran 6 Wawancara 3	125
Lampiran 7 Wawancara 4	129
Lampiran 8 Wawancara 5	131
Lampiran 9 Wawancara 6	136
Lampiran 10 Wawancara 7	138
Lampiran 11 Wawancara 8	141
Lampiran 12 Framework Matrix Wawancara	145



ABSTRAK

Industri jasa service AC merupakan industri yang sedang berkembang di Indonesia, salah satu perusahaan yang bergerak pada industri ini adalah CV. Pasirindo. CV. Pasirindo bergerak dalam industri jasa service AC. Jasa service AC yang ditawarkan oleh CV. Pasirindo berupa perawatan dan perbaikan. CV. Pasirindo sendiri didirikan pada tahun 2006 dan masih berkembang hingga sekarang. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana strategi yang digunakan oleh CV. Pasirindo dalam mengembangkan bisnisnya. Bisnis jasa service AC di Indonesia sudah banyak, tetapi CV. Pasirindo mempunyai nilainya tersendiri sehingga mampu bertahan selama lebih dari 10 tahun dan mampu bersaing. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dalam pengambilan data. Hasil penelitian menyatakan bahwa CV. Pasirindo mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan bisnis serupa seperti layanan yang baik untuk konsumen.

Kata kunci : CV. Pasirindo, Industri Jasa, Strategi



ABSTRACT

AC service industry is a growing industry in Indonesia, one of the companies engaged in this industry is CV. Pasirindo. CV. Pasirindo is engaged in the AC service service industry. AC service offered by CV. Pasirindo in the form of care and repairs. CV. Pasirindo itself was founded in 2006 and is still developing until now. In this study will discuss how the strategies used by CV. Pasirindo in developing its business. There are already many AC service business in Indonesia, but CV. Pasirindo has its own value so it can last for more than 10 years and is able to compete. This study uses interview techniques in data retrieval. The results of the study stated that CV. Pasirindo has several advantages compared to similar businesses such as good service for consumers.

Kata kunci: CV. Pasirindo, Service Industry, Strategy

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasawarsa memasuki milinium perputaran dunia ditandai dengan globalisasi, perekonomian, budaya sosial dan bahkan hukum. Telah banyak melahirkan kejahatan dengan tipologi baru, yakni dengan kemajuan ekonomi, yang menimbulkan kejahatan bentuk baru, yang juga cukup berbahaya dan besarnya korban. Kejahatan yang merupakan suatu perilaku menyimpang, yang mana itu selalu melekat pada tiap masyarakat, yang tidak pernah sepi dari kejahatan. Perilaku menyimpang yang kita ketahui merupakan ancaman yang nyata, serta juga dapat mengancam dari norma-norma sosial yang berlaku di dalam masyarakat, yang mendasari kehidupan atau keteraturan sosial.

Dengan adanya kemajuan ekonomi yang cukup pesat di zaman sekarang ini, yang mana pembangunan ekonomi itu sendiri merupakan suatu proses menuju perubahan yang diupayakan secara terus menerus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi pertumbuhan ekonomi suatu wilayah menandakan semakin baik kegiatan ekonomi di peroleh dari laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan (Todaro dan Smith, 2008).

Dilihat pada saat sekarang ini bahwa masih sangat rendahnya kualitas pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia. Namun pertumbuhan ekonomi Indonesia memang cukup tinggi, akan tetapi efek yang diberikan atas pertumbuhan

ekonomi Indonesia setiap 1% hanya menyerap 250 ribu tenaga kerja baru (Adi, 2011).

Dalam hal pertumbuhan ekonomi yang dapat kita lihat maka adanya perkembangan dalam dunia bisnis yang mana perkembangan itu di tandai dengan banyaknya perusahaan yang berdiri baik itu dalam bidang dagang, jasa dan manufaktur.

Seperti halnya yang di jelaskan dalam Gale, Art (*Information systems service quality, zone of tolerance, and user satisfaction*, 2012: 50) “*Information system service quality has been a very important theme in both IS practice and research. User service expectations affect perceived service quality and user satisfaction*”. Dalam hal ini bisa di jelaskan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perusahaan jasa sendiri merupakan suatu unit usaha yang mana kegiatan produksinya menghasilkan jasa untuk meraih keuntungan. Dalam hal ini perusahaan jasa lebih kepada menghasilkan produk yang bersifat *intangible* atau tidak terlihat. Maka dari itu produk yang dihasilkan perusahaan jasa sendiri tidak dapat diukur secara kuantitatif. Melainkan hanya bisa dirasakan secara kualitas. Perusahaan jasa banyak di tuntutan untuk dapat ikut serta dalam persaingan. Persaingan yang mana yang akan memberikan banyak pilihan kepada konsumen

Menurut Blocher, Chen & Lin (2000) Dimana dalam hal ini perusahaan jasa semakin sadar biaya *cost conscious* yang artinya suatu pemahaman atau suatu kesadaran bahwa setiap tindakan yang kita lakukan selalu mempunyai dampak berupa munculnya biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan. Dan sadar juga akan nilai *value conscious* dalam meminta produk dan jasa yang berkualitas tinggi.

Dalam hal ini untuk dapat bertahan perusahaan jasa harus memberikan *value* yang lebih kepada konsumen dalam bentuk jasa serta memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan *value* lebih kepada perusahaan. Melihat keadaan yang sekarang ini persaingan dalam perusahaan jasa cukup ketat, sehingga perusahaan jasa di peruntutkan untuk memiliki kinerja manajerial yang cukup baik dan menunjang (Narsa and Yuniawati, 2003). Kinerja manajerial sendiri adalah tentang menciptakan hubungan dan memastikan komunikasi yang baik didalam lingkungan perusahaan, kinerja manajerial lebih memfokuskan kepada apa yang diperlukan dalam organisasi, manajer dan pekerja untuk berhasil (Wibowo, 2012). Dasar dalam pembentukan organisasi adalah untuk mencapai tujuan tertentu atau yang disebut sebagai *goal congruence*, tujuan organisasi dalam ruang lingkup perusahaan jasa sendiri dapat berupa pelayanan pelanggan dan peningkatan kualitas produk atau jasa (Wibowo, 2012).

Kinerja manajerial sendiri merupakan aspek yang cukup penting dalam manajemen sumber daya manusia seperti yang terdapat dalam pengertian berikut ini, Menurut Mangkunegara (2006) merupakan bahwa kinerja sumber daya manusia merupakan istilah dari kata *job performance* atau *actual performance* adalah hasil kerja yang dilihat berdasarkan kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seorang karyawan atau pegawai dalam melaksanakan tugasnya yang sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Maka dari itu dalam hal ini banyaknya terjadi persaingan yang dilakukan dalam perusahaan jasa yang mana mereka berlomba-lomba untuk menaikkan eksistensinya dan menjaga kepercayaan konsumen. Persaingan tidak hanya melihat

pesaing yang besar saja tetapi juga perlu mempertimbangkan dan melihat pesaing yang levelnya masih kecil, semakin besarnya persaingan yang terjadi maka semakin pentingnya untuk lebih meningkatkan eksistensi dan kepercayaan konsumen. Sehingga dalam hal ini perusahaan jasa sangat lebih detail dan teliti dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa servis AC dapat dikatakan suatu perusahaan yang masuk dalam jajaran perusahaan kecil menengah, kebanyakan perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa service AC tidak mampu bertahan dalam persaingan yang ketat, dalam hal ini kurang tepatnya strategi bisnis yang digunakan, terutama strategi dalam hal pemasaran yang tepat yang dapat menentukan seberapa besar penjualan yang dapat menguntungkan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan yang bergerak dibidang ini dituntut untuk menggunakan strategi yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan usahanya.

Semakin baiknya strategi yang digunakan oleh perusahaan maka semakin besar kesempatan perusahaan untuk dapat bisa bertahan dalam persaingan yang ada pada saatnya sekarang ini, maka dari itu penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir dengan judul “ **ANALISIS STRATEGI CV. PASIRINDO SEBAGAI BISNIS JASA SERVICE AC (Studi Kasus Pada CV. Pasirindo Yogyakarta)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah strategi yang digunakan oleh CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnis nya?

Berdasarkan rumusan masalah di atas ini, peneliti akan membahas bagaimana strategi, mekanisme yang dijalankan oleh CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnisnya sehingga masih sangat bisa bertahan dengan kondisi dan persaingan usaha di bidang jasa service AC pada saat sekarang ini.

2. Bagaimana cara implementasi strategi yang dipilih?

Dalam rumusan masalah sebelumnya membahas terkait strategi yang digunakan oleh perusahaan, maka dalam rumusan masalah ini akan menjelaskan lebih lanjut tentang mekanisme implementasi strategi yang dilakukan oleh CV.pasirindo.

3. Apa kendala dan tantangan yang dihadapi oleh CV. Pasirindo dalam menjalankan strateginya?

Terkait dengan rumusan masalah yang pertama dan kedua. Pada rumusan masalah ketiga membahas kendala yang dihadapi oleh CV. Pasirindo dalam menerapkan dan menjalankan strategi bisnis nya.

4. Perbaikan apa yang bisa di lakukan oleh CV.Pasirindo dalam mengembangkan strategi bisnis nya.?

Terkait dalam rumusan masalah yang keempat ini membahas tentang hal apa saja yang bisa dilakukan CV. Pasirindo dalam menghadapi masalah yang terjadi dalam proses pengembangan bisnisnya.

1.3 Fokus Penelitian

Agar hasil yang diperoleh dapat sesuai dengan tujuan dan menjawab rumusan masalah yang ada, maka dari itu peneliti menentukan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Tempat penelitian : Kantor CV. Pasirindo, Jl. Kronggahan I, Trihanggo, Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Waktu penelitian : Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi yang digunakan CV. Pasirindo dari tahun 2015 hingga saat sekarang ini.
3. Aspek penelitian : Analisis strategi CV. Pasirindo sebagai bisnis Jasa Service AC.
4. Objek penelitian : objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis yang di gunakan yang ada di perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam terkait strategi yang ada di dalam CV. Pasirindo, pengimplementasian strategi yang dilakukan oleh CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnisnya, kemudian kendala-kendala dan tantangan yang dihadapi oleh CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnisnya serta memberikan rekomendasi saran perbaikan dalam strategi manajemen yang ada dalam CV.

Pasirindo, Agar kinerja perusahaan dan manajerial di dalam perusahaan berjalan lebih baik dan dapat mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti:

Penelitian ini bermanfaat sebagai pembelajaran mengenai pengawasan dan pengetahuan mengenai sistem pengendalian manajemen dan strategi manajemen dengan membandingkan teori yang didapatkan di perkuliahan dengan keadaan yang sebenarnya tidak hanya itu, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi untuk mendapatkan gelar di bidang Akuntansi Universitas Islam Indonesia.

2. Bagi CV. Pasirindo:

Hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai saran dalam sistem pengendalian manajemen dan strategi manajemen perusahaan serta sebagai referensi dalam pengembangan dan penerapan sistem pengendalian manajemen dimasa yang akan datang.

3. Bagi pihak lain:

Hasil dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan mengenai sistem pengendalian manajemen dan strategi manajemen serta sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisi latar belakang penelitian. Dari latar belakang tersebut kemudian dibuatlah rumusan masalah. Selanjutnya membahas mengenai fokus penelitian yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Di dalam bab ini berisikan teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Teori yang menjawab permasalahan penelitian yang ada. Bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran yang digunakan dari penelitian ini berguna untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Di dalam bab ini lebih menjelaskan tentang bagaimana rencana kegiatan yang digunakan dalam penelitian ini. Beberapa hal yang akan dijelaskan pada bab ini adalah tentang jenis penelitian, fokus penelitian, sistematika penelitian, sumber dan jenis data, pemilihan responden, objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengujian keabsahan data.

BAB IV ANALISI DATA

Di dalam bab ini berisi hasil analisis penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian tersebut disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat pada sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Di dalam bab ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengenalan Bab

Bab ini membahas terkait pendalaman materi peneliti dalam melakukan penelitian yang mana akan mengangkat penelitian tentang strategi manajemen dalam menjalankan jasa service AC. Pada bab ini membahas terkait dengan Commanditter Vennootschap (CV), Strategi Manajemen, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan konsep perusahaan jasa di bidang service AC, kemudian bab ini juga membahas terhadap penelitian yang dilakukan sebelumnya. Selain itu dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

2.2 Pengertian Strategi

Strategi menurut Michel E. Porter adalah menciptakan penyesuaian di antara aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Dalam hal ini bisa kita lihat sebuah keberhasilan suatu strategi tergantung pada melakukan banyak hal dengan baik, tidak ada strategi khusus dan tidak ada kelangengan. Istilah strategi adalah rencana yang memiliki skala besar yang lebih berorientasi pada jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan menurut Pearce dan Robinson (2013). Strategi dapat dikatakan adalah sebuah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah upaya bagi perusahaan agar

perusahaan berjalan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan perusahaan dan mencapai keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Porter, 1998). Strategi juga merupakan tindakan atau pola yang dilakukan untuk mencapai tujuan, yang tidak hanya meliputi strategi yang di rencanakan tetapi juga mencakup konsistensi perusahaan dalam mengambil keputusan menurut Mintzberg (1978).

Secara etimologi strategi adalah turunan dari bahasa Yunani yaitu *strategos*. Adapun maksud dari *strategos* dapat diartikan sebagai “komandan militer” pada zaman demokrasi Athena. Pada awal munculnya istilah strategi sering digunakan dalam dunia militer yang dapat diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer dalam memenangkan peperangan.

Sedangkan istilah strategi dalam terminologi merupakan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien, para ahli sudah cukup banyak dalam mengembangkan definisi strategi dengan cara sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya tetap pada mencapai kesimpulan yang mana secara etimologi strategi tersebut merupakan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien yang mana merupakan salah satu proses dimana untuk melakukan interaksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran.

Dalam hal ini strategi dapat dikatakan merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dapat menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi gambaran pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen.

Sedangkan menurut Siagian strategi merupakan keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Dalam hal ini strategi juga akan memberikan pandangan dan dampak terhadap pelayanan publik yang baik guna memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sangat lah mengutamakan pelayanan publik yang maksimal. Untuk meningkatkan pelayanan publik yang maksimal dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis yang di jalani dalam bidang service AC maka ada beberapa langkah yang dapat dijalankan dan dilaksanakan agar dapat memberikan pelayanan yang baik bagi masyarakat. Langkah- langkah yang harus dijalankan oleh perusahaan jasa adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman dan komitmen serta manfaat dan arti penting tanggung jawab dan kerjasama.
2. Berbicara dengan ramah dan mudah di pahami oleh orang lain.
3. Adanya pelayanan administrasi publik yang berorientasi kepada masyarakat yang dilayani, *inklusif accessible* dan lain-lain.

2.2.1 Tahap-Tahap Strategi

1. Perumusan
 - a. Faktor pertama pada tahap ini menjelaskan tentang analisis lingkungan intern maupun ekstern adalah melakukan penetapan visi dan misi, perencanaan dan tujuan strategi.

- b. Kemudian melakukan perumusan strategi dalam hal ini melakukan penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksud untuk membangun visi dan misinya, merupakan tujuan strategi serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik.
 - c. Merencanakan target dan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan. Agar perusahaan dapat berjalan dan bergerak sesuai dengan visi dan misi yang ada di dalam perusahaan
 - d. Maka dari itu seseorang pemimpin harus dengan memulai menentukan visinya ingin menjadi apa dimasa mendatang dalam lingkungan terpilih dan misi apa yang harus ditunaikan atau dilakukan sekarang untuk mencapai cita-cita tersebut.
2. Pelaksanaan
- a. Setelah melakukan perumusan maka tahap selanjutnya merupakan tahap yang krusial dalam perusahaan yaitu melaksanakan strategi
 - b. Pelaksanaan strategi merupakan proses yang mana strategi dan kebijaksanaan melalui pembangunan struktur, pengembangan program, budget dan prosedur pelaksanaan. Dalam hal ini pelaksanaan strategi sendiri merupakan tahap yang paling sulit dalam proses strategi mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan di lapangan dan sangat mungkin tidak sesuai dengan perkiraan semula. Strategi yang berhasil harus sangat didukung oleh seorang pemimpin yang *capable*, alokasi sumber daya yang cukup, kebijaksanaan yang

tepat, budaya, situasi dan kondisi terhadap keberhasilan pelaksanaan strategi.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mendukung Pelaksanaan Strategi Perusahaan

1. Metode

Di maknai dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “mata” dan “hadas”. Dengan demikian kita dapat artikan metode sendiri merupakan cara atau jalan yang dilalui untuk mencapai sesuatu. Data lain mengatakan bahwa metode berasal dari bahasa jerman, *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode sendiri berasal dari kata *methodos* yang artinya jalan dan kemudian dalam bahasa Arab metode sendiri yaitu *thariq*. Yang kemudian dapat kita artikan bahwa cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi.

2. Taktik dan Teknik

Dalam hal ini taktik dan teknik dalam berperusahaan merupakan penjabaran dari metode perusahaan. Teknik merupakan cara yang dilakukan seseorang untuk mengimplementasikan metode. Misalnya cara seperti apa yang harus dilakukan agar metode yang digunakan dalam perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Maka dari itu sebelum pemimpin menjalankan proses usaha harus terlebih dahulu memperhatikan kondisi dan situasi. Taktik sendiri merupakan gaya seseorang dalam melakukan taktik atau metode tertentu. Dengan demikian taktik lebih bersifat kepada individual. Dilihat dari penjelasan di atas Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa suatu strategi perusahaan yang diimplementasikan pemimpin akan bergantung pada pendekatan yang digunakan, sedangkan bagaimana menjalankan perusahaan seorang pemimpin dapat menentukan teknik yang dianggap relevan

dengan metode. Dalam penggunaan teknik yang di ambil setiap pemimpin memiliki taktik yang berbeda antara pemimpin satu dengan yang lain.

3. Evaluasi

Setelah melakukan semua kegiatan yang dilakukan di dalam perusahaan baik itu dalam hal penerapan strategi, penerapan teknik dan penerapan taktik maka di perlukan suatu langkah yang sangat penting untuk berjalannya perusahaan kearah yang lebih baik yaitu evaluasi. Dalam evaluasi perusahaan ini dirancang untuk memberikan penilaian terhadap orang yang dinilai dan yang memberikan penilaian ialah pemimpin perusahaan tentang hasil karya yang telah di lakukan.

Pengertian evaluasi sendiri adalah proses dimana aktivitas dan hasil kinerja di lihat dan di monitor agar dapat digunakan untuk membandingkan kinerja yang sekarang dengan kinerja yang diharapkan. Dalam hal ini adanya suatu penyimpangan perlu diidentifikasi sebab-sebab terjadinya penyimpangan tersebut, dan setelah itu dilakukan tindakan koreksi.

Evaluasi sendiri dapat membantu pemimpin terhadap pelaksanaan perusahaan dan untuk menilai kembali apakah asumsi-asumsi mengenai perubahan dalam lingkungan perusahaan yang dibuat selama ini apakah masih layak di pertahankan atau tidak. Dalam melakukan penilaian kredibilitas seorang pemimpin sangatlah diuji untuk melihat setiap perubahan yang ada di lingkungan perusahaan sehingga visi dan misi yang dibuat akan tetap sesuai dengan realita yang ada di lapangan.

2.2.3 Strategi Unit Bisnis

Strategi tingkat bisnis sendiri dapat dikatakan bagian tengah dari hierarki dalam pengambilan keputusan, yang terdiri dari atas manajer bisnis dan korporasi menurut Pearce dan Robinson (2013). Para manajer tingkat bisnis harus mengartikan arah dan maksud dari pernyataan yang dihasilkan pada tingkat korporasi menjadi tujuan nyata dan strategi untuk masing-masing divisi bisnis. Disini para manajer tingkat bisnis sangat lah menentukan bagaimana perusahaan akan lebih bersaing dalam arena pasar produk yang dipilih. Para strategi tingkat bisnis juga berusaha mengidentifikasi dan memastikan segmen pasar yang paling menjanjikan dalam arena tersebut. Segmen ini merupakan bagian dari pasar keseluruhan yang dapat diperoleh dan dipertahankan karena keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan. Seorang ahli memaparkan bahwa dalam strategi di tingkat bisnis ini bertujuan untuk lebih mengetahui keunggulan kompetitif suatu perusahaan dan untuk mengembangkan bisnis agar bisa bersaing di pasar industri Solihin dalam Arstantya (2015). Jadi dapat kita simpulkan bahwa strategi tingkat unit bisnis adalah untuk menentukan segmentasi pasar dan area pasar industri dengan melihat dari keunggulan kompetitif yang di miliki oleh perusahaan

2.2.4 Tingkatan Strategi Unit Bisnis

Di kutip dari Porter (1998) jenis-jenis strategi tingkat unit bisnis dibagi menjadi tiga, yaitu:

a. Strategi Kepemimpinan Biaya atau Cost Leadership

Strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (*Overall Cost Leadership*) strategi keunggulan biaya atau harga adalah strategi yang dilakukan perusahaan dengan menawarkan produk (standar) dengan harga yang murah dan bersaing dengan basis pelanggan yang luas. Sumber keunggulan biaya bervariasi dan bergantung pada struktur industri. Dalam hal ini sumber-sumber yang dikatakan mungkin mencakup kemampuan untuk memiliki pemasok bahan baku yang terjamin, berada pada posisi pasar yang dominan atau memiliki modal yang besar. Produsen berbiaya rendah harus menemukan dan mengeksplorasi semua sumber keunggulan biaya atau harga melalui peningkatan efisiensi biaya, yaitu: memaksimalkan skala ekonomis, melakukan integrasi, baik vertikal ke hulu atau ke hilir, menerapkan teknologi penghematan biaya, mengurangi biaya overhead dan administrasi dan menggunakan teknik volume penjualan untuk menaikkan posisinya di kurva laba.

b. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah suatu strategi perusahaan yang menciptakan produk unik guna menghadapi pesaing dalam industrinya. Keunikan tersebut terlihat dari ciri produk yang menawarkan nilai di mata konsumen. Dalam implikasinya, konsumen berani membayar dengan harga

yang cukup tinggi bagi produk-produk yang dipersiapkan sebagai produk yang unik dan berbeda olehnya.

c. Strategi Fokus atau Industri Tunggal

Strategi fokus memiliki perbedaan dengan strategi lain karena menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sempit dalam suatu industri dan bisa memilih strategi fokus atau biaya diferensiasi. Dalam hal ini strategi fokus lebih kepada memilih suatu segmen atau kelompok segmen yang kecil dalam industri bersangkutan dan lebih menyesuaikan strateginya untuk melayani mereka dengan mengesampingkan yang lain. Dengan lebih mengoptimalkan strateginya dimaksudkan perusahaan berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing dalam segmen sasaran kecil walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan. Strategi fokus ini memiliki dua varian, yaitu: fokus biaya, yaitu perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya dan fokus diferensiasi, yaitu perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya.

2.3. Persekutuan Komanditer (CV)

Persekutuan komanditer atau *Commanditaire Vennootschap CV* adalah suatu persekutuan yang didirikan oleh seseorang atau lebih yang mempercayakan uang atau barang kepada orang yang menjalankan perusahaan dan bertindak sebagai pemimpin. Dalam pasal 19 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Dalam pasal itu disebutkan bahwa CV adalah perseroan yang terbentuk dengan cara yang meminjamkan uang, yang didirikan oleh seseorang atau beberapa orang

persero yang bertanggung jawab secara renteng dan satu orang persero atau lebih yang bertindak sebagai pemberi pinjaman uang. Sekutu komanditer tidak sama dengan meminjamkan uang. Dalam meminjamkan uang atau benda yang diserahkan kepada orang lain masih dapat dituntut kembali apabila debitur jatuh pailit menurut H.M.N Purwosutjipto dalam Khairand (2014). Sedangkan uang atau benda yang telah diserahkan sekutu komanditer kepada persekutuan menjadi hak kekayaan persekutuan. Apabila persekutuan pailit, pemasukan tersebut tidak dapat dituntut kembali.

Menurut para ahli CV sendiri merupakan suatu perusahaan yang didirikan oleh satu atau beberapa orang secara tanggung-menanggung, bertanggung jawab untuk seluruhnya atau bertanggung jawab secara solider dengan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang I.G.Rai Widjaya.

Sedangkan pengertian *commanditter vennootschap* CV menurut kitab Hukum dagang yang mana terdapat pada pasal 19 kitab undang-undang hukum dagang yaitu perseroan secara melepas uang yang juga dinamakan perseroan komanditter, didirikan antara satu orang atau beberapa persero yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab untuk seluruhnya pada pihak satu dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang R Subekti, Tjitrosudibio, Jakarta, 2003

A. Jenis-Jenis Sekutu dalam CV

Di dalam *Commanditaire Vennootschap* CV terdapat beberapa sukutu dalam menjalankan usaha nya. Dalam hal ini sekutu merupakan satuan orang atau kelompok dalam menjalankan sesuatu untuk mencapai beberapa tujuan. *Commanditaire Vennootschap* memiliki dua macam sekutu yaitu sebagai berikut:

1. Sekutu kerja atau sekutu aktif

Sekutu kerja atau sekutu aktif adalah sekutu yang menjadi pengurus persekutuan, sekutu kerja menjalankan perusahaan dan berhak melakukan perjanjian dengan pihak ketiga, dalam hal ini maksudnya adalah kebijakan perusahaan dijalankan oleh sekutu aktif. Sekutu aktif biasa disebut sebagai persero kuasa atau persero pengurus. Maka dari itu sekutu aktif bertanggung jawab penuh sampai kepada harta kekayaan pribadinya (Damay, 2013)

2. Sekutu tidak kerja atau sekutu pasif

Sekutu tidak kerja atau sekutu pasif atau sekutu komanditer adalah sekutu yang hanya menyertakan modal dalam persekutuan. Jika perusahaan menderita rugi mereka hanya bertanggung jawab sebatas modal yang disertakan dan begitu juga apabila untung uang yang mereka peroleh terbatas tergantung modal yang mereka berikan (Damay, 2013)

Dalam hal ini status sekutu komanditer bisa dikatakan dengan seseorang yang menitipkan modalnya di dalam perusahaan yang hanya akan menantikan hasil atau keuntungan yang di dapat oleh perusahaan dengan jumlah seberapa besar uang yang dititipkan di dalam perusahaan. Dengan demikian sekutu komanditer tidak ikut berperan aktif dalam menjalankan perusahaan. Sekutu ini juga lebih sering disebut sebagai persero diam.

Baik sekutu aktif maupun sekutu pasif masing-masing tetap memberikan pemasukan ke dalam perusahaan yang berwujud uang, barang atau tenaga atas dasar pembiayaan bersama artinya untung atau rugi dipikul bersama antara sekutu

kerja maupun sekutu tidak kerja, meskipun dari segi tanggung jawab sekutu komanditer terbatas pada modal yang disanggupkan untuk dimasukkan.

2.4 Perusahaan Jasa

Jasa dapat di bilang suatu hal yang penting dalam kehidupan manusia, setiap kegiatan yang di lakukan oleh manusia tidak terlepas dari yang namanya jasa. Dalam pengertiannya sendiri jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. (Kotler, 2006)

Sedangkan menurut Rangkuti (2006) jasa merupakan suatu kinerja atau tindakan kasat mata dari suatu pihak ke pihak yang lain. Pada umumnya jasa di produksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga interaksi antara pembeli dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Dari pengertian dua ahli di atas mengenai jasa maka dapat kita simpulkan bahwa jasa merupakan suatu tindakan yang di lakukan atau ditawarkan kepada pihak lain yang mana tidak memiliki wujud tetapi memiliki nilai dari jasa tersebut.

A. Karakteristik Perusahaan Jasa

Dalam hal ini jasa juga memiliki karakteristik tersendiri di banding dengan barang yang mana dijabarkan oleh (Tjiptono, 2000) yaitu:

a. Tidak berwujud (intangibles)

Jasa bersifat tidak berwujud *intangibles* dalam artinya adalah jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba dan didengar sebelum dibeli. Dalam hal ini untuk mengurangi ketidakpastian konsumen memperhatikan tanda-tanda atau bukti-bukti kualitas jasa tersebut dari tempat, orang, peralatan, materi komunikasi, simbol dan harga yang mereka amati. Oleh karena itu perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk mengelola keterangan informasi untuk mewujudkan produk yang tidak berwujud.

b. Tidak dapat dipisahkan (inseparability)

Jasa juga tidak dapat dipisahkan dari proses produksi dan konsumsinya. Jasa biasanya di jual terlebih dahulu, kemudian di produksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Sehingga perusahaan jasa perlu memperhatikan proses rekrutmen, kompensasi serta pelatihan dan pengembangan karyawan. Selain itu juga memberi perhatian khusus kepada tingkat partisipasi konsumen dalam proses jasa, penyediaan fasilitas jasa dan pemilihan lokasi yang tepat.

c. Keanekaragaman (variability)

Jasa juga bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis

tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

d. Tidak tahan lama (perishability)

Jasa merupakan komunitas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak dapat digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Jika permintaan jasa dari konsumen tidak konstan, karena biasanya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman, maka hal ini akan menjadi masalah. Oleh karena itu perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

2.5 Pemasaran

Perusahaan melakukan pemasaran guna untuk memperkenalkan produk yang akan di tawarkan kepada konsumen. Di dalam perusahaan sendiri cukup banyak gaya yang dilakukan perusahaan atau cara pemasaran perusahaan yang berbeda- beda satu sama lain. Pemasaran sendiri juga sangat berperan penting di dalam perusahaan. Suatu hal yang identik dalam pemasaran adalah untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa atau pun produk yang di tawarkan perusahaan.

Perusahaan jasa service AC sendiri sangatlah mengutamakan dari segi kepuasan pelanggan, karna untuk mengembangkan dan menjalankan bisnis ini pelanggan merupakan aspek paling penting di dalam perusahaan. Dan kepuasan

pelanggan sendiri merupakan titik muara dari setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan. Maka dari itu kepuasan pelanggan juga merupakan sebagai bukti bahwa produk dan jasa yang ditawarkan betul-betul bernilai di mata pelanggan Oliver (1997) *the emotional rection following a disconfirmation experience* (Palmer, 2001).

Ahli lain juga menjelaskan terkait kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seorang yang berasal dari perbandingan sebagai perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler, 1997)

Maka dari itu dari segi kepuasan pelanggan menjadi faktor terakhir yang menentukan suatu produk atau jasa itu baik dan di terima di konsumen. Adapun beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas dan senang bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang di harapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap hasilnya apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Kepuasan akan diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem*.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan tambahan biaya atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas barang atau jasa akan berpengaruh terhadap perilaku mereka selanjutnya. Pelanggan yang akan merasa puas maka pelanggan tersebut akan menggunakan kembali jasa yang pernah di tawarkan kepadanya sedangkan pelanggan yang kurang merasa puas akan lebih memilih kepada perusahaan lain.

2.6 Kualitas Pelayanan

Menurut Assegaff (2009) definisi kualitas jasa adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptone (2004) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Maka dari itu ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang di harapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Bentuk-bentuk pelayanan tidak terlepas dari tiga macam hal menurut (Moenir 1995 dalam Sinaga, 2010) yaitu pelayanan dengan cara lisan, pelayanan melalui tulisan dan pelayanan melalui perbuatan.

a. Pelayanan dengan cara lisan

Pelayanan dengan cara lisan dilakukan oleh petugas-petugas dihubungan masyarakat, bidang layanan informasi, dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan

b. Pelayanan melalui tulisan

Pelayanan melalui tulisan merupakan bentuk pelayanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya

c. Pelayanan melalui perbuatan

Pada umumnya pelayanan melalui perbuatan dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah, oleh karena itu faktor-faktor keahlian dan keterampilan sangat menentukan terhadap perbuatan atau pekerjaan.

2.6.1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam perkembangannya pemasaran dalam bidang jasa dimensi yang paling sering digunakan sebagai acuan menurut (Tjiptono, 2008) adalah sebagai berikut:

- a. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

- b. Keandalan (*Realibility*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*Responsivennes*), yaitu keinginan dan kesediaan para staff atau karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*Assurence*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff atau karyawan, bebas dari bahaya dan resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati, kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik dan efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

2.6.2. Penyebaran Informasi Jasa Service AC

Perusahaan juga sangat penting dalam menyebar luaskan informasi mengenai karakter dan jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. Adapun cara yang dilakukan perusahaan dalam menyebar luaskan informasi mengenai jasa yang di tawarkan oleh perusahaan agar konsumen lebih mengetahui apa yang di jual oleh perusahaan.

a. Promosi

Promosi sendiri menurut Drs. M. Mursid adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif adalah: ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima

b. Tujuan promosi

Dalam hal ini promosi sendiri adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran tujuan dari promosi itu sendiri adalah karena ada banyak hal mengenai perusahaan kita yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar dan karena perusahaan juga ingin meningkatkan penjualannya, perusahaan juga ingin lebih dikenal sebagai perusahaan yang baik dan bonafide serta ingin mengetengahkan segi kelebihan perusahaan atau produk jasa kita terhadap saingan. Dilihat dari segi tujuan promosi Maka dari itu promosi sangatlah penting dalam melakukan pemasaran.

c. Cara promosi

Beberapa macam melakukan promosi, dan kecenderungannya adalah cara yang dipakai makin berkembang. Secara garis besar kelompok cara promosi dapat menjadi sebagai berikut:

a. Periklanan

Periklanan suatu kegiatan yang di pandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara langsung, lisan maupun dengan penglihatan tentang suatu produk, jasa atau ide

b. Personal Selling

Personal selling sendiri atau penjualan pribadi disini adalah merupakan komunikasi persuasive seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan. Lain halnya dengan periklanan dan kegiatan promosi lainnya

yang komunikasinya bersifat nonpribadi atau masal. Dalam operasinya personal selling lebih fleksibel dibandingkan dengan yang lain. Ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjual tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya.

Kegiatan pemasaran sangatlah penting bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaannya dan mencari daya tarik konsumen untuk menikmati jasa maupun produk yang ditawarkan di dalam perusahaan, maka dari itu perusahaan sendiri berlomba-lomba dalam memasarkan produknya di dalam perusahaan juga memiliki metode dan cara-cara tersendiri yang digunakan dalam proses pemasaran. Seperti yang terjadi akhir-akhir ini cara perusahaan melakukan pemasaran produk lebih kepada media elektronik seperti halnya Handphone dan televisi, karena pola pikir konsumen pada saat sekarang ini lebih kepada penikmat media elektronik dibandingkan dengan media cetak. Dan perusahaan sendiri sangatlah mau berkorban dalam proses pemasaran ini agar informasi yang ada di dalam perusahaan lebih dikenal konsumen sehingga konsumen dapat mempercayai perusahaan tersebut untuk menikmati jasa maupun produk yang mereka miliki.

2.7 Kepuasan Pelanggan

Philip (1997) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. Kotler memberikan pendapat lain mengenai kepuasan, merupakan fungsi dan kinerja yang dirasakan dan harapan.

Adapun beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, Kotler mengemukakan empat metode dalam mengukur kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2004) yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon

b. Surve kepuasan pelanggan

Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

c. Ghost shipping

Cara ini memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian ghost shopper menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dari pesaing.

d. Lost customer analysis

Perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

2.8 Penelitian Sebelumnya

Dalam bagian ini penulis juga akan membahas sedikit terkait dengan penelitian sebelumnya yang juga pernah terlebih dahulu dilakukan sebelumnya dan serta untuk membandingkan model penelitian yang penulis lakukan. Beberapa ulasan mengenai penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan topik penelitian penulis.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Andi Prastomo tentang sistem informasi pelayanan elektronik CV Sumber Teknik Cool. pada CV Sumber Teknik Cool dikatakan bahwa pada perusahaan tersebut peneliti melihat sistem yang digunakan dalam CV Sumber Teknik Cool belum berjalan cukup baik sehingga peneliti melakukan pengembangan sistem terhadap perusahaan tersebut dan hasilnya sistem yang di gunakan perusahaan sebelumnya hanya dengan menggunakan excel tetapi sekarang sudah berjalan cukup baik dan terkomputerisasi dengan menggunakan sistem yang baru. Dampak nya dapat lebih memaksimalkan

kemudahan dalam segi pengelolaan kinerja perusahaan dan lebih memudahkan dalam pelayanan *customer service*. Terutama dalam pengelolaan data pelanggan dan data service perbaikan dan perawatan elektronik. Maka dari itu data-data dapat terorganisir dengan baik dan menghasilkan laporan yang akurat.

Penelitian dengan tema yang sama juga dilakukan oleh Halim Budi Santoso, Darma Cahyadi dan Erick Kurniawan pada penelitian sebelumnya mengangkat judul tentang program bantu pemesanan jasa perbaikan AC studi kasus yang dilakukan pada CV Kurniatama. Dalam hal ini perogram bantu pemesanan jasa perbaikan AC yang dibuat oleh peneliti dapat lebih meningkatkan pelayanan konsumen dengan cara dapat mencatat permintaan reservasi dan dapat menyimpan lebih dari 1 jenis permintaan pada satu nota. Sistem yang dikembangkan dalam penelitian ini juga sudah mampu melayani pemesanan suku cadang oleh teknisis dan mengontrol suku cadang. Dalam penerapan program baru yang di kembangkan oleh peneliti juga berdampak pada beberapa proses perubahan bisnis yang cukup baik. Hal ini dilihat dengan adanya reservasi online dan proses pemesanan suku cadang yang dilakukan oleh teknisi. Dalam hal ini penerapan program yang baru juga dapat membantu dalam melakukan pengurangan kesalahan yang ada

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuwandito Wiharjanto tentang perancangan sistem penjualan tunai berbasis web sebagai sarana informasi peroduk bagi konsumen pada PT Warna AC. Bahwa proses pencatatan dan perhitungan transaksi yang dimiliki oleh perusahaan sebelumnya masih secara manual, sehingga waktu yang dibutuhkan untuk melakukan tersebut cukup lama, kemudian pencatatan transaksi masih menggunakan kertas sehingga membutuhkan banyak

kertas untuk setiap hari transaksinya, jadi biaya untuk mencatat transaksi menjadi lebih besar tetapi sekarang sistem baru yang dikembangkan peneliti untuk perusahaan sudah berjalan cukup baik, dengan menggunakan sistem web dalam setiap transaksi pemesanan yang dilakukan konsumen itu dapat menghemat waktu dalam proses pemesanan dan pencatatan yang dilakukan oleh perusahaan. dalam proses pencatatan pemesanan yang dilakukan oleh konsumen sudah melalui web, sehingga dapat dengan mudah untuk melakukan transaksi dan perusahaan lebih menghemat dalam proses pencatatan pemesanan

Penelitian yang dilakukan oleh Nanang Alamsyah, Ansyar Bora dan Topik Haryono tentang perumusan peta strategi dengan metode balanced score card pada CV. Tri Putra Mandiri. Pada penelitian yang dilakukan pada CV. Tri Putra Mandiri bahwa mengusulkan rancangan peta strategis yang terdiri dari sasaran strategis yang terdapat pada perspektif keuangan, perspektif proses, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, dalam hal ini sasaran strategis pada masing-masing perspektif yang terdapat dalam metode balanced scorecard, hal ini menunjukkan bahwa BSC merupakan metode pengukuran kerja yang mengintegrasikan seluruh perspektif kedalam satu ukuran menyeluruh. Dalam perumusan peta strategi ini diharapkan perusahaan mampu meningkatkan profit serta performance perusahaan, selain itu perusahaan juga mampu untuk mewujudkan visi dan misi yang telah ada secara lebih kompleks sehingga perusahaan dapat berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan jasa service AC yang sejenis.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Devina Ardelia tentang sistem basis data persediaan untuk pengendalian internal persediaan pada perusahaan jasa pendingin ruangan studi kasus pada PT Mulia Mustika Jaya, dalam penelitian ini perusahaan memiliki masalah yaitu pada pencatatan saldo persediaan yang tidak sesuai dengan barang fisik sehingga menyebabkan dalam pembuatan laporan saldo persediaan tidak sesuai sehingga pembelian barang persediaan setiap bulan tidak sesuai dengan kebutuhan, maka dari peneliti membuat sebuah sistem basis data persediaan untuk membantu perusahaan dalam mengelola persediaannya. Dengan adanya sistem basis data persediaan yang baru ini mampu meningkatkan perusahaan dalam pengelolaan persediaannya dan juga akan mampu meningkatkan pengendalian internal yang ada pada perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Pramana Anwas Panchadria tentang pembangunan sistem informasi AC4U sebagai *e-commerce* sistem penyediaan jasa service AC. Pada penelitian ini membahas tentang pemanfaatan teknologi informasi yang mana sangat memiliki peran penting untuk perkembangan bisnis baru yang ada di Indonesia, dengan menggunakan website AC4U, pengguna AC akan lebih terbantu dalam hal mencari penyedia jasa service AC. Dengan adanya sistem baru ini maka diperlukannya kerjasama dengan penyedia jasa service AC, guna menambah database daftar mitra untuk melayani konsumen yang lebih banyak di lokasi terdekat.

Penelitian tentang tema yang sama juga dilakukan oleh Joko Suwito tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Global AC Banjarbaru. Pada penelitian ini membahas tentang seberapa besar pengaruh kualitas

pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen, dalam mengukur kualitas pelayanan lima dimensi yang dipakai yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari kelima dimensi yang digunakan peneliti pada penelitian menunjukkan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengguna jasa service AC dan perawatan pada CV. Global AC Banjarbaru.

Penelitian dengan menggunakan tema yang sama juga dilakukan oleh Mutma Inah tentang effect of core services, mechanical services, services peripherals on customer satisfaction and customer loyalty in AC auto repair specialist protech Semarang. Pada penelitian ini membahas tentang untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh pelayanan inti, pelayanan mekanik dan pelayanan periferal terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian yang dilakukan di atas bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap pelayanan inti, pelayanan mekanik dan pelayanan periferal terhadap loyalitas yang diberikan kepada konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Roedelindho tentang pengukuran waktu standar perawatan AC pada kawasan industri Batamindo. Dalam penelitian ini melakukan analisis terhadap pengukuran keraj perawatan AC yang terpasang pada kawasan industri Batamindo sehingga akan didapatkan waktu standar kegiatan perawatan AC yang akurat dan dapat dijadikan acuan dalam penyusunan jadwal perawatan tahunan. Hasil dari penelitian ini dapat diambil bahwa waktu standar untuk perawatan dan perbaikan AC pada kawasan industri adalah sebesar 54.54

menit atau 0,91 jam/unit. Untuk output standar perawatan AC sebanyak delapan unit perhari atau selisih dua unit perhari.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa sudah dibahas tentang sistem informasi pelayanan, program bantu pemesanan, perancangan sistem penjualan tunai berbasis web, peta strategi berbasis web, sistem basis data persediaan, pembangunan sistem informasi AC4U, pengaruh kualitas pelayanan dan pengaruh pelayanan. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian yang berbeda pada penelitian sebelumnya yang mana peneliti membahas tentang Analisis strategi yang diterapkan CV. Pasirindo dalam mengembangkan bisnis jasa service AC. Pada penelitian ini peneliti mengambil CV. Pasirindo karena CV. Pasirindo sendiri merupakan perusahaan jasa service AC yang sudah berdiri sejak tahun 2006, yang menarik pada penelitian ini perusahaan sangat cepat dalam mengembangkan perusahaannya, terhitung dari tahun 2006 sampai sekarang perusahaan sudah memiliki kantor 3 cabang. CV Pasirindo sendiri juga memiliki konsumen perusahaan-perusahaan besar dan instansi pemerintahan, CV. Pasirindo sangatlah dipercaya banyak perusahaan besar dan instansi dalam menjaga dan merawat AC yang dimiliki oleh perusahaan dan instansi tersebut. Sehingga Pada penelitian ini peneliti membahas tentang tujuan perusahaan, strategi yang digunakan perusahaan, implementasi strategi, kendala-kendala yang dialami oleh CV. Pasirindo dalam menerapkan strategi serta kekurangan yang dihadapi CV. Pasirindo sendiri dalam melakukan operasional bisnisnya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pengenalan Bab

Di dalam bab ini peneliti membahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan dalam melakukan penelitian, penulis menjelaskan mengenai metodologi yang berhubungan dengan data dan metodologi yang burhubungan dengan analisis. yaitu mengenai tentang jenis penelitian, fokus penelitian, serta objek dan subjek penelitian, sumber data yang digunakan, jenis data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisa data, serta rangkaian metode tersebut yang digunakan peneliti guna membantu dalam pelaksanaan penelitian.

3.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara yang mendalam dan mengumpulkan bukti dokumen. Pada penelitian kualitatif lebih kepada menitik beratkan pada anlisa proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan adanya hubungan antar peristiwa yang sedang di amati, dan selalu menggunakan cara berpikir logika ilmiah. Dalam penelitian kualitatif bukan berarti tanpa dukungan data kuantitatif tetapi lebih menekankan pada kedalaman berpikir formal peneliti yang digunakan dalam menjawab permasalahan yang dihadapi (Gunawan, 2014)

Penelitian kualitatif sendiri adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Dimana bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah menurut (Moleong, 2014)

Berdasarkan uraian penjelasan diatas maka peneliti menggunakan penelitian kualitatif pada penelitian ini. Bahwa pada penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama yang memahami semua aspek dalam penelitian ini. Di dalam topik penelitian merupakan suatu proses yang melibatkan beberapa pihak, sehingga membutuhkan kedalaman dalam proses pencarian data, mengembangkan fakta yang ada di lapangan, kemudian mengolahnya agar tujuan dan hasil penelitian dapat tercapai dengan harapan hasil tersebut dapat digunakan sebagai masukan bagi CV Pasirindo cabang Yogyakarta kedepannya untuk sistem strategi dalam pengembangan bisnis jasa service AC.

Pada proses analisa data, peneliti menggunakan logika ilmiah walaupun di dalamnya peneliti akan menggunakan beberapa data yang ada sebagai data pendukung. Dengan demikian, peneliti menilai bahawa penelitian ini lebih sesuai jika menggunakan metode penelitian kualitatif.

3.3 Fokus Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menetapkan fokus penelitiannya yang bertujuan untuk membatasi penelitian yang dilakukan peneliti agar sesuai dengan tujuan dan rumusan masalah yang telah ditetapkan di awal penelitian, sehingga hasil penelitian dapat tercapai. Adapun beberapa fokus penelitian yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan untuk menganalisis strategi yang digunakan CV. Pasirindo Yogyakarta dari awal perusahaan berdiri pada tahun 2015 sampai pada saat sekarang ini.
2. Analisis strategi CV. Pasirindo sebagai bisnis jasa service AC dalam pengembangan usaha jasa service AC dan strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnis jasa service AC
3. Pengimplementasian strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnis jasa service AC yang diterapkan oleh CV. Pasirindo Yogyakarta.
4. kendala dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnis jasa service AC yang berada di dalam CV. Pasirindo.
5. Perbaikan yang dapat dilakukan oleh CV. Pasirindo guna memaksimalkan penerapan strategi dan pengembangan bisnis dalam bidang jasa service AC.

3.4 Sumber Data dan Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi karena penelitian kualitatif berangka dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi. Wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling sering dilakukan pada studi kasus (Hancock dan Algozzine, 2006). Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan beberapa karyawan CV. Pasirindo antara lain Adetya Zaldy, Septian Rosadi, Ervin Dwi Nugroho, Fatimah, Anugrah Adi Pradana, Rachmad Harahap. Prinsip yang digunakan dalam penelitian kualitatif ialah menggunakan observasi, wawancara, dokumen pribadi, foto, rekaman, gambar dan percakapan informal (Emzir, 2010).

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan peneliti meliputi sumber data primer dan sekunder.

3.4.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer ini lebih berasal dari pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan rumusan masalah yang peneliti teliti. Sumber data primer yang digunakan pada penelitian ini berasal dari hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber yang dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Pada penelitian kualitatif ini sumber data primer yang digunakan adalah wawancara kepada narasumber untuk memperoleh informasi. Menurut Kvale dan Brinkmann wawancara dipandu untuk menjawab pertanyaan percakapan, atau suatu pertukaran pandangan antara dua orang yang berbicara tentang tema yang menjadi kepentingan bersama (Kvale dan Brinkmann, 2009). Wawancara disini dapat diartikan sebagai suatu proses tanya jawab yang dapat memberikan jawaban

atas pertanyaan. Dalam proses wawancara ini peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa karyawan yang ada di dalam CV. Pasirindo yaitu Adetya Zaldy, Rachmad Harahap, Septian Rosadi, Fatimah, Ervin Dwi Nugroho dan Anugrah Adi Pradana.

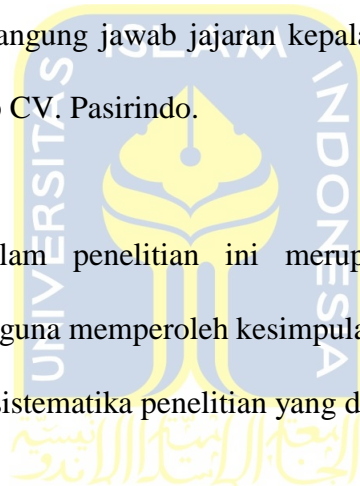
3.4.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder berkaitan dengan hal-hal yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti dan dapat dijadikan pendukung data primer. Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah seperti dokumen mengenai tugas serta tanggung jawab jajaran kepala bidang. Dan karyawan yang berada di ruang lingkup CV. Pasirindo.

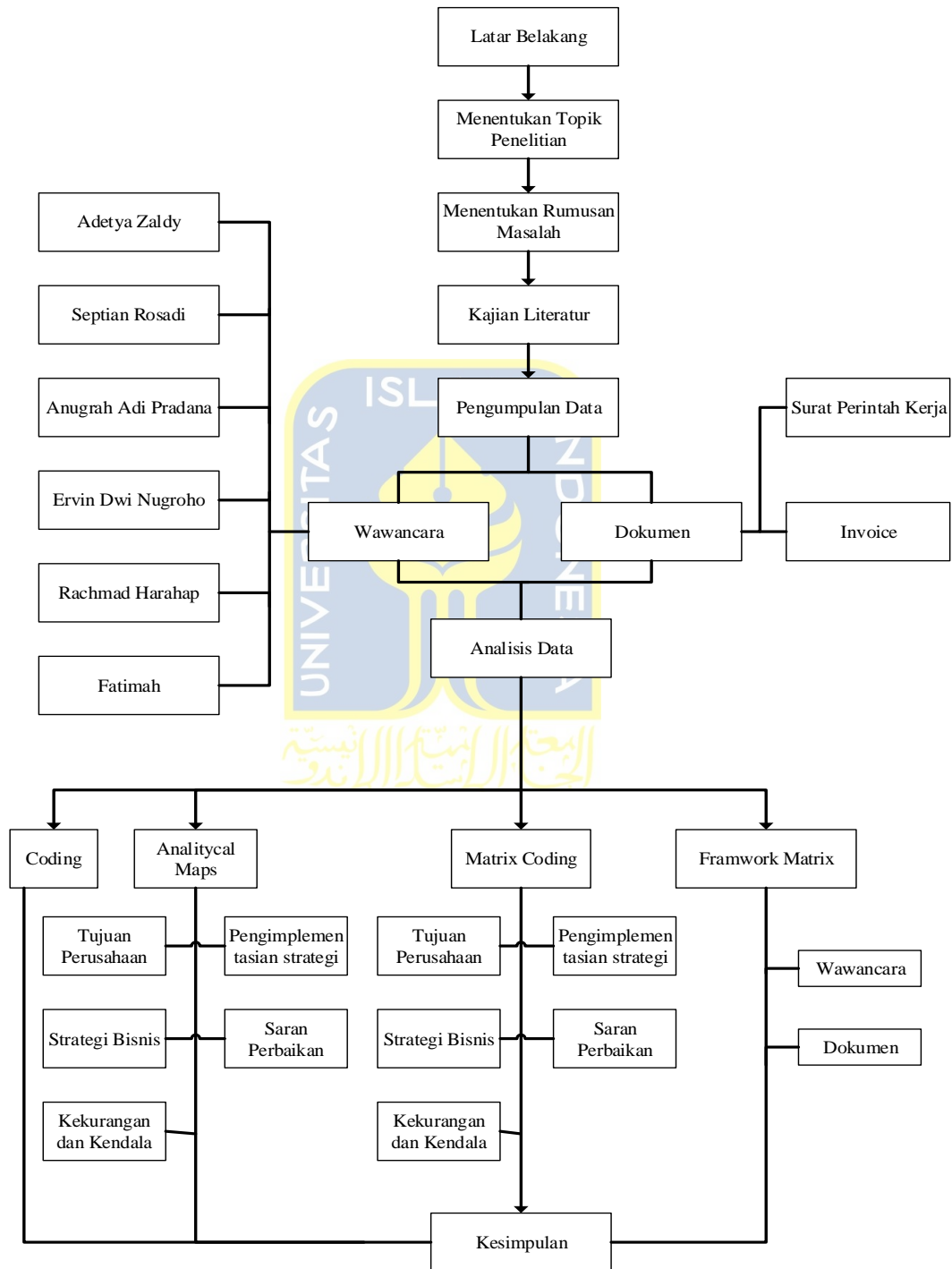
3.5 Sistematika

Sistematika dalam penelitian ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti guna memperoleh kesimpulan

Berikut adalah sistematika penelitian yang dilakukan:



GAMBAR 3.1
SISTEMATIKA PENELITIAN



Sumber: dibuat oleh penulis

3.6 Pemilihan Responden

Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan sampel acak tetapi sampel bertujuan menurut Moleong (2014). Peneliti memilih 6 responden yang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang Strategi CV Pasirindo dalam Perusahaan Jasa Service AC. Enam orang tersebut mulai dari Direktur Cabang CV. Pasirindo, Manager Cabang, Marketing, Kepala Teknisi, Teknisi dan Staff Akuntan. Keenam narasumber tersebut memiliki bidang yang berbeda-beda.

Berikut keenam narasumber:

1. Bapak Adetya Zaldy selaku Direktur Cabang CV. Pasirindo Yogyakarta yang bertanggung jawab penuh terhadap perusahaan setingkat cabang.
2. Bapak Septian Rosadi selaku Manajer Cabang CV. Pasirindo yang bertanggung jawab terhadap semua operasional bisnis yang ada di Cabang CV. Pasirindo Yogyakarta.
3. Bapak Rachmad Harahap selaku Kepala Teknisi yang bertanggung jawab terhadap semua teknisi dan kinerja teknisi yang ada di dalam CV. Pasirindo.
4. Bapak Anugrah Adi Pradana selaku Marketing yang bertanggung untuk melakukan pemasaran produk dan berhadapan langsung dengan konsumen dalam menawarkan produk.
5. Mbak Fatimah selaku *Accounting* yang bertanggung jawab atas pengolaan dana kas dan melakukan pembuatan laporan keuangan

6. Ervin Dwi Nugroho selaku Teknisi bertugas terhadap perbaikan mesin pendingin sesuai dengan permintaan konsumen terhadap produk jasa yang sudah di pesan.

TABEL 3.1

PROFIL NARASUMBER

No	Responden Wawancara	Jenis Kelamin	Jabatan	Pendidikan	Kelompok Usia
1	Adetya Zaldy	Laki-Laki	Direktur Cabang	S1	21-30
2	Septian Rosadi	Laki-Laki	Manager Cabang	SMK	21-30
3	Rachmad Harahap	Laki-Laki	Kepala Teknisi	SMK	30-40
4	Anugrah Adi Pradana	Laki-Laki	Marketing	S1	21-30
5	Ervin Dwi Nugroho	Laki-Laki	Teknisi	SMK	21-30
6	Fatimah	Perempuan	<i>Accounting</i>	SMK	21-30

Sumber : CV. Pasirindo

3.6.1 Analisis Data

Data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara kemudian dilanjutkan dalam melakukan analisis data untuk menjawab rumusan masalah. Dalam melakukan penelitian ini peneliti berperan sebagai instrumen utama penelitian. Data yang sudah terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan software NVivo. Bagi peneliti NVivo membantu menganalisis data Kualitatif seperti gambar, diagram, audio, halaman *website*, dan sumber dokumen lainnya (Bazeley dan Jackson, 2013). NVivo digunakan oleh peneliti kualitatif karena sistem kerjanya dapat memudahkan dalam melakukan transkrip wawancara ataupun mengimport teks wawancara, rekaman wawancara dan pengaturan melalui pdf sehingga dapat membentuk pola hubungan dari semua sumber data kualitatif tersebut, namun dari segi pembahasan dan pengambilan kesimpulan, semuanya kembali lagi dari kemampuan peneliti.

3.6.1.1 Coding

Coding adalah tugas yang mendasar yang ada disebagian besar proyek kualitatif yang melibatkan pengumpulan semua materi tentang tema atau kasus tertentu ke dalam *node* untuk dieksploitasi lebih lanjut (QSR, 2018)

Coding yang ada di dalam NVivo disimpan di dalam node. Dalam sistem informasi, istilah 'node' digunakan untuk memberikan titik tunjuk terminal atau titik koneksi dalam jaringan percabangan. Demikian juga, dalam sistem *coding* NVivo yang sepenuhnya dikembangkan, node menjadi titik dimana konsep berpotensi bercabang menjadi jaringan subkonsep atau dimensi (Patricia dan Kristi, 2013)

Dalam hal ini data yang digunakan berisi terkait dengan transkrip, wawancara, dan peraturan kemudian dimasukkan kedalam NVivo dan dilakukan pemisahan dengan menggunakan folder masing-masing di *source*. Setelah itu peneliti melakukan pembuatan node dalam bentuk *case*.

Setelah itu *case nodes* diberi nama sesuai nama narasumber dan peneliti membuat *case classifications* yang berisikan informasi tentang narasumber pada setiap *case nodes* yang telah dibuat. *Case classifications* ini berisikan tentang data jenis kelamin, jabatan, pendidikan, umur dan masa jabatan. Selanjutnya, data yang ada di dalam *sources* di lakukan *coding* ke dalam *case nodes* sesuai dengan klasifikasinya. Pembuatan *nodes* berpacu pada empat rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kemudian peneliti membuat *relationships* yang berguna dalam menghubungkan *nodes* yang tidak saling terkait. Dari hasil yang didapat *relationship*, peneliti memiliki tujuan untuk menunjukkan hubungan antara *nodes* rumusan masalah dengan kekurangan, kekurangan dengan kendala dan kendala dengan saran. Untuk setiap *nodes* dan *relationship* harus di coding sehingga isi dari *nodes* dan *relationship* tidak kosong.

3.6.1.2 Analytical Maps

Maps adalah alat yang berbentuk visualisasi yang memiliki peran penting dalam penelitian kualitatif dalam melakukan eksploitasi ide-ide atau untuk menyajikan koneksi dalam data (QSR, 2018). Hasil yang diperoleh dari tahapan *coding* tersebut berbentuk *analytical maps* yang memberikan gambaran rumusan masalah yang sudah disusun. *Analitycal maps* sangat berguna untuk memberikan kemudahan pemahaman dalam tahapan pembahasan

Di dalam maps, akan memunculkan nodes, dan relationship antar nodes. Peneliti juga membuat lima analytical maps terkait dengan tujuan perusahaan dan strategi bisnis yang dijalankan oleh CV. Pasirindo, pengimplementasian strategi yang digunakan CV. Pasirindo, kekurangan dan kendala yang di hadapi CV. Pasirindo dalam pengimplementasian strategi, kendala dan kekurangan perusahaan dalam mengimplementasikan strategi, serta saran perbaikan yang dapat dilakukan dalam menghadapi kendala yang dialami. *Maps* yang pertama kali muncul peneliti memunculkan mengenai tujuan perusahaan yang dihubungkan dengan strategi yang digunakan oleh perusahaan, *Maps* yang kedua itu antara strategi yang digunakan perusahaan dengan peimplementasian strategi yang diterapkan perusahaan, *maps* yang ketiga itu tentang kekurangan perusahaan yang dihubungkan dengan kendala perusahaan, maps ke empat itu menghubungkan antara peimplementasian strategi yang digunakan perusahaan dengan kekurangan yang dialami oleh perusahaan, dan *maps* yang kelima itu tentang kendala yang dihadapi perusahaan dengan saran perbaikan.

3.6.1.3 Framework Matrix

Frameworks Matrixs merupakan kerangka yang berguna dalam membantu memberikan ringkasan materi sumber yang berguna untuk memberikan penjelasan cara bekerja dengan sumber yang digunakan (QSR,2018).

Framework Matrix adalah salah satu hasil proses *coding*. Dalam hal ini terdapat dua *framework matrix* yaitu wawancara dan dokumen. *Framework matrix* juga berisikan tabel yang menunjukkan hasil proses *coding* dari semua *internal*

sources yang digunakan sebagai referensi, dan dikelompokkan menurut hasil wawancara atau dokumen.

3.6.1.4 Matrix Coding Queries

Adapun tahapan terakhir setelah melakukan pembuatan *framework matrix* yaitu membuat *queries*. Dalam membuat *queries* terdapat beberapa pilihan, untuk memberikan dukungan penjelasan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menggunakan *matrix coding queries*.

Menurut Bazeley and Jackson, (2013) menyatakan bahwa *matrix coding queries* menghasilkan informasi dalam bentuk tabel untuk menentukan atribut yang di *coding* pada dua atau lebih pada nodes yang sama. Tabel tersebut terdiri dari *row* yang berupa dokumen dan hasil wawancara yang digunakan sebagai atribut, serta *column* berupa *nodes*

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara kepada narasumber dan dokumen terkait rumusan masalah yang ada. Wawancara merupakan interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, dalam hal ini yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar disekitar pendapat dan keyakinannya (Emzir, 2010). Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi dan mengenai strategi CV. Pasirindo sebagai bisnis jasa service AC, peneliti melakukan wawancara dengan para narasumber yang ada di dalam CV. Pasirindo.
2. Untuk mendukung hasil wawancara sebagai sumber data primer, peneliti juga menggunakan dokumen pendukung berupa invoice dan surat perintah kerja CV. Pasirindo.

3.8 Objektivitas dan Keabsahan Data

Subjektivitas peneliti adalah hal yang dominan dalam melakukan penelitian kualitatif, kemudian mengingat penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrumen penelitian, dalam hal teknik pengumpulan data yang paling utama penelitian kualitatif adalah wawancara dan observasi yang dianggap banyak kelemahan ketika digunakan secara terbuka dan tanpa kontrol. Dalam mengatasinya perlu dilakukan pemeriksaan terhadap keabsahan data (Djaelani et al, 2013). Untuk menjelaskan keabsahan data maka diperlukan beberapa teknik pemeriksaan berdasarkan empat kriteria yaitu: (1) kepercayaan, (2) keteralihan, (3) kebergantungan, (4) kepastian menurut (Moleong, 2014)

1. Kepercayaan

Menurut moleong (2014) dasar dari derajat kredibilitas menggantikan konsep validitas internal dari penelitian kualitatif yang berfungsi dengan melakukan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya tercapai, serta dengan mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti. Sehingga menghasilkan data yang sesungguhnya. Dalam

penelitian ini peneliti juga menggunakan triangulasi dalam pengujian keabsahan data. Trianggulasi adalah teknik pengujian keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu menurut (Moleong, 2014).

2. Keteralihan

Dalam penelitian kualitatif tidak ada validitas eksternal namun menggunakan konsep keteralihan. Peneliti mencari dan mengumpulkan data empiris berdasarkan kesamaan konteks dengan menyediakan data deskriptif secukupnya dalam konsep keteralihan menurut (Moleong, 2014).

3. Kebergantungan dan Kepastian

Dalam melakukan uji kebergantungan pada penelitian kualitatif, uji kebergantungan lebih luas melibatkan factor-faktor yang berkaitan. Uji kebergantungan di lakukan dengan mengadakan audit yang dilakukan oleh pembimbing dengan cara mengaudit proses kegiatan peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam uji kepastian dilakukan untuk menguji obyektivitas hasil penelitian. Menurut Seriven (Moleong, 2014) hal yang dapat dikatakn objektif apabila dapat dipercaya, factual dan dipastikan kebenarannya. Pada penelitian kualitatif, pengalaman seseorang itu subjektif sedangkan jika disepakati oleh beberapa atau banyak orang barulah objektif (Moleong, 2014).

Uji kebergantungan dan kepastian dapat dilakukan dengan melakukan audit terhadap proses penelitian. Pada pengujian ini dosen pembimbing bertindak sebagai auditor independen. Dalam hal ini dosen pembimbing melakukan audit seluruh kegiatan peneliti dalam proses penelitian.

Peneliti juga melakukan uji keabsahan lain dalam memperkuat data yaitu dengan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengujian keabsahan data yang menggunakan informasi diluar data dan juga digunakan sebagai bentuk pembandingan terhadap data tersebut. Teknik ini juga sangat membantu dalam memberikan informasi yang valid dikarenakan proses pengumpulan data tidak dalam sebuah kelompok namun juga dapat memperkuat informasi yang didapat. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi sumber dan teknik. Tekni tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah cara yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan memperoleh data dari berbagai sumber. Untuk mengetahui bagaimana strategi CV. Pasirindo sebagai bisnis jasa service AC. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa sumber yang ada di dalam subjek penelitian.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik adalah cara melakukan pengujian kredibilitas data yang digunakan dengan cara melakukan pengecekan data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Peneliti melakukan beberapa kali wawancara dan beberapa dengan pertanyaan yang sama.

Peneliti juga menggunakan *software* NVivo dalam melakukan uji keabsahan data. *Software* NVivo sendiri sangat membantu peneliti dalam mencari dan menghubungkan sumber *sources* maupun hasil yang didapat *coding* dengan *nodes*. Dengan *Framework matrix* dapat mempermudah peneliti dalam memberikan bukti validitas karna apa yang peneliti tulis sudah ada di dalam *Framework matrix*. Hasil yang diberikan dari *Framework matrix* ini berupa tabel, baris yang ada pada tabel sebagai *case node* dan kolom pada tabel sebagai tema dari *node*. Peneliti membuat *framework matrix* yang berisi sumber data wawancara dan narasumbernya. Pada bagian baris tabel berisi narasumber, sedangkan kolom pada tabel berisi *node* hasil dari *coding*. Tabel lampiran *Framework matrix* yang dibuat peneliti merupakan wawancara dan dokumen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengenalan Bab

Dalam bab ini peneliti menjelaskan dan memaparkan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumen khususnya yang ada pada strategi manajemen yang dilakukan oleh CV.Pasirindo Yogyakarta. Pada bab ini juga akan mendeskripsikan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Yang mana pada bab ini akan menjawab tentang sejarah CV. Pasirindo, Strategi bisnis yang dijalankan oleh CV. Pasirindo, Implementasi Strategi CV.Pasirindo, kendala-kendala yang dialami CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnisnya, serta saran perbaikan yang dapat dilakukan oleh CV.Pasirindo untuk kedepannya.

4.2 Profil CV. Pasirindo

Pasirindo adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa service Air Conditioner (AC) dan Suplier, yang melayani pekerjaan di pemerintahan maupun swasta dalam rangka turut berperan serta dibidang jasa service dan supplier khususnya perbaikan pemasangan dan pengadaan AC. Pasirindo sendiri berdiri pada tahun 2006, yang mana berkantor pertama sekali terletak di Balikpapan Kalimantan Timur. Pada awal berdirinya CV. Pasirindo yang mana Bapak Burhanudin sekaligus owner dari CV.Pasirindo membuka usahanya yang bergerak dibidang perawatan mesin pendingin dan supplier mesin pendingin, awal mulanya

berdirinya CV. Pasirindo pada tahun 2006 Direktur pertama pada saat itu Ibu Nurhayati selaku istri dari Bapak Burhanudin, sedangkan Bapak Burhanudin sendiri sebagai pelaksana.

Dengan berbagai pengalaman yang dilakukan oleh CV.Pasirindo sampai saat ini terbukti bahwa CV.Pasirindo sebelum menjadi perseroan komanditer telah mampu menyelesaikan pekerjaan pemasangan dan perawatan unit AC baik di lokasi perusahaan Tambang Batu Bara, Lokasi Perusahaan kelapa sawit, dan Perusahaan sendiri juga diberikan kepercayaan untuk melakukan perawatan serta perbaikan di Crane Barge yang berlokasi di pengeboran lepas pantai.

CV. Pasirindo sendiri juga menerima pekerjaan kantor dan perusahaan swasta lainnya. CV.Pasirindo sendiri tidak pernah membedakan pelayanan antara pelanggan perusahaan maupun rumah tangga yang menggunakan alat pendingin ruangan AC, semuanya di kerjakan dengan penuh tanggung jawab dan tata cara kerja professional.

Seiring berjalannya waktu sampai pada saat sekarang ini, besarnya antusias dan kepercayaan masyarakat terhadap CV. Pasirindo, maka perusahaan mulai memberanikan diri dengan membuka dua cabang untuk pulau Jawa, yang mana cabang tersebut berada di Yogyakarta dan Cirebon. Melihat dari persaingan jasa service AC yang semakin banyak dan menjamur untuk wilayah perkotaan tapi CV.Pasirindo meyakini bahwa dengan tanggung jawab dan kerja yang professional maka di umur yang sudah berjalan 1 tahun ini. CV.Pasirindo tidak pernah akan kehilangan konsumen.

Untuk CV.Pasirindo Yogyakarta sendiri sudah berjalan selama tiga tahun, selama tiga tahun berjalan ini sudah banyak perusahaan-perusahaan besar yang menggunakan jasa CV.Pasirindo.

Maka dari itu dengan pesatnya persaingan bisnis jasa service dan perawatan AC saat ini mengharuskan CV Pasirindo selalu membuat inovasi dan nilai tambah dalam rangka memenangkan persaingan yang sehat dalam bisnis jasa service AC.

CV. Pasirindo dikelola secara professional serta di dukung teknisi yang berpengalaman senantiasa mengedepankan konsep untuk selalu meningkatkan pelayanan bagi pelanggan serta didukung pelayanan yang baik.

Official Website dan Email

Email : [pasirindo ac_balikpapan@yahoo.com](mailto:pasirindo_ac_balikpapan@yahoo.com)

Website : www.pasirindo.com



GAMBAR 4.1

LOGO CV. PASIRINDO



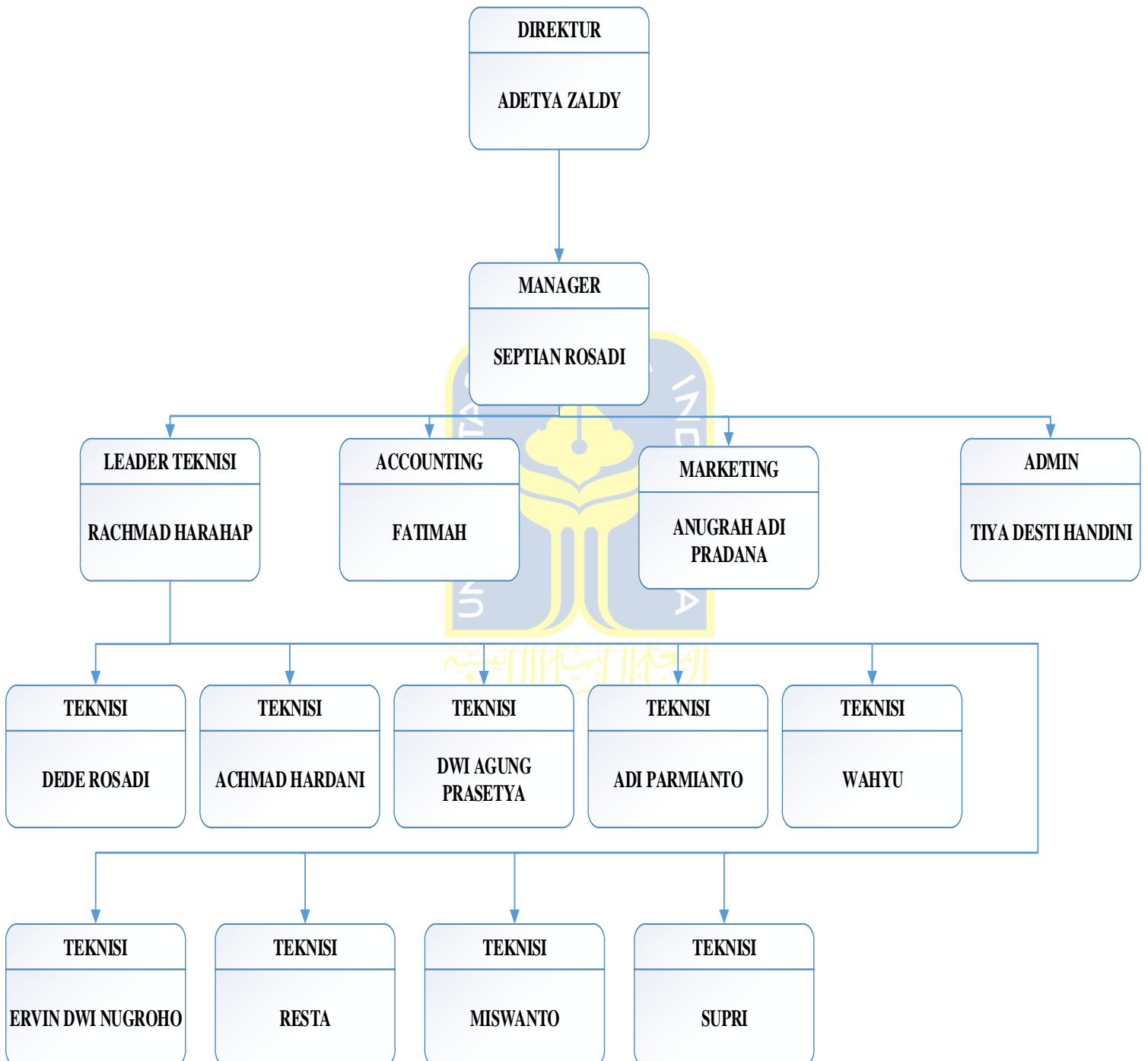
Sumber : CV. Pasirindo

4.2.1 Struktur Organisasi CV. Pasirindo

Dalam sebuah organisasi yang ada di dalam perusahaan, agar setiap karyawan bekerja sesuai dengan bidang dan kemampuannya masing-masing. CV. Pasirindo adalah direktur tertinggi dalam perusahaan CV. Pasirindo yang berhak mengatur dan membuat sistem kerja pada setiap unit kerja, dengan melihat dan menganalisa berbagai masalah yang muncul selama pengelolaan perusahaan ini.

GAMBAR 4.2

STRUKTUR ORGANISASI CV. PASIRINDO



Sumber : CV. Pasirindo

4.2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam menjalankan bisnis, perusahaan memiliki target dan tujuan jangka panjang ataupun jangka pendek. Sehingga untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus bergerak dengan arah yang jelas dengan memiliki visi dan misi perusahaan, adapun visi dan misi yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan sebagai berikut:

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi CV. Pasirindo

“Menjadikan Perusahaan Jasa Service atau Rawat AC yang Terpercaya dan Unggul Di Jawa”

Dengan Tujuan:

1. Menjaga kualitas jasa service dan kepuasan pelanggan.
2. Menghasilkan keuntungan yang membawa berkah bagi perusahaan dan karyawan.
3. Menjadikan perusahaan yang unggul dan mampu bersaing dan berkembang.

Dalam menjalankan usaha:

1. Semua pekerjaan berawawasan lingkungan.
2. Meningkatkan kualitas karyawan.
3. Jujur dalam melaksanakan pekerjaan dan dapat dipercaya.

b. Misi perusahaan:

“Bergerak Dalam Bidang Jasa Service Yang Mengutamakan Kepuasan Pelanggan”

Dengan Tujuan:

1. Menjadi perusahaan yang kuat, sehat dan mandiri.
2. Menjaga kepentingan pelanggan.
3. Dalam melaksanakan pekerjaan selalu mengutamakan keselamatan kerja.
4. Mendukung program pemerintah dalam pengelolaan gas Freon yang berwawasan lingkungan.

4.2.3 Jasa Service CV.Pasirindo

Dalam menjalankan bisnisnya CV.Pasirindo sendiri menawarkan pengerjaan pelayanan jasa perbaikan yang meliputi beberapa bidang sebagai berikut:

1. Pengadaan unit AC baru.
2. Rental AC split office dengan sistem sewa pakai.
3. Pemasangan unit AC baru pada bangunan gedung lokasi project.
4. Perbaikan atau perawatan unit AC split, AC keset, AC standing floor dan AC central.
5. Perbaikan refregirator atau kulkas, dispenser dan mesin cuci.

4.2.4 Perusahaan yang Bekerja Sama

CV.Pasirindo sendiri telah berpengalaman dalam melayani service dan perbaikan AC secara berkala dimana CV.Pasirindo juga memiliki beberapa kontrak kerja pada beberapa perusahaan besar yang beroperasi di Balikpapan, Jawa Tengah dan Yogyakarta, beberapa referensi klien yang menggunakan jasa service AC dalam beberapa tahun terakhir:

1. PT. Elnusa Tbk Oilfield Service Division Balikpapan.
2. PT. Elnusa Tbk Drilling Service Division Muara Badak.
3. PT. Karya Jaya Samudra.
4. Patnerindo Tour dan Travel.
5. Koperasi Telkomsel Balikpapan.
6. Gedung Olahraga Hevindo Balikpapan.
7. PT. Supraco Indonesia.
8. PT. Puninar Infinite.
9. PT. Bank BRI KCP BSB Balikpapan.
10. PT. Egamikenka.
11. PT. Pama Persada Nusantara.
12. PT. Asuransi Kresna.
13. PT. Asuransi BASM.
14. Kantor Notaris Melania Miensya Hambali.
15. Kantor Notaris Siti Rahayu.
16. Kantor Notaris Yenny Wuryandari.
17. Kantor Notaris Eried Rupayanti.
18. PT. Ciputra Bangun Mitra.
19. Kantor BPN Balikpapan.
20. Kantor Polairud.
21. PT. Alken.
22. PT. Indo Perkasa Mandiri.
23. PT. Duta Katup Mas.

24. PT. Duma Nusatama Balikpapan.
25. PT. Byna.
26. PT. Bintang Borneo.
27. Gereja GKY.
28. PT Indomarco (Jaringan minimarket Indomaret).
29. PT. Lion Superindo Indonesia (Jaringan supermarket Superindo).
30. Rumah Sakit Sakinah.
31. Rumah Sakit RSA UGM.
32. Kantor DPRD Sleman.

4.2.5 Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

Profil keuangan menjelaskan bagaimana laporan keuangan yang terdapat di dalam CV. Pasirindo. Laporan keuangan merupakan catatan atas informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk memberikan gambaran kinerja perusahaan tersebut.

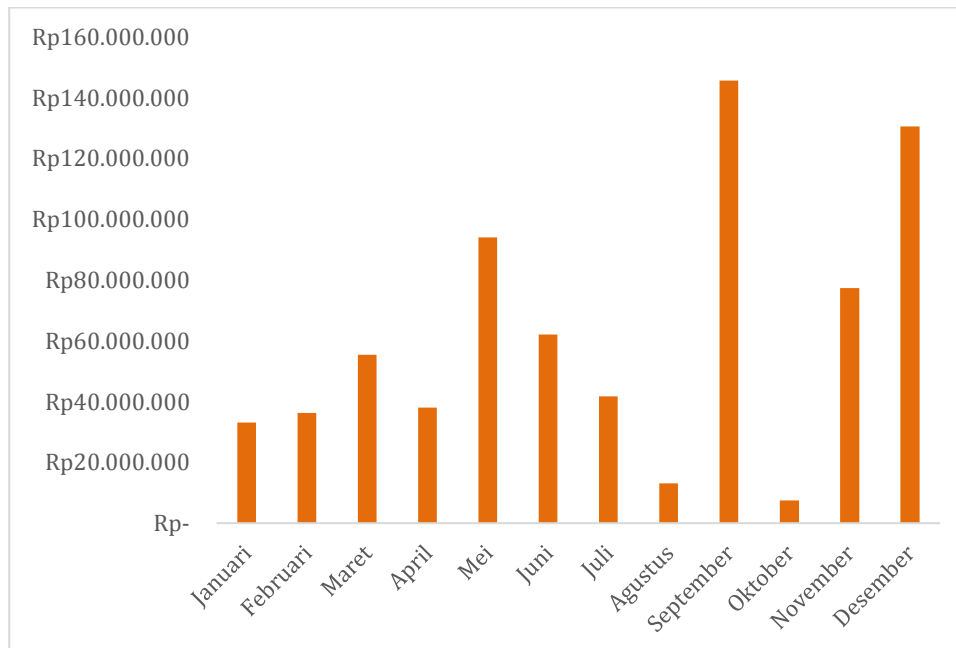
Berikut ini adalah grafik perkembangan kinerja perusahaan selama satu periode yaitu tahun 2018 pada CV. Pasirindo Yogyakarta.

4.2.5.1 Laba

Pertumbuhan laba perbulan yang ada di dalam CV. Pasirindo pada periode tahun 2018 dari bulan januari sampai bulan desember adalah sebagai berikut:

GAMBAR 4.3

GRAFIK LABA CV. PASIRINDO YOGYAKARTA



Sumber: Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

TABEL 4.1

LABA CV. PASIRINDO YOGYAKARTA

Bulan	Laba
Januari	Rp 33.146.924
Februari	Rp 36.232.708
Maret	Rp 55.360.510
April	Rp 37.943.832
Mei	Rp 94.006.696
Juni	Rp 62.087.330
Juli	Rp 41.652.814
Agustus	Rp 13.009.876
September	Rp 145.669.012
Oktober	Rp 7.558.523
November	Rp 77.245.582
Desember	Rp 130.431.079

Sumber: Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

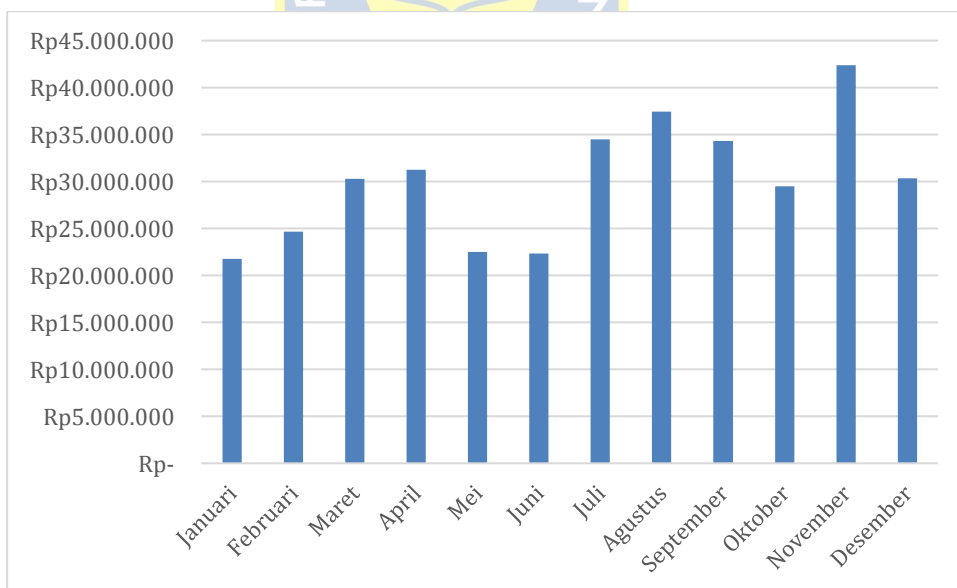
Grafik di atas menjelaskan tentang laba yang di peroleh CV. Pasirindo pada bulan januari 2018. Di lihat dari setiap bulan perkembangan laba yang diperoleh

CV. Pasirindo di tahun 2018 mengalami fluktuatif yang mana, laba tertinggi di tahun 2018 pada CV. Pasirindo yaitu pada bulan september sebesar Rp. 145.669.012 di bulan ini CV. Pasirindo mendapatkan laba yang cukup besar. Sedangkan laba terendah yang didapat CV. Pasirindo pada tahun 2018 itu berada pada bulan oktober yaitu sebesar Rp. 7.558.523.

4.2.5.2 Biaya

Pertumbuhan biaya yang ada di dalam CV. Pasirindo selama masa periode satu tahun di tahun 2018 dari bulan januari sampai dengan bulan desember sebagai berikut:

GAMBAR 4.4
GRAFIK BIAYA PERBULAN CV. PASIRINDO YOGYAKARTA



Sumber: Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

TABEL 4.2

BIAYA CV. PASIRINDO YOGYAKARTA

Bulan	Biaya
Januari	Rp 21.752.019
Februari	Rp 24.687.350
Maret	Rp 30.280.500
April	Rp 31.276.100
Mei	Rp 22.494.900
Juni	Rp 22.323.500
Juli	Rp 34.506.706
Agustus	Rp 37.436.742
September	Rp 34.291.060
Oktober	Rp 29.515.302
November	Rp 42.384.287
Desember	Rp 30.352.887

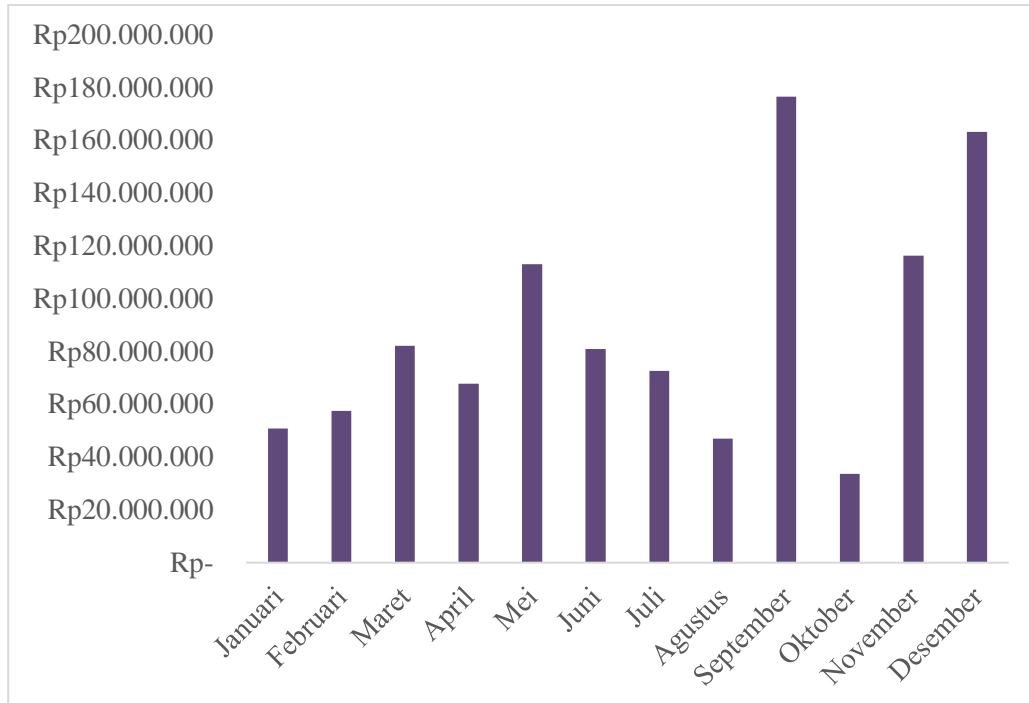
Sumber: Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

Dari hasil grafik di atas menjelaskan tentang keadaan laba CV. Pasirindo selama satu masa periode di tahun 2018. Dapat dilihat dari gambar bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan di tahun 2018 setiap bulannya mengalami penurunan ataupun kenaikan. Biaya terendah yang dikeluarkan CV. Pasirindo selama tahun 2018 itu pada bulan Januari sebesar Rp. 21.752.019, pada bulan Januari tersebut perusahaan mengeluarkan biaya yang rendah untuk operasional perusahaan. Sedangkan pada bulan November perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp. 42.384.287, pada bulan Desember tersebut perusahaan mengeluarkan biaya yang cukup besar di tahun 2018 untuk operasional perusahaan pada bulan tersebut

4.2.5.3 Pendapatan

Pertumbuhan pendapatan yang dialami CV. Pasirindo selama masa periode satu tahun di tahun 2018, dari bulan Januari sampai bulan Desember sebagai berikut:

GAMBAR 4.5
GRAFIK PENDAPATAN PERBULAN CV. PASIRINDO YOGYAKARTA



Sumber: Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

TABEL 4.3

PENDAPATAN PERBULAN CV. PASIRINDO YOGYAKARTA

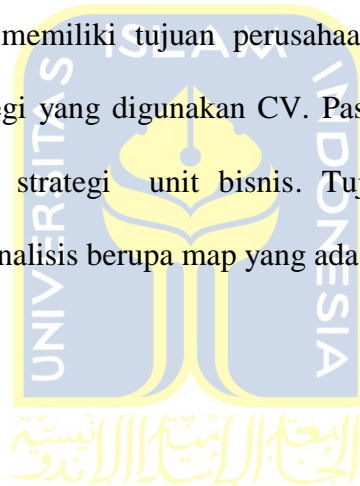
Bulan	Pendapatan
Januari	Rp 50.785.400
Februari	Rp 57.452.534
Maret	Rp 82.173.486
April	Rp 67.752.408
Mei	Rp 113.034.072
Juni	Rp 80.943.306
Juli	Rp 72.691.996
Agustus	Rp 46.979.094
September	Rp 176.492.548
Oktober	Rp 33.606.301
November	Rp 116.162.345
Desember	Rp 163.156.442

Sumber: Profil Keuangan CV. Pasirindo Yogyakarta

Dari hasil gambar grafik di atas yang menggambarkan tentang keadaan pendapatan CV. Pasirindo selama masa periode satu tahun di tahun 2018. Dapat dilihat pada gambar di atas bahwa pendapatan yang dialami oleh CV. Pasirindo selama satu tahun di tahun 2018 itu mengalami fluktuatif. Sebagaimana dari data di atas bahwa pendapatan terendah yang dialami oleh perusahaan pada bulan agustus yaitu sebesar Rp. 33.606.301, sedangkan pendapatan CV. Pasirindo tertinggi di tahun 2018 itu pada bulan september yaitu sebesar Rp. 176.492.548.

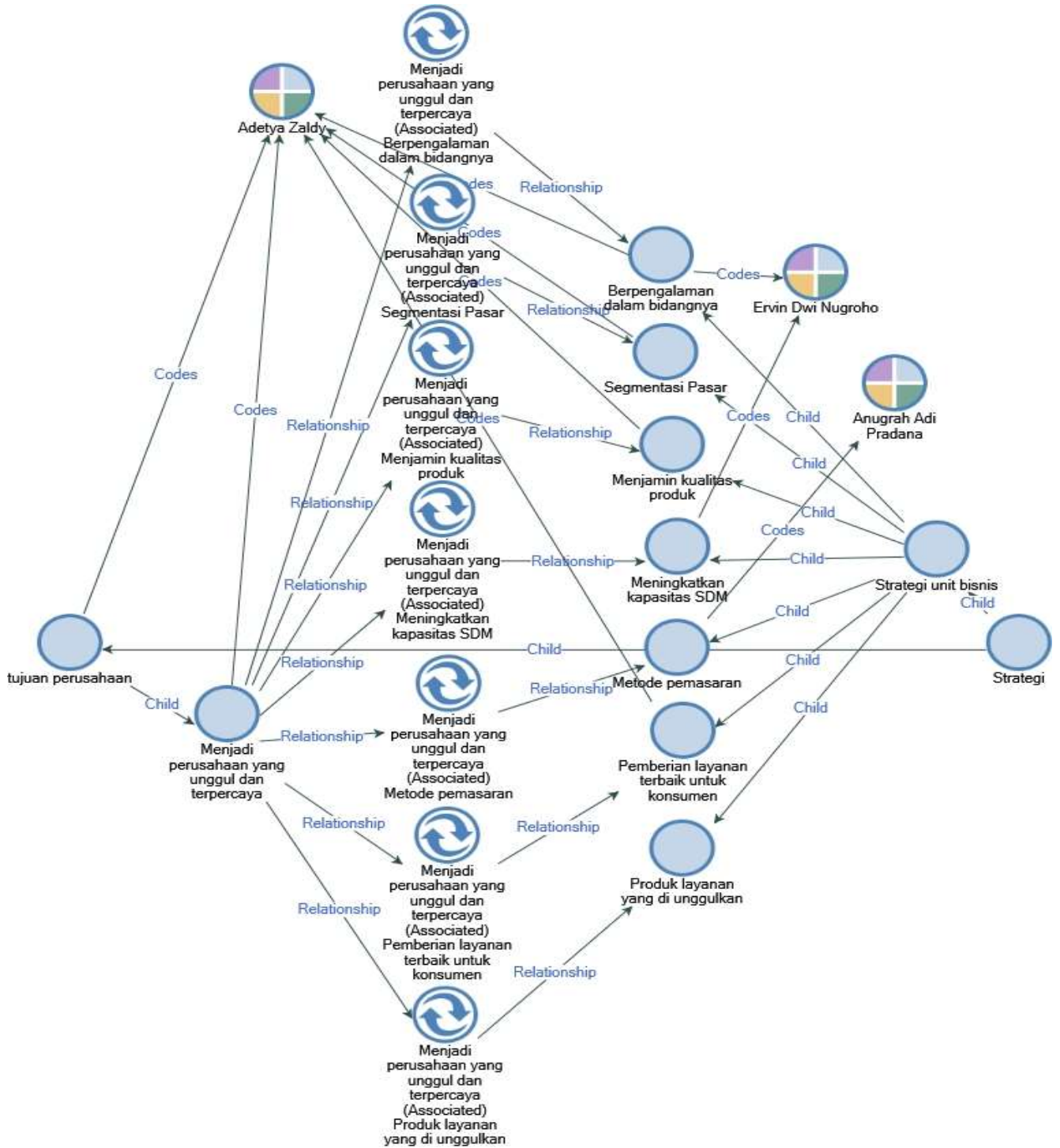
4.3 Strategi Perusahaan untuk Mencapai Tujuan Perusahaan

CV. Pasirindo memiliki tujuan perusahaan untuk jangka panjang dan adapun tingkatan strategi yang digunakan CV. Pasirindo untuk mencapai tujuan tersebut menggunakan strategi unit bisnis. Tujuan dan strategi perusahaan tergambar dalam data analisis berupa map yang ada di bawah ini:



GAMBAR 4.6

ANALYTICAL MAPS TUJUAN DAN STRATEGI PERUSAHAAN



Sumber: Data Diolah dari Nvivo 11

TABEL 4.4

MATRIX CODING TUJUAN DAN STRATEGI PERUSAHAAN

	A : Tujuan perusahaan	B : Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
1 : Strategi unit bisnis	0	0
2 : Berpengalaman dalam bidangnya	0	2
3 : Meningkatkan kapasitas SDM	0	2
4 : Menjamin kualitas produk	0	1
5 : Metode pemasaran	0	2
6 : Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	0	2
7 : Produk layanan yang di unggulkan	0	2
8 : Segmentasi Pasar	0	2

Sumber: Analisi Data NVivo

4.3.1 Tujuan CV. Pasirindo

CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnisnya memiliki tujuan perusahaan untuk ke jangka panjang agar melalui tujuan tersebut perusahaan dapat bergerak sesuai dengan arah dan memiliki target dalam menjalankan bisnisnya. Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Direktur Cabang Bapak Adetya Zaldy bahwa CV. Pasirindo memiliki tujuan menjadi perusahaan jasa service atau rawat AC yang terpercaya dan unggul di Jawa. Sehingga untuk mencapai tujuan tersebut

adapun strategi yang dilakukan oleh CV. Pasirindo agar tujuan tersebut dapat tercapai. Tujuan sendiri dapat diartikan sebagai cita-cita jangka panjang untuk sebuah perusahaan, yang mana untuk mencapai cita-cita tersebut perusahaan tidak akan lepas dari yang namanya strategi yang akan digunakan oleh perusahaan. dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan menggunakan Strategi Unit Bisnis.

4.3.2 Strategi Unit Bisnis

Seperti yang terlihat pada gambar 4.3 yang mana CV. Pasirindo menerapkan Strategi Unit Bisnis dalam menjalankan proses bisnisnya. Konsep bisnis yang diperkenalkan oleh CV. Pasirindo adalah “ *Usaha Perbaikan Pendingin*”. Produk jasa yang diperkenalkan oleh CV. Pasirindo kepada masyarakat pertama sekali yaitu perawatan mesin pendingin dan suplier mesin pendingin yang mana semuanya dulu dikerjakan dengan berskala kecil (Adetya, 2018).

Sesuai dengan Visi yang dimiliki dan oleh CV. Pasirindo yaitu menjadi perusahaan jasa service atau rawat AC terpercaya dan unggul di Indonesia. Kemudian CV. Pasirindo sendiripun mulai untuk mengembangkan bisnis jasanya untuk lebih berskala besar yang mana lebih kepada target pasar CV.Pasirindo ke perusahaan-perusahaan yang membutuhkan jasa service AC. Tidak hanya itu CV. Pasirindo sendiri mengembangkan bisnis nya tidak hanya menjadi suplier AC dan service AC tetapi juga mulai untuk bergerak dalam perbaikan mesin genset (Adetya, 2018).

CV. Pasirindo sendiri memiliki satu tingkatan strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnisnya, yaitu strategi tingkat unit bisnis yang digunakan CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnis nya.

4.4 Strategi dan Implementasi Strategi

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Adetya Zaldy selaku Direktur Cabang, Bapak Septian Rosadi selaku Manager, Bapak Anugrah Adi Pradana selaku Marketing dan Bapak Ervin Dwi Nugroho selaku Teknisi bahwa ada tujuh Strategi Unit Bisnis yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan dan menjalankan perusahaan. dalam menjalankan strategi tersebut implementasi yang di lakukan perusahaan agar strategi berjalan dengan semestinya dan target dari perusahaan dapat tercapai. Tujuh strategi unit bisnis dan implementasi strategi perusahaan tersebut tergambar di dalam peta analisis sebagai berikut



Gambar 4.7 *Analytical Maps*
Strategi dan Implementasi Strategi



Sumber: Data Diolah dari NVivo 11

TABEL 4.5

MATRIX CODING STRATEGI DAN IMPLEMENTASI

	B : Bekerja dengan jujur	C : Hasil pekerjaan yang optimal	D : Komunikasi yang baik	E : Melayani pengerjaan di hari libur	G : Memberikan sparepart yang original	H : Membuat penawaran	I : Mutu pekerjaan yang baik	J : Pelatihan teknisi
1 : Strategi unit bisnis	0	0	0	0	0	0	0	0
2 : Berpengalaman dalam bidangnya	0	1	0	0	0	0	1	0
3 : Meningkatkan kapasitas SDM	0	0	0	0	0	0	0	1
4 : Menjamin kualitas produk	0	0	0	0	1	0	0	0
5 : Metode pemasaran	0	0	0	0	0	1	0	0
6 : Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	1	1	2	1	0	0	1	0
7 : Produk layanan yang di unggulkan	0	0	0	0	0	0	0	0
8 : Segmentasi Pasar	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber: Analisis Data NVivo

	K : Pemanfaatan media sosial	L : Pemberian garansi	R : Pengerjaan instansi	S : Pengerjaan luar kota	T : Pengerjaan perusahaan besar	X : Perbaikan kulkas	Y : Perbaikan unit AC	Z : Perbaikan unit genset	AA : Profesional dalam bekerja	AB : Teknisi yang berpengal aman
1 : Strategi unit bisnis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 : Berpengalaman dalam bidangnya	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
3 : Meningkatkan kapasitas SDM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
4 : Menjamin kualitas produk	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
5 : Metode pemasaran	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 : Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
7 : Produk layanan yang di unggulkan	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
8 : Segmentasi Pasar	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0

Sumber: Analisis Data NVivo

4.4.1 Menjamin Kualitas Produk

Dalam menjamin kualitas produk yang diberikan oleh CV. Pasirindo kepada konsumen, perusahaan sendiri sangatlah membutuhkan perusahaan suplier yang menyediakan sparepart yang baik dan asli untuk kebutuhan operasional perusahaan dalam menjalankan bisnis dan memberikan jaminan produk dalam setiap hasil pengerjaan. Dalam hal memberikan jaminan kualitas produk terhadap hasil pekerjaan CV. Pasirindo sendiri memberikan garansi kepada konsumen atas hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh perusahaan (Adetya, 2018).

Pemberian garansi kepada konsumen meliputi beberapa faktor pekerjaan yang ada di dalam CV. Pasirindo, yang mana pengerjaan di dalam CV. Pasirindo sendiri ada dua jenis pengerjaan yaitu:

a. Pengerjaan Berat

Di dalam CV. Pasirindo ada yang dinamakan dengan pengerjaan berat, yang mana pengerjaan berat ini biasanya melakukan pergantian sparepart unit yang biasanya itu pergantian kompressor, dan pergantian modul.

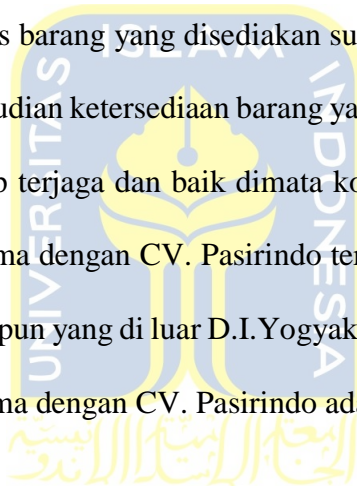
b. Pengerjaan Ringan

CV. Pasirindo sendiri juga melakukan pengerjaan ringan dalam perbaikan unit, yang mana pengerjaan ringan yang dilakukan biasanya itu seperti bocor AC dan penambahan freon.

Dalam hal ini pengerjaan unit yang dilakukan oleh perusahaan sangatlah bertanggung jawab, terutama kepada perusahaan konsumen yang menjalin kerjasama dengan perusahaan. Dalam pemberian garansi yang diberikan oleh

perusahaan seperti pengerjaan berat perusahaan memberikan garansi selama dua minggu sedangkan dalam pengerjaan kerusakan ringan itu perusahaan menjamin selama satu minggu. Suplier sendiri lebih kepada penyedia sparepart pendingin untuk menunjang kinerja perusahaan dalam melakukan jasa perbaikan atau perawatan unit pendingin (Septian, 2019).

Dalam pemilihan supplier yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri tidak sembarangan, karena perusahaan yang sehat dan efisien tidak akan berarti apabila tanpa supplier. Maka dari itu CV. Pasirindo sendiri dalam memilih supplier lebih mengedepankan kualitas barang yang disediakan supplier, waktu pengiriman yang dilakukan supplier kemudian ketersediaan barang yang ada di supplier agar kualitas perusahaan sendiri tetap terjaga dan baik dimata konsumen. Perusahaan supplier sendiri yang bekerja sama dengan CV. Pasirindo terutama yang berada di wilayah D.I.Yogyakarta dan adapun yang di luar D.I.Yogyakarta. adapun data dari beberapa supplier yang bekerja sama dengan CV. Pasirindo adalah sebagai berikut:



TABEL 4.6
SUPLIER CV PASIRINDO YOGYAKARTA

No	Nama Suplier	Alamat
1	Toko Sumber Mandiri S	Jl. Menteri Supeno, No.84, Pandeyan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta
2	Toko Yogya Teknik	Jl. Sultan Agung No. 123, Gunungketur, Pakualaman, Kota Yogyakarta.
3	Toko Kurnia Jaya Abadi	Jl. Magelang, No.33, Kricak, Tegalrejo, Kota Yogyakarta
4	Toko Milba	Jl. Kusumanegara, No.67, Muja Muju, Umbulharjo, Kota Yogyakarta.
5	Toko Sukses Jaya Teknik	Jl. Ringroad Utara, Nanggulan, Maguwoharjo, Kota Yogyakarta
6	Toko Sinar Teknik	Jl. Raya Sanden, Gumulan, Caturharjo, Pandak, Bantul, Kota Yogyakarta
7	UD. Buana Teknik	Jl. Magelang No 42, Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta.
8	Toko Aneka Teknik	Jl. Kyai Mojo No 12, Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta
9	Herry Intercool	Jl. Pakuninggrat No 1A, Cokrodinggrat, Jetis, Kota Yogyakarta.

Sumber CV. Pasirindo

CV. Pasirindo sendiri sangatlah menjamin kualitas produk yang mereka berikan kepada konsumen, baik itu dalam pemberian garansi dan pemberian sparepart yang original kepada konsumen.

Dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan Suplier yang berguna untuk menunjang operasional bisnis CV. Pasirindo. Perusahaan menerapkan sistem Invoice kepada perusahaan suplier. Maka dengan CV. Pasirindo sendiri sangatlah menjaga nama baik perusahaan agar perusahaan suplier tetap percaya dengan CV. Pasirindo.

4.4.2 Meningkatkan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)

CV. Pasirindo merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perbaikan dan perawatan mesin pendingin. Dalam hal ini kualitas produk jasa yang ditawarkan haruslah memiliki kualitas yang baik dan pelayanan yang baik. Demi untuk menunjang kinerja perusahaan dan memberikan kualitas produk yang baik maka dari itu CV. Pasirindo harus memperhatikan kualitas sumber daya manusia yang bekerja di dalam perusahaan. CV. Pasirindo memiliki pelatihan sendiri guna untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas karyawan yang dimiliki perusahaan. Pelatihan yang dilakukan perusahaan biasanya memiliki waktu satu tahun tiga sampai empat kali pelatihan tidak hanya pelatihan yang dibuat oleh perusahaan tetapi CV. Pasirindo sendiri juga memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti pelatihan alat pendingin ke perusahaan-perusahaan besar, langkah ini dilakukan perusahaan guna untuk mengantisipasi updatenya teknologi pendingin yang selalu mengikuti perkembangan zaman (Adetya,2018).

Maka dari itu setiap kali ada perubahan dengan teknologi unit pendingin yang baru CV. Pasirindo selalu bisa menangani dan mampu untuk mengatasi segala permasalahan yang ada di dalam unit pendingin dengan teknologi-teknologi terbaru.

Dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan memadai CV. Pasirindo sendiri sangatlah menjaga kualitas produk yang mereka berikan ke konsumen dan unggul dalam segi pelayanan yang mereka berikan.

4.4.3 Berpengalaman dalam Bidang

Dalam menjaga kepercayaan dan memberikan produk unggulan kepada konsumen CV. Pasirindo memiliki banyak pengalaman dalam mengerjakan perbaikan dan perawatan mesin pendingin. Riwayat pengalaman yang dimiliki perusahaan sendiri dalam melakukan pekerjaan terbilang cukup banyak, yang mana sebagian besar konsumen dari perusahaan sendiri adalah perusahaan-perusahaan besar dan instansi pemerintahan. Dengan demikian kualitas Sumber daya manusia yang dimiliki sangat terlatih dalam pengerjaan unit pendingin yang berkapasitas besar. Dengan banyaknya konsumen perusahaan dan instansi yang dimiliki oleh CV. Pasirindo sendiri menurut Direktur Cabang CV Pasirindo dengan perusahaan banyak melakukan pekerjaan untuk perusahaan-perusahaan besar dan instansi sehingga teknisi yang ada di dalam perusahaan akan lebih memiliki pengalaman yang banyak karena pekerjaan yang dilakukan bukan dalam skala kecil sehingga kemampuan teknisi dan pengalaman teknisi disini dapat meningkat dan unggul di banding dengan perusahaan lain yang sejenis (Adetya, 2018).

Beberapa jenis unit pendingin yang dikerjakan oleh CV. Pasirindo sendiri dalam menjalankan bisnis sebagai berikut:

TABEL 4.7

JENIS AC DALAM PEKERJAAN

Jenis AC	Ukuran AC	Luas Ruang
AC Split	0,5 pk-2 pk	9-12m
AC Casette	1,5 pk-6 pk	12-16m
AC Split		16-24m

Sumber CV. Pasirindo

Dengan banyaknya pekerjaan yang dimiliki oleh CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnisnya. Teknisi yang dimiliki perusahaan akan lebih berpengalaman di bidangnya dan lebih terpercaya dalam mengerjakan unit pendingin.

4.4.4 Metode Pemasaran

Menjalankan bisnis tidak hanya dinilai dari segi kapasitas sumber daya manusia tetapi ada faktor penting yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Yang mana perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak akan terlepas dari yang namanya pemasaran, karna produk yang dimiliki oleh perusahaan sendiri haruslah dikenal oleh masyarakat luar dalam artian konsumen yang berguna untuk menunjang kinerja perusahaan sendiri, Karna pemasaran sendiri sangatlah penting dalam menjalankan sebuah perusahaan. CV. Pasirindo sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbaikan dan perawatan mesin

pendingin memiliki metode pemasaran sendiri untuk mengenalkan produk jasa yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat luar.

Menurut bagian Marketing bapak Anugrah Adi Pradana,(2018), bahwa cara pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo ada dua cara yaitu dengan cara pembuatan penawaran, dan melalui sosial media, yang mana biasanya para marketing membuat proposal untuk ditawarkan kepada instansi maupun perusahaan-perusahaan yang menjadi target konsumen untuk CV. Pasirindo.

Tidak hanya melakukan pemasaran dengan cara membuat proposal tetapi CV. Pasirindo sendiri sangatlah memanfaatkan bantuan sosial media dalam melakukan pemasaran produk jasa perusahaan agar masyarakat luar dapat mengenal CV. Pasirindo lebih banyak, dalam pemanfaatan sosial media yang dilakukan CV. Pasirindo sendiri itu lebih kepada sosial media yang berbasis penjualan produk seperti: instagram, facebook, website, olx dan twitter. Melalui sosial media menurut perusahaan sendiri masih sangat efektif dalam memasarkan produk perusahaan (Anugrah, 2019).

Dalam melakukan pemasaran, untuk lebih memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa perusahaan memiliki kapasitas dan kapabilitas dalam mengerjakan perbaikan maupun perawatan dalam mesin pendingin perusahaan pun tidak lupa untuk menjelaskan terkait dengan hasil pekerjaan yang perusahaan kerjakan selama ini.

4.4.5 Pemberian Layanan Terbaik untuk Konsumen

Sesuai dengan visi yang dimiliki oleh CV. Pasirindo menjadi perusahaan yang terpercaya dan unggul. Adapun salah satu strategi yang digunakan untuk

mencapai visi tersebut yaitu dengan cara pemberian layanan terbaik untuk konsumen. Perusahaan sendiri dalam memberikan layanan untuk konsumen harus seoptimal mungkin dan sebaik mungkin, karna perusahaan sangatlah mengharapkan kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen. Untuk memberikan pelayanan terbaik ke konsumen ada beberapa prinsip yang dipegang oleh perusahaan demi menjaga pelayanan tetap baik yang berikan oleh perusahaan (Adetya, 2018). Adapun beberapa prinsip yang dimiliki oleh perusahaan antara lain:

c. Kualitas pekerjaan

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sangatlah mengutamakan kualitas pekerjaan, karna penilaian yang diberikan oleh konsumen tidak terlepas dari kualitas pekerjaan yang dimiliki oleh perusahaan, maka dari itu CV.Pasirindo sangatlah mengutamakan kualitas pekerjaan dalam setiap pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan

d. Ketepatan waktu

Perusahaan sendiri lebih menekankan kepada teknisi untuk lebih memikirkan dan mempertimbangkan ketepatan waktu dalam pengerjaan unit. Sehingga ketika para teknisi lebih mengedepankan ketepatan waktu, maka pelayanan yang diberikan kepada konsumen lebih optimal, sehingga konsumen dapat memberikan penilaian yang baik kepada perusahaan dan kepercayaan konsumen akan tetap terjaga.

e. Kekeluargaan

Dalam menjalankan bisnis CV. Pasirindo menerapkan iklim kekeluargaan di dalam perusahaan, sehingga ini dapat lebih memberikan

kenyaman kepada semua karyawan yang ada di dalam perusahaan. sehingga karyawan dalam bekerja akan lebih semangat dan nyaman dalam menjalankan pekerjaan.

f. Profesionalisme

Perusahaan yang besar haruslah memiliki karyawan yang profesionalisme dalam bekerja, karna cerminan perusahaan sendiri dapat dilihat dari profesionalisme para karyawan yang bekerja di dalam nya. Dalam menerapkan profesionalisme di dalam perusahaan. CV. Pasirindo sangatlah serius terutama dalam hal pekerjaan yang dikerjakan oleh perusahaan.

g. Komunikasi yang baik

Perusahaan juga lebih mengedepankan komunikasi yang baik kepada karyawan. Dalam hal ini karyawan dilatih untuk dapat berkomunikasi yang baik. Karena karyawan sendiri akan lebih sering berhadapan langsung dengan konsumen untuk itu komunikasi yang baik sangatlah dibutuhkan oleh para karyawan CV. Pasirindo

h. Kejujuran dalam bekerja

Bergerak dalam bidang perusahaan jasa CV. Pasirindo harus lebih mengutamakan kejujuran dalam bekerja. Karna dalam pekerjaan yang di hadapi oleh CV. Pasirindo sendiri kejujuran sangatlah penting terutama dalam hal melakukan pengecekan unit pendingin. Disini para karyawan harus lebih bersikap jujur kepada konsumen mengenai

kerusakan dan pergantian sparepart unit pendingin yang di lakukan pengecekan oleh perusahaan.

4.4.6 Layanan yang Unggul

CV. Pasirindo memiliki produk jasa yang mereka memiliki dalam merebut konsumen di pasaran. Produk jasa yang dimiliki CV. Pasirindo tidak terlepas dari perbaikan dan perawatan mesin pendingin kalau untuk lebih dikhususkan lagi itu pada bagian AC dan Kulkas, tidak hanya bergerak dalam perbaikan dan perawatan mesin pendingin tetapi CV. Pasirindo sendiri juga mulai untuk memperbaiki alat-alat teknik lainnya seperti genset dan katrol elektrik (Adetya, 2018).

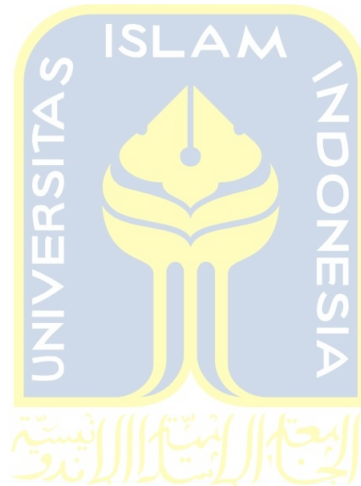
Dalam menjalankan bisnis CV. Pasirindo sendiri memiliki segmentasi pasar untuk menjual produk jasa yang dimiliki oleh CV. Pasirindo sendiri. Sasaran pasar produk jasa CV. Pasirindo adalah untuk kalangan perusahaan dan instansi. Produk jasa Service AC di dalam CV. Pasirindo sendiri ingin lebih memfasilitasi perusahaan-perusahaan dan instansi dalam permasalahan pendingin ruangan yang dimiliki (Adetya, 2018).

Dalam hal pembayaran yang diterima perusahaan atas jasa Yang telah di lakukan berupa Invoice, jadi perusahaan tidak menerima uang tunai dengan hasil pekerjaan yang telah dilakukan.

4.5. Implementasi Strategi dan Kekurangan

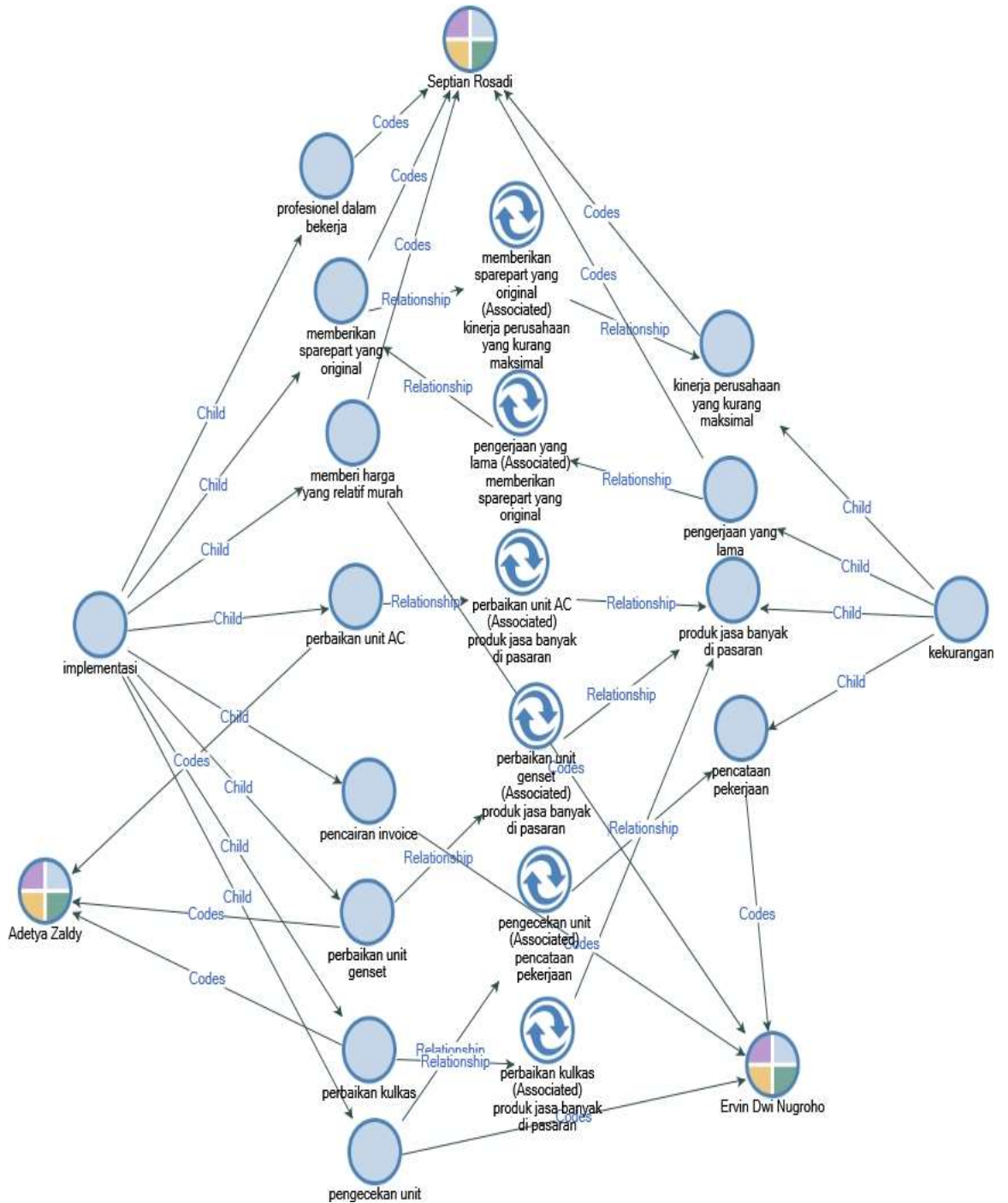
Dalam mencapai tujuan perusahaan, haruslah diikuti oleh strategi perusahaan yang di gunakan perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai. Akan tetapi menjalankan strategi tidaklah mudah dan tidak tanpa halangan maupun kekurangan yang dialami oleh perusahaan. dari hasil wawancara dengan Bapak Septian Rosadi,

Bapak Ervin Dwi Nugraha, Bapak Anugrah Adi Pradana dan Bapak Adetya Zaldy bahwa Kekurangan yang ada dalam menjalankan strategi di dalam perusahaan ada empat kekurangan yang dialami oleh perusahaan dalam menjalankan strategi yaitu, kinerja perusahaan yang kurang maksimal, produk jasa banyak di pasaran, pencatatan pekerjaan, dan pengerjaan yang lama. Empat kekurangan itu yang paling sering dilakukan dalam menjalankan implementasi yang selama ini perusahaan lakukan. Adapun kekurangan dalam pengeimplementasian strategi yang dilakukan oleh perusahaan tergambar dalam data analisis yang ada di bawah ini.



GAMBAR 4.8

Analytical Maps ANALYTICAL MAPS IMPLEMENTASI DAN KEKURANGAN



Sumber: Data Diolah dari Nvivo 11

TABEL 4.8

MATRIX CODING IMPLEMENTASI DAN KEKURANGAN

	A : Kekurangan	B : Kinerja perusahaan yang kurang maksimal	C : Pencatatan pekerjaan	D : Pengerjaan yang lama	E : Produk jasa banyak di pasaran
1 : implementasi	0	0	0	0	0
2 : Bekerja dengan jujur	0	0	0	0	0
3 : Hasil pekerjaan yang optimal	0	0	0	0	0
4 : Komunikasi yang baik	0	0	0	0	0
5 : Melayani pengerjaan di hari libur	0	0	0	0	0
6 : Memberi harga yang relatif murah	0	0	0	0	0
7 : Memberikan sparepart yang original	0	1	0	1	0
8 : Membuat penawaran	0	0	0	0	0
9 : Mutu pekerjaan yang baik	0	0	0	0	0
10 : Pelatihan teknisi	0	0	0	0	0
11 : Pemanfaatan media sosial	0	0	0	0	0
12 : Pemberian garansi	0	0	0	0	0
13 : Pembuatan SPK	0	0	0	0	0
14 : Pencairan invoice	0	2	0	0	0
15 : Pengajuan invoice	0	0	0	0	0
16 : Pengajuan SPK	0	0	0	0	0
17 : Pengecekan unit	0	0	1	0	0
18 : Pengerjaan instansi	0	0	0	0	0
19 : Pengerjaan luar kota	0	0	0	0	0
20 : Pengerjaan perusahaan besar	0	0	0	0	0
21 : Pengerjaan unit	0	0	0	0	0
22 : Rusak berat	0	0	0	0	0
23 : Rusak ringan	0	0	0	0	0
24 : Perbaikan kulkas	0	0	0	0	1
25 : Perbaikan unit AC	0	0	0	0	1
26 : Perbaikan unit genset	0	0	0	0	1
27 : Profesional dalam bekerja	0	0	0	0	0
28 : Teknisi yang berpengalaman	0	0	0	0	0

Sumber: Data Diolah dari Nvivo 11

4.5.1 Kinerja Perusahaan yang Kurang Maksimal

CV. Pasirindo perusahaan yang bergerak di dalam bidang jasa sangatlah memperhatikan kepuasan konsumen, karna kepercayaan dari konsumen merupakan hal yang utama yang harus di dapat oleh perusahaan. dalam hal ini perusahaan pun sering mengalami kinerja perusahaan yang kurang maksimal di karenakan banyaknya perusahaan suplier yang tidak langsung menyediakan sparepart yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menunjang kinerja perusahaan (Septian, 2018).

Sparepart yang di butuhkan oleh perusahaan untuk pengerjaan unit AC sering mengalami inden atau tunggu dalam penerimaan sparepart sehingga kepuasan konsumen menurun dengan peristiwa yang seperti ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yang kurang maksimal.

Faktor pengaruh kinerja perusahaan yang kurang maksimal tidak hanya dari masalah sparepart yang inden atau tunggu tetapi banyak nya teknisi dalam pengerjaan unit yang sering sekali mengalami lupa dalam membawa peralatan kerja (Septian, 2018).

Oleh karena itu pada saat pengerjaan unit berlangsung tetapi peralatan kerja yang di bawa kurang sehingga dapat menunda dalam pengerjaan unit tersebut. faktor ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yang kurang maksimal, sehingga komplek yang dilakukan konsumen di karenakan pengerjaan yang kurang tepat waktu, maka dari itu kepercayaan konsumen dapat menurun.

4.5.2 Produk Jasa Banyak di Pasaran

CV. Pasirindo sendiri terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mana memiliki kantor pusat di Provinsi Kalimantan Selatan Kota Balikpapan, CV. Pasirindo bergerak dalam bidang perawatan mesin pendingin dan perbaikan genset (Adetya, 2018).

Bidang jasa yang di jalankan oleh perusahaan sangatlah banyak persaingannya. Dalam persaingan usaha yang dialami oleh CV. Pasirindo sendiri di dalam ruang lingkup regional sangatlah ketat, sehingga membuat perusahaan harus berani bersaing dengan perusahaan yang sejenis dan memberikan keunggulan yang dapat diberikan oleh perusahaan. dalam hal ini keunggulan yang diberikan perusahaan berupa pelayanan yang baik terhadap konsumen dan ketepatan waktu dalam setiap pengerjaan. Walaupun dalam persaingan bisnis yang cukup ketat CV. Pasirindo selalu berusaha untuk merubet pangsa pasar dengan jaminan kualitas yang mereka berikan.

4.5.3 Pencatatan Pekerjaan

Dalam melakukan pekerjaan perbaikan unit, perusahaan terlebih dahulu melakukan pengecekan terhadap unit yang akan di perbaiki. Yang mana perusahaan mengirimkan teknisi kepada konsumen untuk melakukan perbaikan unit tersebut. Pada proses pengecekan unit yang dilakukan oleh teknisi sering terjadi miss komunikasi terhadap sesama teknisi (Ervin, 2019).

Yang mana dalam melakukan pengecekan itu para teknisi sudah bisa memperkirakan apa yang rusak pada unit tersebut tetapi pada saat pelaksanaan

sering terjadi para teknisi lupa dalam membawa beberapa peralatan kerja untuk memperbaiki unit tersebut sehingga disini dapat menunda pelaksanaan kerja teknisi dalam memperbaiki unit tersebut. hal ini sering terjadi sehingga ini merupakan kendala yang didapat teknisi pada saat di lapangan.

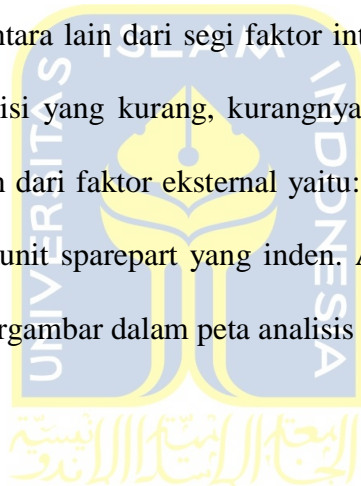
4.5.4 Pengerjaan Yang Lama

CV. Pasirindo dalam memberikan kepercayaan dan keunggulan kepada konsumen atas produk yang mereka tawarkan. Merupakan suatu kepentingan yang utama untuk perusahaan. sehingga perusahaan disini betul harus lebih di tingkatkan performanya untuk memenuhi kepercayaan dan keunggulan dimata konsumen. Dalam memenuhi kriteria tersebut perusahaan juga mengalami kekurangan yang mana kekurangan tersebut termasuk dalam pengerjaan yang lama. untuk memberikan kualitas produk yang baik CV. Pasirindo sendiri menggunakan produk yang original dalam menunjang kinerja perusahaan, sehingga hal seperti ini lah yang membuat pengerjaan unit cukup lama dikarenakan butuhnya proses menunggu sparepart yang original untuk memperbaiki unit yang rusak (Septian, 2019).

Proses menunggu ini cukup memakan waktu 3-4 hari agar sparepart tersebut sampai ke perusahaan. proses pengiriman yang memakan waktu ini yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam hal ini perusahaan berusaha memberikan pengertian kepada konsumen agar kepercayaan konsumen selalu diberikan kepada perusahaan, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan dalam hal ini.

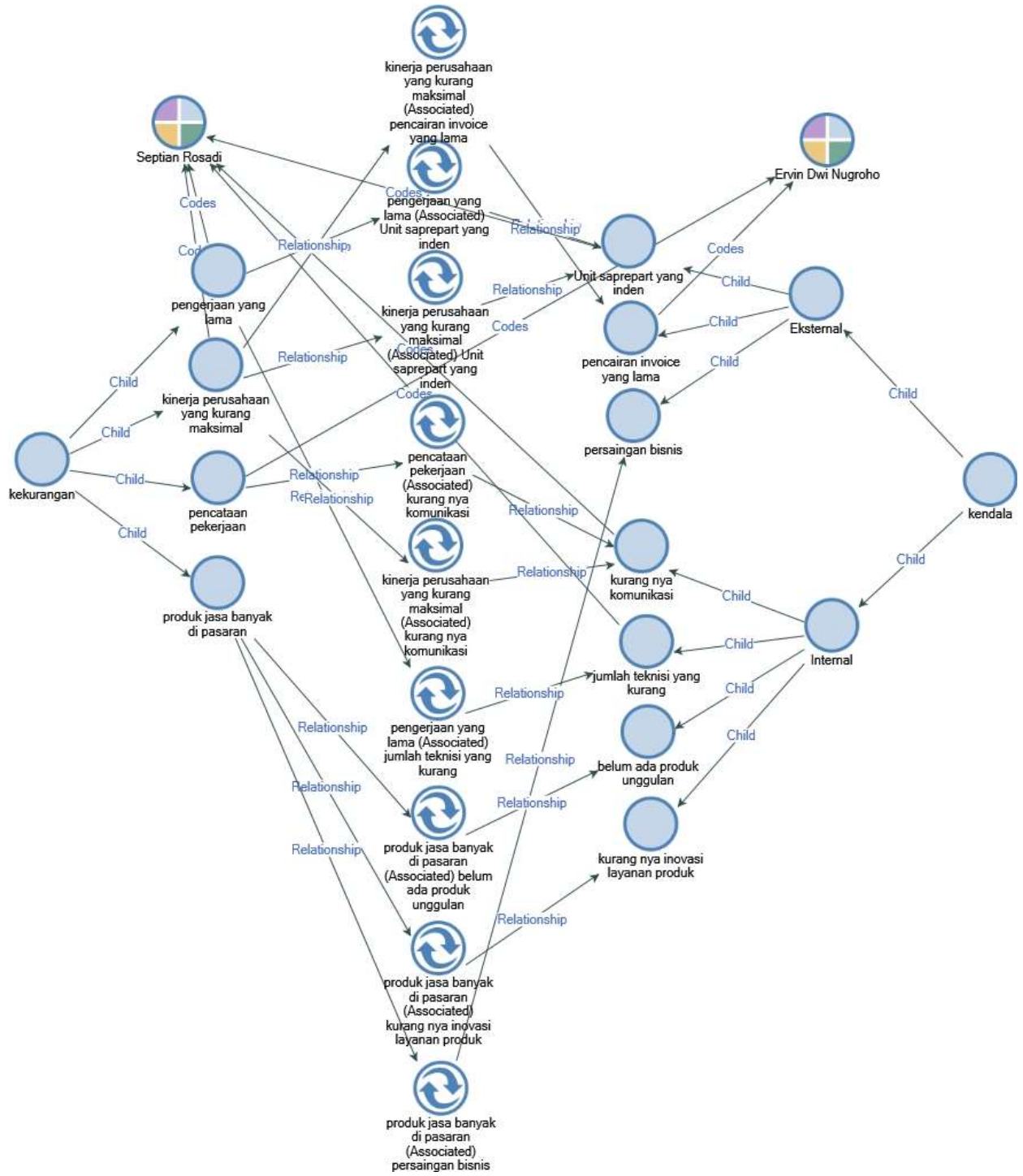
4.6 Kendala dan Kekurangan Perusahaan

CV. Pasirindo sebuah perusahaan yang memiliki tujuan dengan memberikan kepercayaan dan keunggulan atas jasa perbaikan dan perawatan mesin pendingin. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan juga banyak mengalami kendala dan kekurangan dalam proses yang dijalankan perusahaan selama ini. Menurut hasil wawancara yang dilakukan terhadap karyawan CV. Pasirindo yaitu Bapak Septian Rosadi dan Ervin Dwi Nugroho. Bahwa ada beberapa kekurangan yang dihadapi perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut yang mana beberapa kekurangan tersebut antara lain dari segi faktor internal yaitu belum ada produk unggulan, jumlah teknisi yang kurang, kurangnya inovasi layanan, kurangnya komunikasi, sedangkan dari faktor eksternal yaitu: pencairan invoice yang lama, persaingan bisnis dan unit sparepart yang inden. Adapun kendala-kendala yang dihadapi perusahaan tergambar dalam peta analisis yang ada di bawah ini:



GAMBAR 4.9

ANALYTICAL MAPS KEKURANGAN DAN KENDALA



Sumber: Data Diolah dari NVivo 11

TABEL 4.9

MATRIX CODING KEKURANGAN DAN KENDALA

	A : Kekurangan	B : Kinerja perusahaan yang kurang maksimal	C : Pencataan pekerjaan	D : Pengerjaan yang lama	E : Produk jasa banyak di pasaran
1 : Kendala	0	0	0	0	0
2 : Kendala	0	0	0	0	0
3 : Eksternal	0	0	0	0	0
4 : Pencairan invoice yang lama	0	1	0	0	0
5 : Persaingan bisnis	0	0	0	0	2
6 : Unit sparepart yang inden	0	2	0	2	0
7 : Internal	0	0	0	0	0
8 : Belum ada produk unggulan	0	0	0	0	2
9 : Jumlah teknisi yang kurang	0	0	0	1	0
10 : Kurang nya inovasi layanan produk	0	0	0	0	2
11 : Kurang nya komunikasi	0	0	1	0	0

Sumber: Data Diolah dari NVivo 11

4.6.1 Faktor Internal

Dalam menganalisis kendala yang dialami perusahaan terlebih dahulu harus memahami faktor yang menimbulkan kendala tersebut baik dari segi internal perusahaan maupun dari segi eksternal perusahaan. Faktor yang dialami dari segi internal perusahaan merupakan hasil analisis yang terjadi pada perusahaan yang ada di dalam tubuh perusahaan sendiri. Faktor internal ini sangatlah berpengaruh untuk perusahaan dalam mengembangkan perusahaan untuk kedepannya dan untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang. Adapun beberapa faktor internal yang mempengaruhi dalam pengembangan perusahaan antara lain adalah:

a. Belum ada Produk Unggulan

CV. Pasirindo perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbaikan dan perawatan mesin pendingin baru berusaha 3 tahun untuk cabang Yogyakarta, usia perusahaan yang masih muda membuat perusahaan masih belum memiliki produk unggulan yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini menyebabkan perusahaan masih sangat sulit untuk bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan sendiri lebih kepada memberikan keunggulan berupa layanan yang diberikan kepada konsumen dalam segi ketepatan waktu dan kualitas produk jasa yang perusahaan berikan (Adetya, 2019).

Sehingga perusahaan masih dapat bersaing dengan produsen lain yang sejenis dalam perosalan pelayanan yang diberikan. Sebagai kendala yang dihadapi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya, perusahaan sendiri tidak pernah

berputus asa untuk terus mengembangkan dan memberikan produk unggulan terhadap konsumen akan tetapi untuk waktu sekarang ini perusahaan hanya dapat memberikan keunggulan dari segi pelayanan terhadap konsumen dan tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya perusahaan akan tetap memberikan suatu produk unggulan terhadap konsumen.

b. Jumlah Teknisi yang Kurang

Perusahaan yang memiliki segmentasi pasar untuk instansi dan perusahaan-perusahaan besar memang membutuhkan jumlah teknisi yang besar. CV. Pasirindo sendiri dalam menjalankan perusahaan sering sekali dihadapi dengan kendala yang mana jumlah teknisi mereka yang kurang, dikarenakan intensitas pekerjaan yang ada di dalam perusahaan cukup besar sehingga jumlah teknisi yang ada pada saat sekarang ini sering mengalami kekurangan. Maka dari itu kendala tersebut sangatlah mempengaruhi kinerja perusahaan yang kurang maksimal. Tapi CV. Pasirindo selama ini tetap berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

c. Kurangnya Komunikasi

CV. Pasirindo sendiri sering mengalami komunikasi yang kurang maksimal dalam proses berjalannya perusahaan. komunikasi yang kurang maksimal tersebut dikarenakan teknisi dalam melakukan pengecekan unit untuk perbaikan sering mengalami miss komunikasi pada saat pengerjaan unit, kemudian perusahaan induk yang ada di CV. Pasirindo sendiri cukup jauh dengan perusahaan cabang

d. Kurangnya Inovasi Layanan Produk

Dalam inovasi layanan produk yang diberikan perusahaan memang belum terlalu beragam. Karna perusahaan sendiri baru mengalami masa perkembangan sehingga dalam pemberian layanan masih memberikan layanan seperti biasanya. Sehingga disini perusahaan masih mencoba mengembangkan layanan produk yang akan diberikan kepada konsumen.

4.6.2 Faktor Eksternal

Untuk mencapai tujuan perusahaan adapun kendala faktor eksternal yang harus diperhatikan perusahaan agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan misi perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan. di antara kendala faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan antara lain sebagai berikut:

a. Unit Sparepart yang Inden

Perusahaan sering mengalami kendala dalam pengerjaan yang mana kendala tersebut di pengaruhi oleh unit sparepart yang inden. Sehingga pengerjaan unit yang dilakukan perusahaan harus membutuhkan waktu untuk dapat mengerjakan unit pendingin yang rusak (Ervin, 2019).

Dalam hal ini kendala yang dialami perusahaan di sebabkan oleh faktor supplier yang melakukan pengiriman terhadap unit sparepart tersebut. Sehingga kendala ini dapat menyebabkan kinerja perusahaan yang menurun.

b. Pencairan Invoice yang Lama

CV. Pasirindo memiliki konsumen yang berbasis pada perusahaan dan instansi sehingga prosedur pembayaran yang dilakukan berupa invoice. Dalam pencairan invoice yang dialami oleh perusahaan sendiri

membutuhkan waktu yang lama. sehingga kendala ini dapat mengakibatkan kinerja perusahaan yang kurang maksimal (Ervin, 2019).

Walaupun demikian perusahaan tetap selalu berusaha agar perusahaan tetap berjalan dengan baik.

c. **Persaingan Bisnis**

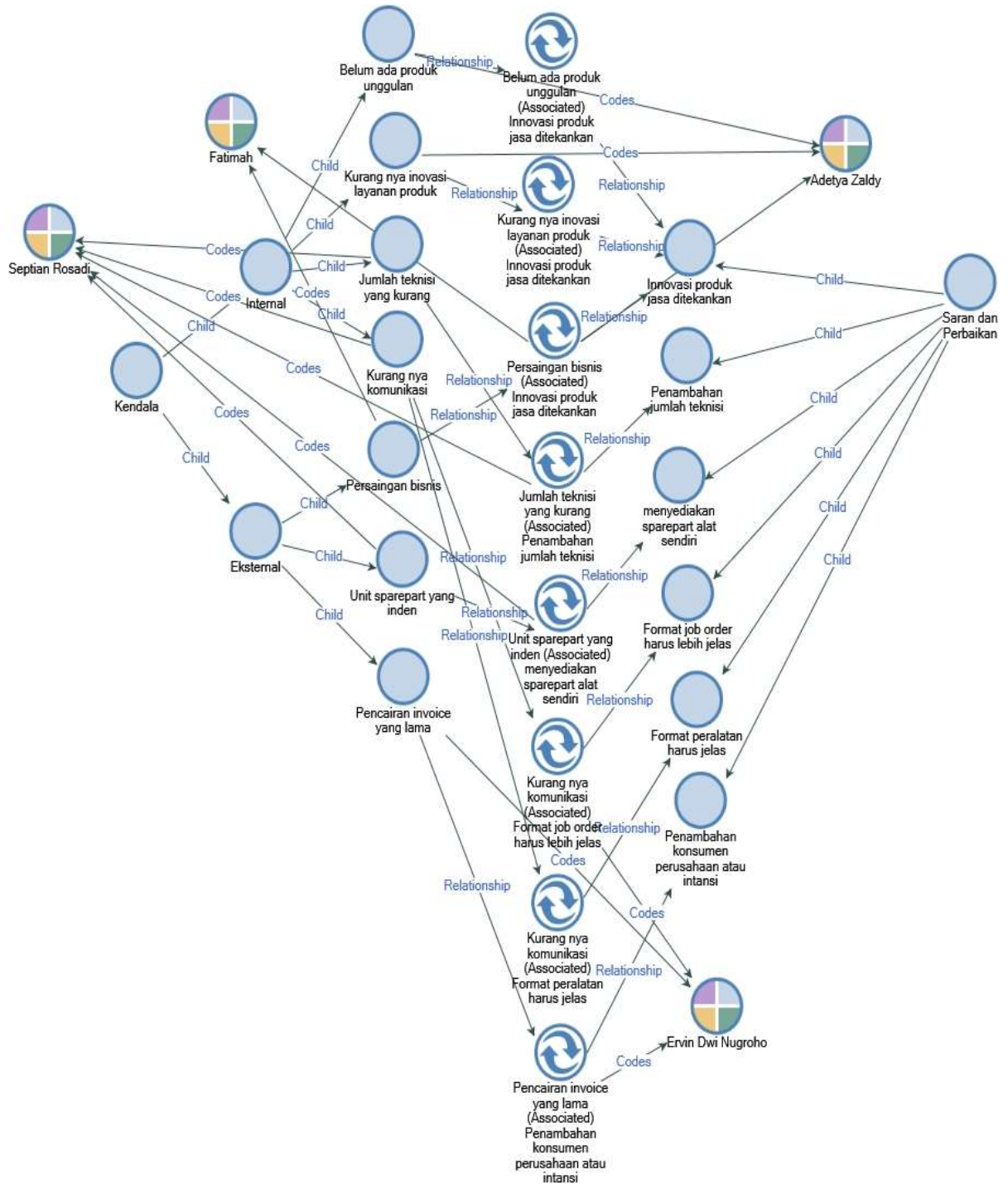
Perusahaan sendiri mengalami persaingan bisnis yang cukup ketat di karenakan produk jasa yang perusahaan tawarkan sudah sangat banyak di pasaran sehingga kendala ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam persaingan memperoleh konsumen. Disini perusahaan sangat diuntut untuk dapat tetap eksis sehingga perusahaan di sini berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik yang akan diberikan kepada konsumen guna menjaga kepercayaan konsumen yang selalu perusahaan dapatkan.

4.7 Kendala dan Saran Perbaikan

Demi tetap menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen kepada perusahaan adapun beberapa saran yang dapat membantu pengimplementasian strategi yang dilakukan perusahaan agar dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diinginkan. Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Septian Rosadi, dan Bapak Ervin Dwi Nugroho. Beberapa saran tersebut tergambar dalam peta analisis yang ada di bawah ini:

GAMBAR 4.10

ANALYTICAL MAPS KENDALA DAN SARAN PERBAIKAN



Sumber: Data Diolah dari NVivo 11

TABEL 4.10

MATRIX CODING KENDALA DAN SARAN PERBAIKAN

	A : Saran dan Perbaikan	B : Format job order harus lebih jelas	C : Format peralatan harus jelas	D : Inovasi produk jasa ditekankan	E : menyediakan sparepart alat sendiri	F : Penambahan jumlah teknisi	G : Penambahan konsumen perusahaan atau intansi
1 : Kendala	0	0	0	0	0	0	0
2 : Eksternal	0	0	0	0	0	0	0
3 : Pencairan invoice yang lama	0	0	0	0	0	0	1
4 : Persaingan bisnis	0	0	0	1	0	0	0
5 : Unit sparepart yang inden	0	0	0	0	2	0	0
6 : Internal	0	0	0	0	0	0	0
7 : Belum ada produk unggulan	0	0	0	2	0	0	0
8 : Jumlah teknisi yang kurang	0	0	0	0	0	1	0
9 : Kurang nya inovasi layanan produk	0	0	0	2	0	0	0
10 : Kurang nya komunikasi	0	1	1	0	0	0	0

Sumber: Data Diolah dari NVivo 11

4.7.1 Penambahan Jumlah Teknisi

Untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan menunjang kinerja perusahaan kearah yang lebih baik maka perusahaan sangat di sarankan untuk menambah jumlah teknisi kedepan nya, di karenakan pekerjaan yang ada di dalam perusahaan semakin hari semakin meningkat seiring berjalan nya waktu maka perusahaan di haruskan untuk menambah jumlah teknisi agar citra, kepercayaan konsumen tetap terjaga dan semua pekerjaan dapat di kerjakan dengan maksimal.

4.7.2 Format Peralatan Harus Jelas

Dalam hal ini untuk mengantisipasi pengerjaan yang kurang maksimal ataupun pengerjaan yang tertunda maka perusahaan di haruskan untuk membuat format peralatan yang dimiliki oleh perusahaan lebih jelas, kemudian lebih membagi fungsi peralatan yang akan digunakan sesuai dengan perbaikan yang akan dilakukan oleh teknisi. Sehingga ini dapat untuk meminimalisir salah komunikasi antar teknisi yang terjadi selama ini.

4.7.3 Menyediakan Sparepart Sendiri

Untuk lebih memaksimalkan kinerja perusahaan dan pelayanan yang diberikan terhadap konsumen, maka saran perusahaan dalam menyediakan sparepart sendiri sangatlah disarankan untuk menunjang kinerja perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus terlebih dahulu menyediakan stock sparepart yang banyak untuk menunjang kinerja perusahaan, sehingga perusahaan tidak perlu lagi membuang waktu dalam proses inden pemesanan sparepart ke supplier lain.

4.7.4 Format Job Order Harus Jelas

Saran yang diberikan untuk meminimalisir kendala yang dialami oleh perusahaan. agar tidak terjadi kecurangan yang ada didalam perusahaan. Maka perusahaan sangatlah disarankan untuk membuat format job order yang jelas. Agar order yang masuk kedalam perusahaan lebih jelas dan untuk membagi pekerjaan kepada teknisi lebih terjaga dan seimbang. Saran ini sangatlah disarankan untuk perusahaan karna sebelumnya sering terjadi kecurangan yang dialami oleh perusahaan karna format job order yang kurang jelas.

4.7.5 Inovasi Produk Jasa Lebih Ditekankan

Untuk memberikan keanekaragaman produk yang akan ditawarkan kepada konsumen maka perusahaan lebih dituntut untuk memberikan Inovasi Produk Jasa yang lebih beragam kepada konsumen agar konsumen dapat lebih banyak mendapatkan rekomendasi produk yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan disini di tuntut untuk lebih mengembangkan inovasi dalam pelayanan ataUpun produk yang akan diberikan kepada konsumen demi menghadapi persaingan bisnis yang ketat dengan produsen lain yang sejenis.

4.7.6 Penambahan Konsumen Perusahaan

Untuk menjaga perusahaan tetap berjalan dengan baik dan kebutuhan perusahaan dapat terpenuhi dari segi keuangan di karenakan selama ini perusahaan mendapatkan penghasilan berupa invoice sehingga waktu yang dibutuhkan perusahaan dalam pencairan invoice cukup lama jadi saran untuk penambahan konsumen perusahaan harus di tambah, agar apabila beberapa perusahaan konsumen mengalami penundaan pencairan invoice ini dapat diminmalisir dengan

pencairan invoice oleh perusahaan lain sehingga keuangan perusahaan tetap baik dan perusahaan dapat berjalan dengan semestinya tanpa mengalami kekurangan keuangan.

4.8 Kesimpulan Bab

Setelah melakukan penelitian pada CV. Pasirindo Yogyakarta, peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut, tentang strategi yang digunakan oleh CV. Pasirindo dalam mengembangkan bisnis di bidang jasa service AC. Bahwa dalam menjalankan strategi yang digunakan CV. Pasirindo sudah cukup baik, sehingga para karyawan dan teknisi yang bekerja di dalam perusahaan sudah menjalankan strategi yang di jalankan oleh perusahaan. CV. Pasirindo sendiri juga sangat lebih mengutamakan pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna untuk menjaga kepercayaan yang diberikan kepada konsumen untuk perusahaan, kemudian CV. Pasirindo juga sangat memperhatikan kepuasan konsumen dalam setiap pengerjaan jasa yang perusahaan berikan kepada konsumen. Untuk memberikan kepuasan dan pelayanan yang terbaik untuk konsumen, perusahaan sendiri sangat memperhatikan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan. CV. Pasirindo sangat memperhatikan para karyawan yang dimiliki oleh perusahaan, dalam hal ini CV. Pasirindo memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan yang berguna untuk memberikan pengetahuan kepada karyawan terhadap perkembangan teknologi mesin pendingin.

Dalam menjalankan strategi yang diterapkan perusahaan adapun kendala yang juga dihadapi oleh CV. Pasirindo sendiri, terutama dari perusahaan suplier

penyedia spareparts yang digunakan oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam melakukan pekerjaan, Seringnya proses inden atau tunggu untuk spareparts yang dibutuhkan CV. Pasirindo sendiri.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Pengenalan Bab

Pada bab ini adalah mengenai penjelasan dari akhir penelitian, memberikan penjelasan dari kesimpulan data yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian, kemudian merekomendasikan saran bagi pihak yang membutuhkan dan untuk digunakan pada penelitian berikutnya, serta penjelasan mengenai keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini

5.2 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah untuk menganalisis Strategi CV. Pasirindo dalam menjalankan bisnis jasa service AC. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif maka di dapat tiga kesimpulan sebagai berikut:

1. CV. Pasirindo merupakan bisnis yang bergerak dalam jasa service AC yang mana menggunakan strategi unit bisnis dengan berfokus pada pelayanan jasa service dan perawatan mesin pendingin. Dalam hal ini strategi penjualan yang diterapkan sudah sangat bagus dengan memilih segementasi pasar berupa perusahaan dan instansi, pelayanan yang di berikan kepada konsumen sudah sangat bagus dengan melakukan pemberian garansi produk yang telah dikerjakan, dan pemasaran produk jasa memanfaatkan media sosial serta menawarkan proposal penawaran kepada instansi ataupun

perusahaan-perusahaan besar. Serta menerima pengerjaan di hari libur guna untuk lebih memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.

2. CV. Pasirindo sendiri mengalami kendala dalam pengimplementasian strateginya dalam memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen CV. Pasirindo masih belum sepenuhnya mampu memberikan yang terbaik di karena adanya stock sparepart unit mesin pendingin yang inden atau tunggu, dan juga kendala dikarenakan adanya missskomunikasi antar teknisi sehingga membuat pekerjaan tertunda, kemudian persaingan bisnis oleh usaha yang serupa dengan CV. Pasirindo yang bisa saja memberikan pelayanan yang lebih baik, serta dalam pencairan invoice yang cukup lama sehingga dapat menghambat kinerja perusahaan sendiri. Selain itu kurangnya inovasi produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk menjadi daya tarik terhadap konsumen.
3. Dalam mengatasi kendala yang dihadapi perusahaan. CV. Pasirindo bisa menyediakan stock sparepart sendiri dan terus melakukan update terhadap stock sparepart setiap harinya, sehingga tidak terjadi inden atau tunggu terhadap sparepart yang dibutuhkan, dalam mengatasi missskomunikasi antar teknisi yang akan berakibat terhadap penundaan pekerjaan maka CV. Pasirindo perlu membuat format peralatan yang jelas sebagai bentuk pedoman teknisi dalam menggunakan alat. Kemudian untuk menghadapi persaingan bisnis dengan usaha yang sejenis CV. Pasirindo perlu melakukan banyak inovasi produk jasa dan pelayanan yang akan diberikan kepada

konsumen yang berguna untuk lebih menarik konsumen dan memberikan citra yang baik kepada konsumen.



Daftar Pustaka

- Adi, Ida Rochani. 2011. *Fiksi Populer (Teori dan Metode Kajian)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2006). *Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Assegaff. Muhammad. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Unisulla. Semarang.
- Alamsyah, S. *et al.* (2017). Perumusan Strategi Dengan Metode Balanced Score Card. *Jurnal Kreatif Industri*. STT Ibnu Sina. Batam.
- Aryani, D. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *FISIP*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Blocher, Chen dan Lin. (2000). *Manajemen Biaya Buku I*. Jakarta: Salemba Empat
- Fatimah. (2018) 'Wawancara'. Yogyakarta.
- Hunger. David. Wheelen. Thomas. (2001). *Manajemen Strategis*. Andi. Yogyakarta.
- Harahap, R. (2018) 'Wawancara'. Yogyakarta.
- Inah, M. *et al.* (2016). Effect Of Core Services, Mechanical Services, Services Peripherals On Costumer Satisfaction And Customer Loyalty In AC Auto Repair Specialist Protech. *Journal Of Management*. FEB Pandanaran. Semarang.
- Kotler. Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Prentice Hall. Jakarta.

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.

Mintzberg, H. (1973). *Patterns In Strategy Formation*. Management Science. New York. Harper Collins.

Moenir, H. AS. (2008). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.

Narsa, I. M. Dan Yuniwati, R. D. (2003). Pengaruh Interaksi Antara Total Quality Management dengan Sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*. Vol 5. No. 1 Mei 2003: hal 18-35.

Nugroho, E. (2019) 'Wawancara'. Yogyakarta.

Porter, Michael E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

Pradana, A. (2018) 'Wawancara'. Yogyakarta.

Panchadria, AP. *et al.* (2017). *Pembangunan Sistem Informasi AC4U Sebagai E_Commerce Sistem Penyediaan Jasa Service AC*. Proceeding of The 4th Informatics. Universitas Budi Luhur. Jakarta.

Prastomo, A. (2014). *Sistem Informasi Pelayanan Jasa Perbaikan Peralatan Elektronik CV*. Sumber Teknik Cool. Ilmu Komputer. Universitas Budi Luhur. Jakarta.

Rosadi, S. (2018) 'Wawancara'. Yogyakarta.

Robinson, Pearce. (2001). *Strategic Management: Formulation, Implementasion and Control*. Seventh Edition. McGraw. Hill Book Internasional.

Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Membedah Teknik Kasus Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Roidelindho, K. (2017). *Pengukuran Waktu Standar Perawatan AC Pada Kawasan Industri Batamindo*. *Jurnal Kreatif Industri*. Teknik Industri. Universitas Putera Batam. Batam.

Siagian. Sondang (2004). *Manajemen Strategik*. Bumi Aksara. Jakarta.

Suwito, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Pada CV. Global AC Banjarbaru*. Banjarbaru.

Tjiptono. F. (2000). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.

_____. (2004). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi. Yogyakarta.

_____. (2004). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi. Yogyakarta.

Wibowo. (2012). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wiharjanto, Y. (2012). *Perancangan Sistem Penjualan Tunai Berbasis Web Sebagai Sarana Informasi Produk Bagi Konsumen Pada PT. Warna AC*. *Jurnal Nominal*. Yogyakarta.

ZalDY, A. (2018) 'Wawancara'. Yogyakarta.




ZalDY, A. (2019) 'Wawancara'. Yogyakarta.

LAMPIRAN 1

SURAT IZIN PENELITIAN



LAMPIRAN 2
SURAT PERINTAH KERJA

	PT. PAMAPERSADA NUSANTARA Distrik ERKA Jl. Sultan Hasanudin RT.01 Kel. Karlangau Balikpapan Barat, Kalimantan Timur, Telp. : 0811 544 8004	Form No : GAM/F-003
SURAT PERINTAH KERJA		
Nomor : ERKA/HICGS/15/025/SPK		Tanggal : 19 Agustus 2015
Yang bertanda tangan dibawah ini :		
Nama	Agus J. Siburian	
Jabatan	Eup. Recondition 1 Deputy Dept. Head PT. Pamapersada Nusantara - ERKA	
Alamat	Jl. Sultan Hasanudin RT.01 Kel. Karlangau, Balikpapan Barat, Kaltim	
Sebagai Pihak Pertama (I) atas nama PT. Pamapersada Nusantara, meminta kepada :		
Nama	Nurhayati	
Jabatan	Direktis CV. Pasirindo	
Alamat	Jl.Telindung Gg. Cengkah Rt.18 No.37-38 Balikpapan	
Sebagai Pihak Kedua (II) yang mendapatkan pekerjaan dari Pihak Pertama untuk melaksanakan pekerjaan :		
Pekerjaan Repair& Maintenance Air Conditioner		
Ruang Lingkup Pekerjaan sbb :		
1. Pencucian indoor dan outdoor unit AC serta pengecekan tekanan kerja dan arus kerja kompresor AC .		
2. Pekerjaan penggantian Isolasi Termal Pipa (Thermaxflex) untuk 4 ruangan (spesifikasi terlampir).		
3. Pekerjaan tambahan (penggantian komponen yang rusak) dapat dilakukan dengan persetujuan Pihak I.		
4. Total lama Pengerjaan : 10 hari (mulai tgl 21 Agustus 2015)		
5. Total Harga Pekerjaan (tidak termasuk PPN) : Rp 10.620.000 (sepuluh juta enam ratus dua puluh ribu rupiah).		
6. Metode Pembayaran : N 30 setelah invoice diterima lengkap		
7. Alat dan perlengkapan kerja disediakan oleh Pihak II		
8. Pengadaan tenaga kerja, biaya dan resiko atas pekerjaan, asuransi, dan santunan pekerjaan lainnya sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pihak II dan Pihak I tidak dapat diuntut . apapun atas resiko tersebut.		
Menyetujui,		
CV. Pasirindo		PT. Pamapersada Nusantara
 Nurhayati Pimpinan		 Agus J. Siburian Deputy Head

LAMPIRAN 3

INVOICE

THIESS

PT Thies Contractors Indonesia
 NPWP 01 901 760 5 001 820
 NPWP 01 901 760 5 001 068

Date 26/08/15

Purchase Order No. 4176663 - OP

Version

To CV Pasinda
 Jln Tumbang Gg Cengkeh RT 18
 No 37-38
 BALIHAPAN KTM 75126

Deliver To Balikpapan Overhead
 Balikpapan Overhead
 Jl Kalimantan RT00100011, No 1
 Balikpapan
 BALIHAPAN KTM 76110

GD Ratu Prabu 2
 J. T. B Sempayan Pk. 1B
 Cikande Timur - Pasar Minggu
 JAKARTA SELATAN 12050
 Indonesia

Supplier No. 30012

Attention

Fed Via

Contact Sutiyadi DI

Phone 0842 7110428

Fax 0842 418010

E-mail purnindia@yelfox.com

Order Request by

Name Alwanza

Phone

Fax

E-mail alwanza@thies.co.id

PO Box 1143
 JAKARTA SELATAN 12011
 Indonesia

Telephone +62 21 7754 0000
 Facsimile +62 21 7754 0001

Please supply the following goods:

Quantity	UDM	Part No.	Description	Promised Delivery	Unit Price (Exclusive)	VAT %	Extended Price (Exclusive)
100.000	EA	MD15-AUG15	Casing AC 120V/230V/50Hz	200915	7500.000	11.00	8.250.000
9.000	EA	MD15-AUG15	Casing AC 120V/50Hz	200915	6000.000	11.00	6.540.000
<small>PT THIESS CONTRACTORS INDONESIA PT THIESS CONTRACTORS INDONESIA PT THIESS CONTRACTORS INDONESIA</small>						VAT INC. TOTAL USD: Rp14.790.000	
						VAT TOTAL USD: Rp1.584.000	
						VAT INC. TOTAL USD: Rp16.374.000	

For PT Thies Contractors Indonesia

LAMPIRAN 4
TRANSKIP WAWANCARA 1

Nama : Adetya Zaldy

Jabatan : Direktur Cabang

Tanggal : 03 Desember 2018

Instansi : CV. Pasirindo Yogyakarta

P : Assallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Dengan bapak siapa saya bertanya sekarang.?

N : Adetya Zaldy

P : Bapak posisinya di CV pasirindo sebagai apa.?

N : sebagai direktur cabang CV.Pasirindo Yogyakarta

P : Bisnis jasa servis ac seperti apa yang dilakukan oleh CV. Pasirindo?

N : Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususnya itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranian diri untuk buka perbaikan alat tekhnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.

P : terus selanjutnya sejarah awal PT. Pasirindo itu seperti apa?

N : jadi sejarahnya seperti ini mas, CV. Pasirindo berdirilah pada tahun 2006, owner kami yang bernama Bapak Burhannudin membuka usaha dengan nama CV. Pasirindo yang bergerak di bidang perawatan mesin pendingin dan supplier mesin

pendingin, awal mulanya itu 2006 berdirinya CV. Pasirindo Direktur saat itu ibu Nurhayati selaku Direktur juga sebagai istri dari Bapak Burhannudin, Bapak Burhannudin sebagai pelaksana karena waktu itu Bapak Burhannudin masih berjabat sebagai karyawan PT. Pertamina jadi tidak bisa untuk masuk dalam struktur perusahaan CV. Pasirindo, lebih ke pertimbangan etik. Itu saja, lalu berkembang sampai saat ini Pasirindo memiliki tiga cabang perusahaan yang berada di Yogja satu, di Cirebon satu, untuk kantor pusatnya masih di Balikpapan Kalimantan Timur. Juga dalam perjalanan kurang lebih 13 tahun CV. Pasirindo berdiri sudah banyak kontrak-kontrak yang di dapat, sudah banyak pelajaran-pelajaran eee yang kami dapat, begitu juga pengalaman, begitu juga ee manis pahitnya dalam menjalani usaha ini, karena berbagai macam faktor. Mulai dari faktor eksternal, persaingan kuat antar masing-masing CV yang bergerak dibidang yang sama kemudian terus persoalan internal, mulai dari modal kemudian manajemen karyawan, sumber daya manusianya, sudah kita alami semua mas

P : terus untuk itu dalam mengembangkan bisnisnya sampai pada saat yang sekarang ini kalo untuk Pasirindo jogja itu seperti apa berdiri kurang lebih berapa tahun ya pak?

N : Pasirindo jogja berdiri dari 2015 akhir bulan november tgl 9, sekarang sudah 3 tahun CV. Pasirindo jogja kemudian berkembang sampai pada saat sekarang ini mas.

P : Ohhh gitu pak, terus bagaimana dalam mengembangkan bisnisnya pak?

N : dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil

pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas-kualitas perusahaan itu sendiri.

P : ohhh gitu yah pak selanjutnya apa yang membedakan CV. Pasirindo dengan perusahaan lain yang sejenis pak?

N : pada dasarnya kami paham bahwa persaingan bisnis di bidang perawatan mesin pendingin itu sangat sangat ketat, tapi pada dasarnya kami mempunyai prinsip-prinsip yang tetap bisa sampai hari ini kita jaga yaitu prinsip yang pertama adalah kekeluargaan, yang kedua adalah profesionalisme, yang ketiga adalah ketepatan waktu yang keempat adalah komunikasi yang baik terhadap seluruh customer yang ada penanganan komple-komplen yang ada menjaga garansi kemudian yang paling utama itu kejujuran itu kejujuran dalam setiap pekerjaan, menurut saya itu yang membedakan dengan perusahaan-perusahaan yang sama bidangnya dengan CV. Pasirindo sendiri.

P : oohhh berarti fokus CV. Pasirindo lebih kepada faktor internalnya ya pak ya

N : iya mas

P : kalau dilihat dari faktor eksternalnya pak,,seperti apa yah pak keunggulan CV. Pasirindo sendiri.?

N : kalau untuk dari segi faktor eksternalnya mas,,kita lebih mengedepankan kualitas yang kita berikan dan kepuasan customer yang kita utamakan, seperti halnya pelayanan dalam pengerjaan servis, kita memberikan jaminan terhadap unit yang kita perbaiki dan memberikan edukasi kepada konsumen terhadap unit yang kita kerjakan.

P : ohhhhh begitu iya pak. Kalau dalam pemberian edukasi itu seperti apa iya pak.?

N : dalam pemberian edukasi yang kita berikan kepada customer, itu lebih kepada cara penggunaan unit, terus perawatan unit yang sewajarnya yang dilakukan oleh konsumen, terus pemilihan kualitas unit yang dapat di gunakan oleh customer, terus penggantian unit yang rusak agar konsumen dapat lebih percaya kepada kita sebagai orang yang melakukan perawatan terhadap unit yang dimiliki oleh customer.

P : ohhhh iya pak..pertanyaan berikutnya pak,,untuk CV. Pasirindo sendiri pak tujuan dari perusahaan sendiri seperti apa iya pak,,tujuan yang dimaksud disini seperti goal congruence nya perusahaan pak.?

N : kalau untuk tujuan perusahaan sendiri itu sesuai dengan visi nya pasirindo sendiri yaitu menjadikan perusahaan jasa service AC yang terpercaya dan unggul. Itu tujuan perusahaan mas. Untuk mencapai itu iya mas nya nanti bisa liat web kita misi-misi yang akan di jalankan pasirindo untuk mencapai tujuan nya mas.

P : ohhhhh iya pak jadi begitu iya pak,,terimakasih banyak iya pa katas waktu yang telah diberikan, mungkin cukup itu dulu wawancara nya pak.

N : iya mas sama-sama

LAMPIRAN 5
TRANSKIP WAWANCARA 2

Nama: Septian Rosadi

Jabatan: Manajer

Tanggal: 05 Desember 2018

Intansi: CV. Pasirindo

P: Asallammualaikum pak, maaf memintak waktunya sebentar pak, saya miftahul aulia adha, mahasiswa akuntansi UII, saya mau melakukan wawancara untuk penelitian skripsi saya pak.

N: ohhhh iya mas aulia, gimana.?

P:iya pak saya mau bertanya bagaimana CV. Pasirindo dalam mengembangkan bisnis nya.?

N: hhhmmm gini mas, kalau dalam mengembangkan bisnis CV. Pasirindo sendiri lebih mengedepankan faktor internal perusahaan dan eksternal perusahaan

P: oohhhh iya pak. Seperti apa bentuk faktor internal CV. Pasirindo sendiri dalam megembangkan bisnis nya pak.?

N: bentuk fakor internal CV.Pasirindo sendiri dalam mengembangkan bisnis nya, ada 4 faktor yaitu merawat karyawan, ketepatan waktu, jujur dalam setiap pekerjaan dan profesionalisme dalam bekerja. Itu yang paling kita kedepankan di dalam CV. Pasirindo sendiri. Karna memang di dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat penting faktor-faktor tersebut.

P: bagaimana bentuk implementasi ketepatan waktu di dalam CV. Pasirindo sendiri pak.?

N: hhhmmmm, biasanya mas kita itu sebagai karyawan CV. Pasirindo sendiri dalam ketepatan waktu kita itu lebih kepada sikap disiplin mas, seperti hal nya waktu kerja, terus waktu yang kita janjikan kepada costumer dalam pengerjaan unit barapa lama biasanya dan kita sangat menghargai waktu, karna setiap karyawan disini kedisiplinan dari segi waktu itu sangat lah di utamakan.

P : kalau untuk profesionalisme sendiri seperti apa ya pak pengimplementasian nya di CV. Pasirindo pak.?

N: kalau dalam segi profesionalisme sendiri itu, kita setiap karyawan harus professional di bidang nya masing-masing mas, misalnya karyawan teknisi, itu seperti menggunakan seragam perusahaan kalau dalam pengerjaan unit, terus oohhh apa nama nya itu, bertanggung jawab terhadap setiap unit yang kita perbaiki sampai unit tersebut dapat digunakan kembali oleh costumer. Iya mungkin seperti itu mas kalau dalam profesionalisme di dalam CV. Pasirindo

P: oohhhh iya pak..jadi dari pertanyaan yang terkait implementasi bisnis tadi kan ada empat poin kalo ngga salah merawat karyawan terus, ketepatan waktu terus apalagi tadi yah pak.?

N: jujur dalam setiap pekerjaan dan profesionalisme,

P: jujur dalam setiap pekerjaan itu seperti apa iya pak.?

N: kalau di perusahaan sendiri setiap karyawan itu sangat lah di tuntutan untuk jujur dalam setiap pekerjaan, misalnya karna kebanyakan karyawan kita itu kan berhadapan langsung dengan konsumen dalam hal pengecekan Unit AC, maka dari

itu setiap karyawan dituntut jujur dalam melakukan pengecekan Unit ac agar tidak ada yang dirugikan disini, dalam artian konsumen tidak dirugikan dengan kerusakan yang sebenarnya dialami oleh Unit. gitu mas

P: oohhhh gitu pak, terus kalau dalam merawat karyawan seperti apa pak?

N: merawat karyawan artinya menyeleksi orang-orang terbaik dalam proses perekrutan anggota itu yang pertama, yang kedua memberikan upah atau gaji ke karyawan sesuai dengan kemampuan dan juga faktor-faktor lain, seperti kedisiplinan terus nilai inovasi habis itu nilai kejujuran juga habis itu juga nilai apa namanya, inisiatif dalam pekerjaan. Itu sih mas

P: pertanyaan selanjutnya itu terkait dengan seperti apa pengendalian internal yang dilakukan biasanya di dalam CV. Pasirindo dalam mengawasi teknisi-teknisi bekerja pak.?

N: kita itu ada grup wa sendiri mas dalam berkomunikasi sesama karyawan, biasanya kita disana mas dalam berinteraksi, nahhh setiap teknisi itu wajib melaporkan hasil dari pekerjaannya di grup wa itu mas.

P: Ohhh iya pak terus ke pertanyaan selanjutnya terkait dengan produk apa saja yang tersedia didalam CV. Pasirindo?

N: ya gini mas kalau soal produk di CV. Pasirindo yang pertama ada perawatan ac split, perawatan mesin kulkas, perbaikan ganset, perawatan pulshoret kemudian apa ya, ya itu perawatan alat pendingin aja

P:Hhhhhmm iya pak mungkin ada daftar lisnya iya pak.?

terus cara CV. Pasirindo mengenalkan diri kepada masyarakat luar itu seperti apa pak.?

N: promosi di sosial media, kemudian kita membuat iklan di beberapa koran-koran, kita buat iklan di koran, kita juga buat di google, kita pernah buat brosur kemudian menyebarkan brosur-brosur di perumahan-perumahan dan diperusahaan-perusahaan penawaran-penawaran seperti itu.

P: sampai pada saat yang sekarang ini cara seperti itu masih digunakan pak?

N: masih

P: Ohhhhh iya pak lanjut pertanyaan berikutnya pak, dalam CV. Pasirindo ini bagaimana mekanisme kerja di CV. Pasirindo

N: sebetulnya lebih mengarah ke dimana setiap tim itu bisa bekerja sesuai, setiap orang yang ada di CV. Pasirindo misalnya bekerja secara maksimal sesuai dengan kapasitasnya, kalo dia sebagai administrasi ya dimaksimalkan sebagai administrasi, kalo dia bagian finansial dimaksimalkan dalam proses pembuatan tagihan dan memantau proses invoice yang berjalan, kalo teknisi lebih ke tanggungjawab terhadap setiap pekerjaan juga apa namanya melakukan kontrol atas setiap tim udah sih itu.

P: terus pertanyaan selanjutnya, brapa lama pengerjaan ac atau pengerjaan service yang dilaukan CV. Pasirindo kalo misalnya ada kerusakan ac ataupun kerusakan yang lainnnya,

N: tergantung dari kerusakan itu sendiri, jadi ada dua tipe perbaikan di CV. Pasirindo ada tipikal pekerjaan ringan, ada tipikal pekerjaan berat, kalo pekerjaan yang ringan seperti mencuci apa mesin pendingin itu tidak lebih dari 2 jam permenitnya agar didapatkan hasil yang maksimal dan kemudian hari tidak ada

komplen dari orang tersebut tapi kalo pekerjaannya termasuk tipikal berat yaa waktu tetap disesuaikan di lokasi karna beratnya pun bisa macam-macam.

P: kalo dalam kendala-kendala pekerjaan tersebut kira-kira apa saja biasanya yang dialami dalam CV. Pasirindo sendiri?

N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,

P: kalo alat yang dimaksud disini mungkin suku cadang ac iya pak.?

N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas.

P: oohhhh iya pak, terus pertanyaan selanjutnya apakah selama ini CV. Pasirindo banyak menerima komplek setelah menyelesaikan pekerjaan atau seperti apa dalam penerimaan komplek nya.?

N: Penerimaan komplek kita cukup ada dari beberapa unit yang memberikan komplek yang sifatnya itu ringan, seperti bocor air kemudian kurang dingin biasanya kompleknya seperti itu.

P: oohhh iya pak,,terus bagaimana tindakan yang dilakukan CV. Pasirindo setelah menerima komplek itu.?

N: Tindakan-tindakan dalam artian komplek tersebut kalau misalkan masih dalam koridor pekerjaan kemarin, seperti kemarin mengerjakan cleaning AC tetapi masih bocor itu masih garansi.

P: Berarti memiliki jangka waktu iya pak dalam penerimaan komplek.?

N: iya

P: kalau untuk kerusakan lainnya apakah menerima komplek.?

N: Kalau untuk kerusakan lainnya seperti kerusakan berat itu pasti kita bertanggung jawab penuh terhadap perbaikan yang kita lakukan, dan tergantung juga sparepart yang ada.

P: kalau dalam hal ini kerusakan berat untuk garansi nya berapa lama iya pak.?

N: Biasanya untuk kerusakan berat kita kasih jangka waktu 1 minggu untuk garansi

P: kalau untuk kerusakan ringan nya sendiri berapa lama pak.?

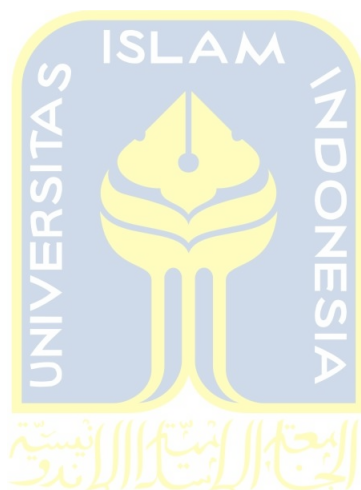
N: kalau untuk kerusakan ringan sendiri kita langsung pergi kelokasi dan langsung di selesaikan waktu itu juga.

P: kalau untuk keseluruhan total karyawan CV. Pasirindo itu ada berapa pak.?

N: untuk cabang jogja itu ada 10 orang mas dan untuk keseluruhan karyawan itu baik yang di Balikpapan dan di jogja, Cirebon itu 20 orang semua cabang.

P: ohhhh iya pak...terimakasih banyak pak telah meluangkan waktunya untuk penelitian skripsi saya pak.

N: iya mas sama-sama



LAMPIRAN 6

TRANSKIP WAWANCARA 3

Nama: Rachmad Harahap

Jabatan: Kepala Teknisi

Tanggal: 03 Desember 2018

Instansi: CV. Pasirindo

P: assallammualaikum pak, perkenalkan nama saya miftahul aulia adha pak,,saya mau mewawancarai bapak terkait dengan bidang teknisi di dalam CV.Pasirindo pak.

N: ohhhh iya mas monggo silahkan.

P: bagaimana cara kerja teknisi di dalam CV. Pasirindo.?

N: pertama yaitu pengecekan unit yang bermasalah, dalam setiap pengecekan unit harus lah di teliti lebih dalam artinya tidak ada pekerjaan pengecekan yang terlewatkan agar, dalam proses penawaran itu tidak ada masalah, artinya pengecekan khusus, benar-benar detail semuanya dalam rangka pas pembuatan penawaran tidak ada masalah, kemudian setelah disetujui penawaran tersebut teknisi memastikan pekerjaan nya dilakukan secara hati-hati, kemudian penuh tanggung jawab terhadap perbaikan, kemudian perbaikan yang dilakukan menambah umur dari unit yang diperbaiki.

P: ohhhh iya pak, biasanya kalau seperti itu waktu yang di butuhkan berapa lama pak.?

N: dalam proses ACC yang mungkin akan memakan waktu, ada proses ACC yang lama atau pun ada proses ACC yang sebentar. Jadi kan fase nya sebelum pengerjaan itu kan ada proses pengecekan, penawarn kemudian nanti keluar SPK (Surat perintah kerja) baru mulai pengerjaan

P: oohhh iya pak,,terus apa saja kesulitan yang dialami dan kendala yang di alami oleh teknisi selama pengerjaan pak.?

N: iya itu tadi mas, persoalan alat kerja, kemudian part yang harus inden, itu dua hal yang paling sering ketemu.

P: terus pak kalau untuk dalam setiap pengerjaan unit seperti apa laporan yang di berikan kepada perusahaan pak.?

N: kita ada grup wa mas, kalau untuk laporan awal yang kita berikan ke perusahaan atas unit yang kita cek itu biasanya. Kita memfoto unit yang mau kita cek terlebih dahulu, terus melakukan pengecekan mas, terus setelah melakukan pengecekan kita lakukan foto kembali untuk kerusakannya, terus kita laporkan kepada perusahaan mas.

P: apakah selama ini ada kendala dengan konsumen pak.?

N: oohhh kendala dengan konsumen, sebetulnya bukan kendala sih saya melihat nya kepada konsumen itu seperti apa perusahaan lebih bisa menjelaskan tentang apa saja pekerjaan yang dilakukan terhadap unit itu tanggung jawab nya di situ, kemudian memberi pembelajaran artinya kita memberikan pembelajaran kepada konsumen agar konsumen mengerti bagaimana penggunaan-penggunaan yang wajar terhadap unit itu. Dikarenakan kadang ada konsumen itu yang sifat nya

awam, kita beri pembelajaran agar pemakaian unit bisa sesuai dengan standar pengoperasionalnya

P: apakah biasanya ada konsumen yang tidak menerima dari hasil pengecekan teknisi.? Atau memang semua konsumen menerimanya pak.?

N: sampai hari ini CV. Pasirindo melewati fase itu artinya teknisi kami memang dibekali kemampuan untuk menjelaskan kepada konsumen, dibekali kemampuan komunikasi itu agar konsumen bisa menerima, konsumen bisa jelas mas

P: apakah ada pelatihan yang diterima oleh teknisi di dalam CV.Pasirindo.?

N: ada, yang pertama training tentang teknologi-teknologi baru, kemudian training untuk karyawan-karyawan baru, kemudian training untuk komunikasi kepada customer itu semua dinaungi oleh CV. Pasirindo sendiri

P: apakah teknisi juga mempunyai tugas untuk mempromosikan CV.Pasirindo sendiri.?

N: iya ada.

P: terus seperti apa iya pak teknisi dalam mempromosikan CV.Pasirindo.?

N: biasanya ada suatu momen ketika lagi mengerjakan satu unit, kemudian ada orang lain yang melihat pekerjaan kita, kemudian menanyakan apakah pekerjaan seperti ini bisa customer dapatkan walaupun sebelumnya belum pernah datang ke kantor

P: apakah ada bonus yang diterima oleh teknisi.?

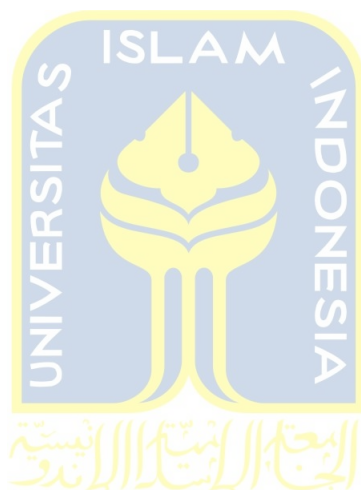
N: ada,,teknisi menerima bonus itu berupa uang, ketika target perusahaan terpenuhi

P: apakah selama ini teknisi pernah mendapatkan tip atau uang yang di berikan customer pak.?

N: hmmm ada sekali-kali mas, tapi itu pasti kita laporkan ke perusahaan mas kalau uang tambahan yang diberikan konsumen walaupun uang nya untuk teknisi

P: oohhh iya pak,,,

P: ohhhh iya pak,,mungkin begitu aja dulu pak,,terimakasih banyak pak atas waktu yang telah diberikan pak.



LAMPIRAN 7

TRANSKIP WAWANCARA 4

Nama: Fatimah

Jabatan: Akuntan

Tanggal: 06 Desember 2018

Intansi: CV. Pasirindo

P: assallammualaikum mbak, mohon maaf mengganggu waktunya mbak,
Sebelumnya perkenalkan nama saya miftahul aulia adha mbak
Saya mau bertanya terkait dengan bidang akuntansi di dalam CV.Pasirindo mbak.
bagaimana pembuatan laporan keuangan CV.Pasirindo sendiri mbak.?

N: tugas nya lebih kepada pembuatan arus kas masuk dan keluar

P: apakah pembuatan laporan keuangan CV.Pasirindo sudah ada aplikasi nya
sendiri atau masih sederhana.?

N: kalau untuk pemuatan laporan keuangannya sendiri itu masih sederhana.

P: berapakah pendapatn CV. Pasirindo setiap bulannya.?

N: sekitar hampir 100 jta mas perbulannya

P: kendala apa yang diterima CV. Pasirindo dalam proses pendapatan perusahaan.?

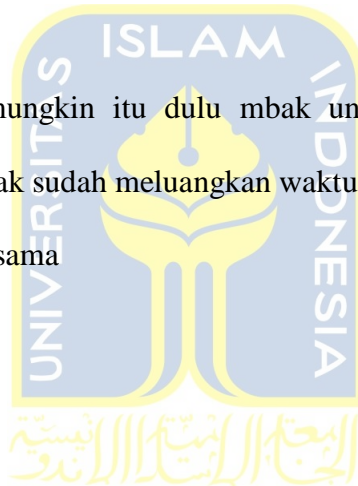
N: kendala nya biasanya proses invoice yang panjang sampai 4 bulan itu yang
menjadi kendala selama ini di dalam CV.Pasirindo dalam penerimaan kas nya,
karna memang dapat membuat sirkulasi keuangan yang sering terhambat.

P: oohhhh iya mbak. Terus dampak dari persaingan usaha yang sejenis seperti apa yah mbak.?

N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.

P: ohhhh iya mbak,,mungkin itu dulu mbak untuk wawancaranya kali ini, terimakasih banyak mbak sudah meluangkan waktunya.

N: oke siap mas,,sama-sama



LAMPIRAN 8

TRANSKIP WAWANCARA 5

Nama: Adetya Zaldy

Jabatan: Direktur Cabang

Tanggal: 08 Januari 2019

Intansi: CV. Pasirindo

P : Assallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Saya mau melanjutkan wawancara saya kembali untuk penelitian skripsi saya pak

N: ohhhh iya mas silahkan

P: bagaimana hubungan cv pasirindo dengan perusahaan sejenis.?

N: kalau hubungan cv.pasirindo dengan perusahaan sejenis, iya kurang lebih, lebih kepada hubungan semacam sharing, kemudian salaing bertukar ilmu, bertukar info, bertukar apa nama nya, info-info kerjaan terbaru, info-info produk-produk AC terbaru, kemudian tidak lepas dari persaingan juga, itu juga jadi ada sejenis kompetisi juga dari pasirindo dengan perusahaan sejenis

P: ohhhh gitu iya pak, terus untuk pertanyaan selanjutnya, bagaimana hubungan pasirindo cabang dengan pasirindo pusat itu seperti apa.?

N: untuk hubungan nya lebih ke struktur, disitu juga pengambilan keputusan yang sekiranya proyek besar dalam merumuskan bentuk penawaran, dalam merumuskan strategi penawaran, itu sifat nya leih ke kordinasi, sehingga persoalan administrasi seperti perpajakan, izin segala macam itu masih milik pusat itu, hubungan nya seperti itu.

P: ohhh begitu iya pak, kalau untuk dari pusat itu apakah membantu dalam persoalan finansial, atau supplier barang atau seperti apa.?

N: untuk pusat sifat nya memang awal berdiri ada bantuan untuk modal itu jelas, setelah berjalan nya 2 tahun sampai 3 tahun ini cabang sudah bisa mandiri dari segi finansial, karna sirkulasi keuangan itu bisa di kontrol sendiri sama cabang, tapi tidak menutup kemungkinan semisal cabang mendapatkan proyek yang dana nya cukup besar, kita akan meminta bantuan lagi ke kantor pusat biar proyek nya lancar untuk lebih membantu dalam melancarkan proyek nya, tapi kalau untuk supplier barang malah dari cabang ke pusat karna di pusat memang ada keterbatasan jaringan untuk mendapatkan barang-barang tertentu karna di pusat memang sulit tapi di cabang itu ada. Jadi kadang-kadang cabang itu mensuplai.

P: ooohhh gitu iya pak,, terus bagaimana hubungan supplier dengan perusahaan untuk menunjang kinerja perusahaan.?

N: iya hubungan nya seperti hal nya simbiosis mutualisme, dimana kita juga membutuhkan supplier-supplier yang uuntuk menunjang pekerjaan yang mana kita membutuhkan supplier sparepart, karna dia membantu pasirindo untuk setiap proyek nya, mulai itu pembayaran nya bisa di tempo atau bisa di hutangkan dulu dan di lunasi juga bisa

P: ooohhhh iya pak,,kalau untuk segmentasi pasar CV. Pasirindo itu sendiri seperti apa pak.?

N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayaran nya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan

kemampuannya, biasanya perusahaan-perusahaan itu memakai alat pendingin yang tidak di pakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumahan tidak ada, itu akan jauh lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di perusahaan dan kemudian pembaruan-pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.

P: kalau untuk perbandingan nya sendiri pak, perusahaan dalam mengerjakan rumahan dengan perusahaan itu seperti apa pak.?

N: karna segmentasi pasar CV. Pasirindo sendiri itu perusahaan, di banding lebih kepada rumahan, jadi kalau untuk memberikan perbandingan angka nya itu sulit tapi yang jelas perusahaan lebih menjanjikan prospek nya untuk pasirindo dibandingkan dengan perbaikan rumahan.

P: tapi tidak di mungkinkan CV pasirindo menggarap untuk rumahan pak.?

N: iya bisa jadi kemungkinan kalau misalnya di panggil oleh rumahan kita akan garap juga.

P: apa saja layanan yang diberikan oleh CV Pasirindo kepada konsumen.?

N: kalau untuk layanan yang kita berikan kepada konsumen yang pertama itu ketepatan waktu, yang kedua komunikasi yang baik, yang ketiga kualitas pekerjaan, yang keempat kita menerima komplek, artinya setiap pekerjaan yang sudah dikerjakan oleh CV.Pasirindo akan ada garansi di situ layanan yang kita coba unggulan

P: kalau dalam pemilihan konsumen pasirindo sendiri tidak pernah memilih-milih konsumen yah pak.?

N: tidak pernah kita dalam memilih konsumen, tapi memang yang jelas segmentasi pasar kita itu lebih kepada perusahaan, terutama itu kepada perusahaan yang telah kontrak kerja sama dengan pasirindo itu akan lebih kita utamakan dalam proses nya

P: apa semua cabang pasirindo itu menggarap perusahaan semuanya pak.?

N: iya semua cabang pasirindo dan pusat itu melakukan pekerjaan lebih kepada perusahaan

P: oohhhh gitu iya pak, apakah selama ini CV.Pasirindo mengalami penurunan atau peningkatan baik itu dari segi apapun pak.?

N: kalau dilihat selama 3 tahun ini cabang pasirindo sendiri itu mengalami kenaikan, baik itu dari segi financial, dari segi kuantitas pekerjaan dan dari segi SDM yang dimiliki CV.Pasirindo sendiri mengalami kenaikan yang cukup signifikan, kontrak-kontrak pekerjaan dengan perusahaan yang lain juga mengalami kenaikan setiap tahunnya

P: untuk pertanyaan selanjutnya pak, apa yang membuat CV. Pasirindo untuk memperluas jaringan usaha nya.?

N: pada prinsip nya salah satu kunci suksesnya sebuah perusahaan adalah membuka cabang bagi perusahaan tersebut, maka nya itu kita percaya jika CV. Pasirindo sendiri ingin berkembang kita harus membuka cabang di daerah-daerah yang sekiranya masih berpeluang untuk masuk di daerah tersebut untuk kedepannya udah ada persiapan untuk beberapa cabang lagi yang buka tahun ini

P: ohhhh gitu iya pak.. apakah CV.Pasirindo sendiri memiliki produk baru yang siap di tawarkan ke publik.?

N: produk baru kedepannya kita akan membuka service atau perbaikan genset itu juga lagi kita rancang walaupun beberapa bulan terakhir sudah mulai masuk, dan itu masih perlu kita sempurnakan lagi mulai dari sistem kerjanya, terus SDM nya terus alat-alat penunjangnya dan akan di buka juga ke arah kontruksi.

P: produk unggulan apa yang dimiliki oleh CV. Pasirindo yang dapat membedakan CV.Pasirindo dengan perusahaan lainnya.?

N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC

P: oohhhh iya pak, terus pak bagaimana cara CV. Pasirindo sendiri dalam menghadapi teknologi baru yang dimiliki oleh AC.?

N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakannya training untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Ac dengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.

P: ohhhh iya pak terimakasih mungkin sekian dulu wawancara dari saya pak.

Mohon maaf kalau mengganggu waktunya pak.

N: ohhhh iya mas sama-sama maS

LAMPIRAN 9
TRANSKIP WAWANCARA 6

Nama : Anugrah adi pradana

Jabatan : marketing

Tanggal: 06 Desember 2018

Instansi: CV. Pasirindo

P: selamat siang pak, dengan bapak siapa yang bicara dan jabatan bapak di CV. Pasirindo sendiri apa pak.?

N: selamat siang mas, saya anugrah adi pradana, jabatan saya marketing

P: saya mau bertanya pak. Bagaimana bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV.Pasirindo pak.?

N: bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri lebih kepada menawarkan produk dari face to face kepada customer, menyebarkan brosur, terus melakukan penawaran kepada instansi atau perusahaan yang membutuhkan jasa service kami.

P: Berarti dari segi faktor eksternalnya seperti yang pemberian promo atau apa di dalam CV. Pasirindo itu belum ada pak?

N: Bentuk promosi sampai hari ini memang masih berguna dengan cara-cara lama artinya marketing-marketing kami mendatangi kantor-kantor mendatangi perusahaan-perusahaan yang sekiranya memiliki membutuhkan perawatan mesin pendinginnya, membuat penawaran, dengan harga terbaik lalu kita coba mainkan

sosial media juga, mulai dari pemasangan iklan usaha di ig kemudian twitter, fb juga membuat iklan di olx biasanya sih kayak gitu.

P: iya pak,,Bagaimana cara memasarkan produk dari CV. Pasirindo pak.?

N: Marketing kami biasanya mendatangi kantor-kantor melakukan persentasi atas produk kami biasanya seperti itu.

P: berarti seperti pengajuan proposal seperti itu pak.?

N: iya seperti itu mas melakukan persentasi proposal di kanto-kantor

P: kalau untuk pemasaran lewat sosial media seperti apa pak.?

N: untuk sosial media kita juga aktif, Instagram, Facebook, Website, Twitter

P: hhhmmm iya pak, tapi kalau untuk sosial media yang paling aktif pak.?

N: Instagram dan Facebook mas

P: apakah CV. Pasirindo sendiri menargetkan pendapatan.?

N: iya mas,,untuk target di dalam CV. Pasirindo sendiri itu dalam satu bulan 100 jta percabang.

P: apakah itu target semua untuk setiap pekerjaan di dalam CV.Pasirindo pak setiap cabang nya.?

N: iya mas itu untuk target semua cabang mas

P: ohhhh iya pak,,jadi begitu iya pak,,terimakasih banyak pa katas waktu yang telah diberikan dalam penelitan skripsi saya pak

N: iya mas sama-sama

LAMPIRAN 10
TRANSKIP WAWANCARA 7

Nama: Ervin

Jabatan: Teknisi

Tanggal: 09 Januari 2018

Intansi: CV. Pasirindo

P : Assallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Dengan bapak siapa saya bertanya sekarang.?

N: Ervin

P: Bapak posisinya di CV pasirindo sebagai apa.?

N: saya di CV.Pasirindo sebagai teknisi

P: ohhhhh iya pak, sebelumnya mintak waktunya sebentar pak, saya mau melakukan wawancara dalam penelitian skripsi saya pak.

N: iya mas, silahkan mas.

P: ohhh iya pak saya mau bertanya apa saja kah yang di lakukan teknisi setiap harinya pak.?

N: ohhhh iya mas, kalau dalam setiap pekerjaan yang dilakukan teknisi setiap harinya itu biasanya yang kita lakukan itu mas kita menunggu order pekerjaan, kemudian melakukan pengecekan unit, setelah itu kita membuat penawaran perbaikan untuk unit yang akan kita perbaiki, kemudian menunggu untuk penerbitan purchase order, terus Surat perintah kerja terbit dari perusahaan, baru

kita melakukan pengerjaan unit mas, setelah melakukan pekerjaan nanti baru keluar lagi berita acara pekerjaan, nahhh setelah itu mas invoice pun keluar mas. Biasanya seperti itu sih mas.

P: ohhhh iya pak, kalau untuk waktunya sendiri seperti apa iya pak.?

N: kalau waktunya sih cepet mas, tapi mungkin yang sedikit lama itu dalam pencairan invoice nya setelah pengerjaan, itu biasanya sampai 2-3 minggu baru invoice cair mas.

P: lama juga iya pak,,kalau untuk jenis perbaikan apa aja iya paka yang ada di CV. Pasirindo sendiri.?

N: biasanya kita iya mas ada yang bersifat nya perbaikan berat adapun yang bersifat perbaikan ringan mas.

P: itu seperti apa.?

N: kalau untuk perbaikan berat kita itu biasanya melakukan pergantian sparepart Unit seperti, kompressor dan modul dalam unit AC mas. Karna itu bisa dikatakan perbaikan yang paling rumit mas, dan memakan biaya yang cukup besar juga.

P: ohhhh iya pak. Kalau untuk perbaikan ringan nya pak.?

N: kalau untuk itu biasanya seperti AC bocor dan pencucian AC mas, Cuma itu seperti itu lah kira-kira mas.

P: oohhhh iya pak. Menurut bapak sendiri apa yang membedakan CV. Pasirindo dengan perusahaan lain yang sejenis.?

N: kalau menurut saya yah mas, kalau CV. Pasirindo sendiri itu teknisi nya yang ada disini lebih berpengalaman mas, karna perusahaan sendiri biasanya mengerjakan lebih kepada AC-AC yang berkapasitas besar dan yang letaknya

sering –sering di pakai di mall maupun instansi-intansi mas, jadi teknisi disini betul di latih dan di tuntutan untuk dapat mengerjakan AC-AC yang berkapasitas besar mas, mungkin perusahaan lain masih belum sanggup untuk itu mas, walaupun banyak memang perusahaan AC yang kita ketahui, trus masalah ini lagi mas dalam cepat nya para teknisi itu mendeteksi kerusakan AC. Biasanya disana juga keunggulan dari CV. Pasirindo sendiri mas.

P: ohhhh gitu iya pak,

N: iya mas, ohhhh iya satu lagi mas, mungkin ini yang bisa kita unggulkan juga mas, kalau CV. Pasirindo ini iya mas siap melakukan pekerjaan itu di luar kota mas jangkauan nya mas, seperti kita itu sering di kasih pekerjaan luar kota mas, kalau untuk jawa tengah sendiri itu kita kerjakan itu seperti solo, purwokerto, magelang, cilacap, kebumen, pekalongan wonosobo iya gitu mas.

P: oalah iya pak,,ternyata banyak juga yang diluar jogja iya pak. Mungkin itu dulu pak. Terimakasih pak udah mau berbagi pak.

N: iya mas sama-sama mas, semoga sukses iya mas.

LAMPIRAN 11

TRANSKIP WAWANCARA 8

Nama: Adetya Zaldy

Jabatan: Direktur Cabang

Tanggal: 18 Januari 2019

Instansi: CV. Pasirindo

P : Assallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Ohhh iya pak untuk melanjutkan penelitian saya yang sebelumnya saya mau bertanya terkait saran dan perbaikan untuk perusahaan kedepan nya pak.

N: ohhh iya mas silahkan mas

P: dengan kendala yang saya berikan itu berupa pertama itu terkait dengan format job order yang harus lebih jelas itu bagaimana iya pak.?

N: sebelumnya yang selama ini terjadi pada perusahaan terkait dengan format order memang masih bersifat manual, yang mana yang dimaksud itu lebih kepada proses awal pendapatan job order yang diterima perusahaan, itu biasanya yang dilakukan konsumen itu menelvon atau mengirim pesan kepada saya selaku owner secara langsung. Kemudian saya langsung menjadwalkan pekerjaan untuk dilakukan oleh teknisi kita, setelah itu jadwal sudah tersusun kemudian teknisi diberangkatkan ke lokasi unit yang akan di perbaiki. Biasanya seperti itu mas, jadi saya selaku owner secara langsung itu menerima pesanan atau order dari konsumen

P: ohhhh jadi bapak selaku owner turun tangan langsung dalam menerima order iya pak

N: iya mas jadi itu sebagai bentuk saya untuk meminimalisir terjadi kecurangan yang ada di dalam perusahaan

P: ohhh iya pak kalau untuk saran dengan format peralatan yang harus lebih jelas itu bagaimana pak.?

N: kalau untuk itu mas dulu sebenarnya sudah ada mas, dari format peralatan untuk setiap pekerjaan yang ada di dalam perusahaan. tapi mungkin memang harus lebih diperbarui lagi mas. Iya itu ngga papa di masukan saran mas.

P: iya pak,,kalau untuk inovasi jasa yang harus lebih ditekankan itu seperti apa pak.?

N: kalau untuk inovasi jasa memang perlu sih mas kita kembangkan lagi untuk perusahaan karna memang yang selama ini kita rasakan memang kurang dalam inovasi dalam produk yang kita tawarkan kepada konsumen. Saya rasa itu juga saran yang baik untuk perusahaan kedepannya

P: iya pak... kemudian pak untuk penyediaan sparepart alat sendiri agar tidak ada lagi proses inden yang terjadi seperti apa pak.?

N: sebenarnya yang saya maksud inden disini itu lebih kepada proses pengiriman sparepart mas,,jadi memang sparepart itu sudah ada tapi butuh waktu dalam pengiriman mas, tapi kita memang sudah mau melaksanakan untuk menyediakan sparepart sendiri agar proses inden itu dapat diminimalisir mas.

P: iya pak,,,kalau untuk penambahan jumlah teknisi itu seperti apa pak.?

N: jadi kalau untuk penambahan jumlah teknisi memang dalam waktu dekat ini kita memang membutuhkan untuk penambahan jumlah teknisi dikarenakan kita juga sudah mulai mencari konsumen baru dalam menunjang kinerja perusahaan ini mas,,iya memang dibutuhkan mas kalau dalam penambahan jumlah teknisi

P: iya pak...untuk penambahan konsumen perusahaan bagaimana pak.?

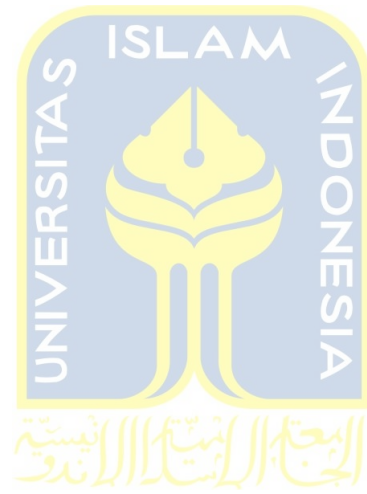
N: nahhhh kalau itu memang lagi kita usahakan mas untuk lebih menambah konsumen perumahan mas,,lebih kepada biar keuangan perusahaan dapat lebih baik mas, dikarenakan memang kita kan sistem pembayaran yang ada di perusahaan selama ini kan menggunakan invoice jadi kita memang membutuhkan banyak penambahan konsumen perusahaan mas, agar bisa saling menutupi untuk pendapatan perusahaan sendiri.

P: oohhh iya pak terimakasih pak,,mungkin itu saran yang dapat saya ambil dari hasil penelitian saya di CV. Pasirindo sendiri pak..

N: iya mas,,iya itu juga saran yang baik mas dan tepat untuk perusahaan kedepannya mas.

P: iya pak terimakasih sudah meluangkan waktunya pak.

N:iyamas



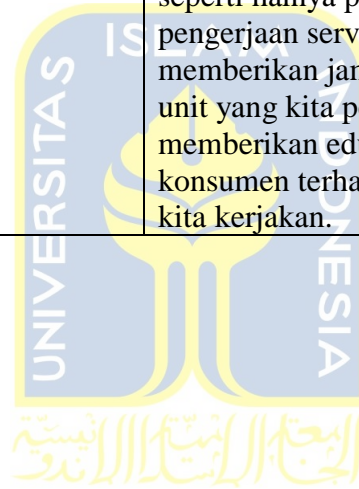
LAMPIRAN 12
FRAMEWORK MATRIC DOKUMEN PENDUKUNG

	Bekerja dengan jujur	Hasil pekerjaan yang optimal	Komunikasi yang baik
Adetya Zaldy	<p>N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas-kualitas perusahaan itu sendiri.</p> <p>N: pada dasarnya kami paham bahwa persaingan bisnis di bidang perawatan mesin pendingin itu sangat sangat ketat, tapi pada dasarnya kami mempunyai prinsip-prinsip yang tetap bisa sampai hari ini kita jaga yaitu prinsip yang pertama adalah kekeluargaan, yang kedua adalah profesionalisme, yang ketiga adalah ketepatan waktu yang keempat adalah komunikasi yang baik terhadap seluruh custemer yang ada penanganan komple-komplen yang ada menjaga garansi kemudian yang paling utama itu kejujuran itu kejujuran dalam setiap pekerjaan, menurut saya itu yang membedakan dengan perusahaan-perusahaan yang sama bidangnya dengan CV. Pasirindo sendiri.</p> <p>N: pada dasarnya kami paham bahwa persaingan bisnis di bidang perawatan mesin pendingin itu sangat sangat ketat, tapi pada dasarnya kami</p>	<p>N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas- kualitas perusahaan itu sendiri.</p> <p>N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas- kualitas perusahaan itu sendiri.</p>	<p>N: dalam pemberian edukasi yang kita berikan kepada costumer, itu lebih kepada cara penggunaan unit, terus perawatan unit yang sewajranya yang dilakukan oleh konsumen, terus pemilihan kualitas unit yang dapat di gunakan oleh costumer, terus penggantian unit yang rusak agar konsumen dapat lebih percaya kepada kita sebagai orang yang melakukan perawatan terhadap unit yang dimiliki oleh costumer.</p> <p>N: dalam pemberian edukasi yang kita berikan kepada costumer, itu lebih kepada cara penggunaan unit, terus perawatan unit yang sewajranya yang dilakukan oleh konsumen, terus pemilihan kualitas unit yang dapat di gunakan oleh costumer, terus penggantian unit yang rusak agar konsumen dapat lebih percaya kepada kita sebagai orang yang melakukan perawatan terhadap unit yang dimiliki oleh costumer.</p>

	Bekerja dengan jujur	Hasil pekerjaan yang optimal	Komunikasi yang baik
	mempunyai prinsip-prinsip yang tetap bisa sampai hari ini kita jaga yaitu prinsip yang pertama adalah kekeluargaan, yang kedua adalah profesionalisme, yang ketiga adalah ketepatan waktu yang keempat adalah komunikasi yang baik terhadap seluruh customer yang ada penanganan komple-komplen yang ada menjaga garansi kemudian yang paling utama itu kejujuran itu kejujuran dalam setiap pekerjaan, menurut saya itu yang membedakan dengan perusahaan-perusahaan yang sama bidangnya dengan CV. Pasirindo sendiri.		

	Mutu pekerjaan yang baik	Pemberian garansi	Pengerjaan instansi
Adetya Zaldy	N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas- kualitas perusahaan itu sendiri. N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat	N: kalau untuk dari segi faktor eksternal nya mas,,kita lebih mengedepankan kualitas yang kita berikan dan kepuasan customer yang kita utamakan, seperti halnya pelayanan dalam pengerjaan servis, kita memberikan jaminan terhadap unit yang kita perbaiki dan memberikan edukasi kepada konsumen terhadap unit yang	N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instanssi yang bekerjasama dengan pasirindo mas N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri

	<p>karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas- kualitas perusahaan itu sendiri.</p>	<p>kita kerjakan. N: kalau untuk dari segi faktor eksternal nya mas,,kita lebih mengedepankan kualitas yang kita berikan dan kepuasan costumers yang kita utamakan, seperti halnya pelayanan dalam pengerjaan servis, kita memberikan jaminan terhadap unit yang kita perbaiki dan memberikan edukasi kepada konsumen terhadap unit yang kita kerjakan.</p>	<p>sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instansi yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p>
--	---	---	---



	Pengerjaan perusahaan besar	Perbaikan kulkas	Perbaikan unit AC
Adetya Zaldy	<p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instanssi yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p> <p>N: kalau untuk tujuan perusahaan sendiri itu sesuai dengan visi nya pasirindo sendiri yaitu menjadikan perusahaan jasa service AC yang terpercaya dan unggul di pulau jawa. Itu tujuan perusahaan mas. Untuk mencapai itu iya mas nya nanti bisa liat web kita misi-misi yang akan di jalankan pasirindo untuk mencapai tujuan nya mas.</p>	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p> <p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p> <p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>


	Perbaikan unit genset	Produk jasa banyak di pasaran	Persaingan bisnis
Adetya Zaldy	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p> <p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p> <p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>

	Belum ada produk unggulan	Kurangnya inovasi layanan produk	Berpengalaman dalam bidangnya
Adetya Zaldy	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>	<p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instansni yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p> <p>N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas- kualitas perusahaan itu sendiri.</p> <p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instansni yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p>

	Menjamin kualitas produk	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	Produk layanan yang di unggulkan
Adetya Zaldy	<p>N: kalau untuk dari segi faktor eksternal nya mas,,kita lebih mengedepankan kualitas yang kita berikan dan kepuasan costumer yang kita utamakan, seperti halnya pelayanan dalam pengerjaan servis, kita memberikan jaminan terhadap unit yang kita perbaiki dan memberikan edukasi kepada konsumen terhadaap unit yang kita kerjakan.</p>	<p>N: pada dasarnya kami paham bahwa persaingan bisnis di bidang perawatan mesin pendingin itu sangat sangat ketat, tapi pada dasarnya kami mempunyai prinsip-prinsip yang tetap bisa sampai hari ini kita jaga yaitu prinsip yang pertama adalah kekeluargaan, yang kedua adalah profesionalisme, yang ketiga adalah ketepatan waktu yang keempat adalah komunikasi yang baik terhadap seluruh custemer yang ada penanganan komplek-komplek yang ada menjaga garansi kemudian yang paling utama itu kejujuran itu kejujuran dalam setiap pekerjaan, menurut saya itu yang membedakan dengan perusahaan-perusahaan yang sama bidangnya dengan CV. Pasirindo sendiri.</p> <p>N: dalam mengembangkan bisnisnya lebih mengedepankan apanamanya, kejujuran yaa kejujuran dalam mempertahankan mutu dari pekerjaan, hasil pekerjaan, kemudian merawat karyawan sebaik mungkin agar muncul kualitas- kualitas perusahaan itu sendiri.</p> <p>N: pada dasarnya kami paham bahwa persaingan bisnis di bidang perawatan mesin pendingin itu sangat sangat ketat, tapi</p>	<p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p> <p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranikan diri untuk buka perbaikan alat tehnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p>

	Menjamin kualitas produk	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	Produk layanan yang di unggulkan
		<p>pada dasarnya kami mempunyai prinsip-prinsip yang tetap bisa sampai hari ini kita jaga yaitu prinsip yang pertama adalah kekeluargaan, yang kedua adalah profesionalisme, yang ketiga adalah ketepatan waktu yang keempat adalah komunikasi yang baik terhadap seluruh customer yang ada penanganan komplek-komplek yang ada menjaga garansi kemudian yang paling utama itu kejujuran itu kejujuran dalam setiap pekerjaan, menurut saya itu yang membedakan dengan perusahaan-perusahaan yang sama bidangnya dengan CV. Pasirindo sendiri.</p> <p>N: dalam pemberian edukasi yang kita berikan kepada customer, itu lebih kepada cara penggunaan unit, terus perawatan unit yang sewajarnya yang dilakukan oleh konsumen, terus pemilihan kualitas unit yang dapat di gunakan oleh customer, terus penggantian unit yang rusak agar konsumen dapat lebih percaya kepada kita sebagai orang yang melakukan perawatan terhadap unit yang dimiliki oleh customer.</p>	

	Segmentasi pasar	Tujuan perusahaan	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
Adetya Zaldy	<p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instasnsi yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p> <p>N: kalau untuk tujuan perusahaan sendiri itu sesuai dengan visi nya pasirindo sendiri yaitu menjadikan perusahaan jasa service AC yang terpercaya dan unggul di pulau jawa. Itu tujuan perusahaan mas. Untuk mencapai itu iya mas nya nanti bisa liat web kita misi-misi yang akan di jalankan pasirindo untuk mencapai tujuan nya mas.</p> <p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan</p>	<p>N: kalau untuk tujuan perusahaan sendiri itu sesuai dengan visi nya pasirindo sendiri yaitu menjadikan perusahaan jasa service AC yang terpercaya dan unggul di pulau jawa. Itu tujuan perusahaan mas. Untuk mencapai itu iya mas nya nanti bisa liat web kita misi-misi yang akan di jalankan pasirindo untuk mencapai tujuan nya mas.</p> <p>P: ohhhh iya pak...kalau untuk pasirindo sendiri itu sudah bekerja sama dengan perusahaan apa saja iya pak.?</p> <p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan</p>	<p>N: kalau untuk tujuan perusahaan sendiri itu sesuai dengan visi nya pasirindo sendiri yaitu menjadikan perusahaan jasa service AC yang terpercaya dan unggul di pulau jawa. Itu tujuan perusahaan mas. Untuk mencapai itu iya mas nya nanti bisa liat web kita misi-misi yang akan di jalankan pasirindo untuk mencapai tujuan nya mas.</p> <p>N: Bisnis servis yang bergerak pada jasa servis pendingin kalo lebih di khususkan itu bagian di ac kemudian di kulkas kemudian di shofcas pokoknya berbagai macam alat pendingin la. Terus juga ngga Cuma dipendingin CV. Pasirindo juga mulai beranian diri untuk buka perbaikan alat tekhnik lain seperti ganset kemudian katrol elektrik, lalu sementara sih baru itu.</p> <p>N: pada dasarnya kami paham bahwa persaingan bisnis di bidang perawatan mesin pendingin itu sangat sangat ketat, tapi pada dasarnya kami mempunyai prinsip-prinsip yang tetap bisa sampai hari ini kita jaga yaitu prinsip yang pertama adalah kekeluargaan,</p>

	Segmentasi pasar	Tujuan perusahaan	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
	<p>perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instansni yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p>	<p>besar dan instansni yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p> 	<p>yang kedua adalah profesionalisme, yang ketiga adalah ketepatan waktu yang keempat adalah komunikasi yang baik terhadap seluruh customer yang ada penanganan komplek-komplek yang ada menjaga garansi kemudian yang paling utama itu kejujuran itu kejujuran dalam setiap pekerjaan, menurut saya itu yang membedakan dengan perusahaan-perusahaan yang sama bidang nya dengan CV. Pasirindo sendiri.</p> <p>N: kalau untuk tujuan perusahaan sendiri itu sesuai dengan visi nya pasirindo sendiri yaitu menjadikan perusahaan jasa service AC yang terpercaya dan unggul di pulau jawa. Itu tujuan perusahaan mas. Untuk mencapai itu iya mas nya nanti bisa liat web kita misi-misi yang akan di jalankan pasirindo untuk mencapai tujuan nya mas.</p> <p>N: ohhhhh kalau untuk pasirindo sendiri sudah cukup banyak dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar seperti, PT Elnusa, PT. Indomarco, PT. Lion superindo, RSA UGM, Kantor DPRD Sleman, masih banyak yang lain mas kalau untuk perusahaan-perusahaan besar dan instansni yang bekerjasama dengan pasirindo mas</p>

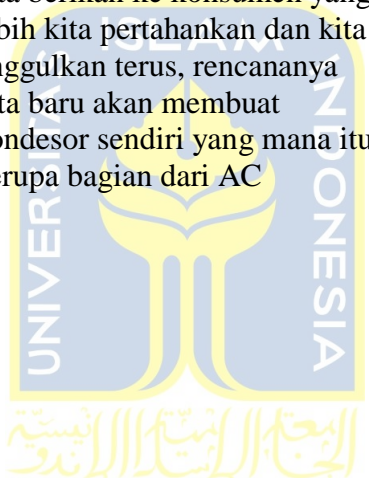
	Pelatihan teknisi	Pemberian garansi	Pengerjaan instansi
Adetya Zaldy	<p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya tranning untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Acdengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.</p> <p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya tranning untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Acdengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti</p>	<p>N: kalau untuk layanan yang kita berikan kepada konsumen yang pertama itu ketepatan waktu, yang kedua komunikasi yang baik, yang ketiga kualitas pekerjaan, yang keempat kita menerima komplek, artinya setiap pekerjaan yang sudah dikerjakan oleh CV.Pasirindo akan ada garansi di situ layanan yang kita coba unggulkan</p> <p>N: kalau untuk layanan yang kita berikan kepada konsumen yang pertama itu ketepatan waktu, yang kedua komunikasi yang baik, yang ketiga kualitas pekerjaan, yang keempat kita menerima komplek, artinya setiap pekerjaan yang sudah dikerjakan oleh CV.Pasirindo akan ada garansi di situ layanan yang kita coba unggulkan</p>	<p>N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayarannya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan kemampuannya, biasanya perusahaan-perusahaan itu memakai alat pendingin yang tidak di pakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumah tidak ada, itu akan jauh lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di perusahaan dan kemudian pembaruan-pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.</p>

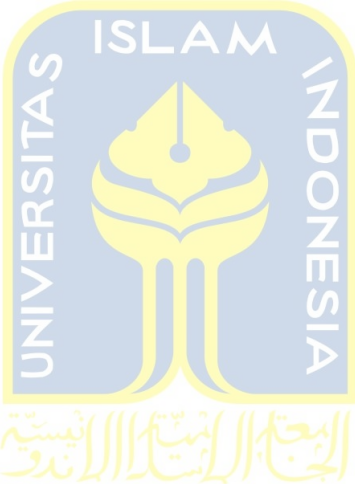
	Pelatihan teknisi	Pemberian garansi	Pengerjaan instansi
	misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.		

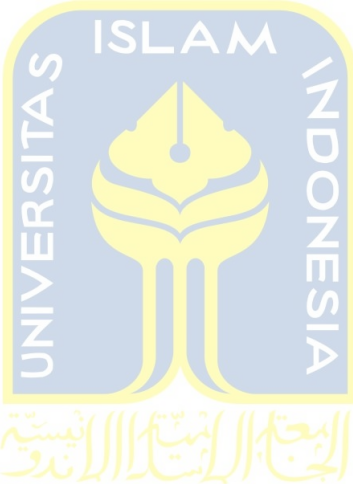
	Pengerjaan perusahaan besar	Teknisi yang berpengalaman	Belum ada produk unggulan
Adetya Zaldy	N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayarannya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan kemampuannya, biasanya perusahaan-perusahaan itu memakai alat pendingin yang tidak dipakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumah tidak ada, itu akan jauh lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di perusahaan dan kemudian pembaruan-pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.	N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayarannya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan kemampuannya, biasanya perusahaan-perusahaan itu memakai alat pendingin yang tidak dipakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumah tidak ada, itu akan jauh lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di	N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondensor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondensor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC

	Pengerjaan perusahaan besar	Teknisi yang berpengalaman	Belum ada produk unggulan
		<p>perusahaan dan kemudian pembaruan-pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.</p> <p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya tranning untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Acdengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.</p> <p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang</p>	

	Pengerjaan perusahaan besar	Teknisi yang berpengalaman	Belum ada produk unggulan
		<p>mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya tranning untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Acdengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.</p>	

	Kurang nya inovasi layanan produk	Innovasi produk jasa ditekankan	Meningkatkan kapasitas SDM	Menjamin kualitas produk
Adetya Zaldy	<p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p> <p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p>	<p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p> 	<p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya training untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Acdengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.</p>	<p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p> <p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p>

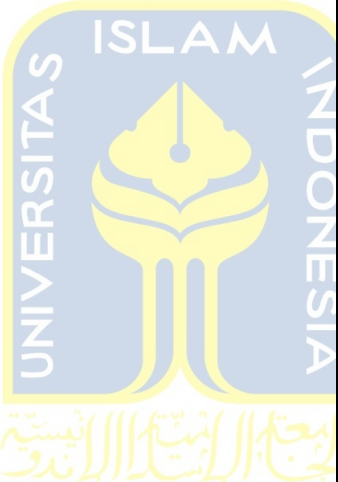
	Kurang nya inovasi layanan produk	Innovasi produk jasa ditekankan	Meningkatkan kapasitas SDM	Menjamin kualitas produk
			<p>N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayarannya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan kemampuannya, biasanya perusahaan-perusahaan itu memakai alat pendingin yang tidak di pakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumahan tidak ada, itu akan jauh lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di perusahaan dan kemudian pembaruan-</p>	

	Kurang nya inovasi layanan produk	Innovasi produk jasa ditekankan	Meningkatkan kapasitas SDM	Menjamin kualitas produk
			<p>pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.</p> <p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya tranning untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Acdengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk</p>	

	Kurang nya inovasi layanan produk	Innovasi produk jasa ditekankan	Meningkatkan kapasitas SDM	Menjamin kualitas produk
			<p>mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.</p>	

	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	Produk layanan yang di unggulkan	Segmentasi Pasar	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
Adetya Zaldy	<p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p> <p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p>	<p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p> <p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p>	<p>N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayarannya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan kemampuannya, biasanya perusahaan-perusahaan itu memakai alat pendingan yang tidak di pakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumahan tidak ada, itu akan jauh</p>	<p>N: yang dapat kita unggulkan adalah dari segi kualitas pekerjaan, kemudian tepat waktu, berupa layanan yang kita berikan ke konsumen yang lebih kita pertahankan dan kita unggulkan terus, rencananya kita baru akan membuat kondesor sendiri yang mana itu berupa bagian dari AC</p> <p>N: untuk persoalan update nya teknologi, kita juga harus mempersiapkan SDM yang mumpuni artinya CV.Pasirindo mencoba berkomunikasi langsung dengan pabrik, pembuat barang itu kita mencoba untuk meminta di adakan nya tranning untuk mengajarkan kepada kami gimana untuk mengerjakan Ac dengan teknologi yang baru. Kita langsung mengirim para teknisi kita untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh perusahaan pembuat pabrik tersebut, seperti misalnya</p>

	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	Produk layanan yang di unggulkan	Segmentasi Pasar	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
			<p>lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di perusahaan dan kemudian pembaruan-pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.</p> <p>N: segmentasi pasar perusahaan sendiri itu lebih ke perusahaan-perusahaan yang berbasis badan usaha dan sistem pembayarannya berupa invoice, kita lebih mengarahkan CV.Pasirindo kesana, karena perusahaan sendiri bisa mengembangkan kemampuannya, biasanya perusahaan-</p>	<p>panasonic mengeluarkan teknologi terbaru nanti kita kirim teknisi kita untuk mempelajari teknologi terbaru dalam pendingin tersebut. Gitu sih mas biasanya.</p>

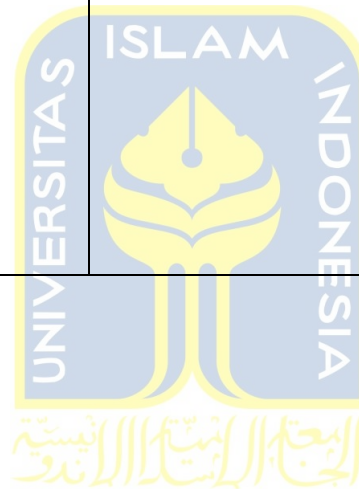
	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen	Produk layanan yang di unggulkan	Segmentasi Pasar	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
			<p>perusahaan itu memakai alat pendingin yang tidak di pakai banyak orang, seperti AC-AC besar, AC sentral kemudian mesin pendingin yang berkapasitas besar itu kan kalau di rumahan tidak ada, itu akan jauh lebih dapat menunjang kemampuan kita juga, dan dapat mengembangkan kemampuan skill para teknisi yang ada di perusahaan dan kemudian pembaruan-pembaruan teknologi biasanya perusahaan-perusahaan besar itu lebih dulu punya.</p>	

	Pengerjaan yang lama	Pencairan invoice yang lama	Jumlah teknisi yang kurang	Kurang nya komunikasi	Format job order harus lebih jelas
Adetya Zaldy	N: jadi kalau untuk penambahan jumlah teknisi memang dalam waktu dekat ini kita memang membutuhkan untuk penambahan jumlah teknisi dikarenakan kita juga sudah mulai mencari konsumen baru dalam menunjang kinerja perusahaan ini mas,,iya memang dibutuhkan mas kalau dalam penambahan jumlah teknisi	N: nahhhh kalau itu memang lagi kita usahakan mas untuk lebih menambah konsumen perumahan mas,,lebih kepada biar keuangan perusahaan dapat lebih baik mas, dikarenakan memang kita kan sistem pembayaran yang ada di perusahaan selama ini kan menggunakan invoice jadi kita memang membutuhkan banyak penambahan konsumen perusahaan mas, agar bisa saling menutupi untuk pendapatan perusahaan sendiri.	N: jadi kalau untuk penambahan jumlah teknisi memang dalam waktu dekat ini kita memang membutuhkan untuk penambahan jumlah teknisi dikarenakan kita juga sudah mulai mencari konsumen baru dalam menunjang kinerja perusahaan ini mas,,iya memang dibutuhkan mas kalau dalam penambahan jumlah teknisi	N: sebelumnya yang selama ini terjadi pada perusahaan terkait dengan format order memang masih bersifat manual, yang mana yang dimaksud itu lebih kepada proses awal pendapatan job order yang diterima perusahaan, itu biasanya yang dilakukan konsumen itu melvon atau mengirim pesan kepada saya selaku owner secara langsung. Kemudian saya langsung menjadwalkan pekerjaan untuk dikirim pesan kepada saya selaku owner secara langsung. Kemudian saya langsung menjadwalkan pekerjaan untuk dilakukan oleh teknisi kita, setelah itu jadwal sudah tersusun kemudian teknisi	N: sebelumnya yang selama ini terjadi pada perusahaan terkait dengan format order memang masih bersifat manual, yang dimaksud itu lebih kepada proses awal pendapatan job order yang diterima perusahaan, itu biasanya yang dilakukan konsumen itu melvon atau mengirim pesan kepada saya selaku owner secara langsung. Kemudian saya langsung menjadwalkan pekerjaan untuk dilakukan oleh teknisi kita, setelah itu jadwal sudah tersusun kemudian teknisi

	Pengerjaan yang lama	Pencairan invoice yang lama	Jumlah teknisi yang kurang	Kurang nya komunikasi	Format job order harus lebih jelas
				<p>diberangkatkan ke lokasi unit yang akan di perbaiki. Biasanya seperti itu mas, jadi saya selaku owner secara langsung itu menerima pesanan atau order dari konsumen</p> <p>N: kalau untuk itu mas dulu sebenarnya sudah ada mas, dari format peralatan untuk setiap pekerjaan yang ada di dalam perusahaan. tapi mungkin memang harus lebih diperbarui lagi mas. Iya itu ngga papa di masukan saran mas.</p>	<p>ini terjadi pada perusahaan terkait dengan format order memang masih bersifat manual, yang mana yang dimaksud itu lebih kepada proses awal pendapatan job order yang diterima perusahaan, itu biasanya yang dilakukan konsumen itu menelvon atau mengirim pesan kepada saya selaku owner secara langsung. Kemudian saya langsung menjadwalkan pekerjaan untuk dilakukan oleh teknisi kita, setelah itu jadwal sudah tersusun kemudian teknisi diberangkatkan ke lokasi unit yang akan di perbaiki. Biasanya seperti itu mas, jadi saya selaku owner secara langsung itu menerima pesanan atau order dari konsumen</p>

	Format peralatan harus jelas	Innovasi produk jasa ditekankan	Menyediakan sparepart alat sendiri	Penambahan jumlah teknisi	Penambahan konsumen perusahaan atau intansi
Adetya Zaldy	<p>N: kalau untuk itu mas dulu sebenarnya sudah ada mas, dari format peralatan untuk setiap pekerjaan yang ada di dalam perusahaan. tapi mungkin memang harus lebih diperbarui lagi mas. Iya itu ngga papa di masukan saran mas.</p> <p>N: kalau untuk itu mas dulu sebenarnya sudah ada mas, dari format peralatan untuk setiap pekerjaan yang ada di dalam</p>	<p>N: kalau untuk inovasi jasa memang perlu sih mas kita kembangkan lagi untuk perusahaan karna memang yang selama ini kita rasakan memang kurang dalam inovasi dalam produk yang kita tawarkan kepada konsumen. Saya rasa itu juga saran yang baik untuk perusahaan kedepannya</p> <p>N: kalau untuk inovasi jasa memang perlu sih mas kita kembangkan lagi untuk perusahaan karna memang yang selama ini kita rasakan memang kurang dalam inovasi dalam produk yang kita tawarkan kepada konsumen.</p>	<p>N: sebenarnya yang saya maksud inden disini itu lebih kepada proses pengiriman sparepart mas,,,jadi memang sparepart itu sudah ada tapi butuh waktu dalam pengiriman mas, tapi kita memang sudah mau melaksanakan untuk menyediakan sparepart sendiri agar proses inden itu dapat diminimalisir mas.</p> <p>N: sebenarnya yang saya maksud inden disini itu lebih kepada proses pengiriman sparepart mas,,,jadi memang sparepart itu sudah ada tapi butuh waktu dalam pengiriman mas, tapi kita memang sudah mau melaksanakan untuk menyediakan sparepart sendiri agar proses inden</p>	<p>N: jadi kalau untuk penambahan jumlah teknisi memang dalam waktu dekat ini kita memang membutuhkan untuk penambahan jumlah teknisi dikarenakan kita juga sudah mulai mencari konsumen baru dalam menunjang kinerja perusahaan ini mas,,,iya memang dibutuhkan mas kalau dalam penambahan jumlah teknisi</p> <p>N: jadi kalau untuk penambahan jumlah teknisi memang dalam waktu dekat ini kita memang membutuhkan untuk penambahan</p>	<p>N: nahhhh kalau itu memang lagi kita usahakan mas untuk lebih menambah konsumen perumahan mas,,lebih kepada biar keuangan perusahaan dapat lebih baik mas, dikarenakan memang kita kan sistem pembayaran yang ada di perusahaan selama ini kan menggunakan invoice jadi kita memang membutuhkan banyak penambahan konsumen perusahaan mas, agar bisa saling menutupi untuk pendapatan perusahaan sendiri.</p> <p>N: nahhhh kalau itu memang lagi kita usahakan mas untuk lebih menambah konsumen perumahan mas,,lebih kepada biar keuangan perusahaan dapat lebih baik mas, dikarenakan memang kita kan sistem pembayaran yang ada di perusahaan selama ini kan menggunakan invoice jadi kita memang membutuhkan banyak penambahan konsumen perusahaan mas, agar bisa saling</p>

	Format peralatan harus jelas	Innovasi produk jasa ditekankan	Menyediakan sparepart alat sendiri	Penambahan jumlah teknisi	Penambahan konsumen perusahaan atau intansi
	perusahaan. tapi mungkin memang harus lebih diperbarui lagi mas. Iya itu ngga papa di masukan saran mas.	Saya rasa itu juga saran yang baik untuk perusahaan kedepannya	itu dapat diminimalisir mas.	jumlah teknisi dikarenakan kita juga sudah mulai mencari konsumen baru dalam menunjang kinerja perusahaan ini mas,,iya memang dibutuhkan mas kalau dalam penambahan jumlah teknisi	menutupi untuk pendapatan perusahaan sendiri.



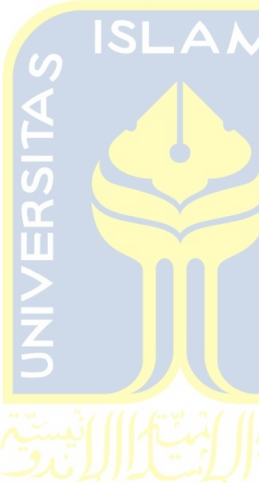
	Membuat penawaran	Pemanfaatan media sosial	Metode pemasaran	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
Anugrah Adi Pradana	N: Marketing kami biasanya mendatangi kantor-kantor melakukan persentasi	N: bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri lebih kepada menawarkan produk dari face	N: bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri lebih kepada menawarkan produk dari face to face kepada	N: bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri lebih kepada menawarkan produk dari face

	Membuat penawaran	Pemanfaatan media sosial	Metode pemasaran	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
	<p>atas produk kami biasanya seperti itu. N: Marketing kami biasanya mendatangi kantor-kantor melakukan persentasi atas produk kami biasanya seperti itu.</p>	<p>to face kepada costumer, menyebarkan brosur, terus melakukan penawaran kepada instansi atau perusahaan yang membutuhkan jasa service kami. N: Bentuk promosi sampai hari ini memang masih berguna dengn cara-cara lama artinya marketing-marketing kami mendatangi kantor-kantor mendatangi perusahaan-perusahaan yang sekiranya memiliki membutuhkan perawatan mesin pendinginnya, membuat penawaran, dengan harga terbaik lalu kita coba mainkan sosial media juga, mulai dari pemasangan iklan usaha di ig kemudian twitter, fb juga membuat iklan di olx biasanya sih kayak gitu. N: bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri lebih kepada</p>	<p>costumer, menyebarkan brosur, terus melakukan penawaran kepada instansi atau perusahaan yang membutuhkan jasa service kami. N: Bentuk promosi sampai hari ini memang masih berguna dengn cara-cara lama artinya marketing-marketing kami mendatangi kantor-kantor mendatangi perusahaan-perusahaan yang sekiranya memiliki membutuhkan perawatan mesin pendinginnya, membuat penawaran, dengan harga terbaik lalu kita coba mainkan sosial media juga, mulai dari pemasangan iklan usaha di ig kemudian twitter, fb juga membuat iklan di olx biasanya sih kayak gitu. N: bentuk pemasaran yang dilakukan oleh CV. Pasirindo sendiri lebih kepada menawarkan produk dari face to face kepada costumer, menyebarkan brosur, terus melakukan penawaran kepada instansi atau perusahaan yang membutuhkan jasa service kami.</p>	<p>to face kepada costumer, menyebarkan brosur, terus melakukan penawaran kepada instansi atau perusahaan yang membutuhkan jasa service kami. N: Bentuk promosi sampai hari ini memang masih berguna dengn cara-cara lama artinya marketing-marketing kami mendatangi kantor-kantor mendatangi perusahaan-perusahaan yang sekiranya memiliki membutuhkan perawatan mesin pendinginnya, membuat penawaran, dengan harga terbaik lalu kita coba mainkan sosial media juga, mulai dari pemasangan iklan usaha di ig kemudian twitter, fb juga membuat iklan di olx biasanya sih kayak gitu.</p>


	Membuat penawaran	Pemanfaatan media sosial	Metode pemasaran	Menjadi perusahaan yang unggul dan terpercaya
		<p>menawarkan produk dari face to face kepada customer, menyebarkan brosur, terus melakukan penawaran kepada instansi atau perusahaan yang membutuhkan jasa service kami.</p> <p>N: Bentuk promosi sampai hari ini memang masih berguna dengan cara-cara lama artinya marketing-marketing kami mendatangi kantor-kantor mendatangi perusahaan-perusahaan yang sekiranya memiliki membutuhkan perawatan mesin pendinginnya, membuat penawaran, dengan harga terbaik lalu kita coba mainkan sosial media juga, mulai dari pemasangan iklan usaha di ig kemudian twitter, fb juga membuat iklan di olx biasanya sih kayak gitu.</p>	<p>N: Bentuk promosi sampai hari ini memang masih berguna dengan cara-cara lama artinya marketing-marketing kami mendatangi kantor-kantor mendatangi perusahaan-perusahaan yang sekiranya memiliki membutuhkan perawatan mesin pendinginnya, membuat penawaran, dengan harga terbaik lalu kita coba mainkan sosial media juga, mulai dari pemasangan iklan usaha di ig kemudian twitter, fb juga membuat iklan di olx biasanya sih kayak gitu.</p> <p>N: Marketing kami biasanya mendatangi kantor-kantor melakukan persentasi atas produk kami biasanya seperti itu.</p>	


	Melayani pengerjaan di hari libur	Pembuatan SPK	Pencairan invoice	Pengajuan invoice	Pengajuan SPK
Ervin Dwi Nugroho	<p>N: iya mas, ohhhh iya satu lagi mas, mungkin ini yang bisa kita unggulkan juga mas, kalau CV. Pasirindo ini iya mas siap melakukan pekerjaan itu di luar kota mas jangkauan nya mas, seperti kita itu sering di kasih pekerjaan luar kota mas, kalau untuk jawa tengah sendiri itu kita kerjakan itu seperti solo, purwokerto, magelang, cilacap, kebumen, pekalongan wonosobo iya gitu mas sama juga biasanya ya mas kita juga mengerjakan pekerjaan di hari libur mas, agar konsumen kita yang tidak bisa di hari aktif iya kita kerjakan di hari libur mas</p> <p>N: iya mas, ohhhh iya satu lagi mas, mungkin ini yang bisa kita unggulkan juga mas, kalau CV. Pasirindo ini iya mas siap melakukan pekerjaan itu di luar kota mas jangkauan nya mas, seperti kita itu sering di kasih</p>	<p>N: ohhhh iya mas, kalau dalam setiap pekerjaan yang dilakukan teknisi setiap harinya itu biasanya yang kita lakukan itu mas kita menunggu order pekerjaan, kemudian melakukan pengecekan unit, setelah itu kita membuat penawaran perbaikan untuk unit yang akan kita perbaiki, kemudian menunggu untuk penerbitan purchase order, terus Surat perintah kerja terbit dari perusahaan, baru kita melakukan pengerjaan unit mas, setelah melakukan pekerjaan nanti baru keluar lagi berita acara pekerjaan, nahhh setelah itu mas invoice pun</p>	<p>N: ohhhh iya mas, kalau dalam setiap pekerjaan yang dilakukan teknisi setiap harinya itu biasanya yang kita lakukan itu mas kita menunggu order pekerjaan, kemudian melakukan pengecekan unit, setelah itu kita membuat penawaran perbaikan untuk unit yang akan kita perbaiki, kemudian menunggu untuk penerbitan purchase order, terus Surat perintah kerja terbit dari perusahaan, baru kita melakukan pengerjaan unit mas, setelah melakukan pekerjaan nanti baru keluar lagi berita acara pekerjaan, nahhh</p>	<p>N: ohhhh iya mas, kalau dalam setiap pekerjaan yang dilakukan teknisi setiap harinya itu biasanya yang kita lakukan itu mas kita menunggu order pekerjaan, kemudian melakukan pengecekan unit, setelah itu kita membuat penawaran perbaikan untuk unit yang akan kita perbaiki, kemudian menunggu untuk penerbitan purchase order, terus Surat perintah kerja terbit dari perusahaan, baru kita melakukan pengerjaan unit mas, setelah melakukan pekerjaan nanti baru</p>	<p>N: ohhhh iya mas, kalau dalam setiap pekerjaan yang dilakukan teknisi setiap harinya itu biasanya yang kita lakukan itu mas kita menunggu order pekerjaan, kemudian melakukan pengecekan unit, setelah itu kita membuat penawaran perbaikan untuk unit yang akan kita perbaiki, kemudian menunggu untuk penerbitan purchase order, terus Surat</p>

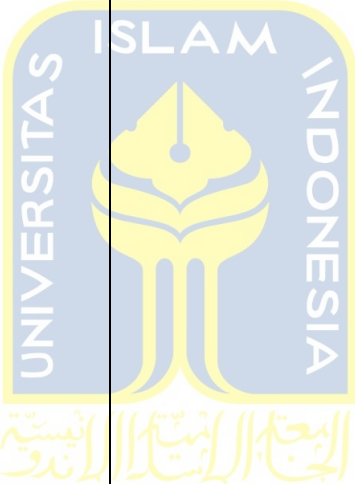
	Melayani pengerjaan di hari libur	Pembuatan SPK	Pencairan invoice	Pengajuan invoice	Pengajuan SPK
	<p>pekerjaan luar kota mas, kalau untuk jawa tengah sendiri itu kita kerjakan itu seperti solo, purwokerto, magelang, cilacap, kebumen, pekalongan wonosobo iya gitu mas sama juga biasanya ya mas kita juga mengerjakan pekerjaan di hari libur mas, agar konsumen kita yang tidak bisa di hari aktif iya kita kerjakan di hari libur mas</p>	<p>keluar mas. Biasanya seperti itu sih mas.</p>	<p>setelah itu mas invoice pun keluar mas. Biasanya seperti itu sih mas. N: kalau waktunya sih cepet mas, tapi mungkin yang sedikit lama itu dalam pencairan invoice nya setelah pengerjaan, itu biasanya sampai 2-3 minggu baru invoice cair mas. N: ohhhh iya mas, kalau dalam setiap pekerjaan yang dilakukan teknisi setiap harinya itu biasanya yang kita lakukan itu mas kita menunggu order pekerjaan, kemudian melakukan pengecekan unit, setelah itu kita membuat penawaran perbaikan untuk unit</p>	<p>keluar lagi berita acara pekerjaan, nahhh setelah itu mas invoice pun keluar mas. Biasanya seperti itu sih mas.</p>	<p>perintah kerja terbit dari perusahaan, baru kita melakukan pengerjaan unit mas, setelah melakukan pekerjaan nanti baru keluar lagi berita acara pekerjaan, nahhh setelah itu mas invoice pun keluar mas. Biasanya seperti itu sih mas.</p>

	Melayani pengerjaan di hari libur	Pembuatan SPK	Pencairan invoice	Pengajuan invoice	Pengajuan SPK
			<p>yang akan kita perbaiki, kemudian menunggu untuk penerbitan purchase order, terus Surat perintah kerja terbit dari perusahaan, baru kita melakukan pengerjaan unit mas, setelah melakukan pekerjaan nanti baru keluar lagi berita acara pekerjaan, nahhh setelah itu mas invoice pun keluar mas. Biasanya seperti itu sih mas.</p> <p>N: kalau waktunya sih cepet mas, tapi mungkin yang sedikit lama itu dalam pencairan invoice nya seteleh pengerjaan, itu biasanya sampai 2-3 minggu baru invoice cair mas.</p>		

	Komunikasi yang baik	Memberikan sparepart yang original	Pemberian garansi	Profesional dalam bekerja	Kinerja perusahaan yang kurang maksimal
Septian Rosadi	N: kalau di perusahaan sendiri setiap karyawan itu sangat lah di tuntutan untuk jujur dalam setiap pekerjaan, misalnya karna kebanyakan karyawan kita itu kan berhadapan langsung dengan konsumen dalam hal pengecekan Unit AC, maka dari itu setiap karyawan dituntut jujur dalam melakukan pengecekan Unit ac agar tidak ada yang dirugikan disini, dalam artian konsumen tidak dirugikan dengan kerusakan yang sebenarnya di alami oleh Unit. gitu mas	N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut, N: jadi ada alat ada	N: Tindakan-tindakan dalam artian komplek tersebut kalau misalkan masih dalam koridor pekerjaan kemarin, seperti kemarin mengerjakan cleaning AC tetapi masih bocor itu masih garansi. N: Tindakan-tindakan dalam artian komplek tersebut kalau misalkan masih dalam koridor pekerjaan kemarin, seperti kemarin mengerjakan cleaning AC tetapi masih bocor itu masih garansi.	N: kalau dalam segi profesionalisme sendiri itu, kita setiap karyawan harus professional di bidangnya masing-masing mas, misalnya karyawan teknisi, itu seperti menggunakan seragam perusahaan kalau dalam pengerjaan unit, terus oohhh apa namanya itu, bertanggung jawab terhadap setiap unit yang kita perbaiki sampai unit tersebut dapat digunakan kembali oleh customer. Iya mungkin seperti itu mas kalau dalam profesionalisme di dalam CV. Pasirindo N: kalau dalam segi profesionalisme	N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut, N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala

	Komunikasi yang baik	Memberikan sparepart yang original	Pemberian garansi	Profesional dalam bekerja	Kinerja perusahaan yang kurang maksimal
	<p>N: kalau di perusahaan sendiri setiap karyawan itu sangat lah di tuntutan untuk jujur dalam setiap pekerjaan, misalnya karna kebanyakan karyawan kita itu kan berhadapan langsung dengan konsumen dalam hal pengecekan Unit AC, maka dari itu setiap karyawan dituntut jujur dalam melakukan pengecekan Unit ac agar tidak ada yang dirugikan disini, dalam artian konsumen tidak dirugikan dengan kerusakan yang sebenarnya di alami oleh Unit. gitu mas</p>	<p>sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya</p>		<p>sendiri itu, kita setiap karyawan harus professional di bidangnya masing-masing mas, misalnya karyawan teknisi, itu seperti menggunakan seragam perusahaan kalau dalam pengerjaan unit, terus oohhh apa nama nya itu, bertanggung jawab terhadap setiap unit yang kita perbaiki sampai unit tersebut dapat digunakan kembali oleh costumer. Iya mungkin seperti itu mas kalau dalam profesionalisme di dalam CV. Pasirindo</p>	<p>macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat</p>


	Komunikasi yang baik	Memberikan sparepart yang original	Pemberian garansi	Profesional dalam bekerja	Kinerja perusahaan yang kurang maksimal
		<p>cukup mahal N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p>			<p>biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut, N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat</p>

	Komunikasi yang baik	Memberikan sparepart yang original	Pemberian garansi	Profesional dalam bekerja	Kinerja perusahaan yang kurang maksimal
					<p>memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p>

	Pengerjaan yang lama	Unit sparepart yang inden	Jumlah teknisi yang kurang	Kurang nya komunikasi
Septian Rosadi	<p>N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tii biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p> <p>N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada</p>	<p>N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tii biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p> <p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu,</p>	<p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p>	<p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p>

	Pengerjaan yang lama	Unit sparepart yang inden	Jumlah teknisi yang kurang	Kurang nya komunikasi
	<p>kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p> <p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian,</p>	<p>tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p> <p>N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai</p>		

	Pengerjaan yang lama	Unit sparepart yang inden	Jumlah teknisi yang kurang	Kurang nya komunikasi
	<p>setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p>	<p>biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p> <p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di</p>		

	Pengerjaan yang lama	Unit sparepart yang inden	Jumlah teknisi yang kurang	Kurang nya komunikasi
		<p>lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p> 		

	Menyediakan sparepart alat sendiri	Berpengalaman dalam bidangnya	BD : Menjamin kualitas produk	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen
Septian Rosadi	<p>N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p> <p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga</p>	<p>N: kalau dalam segi profesionalisme sendiri itu, kita setiap karyawan harus professional di bidangnya masing-masing mas, misalnya karyawan teknisi, itu seperti menggunakan seragam perusahaan kalau dalam pengerjaan unit, terus oohhh apa namanya itu, bertanggung jawab terhadap setiap unit yang kita perbaiki sampai unit tersebut dapat digunakan kembali oleh customer. Iya mungkin seperti itu mas kalau dalam profesionalisme di dalam CV. Pasirindo</p>	<p>N: kendala-kendala suplier alat, alat kerja dimana teknisi sudah berupaya untuk menyiapkan alat yang lengkap tapi pada kenyataannya tidak semua unit-unit yang kita dapati kemudian alat itu sesuai biasanya itusih support alat biasanya masih ada kendala disitu kurang lengkap, tui biasanya yang dapat membuat waktu pengerjaan unit yang sedikit memakan waktu lama mas ada alat yang tidak terbawa, ada alat yang perusahaan tidak punya ya disitu, terus yang kedua kendalanya biasanya di kerusakan unit tersebut,</p> <p>N: jadi ada alat ada sparepart, jadi alat disini itu seperti obeng, kunci inggris, tangga, jetpark dll peralatan kerja itu, tapi kalau sparepart kapasitor, kompresor, segala macam yang</p>	<p>N: kalau di perusahaan sendiri setiap karyawan itu sangat lah di tuntutan untuk jujur dalam setiap pekerjaan, misalnya karna kebanyakan karyawan kita itu kan berhadapan langsung dengan konsumen dalam hal pengecekan Unit AC, maka dari itu setiap karyawan dituntut jujur dalam melakukan pengecekan Unit ac agar tidak ada yang dirugikan disini, dalam artian konsumen tidak di rugikan dengan kerusakan yang sebenarnya di alami oleh Unit. gitu mas</p>

	Menyediakan sparepart alat sendiri	Berpengalaman dalam bidangnya	BD : Menjamin kualitas produk	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen
	<p>kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p>		<p>kita maksud itu di alat kerja itu. Ohhh ya kendala nya juga di masuki juga kadang-kadang ada sparepart yang harus inden di hari itu jadi harus di pesan dulu kemudian, setelah datang baru di lanjutkan pekerjaan itu, kira-kira dapat memakan waktu 2-3 hari proses inden itu, demikian dari itu mungkin kendala nya mas dan kalau untuk sparepart biasanya kita menggunakan yang asli mas walaupun harganya cukup mahal</p> <p>N: Tindakan-tindakan dalam artian komplek tersebut kalau misalkan masih dalam koridor pekerjaan kemarin, seperti kemarin mengerjakan cleaning AC tetapi masih bocor itu masih garansi.</p>	

	Memberi harga yang relatif murah	Produk jasa banyak di pasaran	Persaingan bisnis
Fatimah	<p>N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.</p>	<p>N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.</p>	<p>N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.</p> <p>N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.</p>

	Belum ada produk unggulan	Kurang nya inovasi layanan produk	Innovasi produk jasa ditekankan	Pemberian layanan terbaik untuk konsumen
Fatimah	N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.	N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.	N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.	N: memang dampaknya lagi-lagi ke harga yah, pertarungan di harga, perusahaan lain berlomba-lomba menurunkan harga biar dapat customer itu menjadi salah satu kendala perusahaan, tapi pada dasarnya pekerjaan teknik seperti ini membutuhkan orang-orang yang mampu dalam artian jam terbangnya tinggi itu gajinya juga besar kendala nya di situ sedangkan kita harus menekan harga di pasar kita kesulitan ngasih, teknisi kita bayar segini dan customer berlomba-lomba mencari harga yang murah.

