

ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN
MENGINTEGRASIKAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)

(Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan)

ANALYSIS OF WORKSHOP SERVICE QUALITY BY INTEGRATING SERVICE
QUALITY (SERVQUAL) AND QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)
METHOD (Case Study: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan)

Diardo Patmawan¹⁾, Nasir Widha Setyanto²⁾, Ratih Ardia Sari³⁾

Jurusan Teknik Industri Universitas Brawijaya

Jalan MT. Haryono 167, Malang, 65145, Indonesia

E-mail: diardo.ptmwn@gmail.com¹⁾, nazzyr_lin@ub.ac.id²⁾, rath.ardiasari@ub.ac.id³⁾

Abstrak

Dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, begitu juga dengan bengkel resmi AHASS Cemara Agung Motor perlu meningkatkan pelayanan dikarenakan masih terdapat adanya keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh AHASS Cemara Agung Motor, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan dan diharapkan ada suatu proses perbaikan berkelanjutan terhadap kinerja bengkel resmi kendaraan roda dua dari waktu ke waktu. Penelitian ini mengintegrasikan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Quality Function Deployment (QFD). Kuesioner dibuat berdasarkan 5 dimensi SERVQUAL sebagai alat untuk mengukur persepsi dan ekspektasi konsumen sehingga didapatkan atribut yang bernilai negatif. Atribut yang bernilai negatif dimasukkan kedalam voices of customer. Pengintegrasian SERVQUAL dan QFD ada pada tahap ini. Hasil integrasi tersebut digunakan untuk mengetahui prioritas keluhan, menentukan target rencana perbaikan, dan memberikan solusi agar target dapat tercapai berdasarkan nilai raw weight. Setelah dihitung berdasarkan pembobotan maka rekomendasi perbaikan berdasarkan nilai kontribusi terbesar adalah pemberian pelatihan kepada semua petugas AHASS Cemara Agung Motor agar semua petugas mampu menguasai 85% Standart Operational Procedure (SOP). Sedangkan rekomendasi dengan tingkat pembobotan terbesar kedua adalah pembuatan tiket antrian otomatis yang terintegrasi dengan database AHASS Cemara Agung Motor.

Kata kunci: AHASS Cemara Agung Motor, peningkatan kualitas jasa, kualitas pelayanan, analisis gap, quality function deployment, house of quality

1. Pendahuluan

Untuk menghadapi persaingan, sesama perusahaan sejenis harus memiliki keunggulan bersaing. Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis kendaraan roda dua ditandai dengan persaingan teknologi yang digunakan, inovasi produk, variasi produk, harga produk, serta kemudahan dalam melakukan perawatan membuat perusahaan harus semakin mampu mengatasi dan mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, memanfaatkan peluang yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan (Rust, et al 1993).

Cemara Agung Motor Magetan merupakan salah satu dealer sepeda motor Honda 3 in 1 yang mempunyai tempat cukup besar ini melayani penjualan (H1), pemeliharaan (H2), serta penjualan suku cadang asli (H3).

Dalam beberapa bulan terakhir, volume servis AHASS 7130 Cemara Agung Motor berdasarkan Gambar 1 mengalami penurunan. Selain itu berdasarkan kuesioner yang diambil selama tujuh hari (40 kuesioner terbuka) didapatkan adanya komplain tentang antrian servis yang lama dan kurang jelas menjadi keluhan paling banyak dengan 19 keluhan, kemudian kenyamanan ruang tunggu menjadi keluhan kedua terbanyak dengan 18 keluhan. Keluhan konsumen bisa dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Keluhan Pelanggan AHASS Cemara Agung Motor

No	Keluhan	Jumlah
1	Antrian servis yang lama dan kurang jelas	19
2	Kenyamanan ruang tunggu	18

Lanjutan Tabel 1. Keluhan Pelanggan AHASS
Cemara Agung Motor

No	Keluhan	Jumlah
3	Tempat parkir AHASS sempit	10
4	Keluhan pelanggan tidak terpenuhi	9
5	Tidak adanya <i>booking servis</i> dan <i>delivery order</i>	9
6	Pegawai kurang komunikatif dan responsif	8
7	Kelengkapan kendaraan (<i>tools</i> , mur baut) hilang, bensin habis setelah servis	6
8	Mekanik kurang teliti	6
9	Jumlah mekanik tidak sebanding dengan pelanggan	5
10	Pengerjaan servis yang lama	5
11	Mekanik dan petugas tidak ramah	4
12	Tidak ada program <i>free cuci motor</i>	4
13	Tidak bisa pilih sparepart dan lihat kendaraan yang diservis	4
14	Harga jasa dan sparepart mahal	3
15	Mekanik kebut-kebutan waktu uji motor	3
16	Informasi yang ada (poster, jargon bengkel, sertifikat mekanik) kurang bisa dimengerti	3
17	Kelengkapan fasilitas (TV, Toilet, Minum, Wifi, dll)	2
18	Garansi servis tidak jelas	1
19	Promosi-promosi bengkel yang kurang	1
20	Stasiun kerja sedikit	1

secara sistematis sampai munculnya solusi dari permasalahan tersebut dengan menggunakan *Service Quality* (SERVQUAL) yang diintegrasikan dengan *Quality Function Deployment* (QFD), serta menggunakan AHASS Pelangi Motor sebagai kompetitor yang digunakan untuk objek pembandingan. Dengan menggunakan metode tersebut maka dapat dilakukannya penelitian ini untuk mengamati, menganalisis keinginan dan kebutuhan, serta harapan konsumen Agar AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menjadi lebih baik dari waktu ke waktu,

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif analisis yang memusatkan perhatian pada kasus penggunaan *Service Quality* diintegrasikan dengan *Quality Function Deployment* untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan AHASS 7130 Cemara Agung Motor, Magetan. Langkah-langkah penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.1 Perancangan Kuesioner

Pada tahap ini dilakukan penyusunan kuesioner yang disusun berdasarkan 5 dimensi *Servqual* yaitu *tangibles*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* (Tjiptono, 2008). Dengan mengambil 100 sampel yang berdasarkan atas pertimbangan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif (Frankel dan Wallen, 1993)

2.2 Perhitungan Gap 5

Pada tahap ini dilakukan perhitungan antara persepsi terhadap layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (*service gap*) pada hasil dari kuisisioner bisa dilihat pada Tabel 2. Gap ini menunjukkan bahwa layanan yang dipersepsikan tidak konsisten dengan layanan yang diharapkan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990).

2.3 Pembuatan House of Quality

Setelah seluruh kuesioner selesai disebar, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pembuatan rumah kualitas (*House of Quality*). Pada pembuatan *House of Quality* (HOQ) terdapat 6 *room* yang terdiri dari: menyusun *voice of customer* (VOC), menentukan *planning matrix*, menentukan

Gambar 1 menunjukkan penurunan jumlah pelanggan AHASS selama tahun 2013:



Gambar 1. Pertumbuhan Volume Servis di AHASS 7130 Cemara Agung Motor Periode Januari-Desember 2013

(Sumber: AHASS 7130 Cemara Agung Motor, 2013)

Dari permasalahan tentang layanan jasa AHASS 7130 CAM Magetan dapat diselesaikan melalui atribut yang disusun

technical responses, membuat korelasi antara VOC dan *technical responses*, korelasi teknis, dan menentukan *technical matrix* (Cohen, 1995).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analisis *Servqual*

Analisis *Servqual* dimulai dengan penyusunan kuesioner. Kuesioner ini dibuat berdasarkan pada keluhan pelanggan yang diambil pada waktu pengumpulan data awal dengan menggunakan kuesioner terbuka, dengan menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh responden kemudian diolah dan diklasifikasikan kedalam lima dimensi *service quality* yaitu *tangible*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*. Selanjutnya dilakukan uji validitas yang menunjukkan hasil di mana dari 27 atribut pada tingkat persepsi 26 atribut dinyatakan valid, dan satu atribut dinyatakan tidak valid. Dan dari hasil uji validitas 27 atribut pada tingkat tingkat ekspektasi semua atribut dinyatakan valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas, semua atribut persepsi dan ekspektasi konsumen dinyatakan reliabel.

3.1.1 Analisis Gap 5

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, dihitung nilai rata-rata setiap atribut pertanyaan yang mewakili kelima dimensi *Servqual* pada tingkat persepsi dan tingkat harapan. Kemudian dicari selisih setiap atributnya, yang menghasilkan nilai gap 5.

Semakin negatif (-) nilai gap yang muncul, maka terdapat kesenjangan yang relatif tinggi antara persepsi dan ekspektasi pelanggan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa AHASS Cemara Agung 7130 masih belum dapat memenuhi keinginan konsumennya karena dari semua atribut memiliki nilai gap bernilai negatif, sehingga kedua puluh enam atribut tersebut menjadi atribut pada *costumer needs*.

Tabel 2. Data Nilai Gap Kuesioner AHASS CAM

No	Atribut Pertanyaan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP 5
1	Tingkat kebisingan ruang tunggu	3,33	4,34	-1,01

Lanjutan Tabel 2. Data Nilai Gap Kuesioner AHASS CAM

No	Atribut Pertanyaan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP 5
2	Kelengkapan fasilitas ruang tunggu (TV, koran, minum, Wifi, dll)	3,34	4,26	-0,92
3	Tersedianya lahan parkir	2,86	4,11	-1,25
4	Kebersihan dan kerapian ruang tunggu	3,48	4,23	-0,75
5	Ketersediaan suku cadang (<i>sparepart</i>)	2,94	4,21	-1,27
6	Informasi dapat terlihat oleh konsumen (daftar harga, poster, sertifikat mekanik, dll)	3,04	4,16	-1,12
7	Garansi servis	3,38	4,3	-0,92
8	Garansi suku cadang	3,52	4,33	-0,81
9	Kelengkapan kendaraan tetap utuh setelah melakukan servis (obeng, tang, kunci pas, mur baut, bensin, dll)	3,19	4,13	-0,94
10	Kesesuaian harga dengan pekerjaan	3,23	4,21	-0,98
11	Antrian servis yang teratur	2,99	4,08	-1,09
12	Pihak AHASS bertanggung jawab penuh atas pelayanan yang diberikan	3,45	4,41	-0,96
13	Kecepatan waktu pengerjaan servis	3,11	4,28	-1,17
14	Pengecekan kendaraan secara detail	3,33	4,32	-0,99
15	Kecepatan pelayanan klaim	3,18	4,29	-1,11
16	Kesigapan petugas jika ada keluhan	3,65	4,29	-0,64
17	Ketepatan pelayanan keluhan kendaraan	3,07	4,22	-1,15
18	Kemudahan memperoleh informasi (suku cadang, perawatan mandiri)	3,28	4,39	-1,11

Lanjutan Tabel 2. Data Nilai Gap Kuesioner AHASS CAM

No	Atribut Pertanyaan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP 5
19	Waktu tunggu tidak terlalu lama untuk dilayani petugas	3,16	4,21	-1,05
20	Komunikasi dan penjelasan dari petugas dan mekanik	3,19	4,23	-1,04
21	Tersedianya fasilitas <i>booking service</i>	2,9	4,19	-1,29
22	Tersedianya fasilitas <i>delivery service</i>	2,87	4,14	-1,27
23	Tersedianya Kupon Servis Gratis (KSG)	3,04	4,19	-1,15
24	Kebersihan kendaraan setelah perbaikan	3,41	4,45	-1,04
25	Kemudahan pendaftaran servis	3,15	4,24	-1,09

3.2 Analisis QFD

Salah satu hal penting dalam QFD adalah *House of Quality* (HOQ). Tahap-tahap dalam pembuatan HOQ (Wijaya, 2011:133) adalah:

1. Membuat Matriks Keluhan Pelanggan
2. Membuat Matriks Perencanaan
3. Membuat Respon Teknis
4. Membuat *Relationship* antara *What's* dan *How's*
5. Membuat Korelasi Teknis antar Respon Teknis
6. Membuat Matriks Teknis

3.2.1 Analisis Voice of Customer

Pada analisis gap pada Tabel 2 telah disimpulkan bahwa tidak ada atribut yang bernilai positif berdasarkan selisih (gap) sehingga keseluruhan atribut yang telah lolos uji validitas dan reliabilitas masuk kedalam analisa QFD. Dari 26 atribut dapat disederhanakan lagi menjadi 25 dengan menggunakan bahasa *voice of customer*. Atribut garansi servis dan garansi suku cadang digabung menjadi satu atribut menjadi tersedianya rekaman data garansi pelanggan menggunakan bahasa kebutuhan pelanggan pada Tabel 3.

3.2.2 Competitive Benchmarking

Tahap ini merupakan tahap untuk melihat dimana posisi tingkat kepuasan konsumen AHASS Cemara Agung Motor yang

merupakan objek yang diamati dibandingkan dengan kompetitor AHASS Pelangi Motor yang disajikan pada Tabel 3:

Tabel 3. Atribut *Voice of Customer* dan *Benchmarking*

No	Atribut Pertanyaan	Persepsi CAM	Persepsi PM
1	Ruang tunggu yang tidak bising	3,33	3,29
2	Fasilitas ruang tunggu yang lengkap	3,34	2,81
3	Ketersediaan lahan parkir	2,86	2,81
4	Ruang tunggu yang bersih dan rapi	3,48	3,17
5	Suku cadang yang lengkap	2,94	3,20
6	Informasi yang dapat terlihat	3,04	3,27
7	Tersedianya rekaman data garansi pelanggan	3,45	3,37
8	Keutuhan kelengkapan kendaraan setelah perbaikan	3,19	3,36
9	Harga jasa yang tepat	3,23	3,38
10	Antrian servis yang teratur	2,99	3,10
11	Tanggung jawab pihak AHASS dalam pelayanan	3,45	3,03
12	Waktu servis yang cepat	3,11	3,43
13	Pemeriksaan kendaraan yang detail	3,33	3,03
14	Pelayanan klaim yang cepat	3,18	2,74
15	Petugas yang sigap terhadap keluhan	3,65	3,31
16	Ketepatan pelayanan keluhan kendaraan	3,07	2,79
17	Informasi yang mudah didapatkan	3,28	2,96
18	Pelayanan yang cepat dari petugas	3,16	2,52
19	Komunikasi karyawan AHASS yang baik	3,19	3,03
20	Tersedianya fasilitas <i>booking service</i>	2,90	2,86
21	Tersedianya fasilitas <i>delivery service</i>	2,87	2,93
22	Ketersediaan Kupon Servis Gratis (KSG)	3,04	3,25
23	Kendaraan yang bersih setelah servis	3,41	3,39
24	Pendaftaran servis yang mudah	3,33	3,29
25	Karyawan AHASS yang ramah	3,34	2,81

3.2.2 Analisis Planning Matrix

Berikut ini merupakan hasil analisis *planning matrix* yang disajikan pada Tabel 4:

1. Importance to Customer (IoC)

Merupakan kolom yang menunjukkan seberapa penting kebutuhan yang diidentifikasi dari pelanggan.

2. *Customer Satisfaction Performance*
Merupakan nilai dari persepsi pelanggan mengenai seberapa bagus pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. *Competitive Satisfaction Performance*
Merupakan nilai dari persepsi pelanggan mengenai seberapa bagus pelayanan kompetitor dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Nilai persepsi pelanggan didapat dari rata-rata nilai persepsi terhadap perusahaan kompetitor.
4. *Goal*
Merupakan target yang ditetapkan untuk menyelesaikan masalah yang timbul dari keluhan konsumen untuk menghadapi persaingan yang ada. Nilai goal ditentukan secara obyektif dari hasil brainstorming tim QFD. Apakah tetap menjaga kualitas jasa yang sudah ada, atau melakukan improvisasi jasa, atau membuat suatu jasa yang lebih baik dari kompetitor.
5. *Improvement Ratio*
Merupakan ukuran dari usaha yang diperlukan untuk mengubah tingkat kepuasan yang didapat terhadap atribut-atribut kebutuhan pelanggan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Contoh perhitungan untuk *improvement ratio* atribut no.1 dapat dilihat pada persamaan 1 sebagai berikut:

$$IR = \frac{Goal}{Customer\ Satisfaction\ Performance} \quad (Pers. 1)$$

$$\frac{5}{3,33} = 1,502$$

6. *Raw Weight*
Raw Weight merupakan suatu nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan secara keseluruhan setiap kebutuhan pelanggan yang berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan (*Important to Customer*) dan (*Improvement Ratio*). Contoh perhitungan atribut no.1 dapat dilihat pada persamaan 2 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Raw\ Weight &= (Ioc) \times (IR) \quad (Pers. 2) \\ &= 4,34 \times 1,502 \\ &= 6,517 \end{aligned}$$

7. *Normalized Raw Weight*
Normalized raw weight merupakan *raw weight* yang dinyatakan dalam persen atau pecahan antara 0 sampai 1 atau 100%. Contoh perhitungan atribut no. 1 dapat dilihat pada persamaan 3 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Normalized\ Raw\ Weight &= \frac{Raw\ Weight}{\sum Raw\ Weight} \times 100 \quad (Pers. 3) \\ &= \frac{6,517}{147,559} = 4,416 \end{aligned}$$

Tabel 4. Submatriks Perencanaan HOQ AHASS 7130 CAM

No	Atribut Pertanyaan	Important to Customer	Customer Satisfaction Performance	Competitive Satisfaction Performance	Goal	Improvement Ratio	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1	Ruang tunggu yang tidak bising	4,34	3,33	3,29	5	1,502	6,517	4,61
2	Fasilitas ruang tunggu yang lengkap	4,26	3,34	2,81	4	1,198	5,102	3,61
3	Ketersediaan lahan parkir	4,11	2,86	2,81	3	1,049	4,311	3,05
4	Ruang tunggu yang bersih dan rapi	4,23	3,48	3,17	5	1,437	6,078	4,30
5	Suku cadang yang lengkap	4,21	2,94	3,20	4	1,361	5,728	4,05
6	Informasi yang dapat terlihat	4,16	3,04	3,27	5	1,645	6,842	4,84
7	Tersedianya rekaman data garansi pelanggan	4,32	3,41	3,37	5	1,449	6,261	4,43
8	Keutuhan kelengkapan kendaraan setelah perbaikan	4,13	3,45	3,36	4	1,254	5,179	3,66
9	Harga jasa yang tepat	4,21	3,19	3,38	3	0,929	3,910	2,77
10	Antrian servis yang teratur	4,08	3,23	3,10	4	1,338	5,458	3,86

Lanjutan Tabel 4. Submatriks Perencanaan HOQ AHASS 7130 CAM

No	Atribut Pertanyaan	Important to Customer	Customer Satisfaction Performance	Competitive Satisfaction Performance	Goal	Improvement Ratio	Raw Weight	Normalized Raw Weight
11	Tanggung jawab pihak AHASS dalam pelayanan	4,41	2,99	3,03	4	1,159	5,113	3,62
12	Waktu servis yang cepat	4,28	3,45	3,43	4	1,286	5,505	3,90
13	Pemeriksaan kendaraan yang detail	4,32	3,11	3,03	4	1,201	5,189	3,67
14	Pelayanan klaim yang cepat	4,29	3,33	2,74	4	1,258	5,396	3,82
15	Petugas yang sigap terhadap keluhan	4,29	3,18	3,31	5	1,370	5,877	4,16
16	Ketepatan pelayanan keluhan kendaraan	4,22	3,65	2,79	5	1,629	6,873	4,86
17	Informasi yang mudah didapatkan	4,39	3,07	2,96	4	1,220	5,354	3,79
18	Pelayanan yang cepat dari petugas	4,21	3,28	2,52	4	1,266	5,329	3,77
19	Komunikasi karyawan AHASS yang baik	4,23	3,16	3,03	5	1,567	6,630	4,69
20	Tersedianya fasilitas <i>booking service</i>	4,19	3,19	2,86	4	1,379	5,779	4,09
21	Tersedianya fasilitas <i>delivery service</i>	4,14	2,90	2,93	4	1,394	5,770	4,08
22	Ketersediaan Kupon Servis Gratis (KSG)	4,19	3,04	3,25	4	1,316	5,513	3,90
23	Kendaraan yang bersih setelah servis	4,45	3,41	3,39	3	0,880	3,915	2,77
24	Pendaftaran servis yang mudah	4,24	3,15	2,68	5	1,587	6,730	4,76
25	Karyawan AHASS yang ramah	4,42	3,18	4,04	5	1,572	6,950	4,92

3.2.4 Penentuan Technical Response

Technical response merupakan jawaban dari *voice of customer* yang bersifat teknis dan bisa diukur, dibuat dengan pihak manajemen AHASS 7130 CAM untuk merealisasikan kebutuhan pelanggan. Setelah melakukan pengambilan data dengan pihak terkait terdapat beberapa respon teknis yang dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5. Data *Technical Response*

No	Technical Response
1	Tingkat kebisingan ruang tunggu
2	Kelengkapan fasilitas ruang tunggu
3	Kapasitas lahan parkir
4	Tingkat kebersihan ruang tunggu
5	Persentase ketersediaan suku cadang
6	Informasi terpasang dengan baik
7	Perbandingan jumlah servis dengan KSG
8	Tingkat kebersihan bagian kendaraan
9	Persentase rekaman data pelanggan
10	Persentase kehilangan kelengkapan kendaraan pelanggan
11	Tingkat harga jasa
12	Persentase keluhan urutan antrian

Lanjutan Tabel 5. Data *Technical Response*

No	Technical Response
13	Tingkat tanggung jawab AHASS
14	Waktu antara motor mulai diservis sampai selesai servis
15	Tingkat pengetahuan petugas
16	Waktu menunggu antara pelanggan datang sampai dilayani petugas
17	Tingkat ketepatan petugas
18	Persentase pengguna <i>booking servis</i>
19	Persentase konsumen <i>delivery service</i>
20	Persentase keluhan pelanggan terselesaikan
21	Tingkat keramahan karyawan

3.2.5 Analisis Relationship WHATs dan HOWs

Merupakan penilaian kekuatan korelasi antar tiap elemen dari *voice of customer* yang ada pada WHATs dan respon teknis yang ada pada HOWs. Untuk elemen WHATs dapat dilihat pada Tabel 4.8, sedangkan elemen HOWs dapat dilihat pada Tabel 4.18. Pengisian submatriks ini sangat penting pada saat penentuan prioritas yang dilakukan oleh pihak AHASS 7130 Cemara Agung Motor. Berikut adalah penjelasan relationship WHATs dan HOWs dapat dilihat pada Lampiran 1:

1. Hubungan (1-1)
Ruang tunggu yang tidak bising mempunyai hubungan dengan tingkat kebisingan ruang tunggu yang bisa distandarkan dengan nilai db (decibel).
2. Hubungan (2-2); (2-5); (2-6); (2-11); (2-12)
Kelengkapan fasilitas yang ada di ruang tunggu yang tertata rapi, bisa terlihat, update, aman, dan nyaman digunakan untuk memanjakan konsumen sewaktu menunggu kendaraan diservis.
3. Hubungan (3-3)
Ketersediaan lahan parkir di area dealer mempunyai kapasitas minimal agar bisa menampung kendaraan konsumen yang datang untuk melakukan perawatan.
4. Hubungan (4-2); (4-4); (4-6); (4-12)
Kebersihan ruang dan kerapian ruang tunggu menjadi bagian dari prioritas pihak AHASS, agar konsumen merasa nyaman ketika memasuki dan menunggu di ruang tunggu.
5. Hubungan (5-5)
Persentase ketersediaan suku cadang harus diiringi dengan banyaknya permintaan dari konsumen. Agar reputasi bengkel tidak turun mengingat bengkel ini bengkel AHASS yang paling besar di Magetan.
6. Hubungan (6-2); (6-6); (6-12)
Informasi dapat terlihat dan informasi terpasang dengan baik dan urutan antrian mempunyai hubungan yang kuat. Dikarenakan informasi yang terpasang dengan baik akan mampu memberikan informasi terkait program, promo, dan status antrian di bengkel berkaitan.
7. Hubungan (7-7); (7-11)
Ketersediaan Kupon Servis Gratis (KSG) akan disesuaikan dengan perbandingan banyaknya jumlah servis untuk mendapatkan 1 KSG.
8. Hubungan (8-8)
Kendaraan yang bersih setelah servis menjadi tanggung jawab pihak bengkel dalam menjalankan program barunya nanti. Perusahaan mempunyai standar terkait bagian motor yang harus dibersihkan setelah dilakukan perawatan di bengkel yang bersangkutan.
9. Hubungan (9-7); (9-9); (9-13)
Pihak AHASS berusaha membuat suatu bukti yang kuat terkait dengan klaim garansi servis, garansi suku cadang. Dengan memasukkan data pelanggan kedalam database bengkel.
10. Hubungan (10-10); (10-13)
Persentase kelengkapan kendaraan mempunyai hubungan yang kuat dengan kelengkapan kendaraan yang tetap utuh seperti semula sebelum dilakukan perawatan, pihak bengkel bertanggung jawab atas hal ini.
11. Hubungan (11-2); (11-7); (11-11); (11-19)
Tingkat harga jasa yang dianggap tepat oleh perusahaan untuk menentukan level harga jasa kepada konsumen, dengan melihat kondisi ekonomi masyarakat sekitar dan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak bengkel.
12. Hubungan (12-12); (12-18); (12-19)
Persentase keluhan tentang urutan antrian mempunyai hubungan yang kuat dengan antrian servis yang teratur dikarenakan semakin banyak keluhan tentang urutan antrian maka sistem antrian yang diterapkan oleh pihak bengkel semakin tidak memenuhi ekspektasi pelanggan.
13. Hubungan (13-9); (13-10); (13-13)
Tanggung jawab AHASS terhadap pelayanan yang diberikan mempunyai hubungan yang kuat dengan garansi, dan pelayanan yang diberikan.
14. Hubungan (14-14); (14-18)
Waktu servis yang cepat diharapkan mampu mengurangi waktu servis yang selama ini keluar dari jauh dari standar yang diterapkan oleh perusahaan untuk beberapa paket servis. Maka dari itu hubungannya adalah mampu memenuhi target waktu yang akan ditetapkan dan perusahaan mencoba untuk mengurangi waktu tunggu untuk pelanggan dengan menambahkan layanan *booking service*.

15. Hubungan (15-15); (15-17)
Tingkat pengetahuan petugas dan ketepatan petugas dalam menyelesaikan keluhan serta petugas detail dalam melakukan servis berpengaruh terhadap hasil servis yang memuaskan.
16. Hubungan (16-16)
Konsumen menginginkan agar pelayanan klaim menjadi mudah dan tidak memakan waktu yang banyak. Target waktu yang akan diterapkan diharapkan mampu mengurangi keluhan pelanggan terkait masalah klaim.
17. Hubungan (17-16); (17-21)
Petugas yang sigap terhadap keluhan juga diharapkan mampu mengurangi waktu tunggu pelanggan untuk dilayani petugas.
18. Hubungan (18-15); (18-17)
Pelayanan yang tepat oleh petugas terhadap keluhan pelanggan didukung dengan pengetahuan mereka akan peraturan yang ada dan ilmu yang mereka dapatkan sewaktu melakukan training.
19. Hubungan (19-6); (19-15); (19-18)
Informasi yang mudah didapatkan mempunyai hubungan yang kuat dengan tingkat pengetahuan petugas akan kondisi di bengkel dan didukung oleh informasi yang tertulis lainnya.
20. Hubungan (20-14); (20-16); (20-20)
Pelayanan yang cepat dari petugas ketika diaplikasikan akan mempunyai hubungan yang kuat dengan turunnya keluhan pelanggan yang didukung oleh standar waktu pelayanan yang ada.
21. Hubungan (21-9); (21-15); (21-20); (21-21)
Komunikasi karyawan mempunyai hubungan yang terkait dengan bagaimana seharusnya konsumen mengikuti alur pelayanan yang ada peraturan yang ditetapkan terkait dengan klaim garansi. Diinformasikan dengan ramah kepada setiap konsumen AHASS.
22. Hubungan (22-11); (22-18)
Perusahaan memberikan fasilitas *booking services* dengan tujuan mengurangi jumlah antrian pelanggan dilokasi bengkel, serta mempunyai tujuan berapa banyak seharusnya konsumen yang melakukan *booking services* daripada harus mengantri berlama-lama.
23. Hubungan (23-5); (23-11); (23-18); (23-19)
Tersedianya fasilitas *delivery service* mempunyai hubungan dengan jumlah konsumen *delivery service* dengan *booking service*. *Booking service* juga tidak hanya digunakan untuk servis dibengkel, melainkan bisa digunakan juga untuk pemesanan servis kunjung.
24. Hubungan (24-15); (24-20)
Pendaftaran yang mudah berhubungan dengan bagaimana petugas memberikan petunjuk kepada pelanggan yang datang ke bengkel sehingga pelanggan tidak merasa bingung harus kepada siapa pelanggan bertemu.
25. Hubungan (25-15); (25-21)
Peningkatan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan yang datang dengan sikap sopan dan ramah dalam segala kondisi psikologis karyawan dengan cara mematuhi peraturan yang ada. Sehingga konsumen tidak merasa dikecewakan dengan perlakuan yang didapat dari karyawan.

3.2.6 Korelasi Teknis

Korelasi Respon teknis berfungsi untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara respon teknis. Korelasi antar respon teknis disajikan pada Lampiran 2. Berikut adalah penjelasan hubungan antar respon teknis:

1. Relationships (2-6)

Pemasangan informasi tertulis di area bengkel dan ruang tunggu digunakan agar konsumen mengetahui alur pelayanan bengkel, daftar harga jasa, daftar harga sparepart, promosi bengkel, dan informasi lainnya yang terkait dengan pelayanan yang dan merupakan bagian dari kelengkapan fasilitas yang disediakan oleh AHASS.

2. Relationships (9-13)

Persentase rekaman data pelanggan memiliki hubungan yang positif dengan tingkat tanggung jawab AHASS. Membuat jaminan servis dan suku cadang

secara tertulis dan terekam dengan jelas data pelanggan di database AHASS Cemara Agung Motor merupakan tanggung jawab pihak bengkel dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya.

3. *Relationships* (10-13)
 AHASS mempunyai tanggung jawab berupa menjaga kelengkapan kendaraan yang dibawa oleh konsumen ketika melakukan servis dan mengembalikannya dalam keadaan utuh tanpa kekurangan apapun. Jika terjadi kekurangan pihak AHASS akan mengganti kekurangan tersebut.
4. *Relationships* (14-15)
 Waktu antara motor mulai diservis sampai selesai servis mempunyai hubungan positif dengan tingkat pengetahuan petugas. Mekanik ahli mampu mengidentifikasi masalah kendaraan dan melakukan perawatan dengan cepat sesuai dengan surat perintah kerja *service advisor*, sehingga mampu menekan waktu kerja yang terlalu lama tanpa mengurangi kualitas perawatan yang diberikan.
5. *Relationships* (15-16)
 Tingkat pengetahuan petugas mempunyai hubungan yang positif dengan waktu antara pelanggan dilayani petugas sampai selesai. Petugas yang ahli mampu menerapkan SOP secara baik, sehingga mampu menekan waktu tunggu konsumen untuk dilayani.
6. *Relationships* (15-17)
 Tingkat pengetahuan petugas mempunyai hubungan yang positif dengan tingkat ketepatan petugas. Petugas mampu menerjemahkan keluhan konsumen kepada solusi yang tepat. Contohnya untuk kasus keluhan kendaraan konsumen yang disampaikan pihak bengkel harus mampu melakukan perawatan minimal sesuai dengan yang dikatakan konsumen.
7. *Relationships* (15-20)
 Tingkat pengetahuan petugas mempunyai hubungan yang positif dengan persentase keluhan pelanggan terselesaikan. Petugas mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan SOP.
8. *Relationships* (15-21)
 Tingkat pengetahuan petugas mempunyai hubungan yang positif dengan tingkat keramahan karyawan. Petugas menjalankan SOP yang sesuai standar

AHM terkait dengan hal keramahan karyawan AHASS Cemara Agung Motor.

3.2.7 *Technical Matrix*

Pada tahap ini, ada empat hal yang termasuk dalam *Technical Matrix* yaitu:

1. *Contribution*
 Fungsi dari sub matriks ini untuk mengetahui seberapa besar peranan sari setiap respon teknis. Kontribusi didapat dari nilai total hubungan masing-masing respon teknis.
2. *Normalized Contribution*
 Fungsinya untuk mengetahui seberapa besar persentase setiap respon teknis dari total *contribution* tersebut.
3. *Analisis Prioritized Technical Descriptor*
 Fungsinya untuk me-rangking nilai yang didapat dari *Normalized Contribution*.
4. *Technical Target*
 Fungsinya untuk menentukan target perusahaan dari setiap respon teknis yang didapat.

Berikut adalah nilai *contribution* dan *normalized contribution* yang disajikan pada Tabel 6. Pada nilai *contribution* tingkat pengetahuan petugas mempunyai nilai paling tinggi sebesar 299,151, sedangkan kapasitas lahan parkir mempunyai nilai terendah yaitu 38,801, sedangkan Tabel 7 menjelaskan nilai prioritas.

Tabel 6. Nilai *Contribution* dan *Normalized Contribution*

No	Technical Response	Contribution	Normalized Contribution (%)
1	Tingkat kebisingan ruang tunggu	58,649	2,591
2	Kelengkapan fasilitas ruang tunggu	132,871	5,869
3	Kapasitas lahan parkir	38,801	1,714
4	Tingkat kebersihan ruang tunggu	54,698	2,416
5	Persentase ketersediaan suku cadang	620,568	2,655
6	Informasi terpasang dengan baik	111,178	4,911
7	Perbandingan jumlah servis dengan KSG	82,527	3,618
8	Tingkat kebersihan bagian kendaraan	51,930	2,277
9	Persentase rekaman data pelanggan	122,255	5,400

Lanjutan Tabel 6. Nilai *Contribution* dan *Normalized Contribution*

No	Technical Response	Contribution	Normalized Contribution (%)
10	Persentase kehilangan kelengkapan kendaraan pelanggan	92,626	4,091
11	Tingkat harga jasa	101,685	4,492
12	Persentase keluhan urutan antrian	174,852	7,723
13	Tingkat tanggung jawab AHASS	117,901	5,208
14	Waktu antara motor mulai diservis sampai selesai servis	65,531	2,895
15	Tingkat pengetahuan petugas	299,151	13,214
16	Waktu menunggu antara pelanggan datang sampai dilayani petugas	149,418	6,600
17	Tingkat ketepatan petugas	77,424	3,420
18	Persentase pengguna <i>booking service</i>	140,013	6,185
19	Persentase konsumen <i>delivery service</i>	112,785	4,982
20	Persentase keluhan pelanggan terselesaikan	136,230	4,420
21	Tingkat keramahan karyawan	100,068	4,420

Setelah didapatkan nilai *contribution* dan juga *normalized contribution* maka ditentukan prioritas. Prioritas ini digunakan sebagai rekomendasi perbaikan mana yang dilakukan terlebih dahulu bagi pihak manajemen AHASS 7130 Cemara Agung Motor. Semakin besar nilai kontribusi, maka menunjukkan respon teknis memiliki kontribusi terbesar dalam memenuhi *voice of customer*.

Tabel 7. Nilai Prioritas Respon Teknis

Technical Response	Priority
Tingkat pengetahuan petugas	1
Persentase keluhan urutan antrian	2
Waktu menunggu antara pelanggan datang sampai dilayani petugas	3
Persentase pengguna <i>booking service</i>	4
Persentase keluhan pelanggan terselesaikan	5
Kelengkapan fasilitas ruang tunggu	6
Persentase rekaman data pelanggan	7

Lanjutan Tabel 7. Nilai Prioritas Respon Teknis

Technical Response	Priority
Tingkat tanggung jawab AHASS	8
Persentase konsumen <i>delivery service</i>	9
Informasi terpasang dengan baik	10
Tingkat harga jasa	11
Tingkat keramahan karyawan	12
Persentase kehilangan kelengkapan kendaraan pelanggan	13
Perbandingan jumlah servis dengan KSG	14
Tingkat ketepatan petugas	15
Waktu antara motor mulai diservis sampai selesai servis	16
Persentase ketersediaan suku cadang	17
Tingkat kebisingan ruang tunggu	18
Tingkat kebersihan ruang tunggu	19
Tingkat kebersihan bagian kendaraan	20
Kapasitas lahan parkir	21

Setiap respon teknis memiliki target. Target ditentukan oleh manajemen AHASS 7130 Cemara Agung Motor yang disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Target

Technical Response	Priority	Target
Tingkat pengetahuan petugas	1	Menguasai 85% SOP
Persentase keluhan urutan antrian	2	100% urut antrian
Waktu menunggu antara pelanggan datang sampai dilayani petugas	3	≤15 menit
Persentase pengguna <i>booking service</i>	4	35% melalui <i>booking service</i>
Persentase keluhan pelanggan terselesaikan	5	35% keluhan menurun
Kelengkapan fasilitas ruang tunggu	6	100% pemenuhan fasilitas inti
Persentase rekaman data pelanggan	7	100% data pelanggan terekam
Tingkat tanggung jawab AHASS	8	100% tanggung jawab
Persentase konsumen <i>delivery service</i>	9	25% pelanggan <i>delivery service</i>
Informasi terpasang dengan baik	10	95% terpasang, <i>update</i> , dan rapi

Lanjutan Tabel 8. Target

<i>Technical Response</i>	<i>Prio rity</i>	<i>Target</i>
Tingkat harga jasa	11	Level medium
Tingkat keramahan karyawan	12	85% sesuai standar AHM
Persentase kehilangan kelengkapan kendaraan pelanggan	13	100% lengkap
Perbandingan jumlah servis dengan KSG	14	Rasio 1:5
Tingkat ketepatan petugas	15	90% tepat
Waktu antara motor mulai diservis sampai selesai servis	16	35 menit
Persentase ketersediaan suku cadang	17	85% kelengkapan suku cadang fast moving HGP dan HVL
Tingkat kebisingan ruang tunggu	18	≤55 dBA
Tingkat kebersihan ruang tunggu	19	90% bersih dan rapi
Tingkat kebersihan bagian kendaraan	20	60% bersih
Kapasitas lahan parkir	21	16 motor

3.3 Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan data Tabel 8 maka solusi yang bisa diberikan agar target perusahaan dapat dicapai sesuai dengan 3 prioritas teratas adalah sebagai berikut:

1. Target semua petugas AHASS menguasai 85% *Standart Operational Procedure* (SOP). Solusi yang diberikan adalah: Pemberian pelatihan (*training*) berdasarkan *jobdesc* dan tugas baru kepada setiap karyawan AHASS. Pemberian pelatihan kepada karyawan dimaksudkan untuk mengurangi waktu *idle* kepada karyawan yang seharusnya masih bisa dimanfaatkan untuk mengerjakan suatu pekerjaan yang masih dalam proporsi masing-masing *jobdesc* karyawan dan mempercepat pelayanan konsumen. Penambahan wawasan tentang bagaimana seharusnya petugas menjalankan fungsinya dan melayani pelanggan berdasarkan SOP. Perbaikan ini harus dilakukan karena memiliki pengaruh yang paling banyak terhadap keluhan yang lainnya.
2. Targetnya adalah 100% urutan antrian. Solusi yang diberikan agar target dapat terpenuhi adalah: Pembuatan sistem menggunakan tiket antrian otomatis yang terintegrasi dengan

database AHASS CAM 7130 di *frontdesk*. Pemasangan 1 papan antrian digital di ruang tunggu agar konsumen senantiasa mengetahui keadaan kendaraannya jika masih dalam tahap servis atau sudah selesai diservis. Dengan menggunakan sistem tiket atau nomor antrian yang diletakkan di dekat *service advisor* maka diharapkan, antrian dapat dilakukan secara teratur, dan pelanggan tidak merasa dirugikan. Tiket ada 2 yaitu untuk pelanggan dan yang satunya untuk ditempel di kendaraan konsumen sesuai antrian.

3. Targetnya 35% melalui *booking service*. Solusi yang diberikan agar target dapat terpenuhi adalah:

Penambahan fungsi layanan *Contact Centre*. Layanan *booking service* dirangkap oleh kasir yang porsi kerjanya paling sedikit. Pengoptimalan layanan *contact centre* yang sudah ada juga bisa digunakan untuk menerima keluhan pelanggan via telepon. *Booking services* juga diharapkan mampu mengurangi antrian yang berlebih area bengkel. Jadwal pemesanan via *booking services* dibuka mulai pukul 10.00 WIB sampai 15.00 WIB. Tidak menerima *booking services* dibawah pukul 10.00 WIB dan pukul 12.00 WIB – 13.00 WIB (waktu istirahat). *Booking services* hanya bisa dilakukan maksimal untuk 2 hari dari waktu pemesanan

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini berdasarkan Hasil analisa dari SERVQUAL dan QFD adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner pendahuluan yang telah disebar kepada responden AHASS 7130 Cemara Agung Motor terdapat beberapa keluhan kemudian data diolah dan diterjemahkan menjadi 27 menggunakan bahasa yang mudah dipahami responden. Dari 27 atribut tersebut dapat dikelompokkan menjadi 5 bagian menurut *Service Quality* yaitu *Tangible*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Empathy*. Lalu atribut disederhanakan lagi menjadi 25 dengan

- menggunakan bahasa kebutuhan *voice of customers*.
2. Atribut-atribut pelayanan jasa AHASS 7130 Cemara Agung Motor yang perlu ditingkatkan berdasarkan tingkat kepentingan (*raw weight*) adalah:
 - a. Kelompok nilai terbesar pertama yang didapat dari perhitungan ialah pada atribut tentang ruang tunggu yang tidak bising, ruang tunggu yang bersih dan rapih, dan informasi yang dapat terlihat.
 - b. Kelompok nilai terbesar kedua yang didapat dari perhitungan ialah atribut Antrian servis yang teratur, pemeriksaan kendaraan yang detail, pelayanan klaim yang cepat, tersedianya fasilitas *booking service*.
 - c. Kelompok nilai terbesar ketiga yang didapat dari perhitungan ialah atribut tentang ketersediaan lahan parkir, kendaraan yang bersih setelah servis, dan harga jasa yang tepat.
 3. Setelah dilakukan *brainstorming* dengan pihak manajemen, didapat beberapa rekomendasi yang dapat dan mampu dilakukan oleh pihak AHASS 7130 Cemara Agung Motor untuk mencapai target yang diinginkan sesuai dengan prioritas dari perhitungan *Quality Function Deployment* antara lain: Pemberian pelatihan (*training*) berdasarkan *jobdesc* dan tugas baru kepada setiap karyawan AHASS, pembuatan sistem menggunakan tiket antrian otomatis yang terintegrasi dengan database AHASS CAM 7130, penambahan fungsi layanan *Contact Centre*, perbaikan alur kerja dan pelayanan di bengkel, pengadaan kekurangan fasilitas di ruang tunggu, membuat jaminan/garansi servis dan suku cadang yang tertulis, terekam dan terintegrasi dalam database AHASS CAM 7130 dengan jelas, dan penambahan fasilitas *delivery service*.
- Frankel, J. & Wallen, N. (1993). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L., and Zeithaml, Valerie A. (1990). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 (Spring 1988), pp. 12-40.
- Rust, Roland T., and Anthony. J. Zahorik. (1993). "Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share", *Journal of Retailing*, Vol. 69, (summer), pp. 145-156.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Quality Services*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan KANO Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT Indeks.

Daftar Pustaka

Cohen, Lou. (1995). *Quality Function Deployment (QFD), How to Make QFD Work for You*. Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company.

Lampiran 1 Analisis Relationship

How's What's		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
		Tingkat kesediaan ruang tunggu	Kelengkapan fasilitas ruang tunggu	Ketersediaan lahan parkir	Tingkat kebersihan ruang tunggu	Persentase ketersediaan suku cadang	Informasi terpasang dengan baik	Pelindungan jumlah servis dengan KSG	Tingkat kebersihan bagian kendaraan	Persentase keluhan dari pelanggan	Persentase keluhan kendaraan pelanggan	Tingkat harga jasa	Persentase keluhan ukuran antrian	Tingkat tanggap jawab AHASS	Waktu antara motor mulai servis sampai selesai servis	Tingkat pengetahuan petugas	Waktu menunggu antara pelanggan datang sampai diantar petugas	Tingkat kecepatan petugas	Persentase pengguna booking service	Persentase konsumen delivery service	Persentase keluhan pelanggan berdasarkan	Tingkat keramahan karyawan
1	Ruang tunggu yang tidak bising	●																				
2	Fasilitas ruang tunggu yang lengkap		●			△	○					○	●									
3	Ketersediaan lahan parkir			●																		
4	Ruang tunggu yang bersih dan rapi		●		●		○						○									
5	Suku cadang yang lengkap		○			●																
6	Informasi yang dapat terlihat						●						●									
7	Tersedianya rekaman data garansi pelanggan							○		●				●								
8	Keutuhan kelengkapan kendaraan setelah perbaikan										●			○								
9	Harga jasa yang tepat		○					○				●								○		
10	Antrian servis yang teratur												●						●	●		
11	Tanggung jawab pihak AHASS dalam pelayanan									●	●			●								
12	Waktu servis yang cepat														●				△			
13	Pemeriksaan kendaraan yang detail															●		○				
14	Pelayanan klaim yang cepat																●					
15	Petugas yang sigap terhadap keluhan																●					○
16	Ketepatan pelayanan keluhan kendaraan																●					
17	Informasi yang mudah didapatkan						○										●		○			
18	Pelayanan yang cepat dari petugas														○		●				○	
19	Komunikasi karyawan AHASS yang baik									○						●					●	○
20	Tersedianya fasilitas booking service											○							●			
21	Tersedianya fasilitas delivery service					△						○							○	●		
22	Ketersediaan Kupon Service Gratis (KSG)							●				○										
23	Kendaraan yang bersih setelah servis								●													
24	Pendaftaran servis yang mudah															○					●	
25	Karyawan AHASS yang ramah															●						●

Lampiran 2 Analisis *Technical Correlation*

