

## Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Dengan Menggunakan Metode QFD (Studi Kasus Pada PT. Indosentosa Trada Nissan Soekarno Hatta Bandung)

Fajar Mochamad Sidik, Arie Hendra Saputro

Mahasiswa Magister Manajemen Bisnis  
Sekolah Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia

### Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk mengkaji secara deskriptif bagaimana gambaran kualitas pelayanan PT. Indosentosa Trada Nissan Soekarno Hatta Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Explanatory Survey Method* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala ordinal. Jumlah responden sebanyak 1500 pelanggan bengkel PT. Indosentosa Trada Nissan Soekarno Hatta Bandung dengan total sampel sebanyak 229 pelanggan bengkel PT. Indosentosa Trada Nissan Soekarno Hatta Bandung. Teknik pengolahan data menggunakan QFD. Berdasarkan hasil analisis pelayanan yang telah diberikan oleh bengkel Nissan Soekarno Hatta Bandung secara keseluruhan sudah baik, ini dibuktikan dengan nilai rata-rata persepsi 3.45 lebih besar dengan nilai rata-rata harapan yaitu 3.05 yang berarti pelanggan secara keseluruhan puas terhadap pelayanan yang ada, tetapi masih ada 5 atribut yang masih dirasakan tidak puas yang dibuktikan dengan adanya nilai negatif. Dengan menggunakan metode QFD dapat diketahui respon teknis terhadap atribut yang dirasakan tidak puas yang diharapkan dapat memenuhi harapan customer. Nilai *importance to customer* semakin tinggi akan menunjukkan semakin tinggi pula tingkat kepentingan atribut yang diharapkan oleh para responden, dimana tingkat kepentingan tertinggi adalah atribut saat pelanggan punya masalah dengan kendaraan, perusahaan cepat tahu dan dapat menyelesaikannya (4,18). Begitu pula sebaliknya, semakin rendah nilai akan menunjukkan semakin rendah pula tingkat kepentingan atribut yang dipentingkan oleh para responden, dimana tingkat kepentingan terendah adalah Fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan alat hiburan yang memadai (3,48). Untuk meningkatkan kualitas pelayanan bengkel maka rekomendasi yang disarankan adalah perlu melakukan perbaikan berkelanjutan (*Continuous Improvement*) untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih baik sehingga dapat mempertahankan pelanggan.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan (SERVQUAL), Quality Fugtion Deployment

## 1. PENDAHULUAN

Keinginan manusia akan kendaraan bermotor roda empat berjalan seiring dengan kebutuhan yang menuntut untuk mendukung aktivitas manusia, perlunya kendaraan roda empat sebagai alat untuk mempermudah melakukan kegiatan yang berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain menjadi sangat penting. Berbagai merek ditawarkan oleh produsen otomotif agar dapat memenuhi kebutuhan mobilitas manusia. Para produsen bersaing dengan berbagai keunggulan,

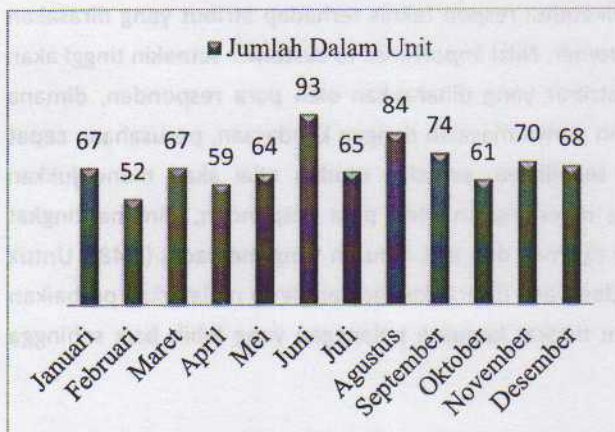
baik itu dari keunggulan produk ataupun keunggulan dalam pelayanan.

Persaingan yang ditawarkan oleh para produsen otomotif bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumennya, para produsen otomotif berlomba-lomba menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas, kualitas yang baik ialah yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan kualitas produk/pelayanan yang baik diharapkan produsen dapat mempertahankan konsumennya. Nissan

merupakan salah satu merek dari produsen otomotif asal Jepang dari sekian banyak produsen otomotif yang bergerak di bidang kendaraan bermotor.

PT. Indosentosa Trada (Nissan Soekarno Hatta) merupakan salah satu Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) nissan yang ada di kota Bandung dari dua *dealer* lainnya yaitu Nissan Veteran dan Nissan Abdurahman Saleh (Nissan ARS). Nissan Soekarno hatta adalah *dealer* pusat yang berada di kota bandung yang memiliki pelayanan *Sales* (penjualan kendaraan), *Service* (Perbaikan/bengkel), *sparepart* dan *Body repair*.

Tingkat penjualan antara tiga dealer tersebut berbeda-beda karena setiap dealer memiliki sumber daya, strategi, dan yang berbeda. Pada gambar 1.1 merupakan gambaran data penjualan yang diperoleh Nissan soekarno hatta dalam satu tahun terakhir (tahun 2014).

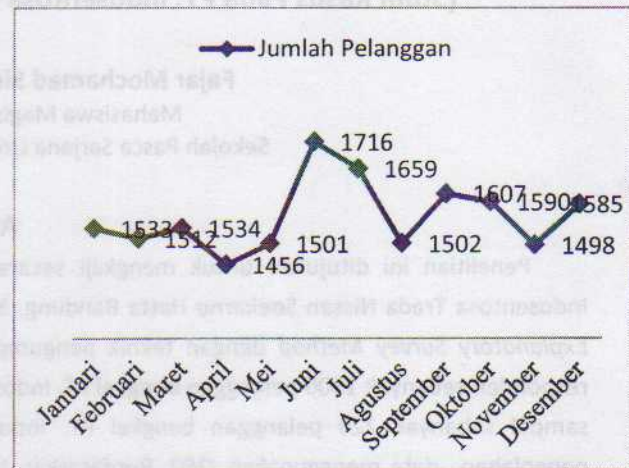


Sumber: Divisi Penjualan PT. Indosentosa Trada, (2014)

**Gambar 1**  
Penjualan Kendaraan Nissan Soekarno Hatta Bandung Tahun 2014

Gambar 1 memperlihatkan penjualan kendaraan roda empat pada merk Nissan cabang soekarno hatta Bandung mengalami fluktuatif dari bulan januari hingga desember 2014, penjualan tertingginya dicapai pada bulan juni yaitu 93 unit. Perolehan penjualan tersebut akan berpengaruh pada peningkatan jumlah *customer* bengkel sebagai layanan *after sales*. Besar ataupun kecilnya tingkat penjualan kendaraan pasti akan berpengaruh terhadap jumlah pelanggan bengkel, karena kendaraan tersebut membutuhkan perawatan selama

periode waktu tertentu. Pada gambar 2 terlihat data customer bengkel yang dimiliki oleh bengkel nissan soekarno hatta selama periode tahun 2014.



Sumber : Divisi Service PT. Indosentosa Trada, (2014)

**Gambar 2**  
Pelanggan Bengkel Nissan Soekarno Hatta Tahun 2014

Gambar 2 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan bengkel Nissan pada tahun 2014 mengalami fluktuatif, semakin banyak pelanggan maka perusahaan harus semakin meningkatkan pelayanannya, namun pada kenyataan setiap organisasi mempunyai keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Dalam melayani pelanggannya bengkel nissan soekarno hatta secara keseluruhan dapat mengendalikan kegiatan operasionalnya, namun karena keterbatasannya ada sebagian *customer* yang mendapat pelayanan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Terdapat beberapa keluhan yang disampaikan kepada pihak *service advisor* bengkel yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1**  
Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan
1.	Waktu tunggu servise yang terlalu lama
2.	Tempat ruang tunggu kurang luas
3.	Analisa yang salah dalam memperbaiki kendaraan
4.	Cuci mobil tidak bersih
5.	Antrian yang lama

Terlihat dalam Tabel 1 berbagai keluhan pelanggan yang harus diselesaikan dan dicari jalan keluarnya oleh divisi bengkel. Kondisi konsumen yang semakin kritis akan pelayanan jasa mengharuskan perusahaan meningkatkan kualitas layanan/jasa dengan tujuan untuk mempertahankan konsumennya.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pada *workshop* PT. Indosentosa Trada Nissan Soekarno Hatta Bandung.

Untuk memberikan usulan perbaikan kualitas layanan pada *workshop* PT. Indosentosa Trada Nissan Soekarno Hatta Bandung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

## 2. KERANGKA PENELITIAN

Kualitas pelayanan atau *servqual* merupakan suatu alat atau metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dengan menganalisa kesenjangan (*gap*) yang terjadi akibat ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Suatu model konseptual dari kualitas layanan yang menggambarkan kesenjangan atau ketidaksesuaian antara keinginan dan tingkat kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam penyerahan produk atau jasa (M. A Puspasari et al.: 2013).

Hasil antara harapan dan persepsi pelanggan (*service gap*) akan diintegrasikan dalam *Quality Function Deployment (QFD)*, atribut dari *Servqual* nantinya akan digunakan sebagai *Voice of Customer* untuk menggambarkan *Customer Needs* di *House of quality*.

Berhara dan Chase, 1990, dalam Wiyogo et al, 2013. Menetapkan metode ini pada sector jasa dengan menggunakan instrumen *Servqual* yang terfokus pada 5 dimensi mutu pelayanan untuk

mengumpulkan kebutuhan pelanggan yang kemudian diterjemahkan melalui matriks *House of Quality* menjadi desain proses jasa.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di bengkel Nissan Soekarno Hatta, Jalan Soekarno Hatta No 382 Bandung dari bulan Maret 2015 sampai dengan Juni 2015. Tahapan penelitian diawali dari survei pendahuluan dan studi literatur, identifikasi dan perumusan masalah, identifikasi atribut kuesioner, identifikasi jumlah sampel, penyusunan dan penyebaran kuesioner, uji validitas dan reliabilitas, analisis *SERVQUAL* menggunakan aplikasi metode *QFD*, interpretasi hasil serta penyusunan kesimpulan dan saran.

Responden pada penelitian ini adalah sebagian pelanggan bengkel Nissan Soekarno Hatta Bandung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel secara acak tanpa memperlihatkan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 118; 2014).

Populasi pelanggan bengkel Nissan Soekarno Hatta Bandung pada gambar 2 mempunyai rata-rata 1500 orang, jumlah sampel minimal yang dikembangkan *Isaak dan Michael* untuk tingkat kesalahan 10% dari populasi 1500 adalah 229 orang (Sugiyono, 126 ;2014)

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 229 pelanggan Bengkel Nissan Soekarno Hatta, setelah itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Tahapan selanjutnya adalah analisis menggunakan metode *SERVQUAL*, yang dilakukan analisis dengan gap 5 (persepsi-harapan). Acuan untuk pembuatan kuesioner yang disebar untuk responden adalah penggunaan 5 dimensi di metode *SERVQUAL*, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Hidayat, 2012 dalam arinta dkk 2013).

Hasil dari gap 5 yang bernilai negatif merupakan hasil dari jawaban pelanggan yang menginginkan atribut pelayanan tersebut harus atau berupa suara pelanggan (*voice of customer*). Perolehan hasil dari