

PENERAPAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN AHP DALAM RANGKA PENGUKURAN SERTA MENENTUKAN PRIORITAS PERBAIKAN LAYANAN JASA *SERVICE* KENDARAAN GUNA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Krisnadhi Hariyanto^{1*}, Astria Hindratmo²
^{1,2} Prodi Teknik Industri, Universitas Wijaya Putra
*Email: krisnadi@uwp.ac.id

ABSTRAK

Perusahaan jasa semakin tahun semakin berkembang di Indonesia. Jenis perusahaan jasa salah satunya yaitu perusahaan jasa *service* kendaraan bermotor berjenis mobil yang dilakukan oleh dealer resmi ataupun dealer non resmi perusahaan otomotif. Persaingan jasa *service* kendaraan makin lama makin sengit karena adanya jumlah pertumbuhan jasa *service* kendaraan. Hal tersebut berbanding lurus dengan jumlah peningkatan kendaraan termasuk kendaraan berjenis mobil. Persaingan yang semakin sengit dalam mendapatkan pelanggan, maka perusahaan tersebut perlu membuat strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan. Guna mendapatkan strategi yang tepat maka perusahaan perlu mengetahui hasil pengukuran kinerja kualitas layanan yang diberikan ke pelanggan. Tujuan dari penelitian ini yaitu melakukan pengukuran kualitas layanan jasa *service* mobil dan menentukan prioritas perbaikan layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *service quality* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian ini yaitu menghasilkan 21 atribut layanan yang perlu diperbaiki karena gap persepsi dan ekspektasi semuanya bernilai *negative* sehingga perlu dilakukan perbaikan. Sedangkan hasil penentuan prioritas perbaikan layanan jasa *service* dengan menggunakan metode AHP bobot paling besar yaitu atribut kecepatan mekanik dalam *service* mobil sebesar 0,107 sedangkan pada prioritas terakhir yaitu pada peralatan dan perlengkapan sebesar 0.02.

Kata Kunci: Jasa *Service* Kendaraan; *Service Quality*; AHP.

PENDAHULUAN

Persaingan industri jasa di Indonesia makin tahun semakin meningkat. Hal tersebut dikarenakan semakin banyaknya perusahaan baru di bidang jasa yang bermunculan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik perekonomian tumbuh untuk sektor jasa perusahaan tumbuh sekitar 9,08% pada kuartal IV tahun 2018 [1]. Selain itu juga sektor industri jasa merupakan sektor penyumbang terbesar selain sektor manufaktur pada kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB).

Semakin berkembangnya sektor industri jasa di Indonesia, maka hal tersebut membuat perusahaan di bidang jasa akan saling bersaing dengan memberikan pelayanan yang sangat baik terhadap pelanggan. Kualitas layanan yang baik terhadap pelanggan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung [2]. Maka untuk meningkatkan loyalitas pelanggan perlu memiliki rasa puas terhadap layanan yang dirasakannya [3].

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maka perusahaan perlu untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam

peningkatan kualitas layanan maka perusahaan harus mengetahui kinerja layanan tahun sebelumnya. Maka untuk mengetahui kinerja layanan perlu mengidentifikasi kinerja layanan agar perusahaan dapat merancang target pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kemampuan perusahaan. Selain itu juga hasil kinerja pelayanan dapat dijadikan bahan bagi manajemen perusahaan untuk selalu memperbaiki layanan terhadap pelanggan.

Dealer mobil "X" adalah suatu dealer kendaraan yang memiliki 2 bisnis yaitu penjualan mobil dan juga jasa *service* perbaikan mobil yang berlokasi daerah Jemursari Surabaya. Dari hasil observasi dilapangan, salah satu karyawan menyebutkan bahwa saat ini dealer lebih fokus kepada peningkatan jasa layanan. Hal tersebut dikarenakan jumlah jasa *service* mobil di Surabaya makin meningkat sehingga terjadi

persaingan dalam melayani pelanggan. Berdasarkan data jumlah pelanggan yang datang tiap hari terjadi penurunan jumlah pelanggan yang datang sebanyak 10% dari tahun sebelumnya. Kemudian jumlah komplain per bulan lebih banyak dari bulan sebelumnya. Padahal pimpinan dealer sudah berusaha menambah jumlah karyawan di bagian service perbaikan mobil namun jumlah komplain tidak mengalami penurunan.

Bila melihat pada kasus terkait pelayanan jasa *service* pada dealer, beberapa penelitian sebelumnya dalam menyelesaikan masalah dengan pendekatan *service quality*. Pada penelitian Nindya [4], tentang usulan perbaikan kualitas pelayanan *service* kendaraan bermotor menggunakan metode *service quality* di dealer Yamaha Cicadas. Pada penelitian tersebut menghasilkan usulan perbaikan pada atribut pelayanan *service* untuk memuaskan pelanggan. Nugraha [5], tentang usulan perbaikan kualitas pelayanan *service* kendaraan bermobil menggunakan metode *service quality* di PT Siloam Kia Bandung. Pada penelitian tersebut menghasilkan penilaian pada semua atribut pelayanan untuk dijadikan dasar usulan perbaikan pelayanan untuk atribut pelayanan yang nilai gap antar atribut yang terlalu rendah. Sedangkan pada Dewanti & Hermanto [6], tentang analisis kualitas pelayanan pelanggan bengkel motor "ABC" menggunakan konsep *servis quality* dan *Importance-Performance Analysis* (IPA).

Berdasarkan permasalahan pelayanan yang ada pada dealer X pada jasa service dan juga mengacu pada penelitian terdahulu, maka pada penelitian ini akan mengukur kualitas layanan jasa *service* mobil dengan metode *service quality* (Servqual) serta menentukan prioritas perbaikan layanan jasa service dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penggunaan metode AHP dimaksudkan untuk memberikan peringkat prioritas pada atribut layanan yang diperbaiki tanpa harus menganalisis kinerja layanan seperti pada metode IPA karena analisis kinerja pelayanan sudah dianalisis dengan metode Servqual sebelumnya.

Tujuan penelitian ini yaitu melakukan pengukuran kualitas layanan jasa *service* kendaraan dengan metode *Service Quality* dan menentukan prioritas perbaikan layanan jasa *service* kendaraan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di dealer "X" yang berlokasi di daerah Jemursari. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif dan kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Data tersebut didapatkan dengan dua cara yaitu primer dan sekunder. Data primer melalui wawancara dan kuesioner, sedangkan data sekunder didapatkan melalui penelitian terdahulu seperti jurnal hasil penelitian. Pengambilan data data kualitatif dari hasil wawancara pada 2 orang karyawan dealer. Sedangkan data kuantitatif dari hasil penyebaran kuesioner diberikan kepada konsumen dengan sampel sebanyak 100 orang pelanggan. Pengumpulan data kuantitatif dari kuesioner dengan memberikan nilai tingkat kepentingan di tiap atribut pelayanan dengan skala likert skor 1-5. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas pada data persepsi dan ekspektasi. Setelah itu dilakukan perhitungan nilai persepsi dan ekspektasi dengan menghitung rata-rata nilai persepsi dan rata-rata nilai ekspektasi dari hasil kuesioner. Kemudian dilakukan penentuan Gap antara nilai persepsi dan ekspektasi tiap dimensi *service quality*. Dari hasil gap tersebut, berikutnya dilakukan penentuan posisi kuadran atribut layanan dengan diagram kartesius. Kemudian ditentukan atribut mana saja yang gap bernilai (-) *negative* untuk dilakukan perbaikan. Setelah diketahui atribut mana saja yang perlu diperbaiki kinerja layanannya, maka ditentukan urutan prioritas perbaikannya dengan AHP. AHP adalah suatu metode pengambilan keputusan dengan sistem pembobotan pada permasalahan yang memiliki multi *criteria* atau multi faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Atribut layanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan dealer pada bagian bengkel didapatkan 21 atribut layanan jasa *service* pada dealer "X". Adapun atribut layanan dari hasil wawancara terdapat pada Tabel 1. Setelah didapatkan 21 atribut layanan maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 orang pelanggan sebagai sampel. Sampel 100 orang pelanggan di dapatkan dari hasil perhitungan dengan metode Slovin.

Tabel 1. Atribut Layanan *Service*

Dimensi	Atribut Layanan	Kode Atribut
Tangible	Ruangan antrian mobil	1
	Peralatan dan perlengkapan	2
	Ketersediaan <i>sparepart</i> lengkap	3
	Ketersediaan minum dan snack gratis	4
	Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (tv, majalah, Koran dll)	5
	Ruang tunggu nyaman	6
Reliability	Kecepatan mekanik dalam memperbaiki mobil	7
	Penyelesaian tepat waktu	8
	Jam buka layanan <i>service</i>	9
	Mekanik yang handal	10
Responsiveness	Memberi informasi waktu selesai <i>service</i>	11
	Respon cepat terhadap komplain <i>customer</i>	12
	Pemberian informasi <i>sparepart</i> yang harus diganti	13
	Kualitas <i>service</i> yang diberikan	14
	Pemberian <i>sparepart</i> asli	15
Assurance	Pemberian garansi pasca <i>service</i>	16
	Jaminan pengecekan sebelum dan setelah <i>service</i>	17
	Jaminan <i>service</i> gratis 1.000-50.000 Km	18
Empathy	Kemudahan di hubungi jam	19
	Melayani dengan ramah dan sopan	20
	Menghubungi <i>customer</i> pasca <i>service</i>	21

Uji validitas Dan Reliabilitas

Setelah didapatkan atribut pada dimensi-dimensi *service quality*, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada hasil kuesioner persepsi dan ekspektasi.

Tabel 2. Uji Validitas

No	Nilai r Tabel	Persepsi	Ekspek tasi	Valid/ Tidak
1	0.197	0.492	0.430	Valid
2	0.197	0.541	0.378	Valid
3	0.197	0.443	0.654	Valid
4	0.197	0.331	0.312	Valid
5	0.197	0.312	0.489	Valid
6	0.197	0.415	0.445	Valid
7	0.197	0.320	0.662	Valid
8	0.197	0.325	0.446	Valid
9	0.197	0.423	0.448	Valid

10	0.197	0.415	0.552	Valid
11	0.197	0.331	0.536	Valid
12	0.197	0.460	0.373	Valid
13	0.197	0.541	0.319	Valid
14	0.197	0.692	0.420	Valid
15	0.197	0.459	0.313	Valid
16	0.197	0.532	0.329	Valid
17	0.197	0.386	0.451	Valid
18	0.197	0.338	0.337	Valid
19	0.197	0.561	0.462	Valid
20	0.197	0.388	0.432	Valid
21	0.197	0.491	0.315	Valid

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai R Hitung > dari R Tabel, maka data kuesioner tersebut dinyatakan “Valid”.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Persepsi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.839	.840	21

Tabel 4. Uji Reliabilitas Ekspektasi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.802	.798	21

Berdasarkan Tabel 3 dan Tabel 4, nilai Cronbach's Alpha Based on Standarized item nilainya diatas 60% jadi data pada persepsi dan ekspektasi menunjukkan “Reliabel”.

Penentuan Gap Persepsi dan Ekspektasi

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka ditentukan nilai persepsi dan ekspektasi yang didapatkan dari nilai rata-rata tiap atribut pelayanan. Setelah ditentukan nilai persepsi dan ekspektasi, maka dilakukan penentuan Gap antara nilai persepsi dan nilai ekspektasi. Untuk mengetahui Gap tersebut menggunakan rumus:

$$Q = P (\text{Persepsi}) - E (\text{Ekspektasi}) \dots \dots \dots (1)$$

Adapun hasil nilai persepsi, ekspektasi, dan Gap pada Tabel 5. Hasil perhitungan tersebut untuk mengetahui atribut mana yang memiliki gap *negative* terbesar hingga terkecil. Kemudian ditentukan pula gap antar dimensi *service quality* yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* untuk mengetahui dimensi mana yang

memiliki gap terbesar untuk dijadikan pertimbangan prioritas perbaikan. Adapun hasil penentuan gap antar dimensi terdapat pada Tabel 6.

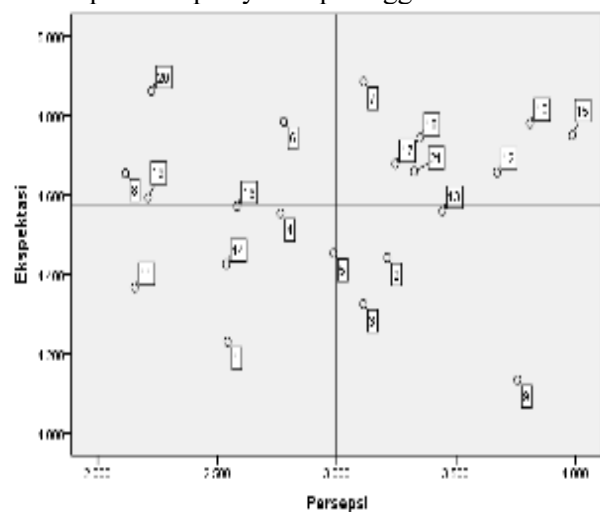
Tabel 5. Nilai Persepsi, Ekspektasi dan Gap Tiap Atribut

Atribut layanan	Customer Satisfaction		
	Persepsi	Ekspektasi	Gap
Ruangan antrian mobil	2.543	4.231	-1.688
Peralatan dan perlengkapan	3.212	4.442	-1.230
Ketersediaan sparepart lengkap	3.112	4.325	-1.213
Ketersediaan minum dan snack gratis	2.765	4.554	-1.789
Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (tv, majalah, Koran dll)	2.987	4.453	-1.466
Ruang tunggu nyaman	2.778	4.785	-2.007
Kecepatan mekanik dalam memperbaiki mobil	3.113	4.885	-1.772
Penyelesaian tepat waktu	2.115	4.654	-2.539
Jam buka layanan service	3.757	4.135	-0.378
Mekanik yang handal	3.809	4.780	-0.971
Memberi informasi waktu selesai service	2.154	4.367	-2.213
Respon cepat terhadap komplain customer	3.671	4.657	-0.986
Pemberian informasi sparepart yang harus diganti	3.443	4.560	-1.117
Kualitas service yang diberikan	2.538	4.426	-1.888
Pemberian sparepart asli	3.986	4.750	-0.764
Pemberian garansi pasca service	2,583	4.572	-1.989
Jaminan pengecekan sebelum dan setelah service	3.245	4.678	-1.433
Jaminan service gratis 1.000-50.000 Km	3.347	4.743	-1.396
Kemudahan di hubungi 24 jam	2.210	4.593	-2.383
Melayani dengan ramah dan sopan	2.225	4.862	-2.637
Menghubungi customer pasca service	3.324	4.659	-1.335

Tabel 6. Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Jasa Service

Dimensi	Rata-rata		Gap	Ranking	Hasil
	Persepsi	Ekspektasi			
Tangible	2.8995	4.4650	-1.565	2	Kurang Berkualitas
Reliability	3.1985	4.6135	-1.415	5	Kurang berkualitas
Responsiveness	3.0893	4.5280	-1.439	4	Kurang berkualitas
Assurance	3.1398	4.6338	-1.494	3	Kurang berkualitas
Empathy	2.5863	4.7046	-2.118	1	Kurang berkualitas

Berdasarkan Tabel 5 semua atribut memiliki nilai Gap yang negative antara persepsi dan ekspektasi dan juga hasil Tabel 6 menunjukkan nilai komulatif di tiap dimensi service quality juga menunjukkan nilai yang negative. Karena bernilai negative, maka hal tersebut menunjukkan bahwa dealer "X" masih belum memenuhi harapan pelanggan atau dapat dikatakan layanan yang diberikan masih belum memiliki kualitas yang baik menurut pelanggan. Sehingga perusahaan perlu memperbaiki pelayanan pelanggan.



Gambar 1. Diagram Kartesius Atribut Layanan Service Mobil

Penentuan Prioritas Perbaikan Layanan Service

Berdasarkan Gambar 1 dan juga hasil pada Tabel 5 dan Tabel 6, menunjukkan bahwa semua atribut layanan pada jasa service mobil memiliki nilai gap negative. Sehingga perusahaan perlu memperbaiki layanan tersebut. Untuk memperbaiki layanan tersebut tentunya perusahaan perlu menentukan urutan

prioritas layanan yang perlu diperbaiki terlebih dahulu. Untuk menentukan urutan prioritas layanan yang perlu diperbaiki digunakan metode *Analitycal Hierarchy Process* (AHP) dengan urutan bobot terbesar. Adapun hasil penentuan prioritas layanan jasa *service* dengan AHP terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7. Prioritas Perbaikan Atribut Layanan *Service* dengan AHP

ATRIBUT LAYANAN	BOBOT	PERINGKAT
Kecepatan mekanik dalam memperbaiki mobil	0.107	1
Penyelesaian tepat waktu	0.095	2
Mekanik yang handal	0.083	3
Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (tv, majalah, Koran dll)	0.08	4
Respon cepat terhadap komplain <i>costumer</i>	0.069	5
Memberi informasi waktu selesai <i>service</i>	0.059	6
Kualitas <i>service</i> yang diberikan	0.058	7
Pemberian informasi <i>sparepart</i> yang harus diganti	0.048	8
Pemberian <i>sparepart</i> asli	0.042	9
Jaminan pengecekan sebelum dan setelah <i>service</i>	0.042	10
Pemberian garansi pasca <i>service</i>	0.04	11
Melayani dengan ramah dan sopan	0.035	12
Jaminan <i>service</i> gratis 1.000-50.000 Km	0.034	13
Menghubungi pelanggan pasca <i>service</i>	0.031	14
Kemudahan di hubungi 24 jam	0.03	15
Ruangan antrian mobil	0.029	16
Ruang tunggu nyaman	0.028	17
Jam buka layanan <i>service</i>	0.026	18
Ketersediaan <i>sparepart</i> lengkap	0.023	19
Ketersediaan minum dan <i>snack</i> gratis	0.023	20
Peralatan dan perlengkapan	0.02	21

Usulan Perbaikan Layanan Jasa Service

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan, dan analisis hasil pengolahan maka dapat diberikan beberapa usulan perbaikan layanan yang diprioritaskan yaitu :

1. Perlunya pelatihan secara berkelanjutan di kantor pusat agar mekanik memiliki kecepatan dalam *service* mobil sehingga penyelesaian dapat tepat waktu dan juga mekanik memiliki kemampuan yang handal.
2. Memberi fasilitas hiburan yang lebih lengkap seperti majalah olah raga untuk pelanggan laki-laki dan majalah khusus wanita untuk pelanggan wanita.
3. Perlu menambah jumlah karyawan bagian *customer handling* dan memberikan pelatihan cara komunikasi yang baik dengan pelanggan.
4. Meningkatkan ketelitian dalam mengidentifikasi keluhan kerusakan mobil agar kualitas *service* menjadi lebih baik.
5. Perlu memberikan informasi akurat terkait kerusakan komponen mobil yang perlu diganti.
6. Penggantian *sparepart* mobil harus dengan kualitas asli astra.
7. Memberikan jaminan pengecekan dan garansi dengan jangka waktu yang lebih lama.
8. Perlu memberikan layanan darurat 24 jam untuk pelanggan.
9. Kebersihan ruang tunggu perlu ditingkatkan agar pelanggan merasa nyaman dalam menunggu *service*.
10. Meyediakan *sparepart* yang lengkap untuk berbagai merek mobil agar proses penggantian tidak perlu menunggu berminggu-minggu .

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang layanan jasa *service* dealer "X" didapatkan 21 atribut layanan. Dari 21 atribut tersebut ternyata nilai gap antara persepsi dan ekspektasi semua gap nya bernilai *negative*. Sehingga hal tersebut perlu dilakukan perbaikan agar pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan perusahaan. Hasil penentuan prioritas perbaikan 21 atribut layanan *service* dengan metode AHP mendapatkan prioritas perbaikan layanan yaitu pada atribut layanan dengan bobot paling besar yaitu kecepatan mekanik dalam memperbaiki mobil sebesar 0,107. Sedangkan pada prioritas terakhir yaitu pada peralatan dan perlengkapan sebesar 0.02. Peralatan menjadi prioritas terakhir karena pihak dealer sudah memiliki peralatan yang lengkap yang di *support* dari dealerpusat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik, 2018. *Ekonomi Indonesia 2018 Tumbuh 5,17 Persen*, (Online), (<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/1619/ekonomi-indonesia-2018-tumbuh-5-17-persen.html>, diakses 20 Maret 2020).
- [2] Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60.
- [3] Aryani D., & Rosinta F., 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17, Nomor 2, hal. 114-126.
- [4] Nindya Mira R., Arijanto Sugih, & Liarsari Permata G., 2014. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Service Kendaraan Bermotor Menggunakan Metode Service Quality Di Dealer Yamaha Cicadas. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Jurnal Reka Integra*, Vol. 02, No.02.
- [5] Nugraha A. T., Harsono Ambar, Novirani Dwi, 2015. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Service Kendaraan Bermobil Menggunakan Metode Service Quality Di PT. Siloam Kia Bandung, *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Jurnal Reka Integra*, Vol. 03, No. 02.
- [6] Dewanti K. G., & Hermanto, 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Bengkel Motor “ABC” Menggunakan Konsep Servis Quality Dan Importance-Performance Analysis, *Journal Industrial Manufacturing*, Vol. 2, No. 2, hal. 62-69.