

PENENTUAN PRIORITAS PERBAIKAN PELAYANAN TRANSPORTASI MENGUNAKAN METODE SERVQUAL

ANNA DARA ANDRIANA¹, RIZKY HANDI²
Universitas Komputer Indonesia^{1,2}
anna.dara.andriana@email.unikom.ac.id¹

ABSTRACT

PT. Tunggal Jaya Transport is a company engaged in transportation services that has two types of services. They are bus rental and bus travel. Along with the development and spread of transportation services, companies are challenging to retain their customers because they did not know what to improve in the services they offer to customers. We can overcome this by analyzing service appraisals and priority improvements that can be made by the company so that it can maintain its competitiveness. Service assessment and service improvements are carried out using the servqual method. This method measures the quality of service using five dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence, to obtain a difference or gap in value can be analyzed further. Each size will be lowered back into a variable that fulfills and is related to what the company is doing. Each variable will be calculated the perceived value and the expected value to obtain the gap value. This gap value showed the priority of services that must be fixed by the company immediately. The results showed that the repair of bus vehicles had the highest gap value. The value identified that the company can prioritize bus service to have a highly competitive cost still.

Key Words : Customer relationship management, services, servqual

ABSTRAK

PT. Tunggal Jaya Tansport adalah perusahaan yang bergerak dibidang layanan transportasi yang memiliki 2 macam layanan yakni, penyewaan bus dan travel bus. Seiring dengan berkembangnya dan merebaknya jasa layanan transportasi, perusahaan kesulitan dalam mempertahankan pelanggannya disebabkan perusahaan tidak dapat mengetahui apa yang harus diperbaiki dalam layanan yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Hal ini dapat kita atasi dengan melakukan analisis penilaian pelayanan dan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan sehingga dapat mempertahankan daya saingnya. Penilaian pelayanan dan perbaikan pelayanan yang dilakukan menggunakan metode servqual yakni sebuah metode yang mengukur kualitas sebuah layanan menggunakan lima dimensi, yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, sehingga memperoleh perbedaan atau gap nilai yang dapat dianalisis selanjutnya. Didalam setiap dimensi akan diturunkan kembali menjadi variable variable yang memenuhi dan berkaitan dengan apa yang dilakukan perusahaan. Setiap variable akan dihitung nilai persepsi dan nilai harapan sehingga didapatkan nilai gap. Nilai gap ini akan memperlihatkan prioritas pelayanan yang harus segera diperbaiki oleh perusahaan. Dari hasil pengolahan analisis data menggunakan metode servqual dapat ditarik kesimpulan bahwa variable V2 yakni perbaikan kendaraan bus memiliki nilai gap tertinggi, artinya perusahaan dapat memprioritaskan perbaikan dalam pelayanan bus ini, agar perusahaan tetap memiliki nilai daya saing yang tinggi.

Kata Kunci: Customer relationship management, pelayanan, servqual

PENDAHULUAN

PT Tunggal Jaya Transport merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang layanan transportasi. Perusahaan memiliki dua jenis layanan yakni penyewaan bus dan travel agent. Dengan berkembangnya pangsa pasar di dalam bisnis transportasi ini, perusahaan harus menghadapi berbagai macam pesaing serupa yang banyak bermunculan. Hal ini mengakibatkan terjadinya penurunan dalam jumlah pemesanan bus.

Pelayanan merupakan aktifitas yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sebagai rasa penghargaan kepada loyalitas pelanggan [2]. Dalam hal ini, perusahaan merasa kesulitan dalam melakukan perbaikan pelayanan.

Metode *Servqual* merupakan metode yang dapat digunakan dalam menghitung nilai gap antara harapan dan persepsi, sehingga perusahaan dapat memiliki prioritas dalam melakukan perbaikan pelayanan [1].

Berdasarkan hasil wawancara, dengan perusahaan, untuk menentukan prioritas yang akan dilakukan, perusahaan menggunakan kelima dimensi yang ditawarkan oleh metode yakni, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Dengan dianalisisnya kelima dimensi tersebut, diharapkan perusahaan dapat melakukan perbaikan kualitas pelayanan menurut prioritasnya.

Dengan Diterapkannya analisis prioritas perbaikan kualitas pelayanan, diharapkan perusahaan dapat memiliki nilai daya saing yang tinggi, sehingga tidak tertinggal dengan perusahaan-perusahaan baru yang banyak bermunculan.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan mendapatkan prioritas dalam perbaikan pelayanan. Hasil yang dicapai merupakan rekomendasi kepada perusahaan berupa urutan prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanannya.

Manfaat penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk membantu pihak terkait dalam menentukan prioritas pelayanan yang harus diperbaiki, sehingga perusahaan tetap memiliki daya saing yang tinggi terhadap perusahaan serupa lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

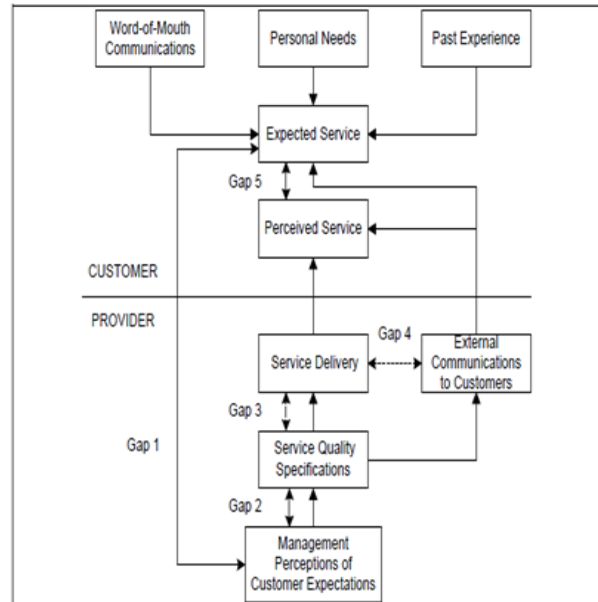
Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen atau perusahaan/instansi kepada publik untuk memberikan perasaan puas dan menanggapi respon konsumen. Pelayanan memiliki banyak arti juga pandangan berbeda-beda dari setiap individu. Pelayanan yang mengesankan dan istimewa, dapat menyebabkan kesetiaan pelanggan. misalnya, dalam bentuk pra-jual, kegiatan menjual, maupun purna-jual yang dapat diandalkan.

Menurut Mulyono, beliau mendefinisikan pelayanan sebagai aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*job description*) yang diberikan kepada konsumen serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan [2].

Metode *Servqual*

Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan atribut dimensi, sehingga akan diperoleh nilai-nilai gap (kesenjangan) yang merupakan jarak nilai dari persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan terhadap layanan yang diterima, berikut ini adalah model dari *Servqual* [3].



Gambar 1. Metode *Servqual*

Terdapat lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan atau disebut dengan TERRA, menurut Valerie Z, A. Parasuraman, dan Leonard B [4], kelima dimensi tersebut adalah:

1. Keandalan (*reliability*), adalah kemampuan dalam memberikan layanan yang dijanjikan perusahaan dengan segera, akurat dan memuaskan, kecepatan pegawai dalam pelayanan, pelayanan yang tepat sesuai dengan permasalahan, penguasaan karyawan pada tugasnya.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), adalah adanya keinginan para pegawai untuk membantu para pelanggan dalam memberikan layanan dengan tanggap, bersegera dalam memberikan respon permintaan, juga dapat menyelesaikan sikap permintaan pelanggan.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, dan sifat yang dapat dipercaya yang harus dimiliki para pegawai perusahaan; bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan, jaminan keamanan terhadap produk yang telah diberikan, jaminan keamanan dalam gedung dan luar gedung, ketersediaan teknologi modern yang aman digunakan, seperti bebas dari virus trojan dan spyware, kepastian yang diberikan perusahaan.
4. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan setiap individual pelanggan, perhatian secara khusus kepada tiap pelanggan yang ada, mampu memenuhi kebutuhan setiap pelanggan yang beragam, memahami kondisi pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi kualitas fisik perusahaan, perlengkapan, pegawai sarana komunikasi dan sarana prasarana teknologi.

Pengukuran kualitas pelayanan metode *Servqual* ini pertama kali dilakukan melalui Kuesioner dengan pertanyaan seputar harapan (ES) dan pertanyaan seputar pelayanan yang diterima (PS). Pertanyaan seputar harapan diberi label "E" dan pertanyaan seputar pelayanan yang diterima dilabeli "P". Skala yang digunakan adalah skala 5 poin.[3] rumus kepuasan pelanggan adalah [4] :

$$Q = P - E$$

Q = Quality / Kualitas pelayanan pelanggan
 P = Perceived / Pelayanan yang diterima
 E = Expectation / Harapan pelanggan

Kuesioner yang telah diberikan dari setiap pertanyaan kemudian dihitung nilai pembobotan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$X_{ES} = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n} \tag{2}$$

Keterangan:

XES = Nilai rata-rata seputar harapan
 E_i = Nilai dari respon yang diberikan seputar harapan
 n = Jumlah responden

$$X_{PS} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n} \tag{3}$$

Keterangan:

XPS = Nilai rata-rata seputar pelayanan yang diterima
 E_i = Nilai dari respon yang diberikan
 n = Jumlah responden

Kemudian dari Kuesioner yang diberikan kepada pelanggan dan diolah sehingga didapat nilai kualitas pelayanan seperti yang telah dikemukakan oleh Parasuraman [4] yaitu:

- a. Jika ES > PS maka kualitas yang diterima lebih kecil dari harapan pelanggan, artinya pelayanan masih belum memuaskan.
- b. Jika ES = PS maka kualitas yang diterima sebanding dengan harapan pelanggan, artinya pelayanan memuaskan.

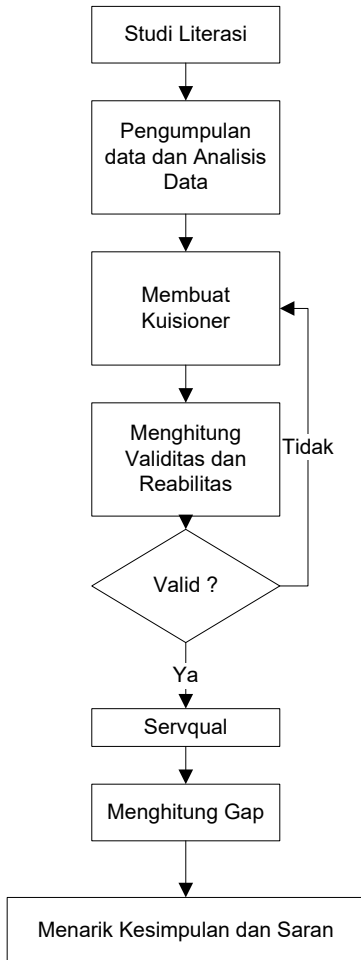
Jika ES < PS maka kualitas yang diterima lebih besar dari harapan yang diinginkan pelanggan, artinya kualitas pelayanan sangat memuaskan.

Skala Likert

Instrumen model Likert ini relatif mudah membuatnya, dan responden juga mudah meresponnya. Model likert ini juga memiliki kelemahan dari instrumen yakni adanya kecenderungan responden untuk mengisi instrumen sesuai dengan harapan masyarakat (*desireability bias*). Instrumen dengan skala ini merupakan bentuk yang sering digunakan peneliti untuk melakukan pengukuran.[5].

METODE

Alur penelitian yang dilakukan disajikan dalam berupa gambar yang menjelaskan setiap tahapan penelitian yang dilakukan. Alur penelitian dijelaskan dalam gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2. Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Prioritas perbaikan pelayanan menggunakan Servqual dimulai dengan membuat kuisisioner untuk setiap pelayanan, sehingga akan terbentuk 2 kuisisioner yakni kuisisioner untuk penyewaan bus dan travel bus. Untuk setiap kuisisioner, pelanggan akan mengisi kuisisioner harapan dan kenyataan, berikut adalah kuisisioner yang dimaksud:

Membuat Kuisisioner

Untuk menilai, langkah yang harus dilakukan pertama adalah membuat kuisisioner untuk masing masing layanan. Untuk setiap responden akan mengisi dua kuisisioner yaitu kuisisioner harapan yang artinya harapan pelanggan terhadap layanan perusahaan. Yang kedua adalah kuisisioner kenyataan, yaitu responden akan mengisi sesuai dengan kenyataan terhadap pelayanan perusahaan. Table 1 berikut ini adalah kuisisioner untuk layanan penyewaan bus.

Tabel 1. Kuesioner Penyewaan Bus

No	Pertanyaan
V1	Kehandalan Supir Bus Dalam Berkendara
V2	Penanganan Kerusakan yang dialami Kendaraan
V3	Fungsionalitas Fasilitas Dalam Bus
V4	Kebersihan Bus juga Kerapihan Dalam Bus
V5	Kesesuaian kendaraan Bus Yang Disewa
V6	Kenyamanan Ketika Berkendara

Tabel 2 berikut ini, adalah kuisisioner untuk pelayanan travel bus:

Tabel 2. Kuesioner Travel Bus

No	Pertanyaan
V1	Kehandalan Supir Bus Dalam Berkendara
V2	Penanganan Kerusakan yang dialami Kendaraan
V3	Fungsionalitas Fasilitas Dalam Bus
V4	Keamanan Penyimpanan Barang Bawaan dalam Perjalanan
V5	Ketepatan Keberangkatan Bus dengan Jadwal
V6	Ketersediaan Tiket Keberangkatan
V7	Kenyamanan Ruang Tunggu Keberangkatan
V8	Kenyamanan Ketika Berkendara

Tabel 3. Keterangan Skala Penilaian

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Baik
2	Tidak Baik
3	Cukup
4	Baik
5	Sangat Baik

Servqual

Tabel 4 berikut ini adalah nilai pembobotan dan nilai rata-rata yang didapat dari setiap pertanyaan Kuesioner, terdapat tabel kenyataan yang berisi hasil dari pendapat pelanggan tentang kualitas pelayanan dan terdapat juga tabel harapan, dalam tabel 4 tersebut berisi perkiraan kualitas pelayanan. Bobot dalam tabel tersebut berasal dari poin yang didapatkan dari masing-masing pertanyaan untuk didapatkan rata-ratanya.

Tabel 4. Tabel Pembobotan Kuesioner Penyewaan Bus

variable	Kenyataan		Harapan	
	Bobot	rerata	Bobot	rerata
V1	232	3,87	249	4,15
V2	227	3,78	256	4,27
V3	227	3,78	245	4,08
V4	235	3,91	256	4,27
V5	242	4,03	237	3,95
V6	229	3,82	252	4,20

Setelah Dihitung Nilai pada kuisisioner kenyataan dan Harapan, lalu akan dihitung GAP antara kedua nilai tersebut. Tabel 5 adalah hasil perhitungan dari gap tersebut:

Tabel 5 Nilai GAP Kuesioner Penyewaan Bus

variable	Rata-rata Kenyataan	Rata-rata harapan	Gap
V1	3,87	4,15	-0,28
V2	3,78	4,27	-0,49
V3	3,78	4,08	-0,30
V4	3,91	4,27	-0,36
V5	4,03	3,95	0,08
V6	3,82	4,20	-0,38

Berdasarkan hasil dari pengolahan data Kuesioner diperoleh nilai kualitas pelayanan berdasarkan nilai *Gap* antara *Expected Service* dan *Perceived Service* berikut adalah hasilnya:

- Nilai *Negatif* yang paling besar terjadi pada V2 dengan nilai *gap* yang didapatkan sebesar -0,49 yaitu bus mengalami kerusakan kendaraan dalam perjalanan.
- Nilai *Positif* paling besar terjadi pada V5 dengan nilai *Gap* masing-masing 0,08 yakni kesesuaian antara kendaraan yang dipesan dengan yang ditumpangi.
- Jika Nilai *Gap* > 0 Kondisi tersebut adalah kondisi yang ideal karena nilai pelayanan yang diterima lebih besar dari harapan pelanggan.

Berdasarkan Paparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus lebih focus pada perbaikan terhadap kondisi bus, karena nilai terbesar terdapat pada kerusakan kendaraan dalam perjalanan.

Hasil Nilai Pembobotan dan Rata-Rata pada Kuesioner Travel Bus

Berikut adalah tabel hasil perhitungan dari nilai pembobotan dan nilai rata-rata untuk kuisisioner travel bus, terdapat tabel kenyataan yang berisi hasil dari pendapat pelanggan tentang kualitas pelayanan dan terdapat juga tabel harapan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Hasil dapat dilihat pada table 6 dan 7 dibawah ini:

Tabel 6. Tabel Pembobotan Kuesioner Travel Bus

Variable	Kenyataan		Harapan	
	Bobot	Rata-Rata	Bobot	Rata-Rata
V1	225	3,75	243	4,05
V2	231	3,85	258	4,30
V3	227	3,78	252	4,20
V4	232	3,87	245	4,08
V5	236	3,93	252	4,20
V6	228	3,80	243	4,05
V7	251	4,18	249	4,15
V8	235	3,91	253	4,22

Berikut ini adalah hasil perhitungan nilai GAP dari hasil kuisiopner kenyataan dan Harapan:

Tabel 7. Nilai GAP Kuesioner Travel Bus

Variabel	Rata-rata Kenyataan	Rata-rata Harapan	Gap
V1	3,75	4,05	-0,30
V2	3,85	4,30	-0,45
V3	3,78	4,20	-0,42
V4	3,87	4,08	-0,21
V5	3,93	4,20	-0,27
V6	3,80	4,05	-0,25
V7	4,18	4,15	0,03
V8	3,91	4,22	-0,31

Hasil pengolahan data Kuesioner diperoleh hasil nilai dari kualitas pelayanan dilihat dari nilai *Gap* antara *Expected Service* dan *Perceived Service* adalah sebagai berikut:

- Nilai *Negatif* paling besar terjadi pada V2 dengan nilai *gap* sebesar -0,45 yaitu bus mengalami kerusakan dalam perjalanan,
- Nilai *Positif* paling besar terjadi pada V7 dengan nilai *Gap* masing-masing 0,03 yaitu kenyamanan ruang tunggu saat menunggu keberangkatan.
- Nilai *Gap* > 0 Kondisi tersebut menjadi ideal karena nilai pelayanan yang diterima lebih besar dari harapan pelanggan.

Berdasarkan paparan diatas dapat dilihat bahwa nilai *negative* terbesar didapatkan di variable V2 yakni adanya kerusakan Bus Ketika dalam perjalanan. Oleh karena itu, perusahaan dapat memprioritaskan perbaikan bus untuk memperbaiki layanan yang ditawarkan kepada pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis prioritas perbaikan pelayanan terhadap dua pelayanan, yakni penyewaan bus dan travel bus, didapatkan kesimpulan berikut ini:

- Pada Pelayanan Penyewaan Bus Gap terbesar didapatkan pada variable v2 yakni kerusakan kendaraan Ketika dalam perjalanan.
- Pada Pelayanan travel bus, Gap terbesar terdapat pada variable V2 yakni kerusakan kendaraan saat dalam perjalanan

Berdasarkan paparan diatas maka dapat disimpulkan baik pada pelayanan penyewaan bus ataupun pada pelayan travel bus, perusahaan harus memprioritaskan perbaikan pelayanan pada perbaikan kondisi kendaraan agar tidak ada lagi permasalahan kendaraan ketika dalam perjalanan.

Saran

Adapun saran yang diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Disarankan untuk menambah analisis dengan analisis daya saing.
- Membuat penilaian secara teratur dan konsisten supaya kualitas pelayanan tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- S. S. Yuniar, S. Arijanto, and G. P. Liansari, "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)," *J. Online Inst. Teknol. Nas.*, vol. 02, no. 02, pp. 98–109, 2014.
- Y. D. Fernandes and D. Marlius, "Peranan Customer Serice Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang," pp. 1–12, 2018.

- [3] S. S. Yuniar, S. Arijanto, and G. P. Liansari, "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)," *J. Online Inst. Teknol. Nas.*, vol. 02, no. 02, pp. 98–109, 2014.
- [4] Parasuraman, A., Valarie, Z., dan Leonard, B. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing (Fall)*, 41 – 50.
- [5] D. A. N. Pilihan, G. Untuk, and M. S. Learning, "Perbandingan Akurasi Penggunaan Skala Likert Dan Pilihan Ganda Untuk Mengukur Self-Regulated Learning," *J. Kependidikan Penelit. Inov. Pembelajaran*, vol. 45, no. 2, 2015

