

ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN BENGKEL DENGAN METODE QFD (*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*) DI PT. CITRA CAKRA PERSADA HONDA JEMURSARI

Ditahestimey Lukmanasari

S1 Pendidikan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

e-mail: ditahestimeylukmanasari.unesa.ac.id

Dyah Riandadari

Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

e-mail: dyahriandadari@unesa.ac.id

Abstrak

Pasar bisnis menuntut setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya. Perusahaan didirikan dengan tujuan mencapai tingkat penjualan tertentu, meraih laba, meningkatkan pangsa pasar, mempertahankan eksistensi, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu dan memberikan pelayanan optimal. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan bengkel dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probablysampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioer yang berisi 5 atribut kepada *customer* yang menggunakan jasa pelayanan *service* di Honda Jemursari. Jumlah sampel dalam penelitian dihitung menggunakan persamaan *Solven*. Analisa data *Quality Function Deployment* meliputi analisa *planning matrix*, evaluasi tingkat kepuasan konsumen, penentuan prioritas dari kepentingan teknik. Dari 25 atribut jasa pelayanan yang dianggap paling penting oleh pelanggan adalah hasil perawatan dan perbaikan sesuai dengan yang diinginkan konsumen (4,71). Sedangkan penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan bengkel adalah kemampuan petugas bengkel dalam menganalisa masalah (0,050). Dari urutan prosedur hasil analisis QFD, maka diperoleh urutan prioritas yang harus dilakukan bengkel Honda Jemursari untuk mengembangkan peningkatan kinerja yaitu mulai dari pelatihan *Service advisor* (0,293). Pelatihan mekanik (0,154). Persediaan suku cadang (0,101). Pemberian insentif bonus dan diskon (0,089).

Kata Kunci : Keinginan pelanggan, Jasa pelayanan, Kualitas jasa, Kepuasan pelanggan, QFD (*Quality Function Deployment*).

Abstract

The business market requires every company to always try to improve the quality of its products. The company was established with the aim of achieving a certain level of sales, earning profit, increasing market share, maintain existence, achieve a certain level of growth and provide optimal service. This research was conducted with the aim to determine customer satisfaction with the quality of workshop services using the QFD (Quality Function Deployment) method. This type of research is a quantitative descriptive research technique used in sampling in this study using the probably sampling technique. Data collection is done by distributing queries containing 5 attributes to customers who use service services at Honda Jemursari. The number of samples in the study was calculated using the Solven equation. Analysis of Quality Function Deployment data includes planning matrix analysis, evaluation of the level of customer satisfaction, prioritization of engineering interests. Of the 25 service attributes that are considered most important by customers are the results of care and repair in accordance with what consumers want (4.71). While the assessment of customer satisfaction with the quality of workshop services is the ability of workshop staff to analyze problems (0.050). From the sequence of procedures from the QFD analysis, a sequence of priorities must be obtained from the Honda Jemursari workshop to develop performance improvements, starting from Service advisor training (0.293). Mechanical training (0.154). Spare parts inventory (0.101). Giving bonus and discount incentives (0.089).

Keywords: *Customer desires, Service services, Service quality, Customer satisfaction, QFD (Quality Function Deployment).*

PENDAHULUAN

Dalam kondisi persaingan pasar yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah masalah kualitas pelayanan terhadap pelanggan agar tetap mampu bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang diinginkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan pada saat ini, khususnya sebagai tolak ukur adalah daya saing terhadap perusahaan lain yang ada.

Seperti halnya PT.Citra Cakra Persada (Honda Jemursari) Surabaya yang merupakan main dealer mobil Honda wilayah Jawa Timur yang memiliki peluang besar untuk berkembang dalam memberikan layanan jasa *service* serta penjualan suku cadang, Honda Jemursari merupakan bengkel resmi mobil Honda serta penjualan suku cadang resmi mobil Honda.

Honda Jemursari Surabaya memiliki peralatan dan persediaan suku cadang yang lengkap demi memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Namun dalam persaingan merebut pangsa pasar antar bengkel mobil Resmi, Honda Jemursari Surabaya masih dikatakan belum maksimal, masalah ini ditunjukkan dengan adanya beberapa pelanggan yang mengeluh mengenai estimasi waktu atau ketepatan penyelesaian pengerjaan kendaraan yang diberikan dari SA (*Service Advisor*) kepada pelanggan kadang tidak sesuai dengan realita yang dialami pelanggan, dan juga biaya yang diberikan cenderung lebih mahal dari bengkel umum lainnya. Serta ada beberapa mobil yang kembali lagi masuk bengkel karena kerusakan yang dirasa belum sempurna terselesaikan

Melihat permasalahan yang terjadi diatas perlu dilakukan analisa kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan bengkel dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). Dimana metode ini memiliki beberapa keunggulan yaitu menganalisa kinerja kualitas layanan perusahaan terutama untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan, memusatkan perancangan jasa baru pada kebutuhan pelanggan, memastikan bahwa kebutuhan pelanggan dipahami dan proses desain didorong oleh kebutuhan pelanggan yang objektif.

Dari masalah yang diuraikan dari atas, peneliti ingin melakukan penelitian di bengkel resmi mobil Honda Jemursari dengan judul “ Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bengkel dengan Metode

QFD (*Quality Function Deployment*) di PT. Citra Cakra Persada Honda Jemursari “.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil dari latar belakang penelitian diatas adalah:

- Bagaimana mutu pelayanan jasa dari bengkel Honda Jemursari kepada pelanggan yang datang ?
- Apa saja upaya yang harus dilakukan bengkel Honda Jemursari untuk meningkatkan kinerja berdasarkan metode QFD ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah :

- Mengetahui mutu pelayanan jasa dari bengkel Honda Jemursari kepada pelanggan yang datang.
- Mengetahui prioritas pengembangan peningkatan kinerja Honda Jemursari berdasarkan metode QFD.

Kajian Pustaka

Pengertian Kualitas

Menurut sugiarto (2003:38) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang erhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dalam industry jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan konsumen kualitas disebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayananyang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yang tergantung pada prespektif yang digunakan untuk menentukan cirri-ciri spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain: persepsi konsumen, produk (jasa), proses. Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah prose situ sendiri.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2007:130) Mengembangkan delapan dimensi yang bisa diterapkan pada kerangka perencanaan strategis dan analisa yaitu :

- Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

- Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai dan menandakan tingkat kualitas yang sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk/jasa.
- Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standart-standart yang ditetapkan sebelumnya.
- Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- Kemampuan pelayanan (*serviceability*) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah dioperasikan, penanganan keluhan yang memuaskan.
- Estetika (*aesthetics*), pengalaman pelanggan yang berkaitan dengan perasaan dan panca indra.
- Kualitas yang dipresepsikan (*perceived quality*) konsumen tidak selalu mendapat informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung dari perusahaannya.

Sementara itu Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2007:133) mengatakan ada lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu :

- Reabilitas (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- Jaminan (*assurance*) yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
- Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi pelanggan, serta memberikan perhatian personal

kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

- Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Pengertian kepuasan atau tidak kepuasan konsumen menurut Pamungkas (2006:14) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Pengertian Jasa

Menurut Zeithaml dan Bitner, (2010:28) jasa pada dasarnya adalah seluruh aktifitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak terwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.

Selanjutnya akan dijelaskan pengertian jasa yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, (2002:23) jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya seperti bengkel reparasi kursus, lembaga pendidikan, jasa telekomunikasi, transportasi dan lain-lain. Dengan demikian jasa dapat juga diartikan sebagai transaksi bisnis yang dilakukan antara penyedia jasa (*service provider*) dengan penerima jasa (*customer*) yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah *outcome* yang dapat memuaskan konsumen.

Quality Function Deployment(QFD)

Definisi dari *Quality Function Deployment* (penyebaran fungsi kualitas) merupakan suatu metode yang digunakan perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menggabungkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dalam produk dan jasa yang disediakan bagi konsumen. Suatu organisasi yang mengimplementasikan QFD dengan tepat, dapat meningkatkan pengetahuan rekayasa kualitas dan mengurangi ongkos, waktu pengembangan produk serta perubahan-perubahan rekayasa.

Menurut Cohen L. (1995:11) *Quality Function Deployment* adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi sistematis kapabilitas suatu

produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif.

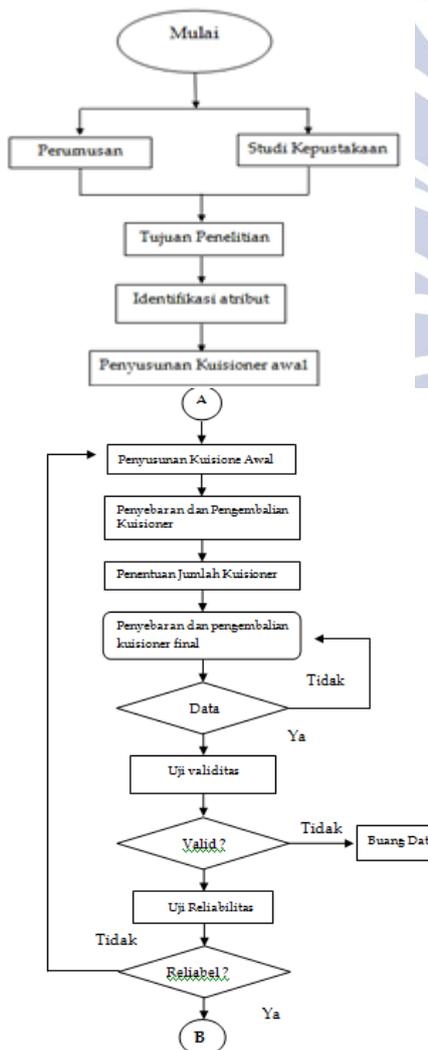
Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan di bengkel Honda Jemursari Surabaya. Untuk sampel, digunakan metode Slovin dengan perhitungan sebagai berikut

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Citra Cakra Persada Honda Jemursari Jl. Raya Jemursari No.213 Surabaya dimulai pada Bulan September 2018 sampai dengan Januari 2019..

Rancangan Penelitian



Uji Validitas

Validitas didefinisikan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur (*test*) dalam melakukan fungsi ukurnya. Apabila data valid, dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas. Apabila data tidak valid, maka perlu ditinjau ulang pada penyusunan kuisionernya. Suatu distribusi data dapat dikatakan valid jika memenuhi persamaan berikut ini (Sugiyono, 2010:455). Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_1^2} \right]$$

Keterangan

- R₁₁ = reliabilitas instrument
- k = banyaknya butir pertanyaan
- ∑σ b² = jumlah varian butir
- σ² = varian total

Uji Keandalan (Reliabilitas)

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Artinya hasil ukur adalah dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama dari 40 sampel diperoleh hasil yang relatif sama, kalau aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Rumus untuk koefisien variansi adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

- R₁₁ = Reliabilitas instrumen
- K = rata-rata korelasi antar variable
- ∑α_b² = Jumlah varian butir
- α₁² = Varian total

Analisa Pengolahan Data

Memuat uraian mengenai analisa dari penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) yang meliputi analisa *planning matrix*, evaluasi tingkat kepuasan konsumen, penentuan prioritas dari kepentingan teknik yang akan dikembangkan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penyebaran Kuisioner Awal

Sebelum kuisioner formal disebarkan maka dilakukan penyebaran kuisioner awal sebanyak 30 kuisioner untuk memastikan kuisioner dapat dimengerti dengan baik oleh responden. Responden pada penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Honda Jemursari Surabaya. Untuk data hasil penyebaran kuisioner awal tingkat kepentingan

dan tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat pada lampiran.

Penyebaran Kuisioner Akhir

Atribut pelayanan jasa yang telah dinyatakan valid dan reliable maka selanjutnya disusun untuk kuisioner tingkat akhir kepentingan dan kepuasan pelanggan. Dari perhitungan jumlah sampel diatas selanjutnya kuisioner ini disebar ke 51 responden pelanggan jasa di bengkel Honda Jemursari Surabaya dengan formulasi pertanyaan sebagai berikut.

Table 3.1 Customer Needs

No.	Customer Needs	Simbol
1.	Kerapihan penampilan karyawan	A1
2.	Kenyamanan pelanggan diruang tunggu	A2
3.	Ketersediaan suku cadang	A3
4.	Kebersihan fasilitas pelanggan (ruang tunggu, toilet)	A4
5.	Kebersihan kendaraan setelah perawatan	A5
6.	Ketetapan waktu penyerahan kendaraan selesai perawatan/perbaikan	A6
7.	Adanya diskon	A7
8.	Adanya garansi service	A8
9.	Prosedur pelayanan yang tidak rumit	A9
10.	Keramahan pelayanan	A10
11.	Kecepatan petugas bengkel dalam menyelesaikan masalah	A11
12.	Tidak lama menunggu untuk dilayani oleh petugas bengkel	A12
13.	Responsif terhadap permintaan konsumen	A13
14.	Kemampuan petugas bengkel dalam menganalisa masalah	A14
15.	Sopan santun dan keramahan petugas bengkel	A15
16.	Hasil perawatan /perbaikan sesuai dengan permintaan konsumen	A16
17.	Kewajaran harga jasa	A17
18.	Jam kerja bengkel	A18
19.	Kemudahan cara pembayaran	A19
20.	Jaminan keamanan dan kenyamanan pelanggan dibengkel	A20
21.	Kemampuan pegawai dalam memberikan perhatian secara individual untuk menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan	A21
22.	Mengingat masalah dan prefensi pelanggan sebelumnya	A22
23.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran	A23
24.	Pemberian informasi sesuai kebutuhan	A24
25.	Pelayanan yang diberikan diberikan secara rata tanpa memandang status social dan lain-lain	A25

Pengolahan Data QFD

- **Importance to Customer**

Berisi tentang hal-hal yang dipentingkan konsumen terhadap tingkat kepentingan pelayanan bengkel Honda Jemursari Surabaya. Perhitungan *importance to customer* dilakukan dengan menjumlahkan data yang terbentuk untuk masing-masing atribut kemudian dibagi dengan jumlah responden yang memberikan penilaian.

- **Customer Satisfaction Performance**

Customer satisfaction performance merupakan persepsi konsumen mengenai seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh bengkel Honda Jemursari kepada customernya. Nilai *satisfaction performance* diperoleh dari *performance weight* dibagi total responden.

- **Menentukan Goal**

Langkah berikutnya menentukan nilai *goal*. Dengan mempertimbangkan konsep kepuasan konsumen, jika pihak Honda Jemursari menginginkan peningkatan kinerja dengan penetapan *goal* (tujuan) sesuai tingkat kepentingan konsumen. Jika tidak, maka pihak Honda Jemursari dapat mengambil kebijakan penetapan target sesuai dengan kemampuan perusahaan. Berikut hasil penentuan *goal* yang ditetapkan pihak bengkel Honda Jemursari

- **Improvement ratio**

merupakan suatu ukuran dari usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah (meningkatkan) *customer satisfaction performance* dari sebuah atribut. Metode yang umum digunakan dalam menentukan *improvement ratio* adalah dengan cara membagi *goal* dengan *customer satisfaction performance*.

- **Sales Point**

Sales point merupakan informasi mengenai kemampuan menjual produk atau jasa berdasarkan seberapa baik *customer need* terpenuhi. Nilai yang paling umum untuk sales point adalah. **Nilai 1** : Tidak ada titik pelayanan, **Nilai 1,2** : Titik Pelayanan Menengah. **Nilai 1,5** : Titik Pelayanan Tinggi.

Tabel. 3.2 Sales Point

No.	Atribut	Sales Point
1.	Kerapihan penampilan karyawan	1,2
2.	Kenyamanan pelanggan diruang tunggu	1,2
3.	Ketersediaan suku cadang	1,2
4.	Kebersihan fasilitas pelanggan (ruang tunggu, toilet)	1,5
5.	Kebersihan kendaraan setelah perawatan	1,2
6.	Ketetapan waktu penyerahan kendaraan selesai perawatan/perbaikan	1,5
7.	Adanya diskon	1,2
8.	Adanya garansi service	1,5
9.	Prosedur pelayanan yang tidak rumit	1,2
10.	Keramahan pelayanan	1,2
11.	Kecepatan petugas bengkel dalam menyelesaikan masalah	1,5
12.	Tidak lama menunggu untuk dilayani oleh petugas bengkel	1,5
13.	Responsif terhadap permintaan konsumen	1,5

14.	Kemampuan petugas bengkel dalam menganalisa masalah	1,5
15.	Sopan santun dan keramahan petugas bengkel	1,2
16.	Hasil perawatan /perbaikan sesuai dengan permintaan konsumen	1,2
17.	Kewajaran harga jasa	1,2
18.	Jam kerja bengkel	1,2
19.	Kemudahan cara pembayaran	1
20.	Jaminan keamanan dan kenyamanan pelanggan dibengkel	1,2
21.	Kemampuan pegawai dalam memberikan perhatian secara individual untuk menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan	1,5
22.	Mengingat masalah dan prefensi pelanggan sebelumnya	1,2
23.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran	1,2
24.	Pemberian informasi sesuai kebutuhan	1
25.	Pelayanan yang diberikan secara rata tanpa memandang status social dan lain-lain	1,2

Analisa Prioritas Respon Teknis

Respon teknis merupakan jawaban dari pihak Honda Jemursari terhadap kebutuhan konsumen maka dalam analisa prioritas respon teknis perlu diperhatikan nilai kontribusi tiap-tiap respon teknis

Tabel 4.12 Respon Teknis

No.	Respon Teknis	Normalized Contribution
1.	Penambahan petugas kebersihan	0.073
2.	Penambahan petugas keamanan	0.038
3.	Penyediaan dan pengelolaan kasir	0.034
4.	Penyediaan dan pengelolaan ruang tunggu	0.012
5.	Pelatihan Mekanik	0.154
6.	Pelatihan Service Advisor	0.293
7.	Persediaan suku cadang	0.101
8.	Pemberian intensif (diskon dan bonus)	0.089
9.	Pengembangan servicereserfasi	0.045
10.	Pemeriksaan ulang hasil	0.064

	layanan	
11.	Penerapan sistem informasi service dan suku cadang	0.034
12.	Evaluasi Kerja	0.063

Menentukan Technical Respon HOWs

Respon teknis merupakan respon yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi *customer needs*. Respon teknis ini diperoleh dengan cara wawancara terhadap pihak perusahaan. Respon ini diberikan untuk meningkatkan kualitas produk jasa perawatan terhadap atribut-atribut yang dipentingkan konsumen

Tabel 4.13 Simbol Respon Teknis

No.	Respon Teknis	Simbol
1.	Penambahan petugas kebersihan	RT 1
2.	Penambahan petugas keamanan	RT 2
3.	Penyediaan dan pengelolaan kasir	RT 3
4.	Penyediaan dan pengelolaan ruang tunggu	RT 4
5.	Pelatihan Mekanik	RT 5
6.	Pelatihan Service Advisor	RT 6
7.	Persediaan suku cadang	RT 7
8.	Pemberian intensif (diskon dan bonus)	RT 8
9.	Pengembangan servicereserfasi	RT 9
10.	Pemeriksaan ulang hasil layanan	RT 10
11.	Penerapan sistem informasi service dan suku cadang	RT 11
12.	Evaluasi Kerja	RT 12

Tabel 4.14 Urutan Prioritas Teknis

Rangking	Respon Teknis
1	Pelatihan Service Advisor
2	Pelatihan Mekanik
3	Persediaan suku cadang
4	Pemberian intensif (diskon dan bonus)
5	Penambahan petugas kebersihan
6	Pemeriksaan ulang hasil layanan
7	Evaluasi Kerja
8	Pengembangan service reserfasi
9	Penambahan petugas keamanan

10	Penerapan sistem informasi service dan suku cadang
11	Penyediaan dan pengelolaan kasir
12	Penyediaan dan pengelolaan ruang tunggu

Penentuan respon teknis mana yang perlu diambil oleh pihak manajemen dapat diketahui dengan melihat kontribusi dari masing-masing respon teknis tersebut. Semakin tinggi nilai kontribusi untuk suatu respon teknis maka respon teknis tersebut semakin diprioritaskan untuk segera direalisasikan.

Adapun respon teknis yang perlu segera ditindak lanjuti dimulai dari 4 prioritas teratas sebagai berikut :

- Pelatihan *Service Advisor*
Service Advisor memiliki peran yang sangat penting dalam bengkel. Seorang *Service Advisor* harus memiliki kemampuan yang baik dalam hal memberikan supervise pada tim mekanik dan membantu keperluan pelanggan dalam memberikan jasa *service*. Seakan-akan *service advisor* merupakan jawaban dari apa yang dikeluhkan pelanggan. Agar didapatkan seorang *Service Advisor* yang baik dalam melayani kebutuhan pelanggan dapat diantisipasi dengan seleksi karyawan pada saat penerimaan karyawan bengkel. Bila belum terantisipasi sejak awal, maka perusahaan perlu memberikan pelatihan secara berkala terhadap *Service Advisor* dengan selalu mengikuti perkembangan teknologi. Selain itu juga diberikan pelatihan pengembangan pengembangan diri untuk membentuk *Service Advisor* yang luwes, tanggap, dan juga pandai berkomunikasi dengan pelanggan.
- Pelatihan Mekanik
Seorang mekanik berperan penting dalam memperbaiki kerusakan mobil pelanggan. Oleh karena itu diperlukan seorang mekanik yang handal dalam menyelesaikan tugasnya. Tetapi banyak perusahaan/bengkel yang mengalami kesulitan untuk menemukan mekanik yang handal dalam bidangnya. Maka dari itu dilakukan antisipasi dengan memberikan training atau pelatihan di Honda Prospec Motor (HPM) secara berkala untuk menghasilkan mekanik yang handal dan cekatan dalam penanganan kerusakan.
- Persediaan Suku Cadang
Persediaan suku cadang dimaksudkan agar para pelanggan tidak merasa rugi apabila melakukan *service* kendaraan dibengkel tersebut karena persediaan suku cadang yang lengkap dimiliki oleh perusahaan/bengkel tersebut.
- Pemberian Insentif (bonus dan diskon)

Untuk memberikan daya tarik terhadap pelanggan perlu dilakukan strategi untuk memberikan diskon atau bonus terhadap layanan jasa maupun pembelian suku cadang. Dengan adanya bonus dan diskon terhadap layanan jasa dan pembelian suku cadang konsumen akan merasa diuntungkan untuk membeli jasa *service* maupun suku cadang terhadap bengkel tersebut

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Dari penelitian yang dilakukan di PT. Citra Cakra Honda Jemursari dapat diketahui mutu pelayanan jasa yang diberikan bengkel terhadap pelanggan yang datang. Dari 25 atribut jasa pelayanan yang dianggap paling penting oleh pelanggan adalah hasil perawatan dan perbaikan sesuai dengan yang diinginkan konsumen (4,71). Sedangkan penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan bengkel adalah kemampuan petugas bengkel dalam menganalisa masalah (0,050).
- Dari urutan prosedur hasil analisis QFD, maka diperoleh urutan prioritas yang harus dilakukan bengkel Honda Jemursari untuk mengembangkan peningkatan kinerja yaitu mulai dari pelatihan *Service advisor* (0,293). Pelatihan mekanik (0,154). Persediaan suku cadang (0,101). Pemberian insentif bonus dan diskon (0,089).

Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- Untuk meningkatkan kualitas layanan jasa maka pihak perusahaan perlu memperhatikan prioritas teknis berdasarkan analisis QFD agar bisa memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen.
- Untuk menjaga konsumen agar tetap merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel Honda Jemursari maka dalam pengembangan kualitas layanan, pihak bengkel perlu memperhatikan kepentingan teknis

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Safrizal Yafie, Suharyono, Yusri Abdillah. 2016 .”Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 35(2): hal.11-18.
- Aries, Claudia. 2012 . “Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Quality Function Deployment (QFD)* di Hypermart Superindo Tembalang”. *Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro*. Semarang.

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Cohen, Lou. 1995 . *Quality Function Deployment : How To Make QFD Work Of*.
- Irenne, Yane. 2013 . “Analisis Peningkatan Pelayanan dengan *Quality Function Deployment* (QFD)pada Laboratorium Matematika Pusat Laboratorium Terpadu”. *Jurnal Matematika FST UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta*. Vol. 9(2): hal.147-160.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012 . *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009 . *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Pustaka.
- Ndaru Prastono, Sri Yulianto Fajar Pradapa. 2012. “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chiken Semarang Candi”.*Jurnal Diploma Kepariwisataan Universitas Stikubank Semarang*. Vol. 11(2): hal.13-22.
- Riduwan. 2016 . *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010 . *Merode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tahendrika, Abner. 2015. “Analisis Kualitas Layanan *Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Suzuki pada Bengkel PT Sinar Galesong Pratama Makasar”. *Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*. Vol. 1(3): Hal 85-99.
- Tjiptono, Fandi. 2002 . *Manajemen Jasa Edisi Kedua Cetakan ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V.A., and Bitner, M.J. 2009 . *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: Mc Graw Hill Book Company.