

Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Penumpang Bis di Po. Sari Harum Rute Bandung-Palembang

¹Firmansyah, ²Dr.Nugraha, ³Dewi Shofi Mulyati

^{1,2,3}Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Jalan Tamansari No. 1, Bandung, 40116

e-mail:¹fhier10@gmail.com, ²nugraha692004@yahoo.com, ³dewishofi@gmail.com

Abstract: PO (Otobus Company) Sari Harum Is the original PO city of Bandung serving one route from Bandung-Palembang and the reverse direction. Many of the perceived complaints from customers using the service, such as the absence of online ticket purchases on the website, the lack of audio-video entertainment while on the move, the inconvenience of passenger seating on the bus and the less precise timing of arrival. In the research variables, the results of observations that have been done finally obtained 20 variables that are grouped into 5 dimensions of service quality that is tangible dimension, empathy, responsiveness, reliability and assurance. 5 (Five) of the 20 (twenty) service attributes that must be improved, namely Sari Harum website as a means of information, completeness of facilities in the waiting room, the accuracy of the schedule of departure, the availability of Audio-Video entertainment during the trip and the arrival time service. Viewed from the category of KANO there is a classification of each attribute, the category of One Dimensional, Attractive and Must be, this is because in the three categories KANO model is the basis of the existing categories, and they assume that these attributes are very necessary. Proposed Improvement for Quality Improvement of PO Bus Service. Sari Harum using the 5w + 1h method is the management should create an official website to facilitate customers to find information about Sari Harum bus, providing complete facilities in the waiting room such as chairs and parking areas, providing vehicles / buses that are not constrained by machines in this case less maintenance of the machine, Change the entertainment format more entertaining and varitatif again, so that passengers feel happy during the trip and Quick response to fix what the customer complaints.

Keywords: Customer Relationship Management, Kano Model Research Method, Method of Improvement (5W + 1H).

Abstrak: PO (Perusahaan Otobus) Sari Harum Merupakan PO asli kota Bandung yang melayani salah satu rute dari Bandung-Palembang dan arah sebaliknya. Banyak keluhan yang dirasakan dari pelanggan yang memakai jasa tersebut, seperti tidak adanya pembelian tiket secara online di website, kurangnya hiburan audio-video ketika dalam perjalanan, ketidak nyamanan tempat duduk penumpang di dalam bis dan kurang tepat nya jadwal waktu kedatangan. Dalam variabel penelitian, hasil observasi yang telah dilakukan akhirnya diperoleh 20 variabel yang dikelompokan menjadi 5 dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu dimensi *tangible, emphaty, responsiveness, reliability* dan *assurance*. 5 (Lima) dari 20 (dua puluh) atribut layanan yang harus diperbaiki, yaitu Adanya website Sari Harum sebagai sarana informasi, Kelengkapan fasilitas di ruang tunggu, Ketepatan jadwal keberangkatan, Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan dan Pelayanan waktu kedatangan. Dilihat dari kategori KANO terdapat klasifikasi setiap atribut, yaitu kategori *One Dimensional, Attractive* dan *Must be*, hal ini dikarenakan dalam model KANO ketiga kategori tersebut merupakan dasar dari kategori yang ada, dan mereka menganggap bahwa atribut-atribut tersebut memang sangat dibutuhkan. Usulan Perbaikan Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Bus PO. Sari Harum menggunakan metode 5w+1h yaitu pihak Manajemen sebaiknya membuat website resmi agar memudahkan pelanggan untuk mencari informasi tentang bus Sari Harum, memberikan fasilitas yang lengkap di ruang tunggu seperti kursi dan area parkir, memberikan kendaraan/bus yang tidak terkendala dengan mesin dalam hal ini kurang perawatan terhadap mesin, Mengubah format hiburan yang lebih menghibur dan varitatif lagi, agar penumpang merasa senang selama dalam perjalanan dan Cepat tanggap memperbaiki apa yang menjadi keluhan pelanggan.

Kata Kunci : Customer Relationship Management, Metode Penelitian Model Kano, Metode Perbaikan (5W+1H).

A. Pendahuluan

Alat transportasi merupakan hal yang penting dalam kehidupan masyarakat, terlebih lagi di masa sekarang dimana mobilitas masyarakat cukup tinggi. Berkat kemajuan dalam dunia transportasi, jarak antara daerah-daerah dirasakan semakin dekat. Transportasi telah menjadi salah satu unsur yang menentukan guna menjamin perkembangan ekonomi masyarakat. PO (Perusahaan Otobus) Sari Harum Merupakan PO asli kota Bandung yang melayani rute dari Bandung ke Palembang, Jambi, Pekanbaru, Baturaja, Tanjung Enim, Muara Enim, Prabumulih dan arah sebaliknya. Penelitian yang dilakukan adalah rute dari Bandung ke Palembang. Setelah mendapat ijin dari perusahaan PO. Sari Harum penelitian awal dilakukan dilapangan dan melakukan wawancara langsung terhadap penumpang bis PO Sari Harum rute Bandung-Palembang. Banyak keluhan yang dirasakan dari pelanggan yang memakai jasa tersebut, seperti tidak adanya pembelian tiket secara online di website, kurangnya hiburan audio-video ketika dalam perjalanan, ketidak nyamanan tempat duduk penumpang di dalam bis dan kurang tepat nya jadwal waktu kedatangan

B. Landasan Teori

Manajemen Hubungan Pelanggan, persaingan bisnis sekarang ini semakin meningkat, dengan berbagai cara mereka gunakan agar persaingannya bisa unggul dengan perusahaan yang lain. Salah satu cara agar bisa lebih unggul maka digunakan hubungan dengan pelanggan yaitu melayani segala kebutuhan pelanggan agar tercukupi. Pelanggan adalah suatu aset perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan kepada pelanggan. menurut Amin (Widjaja, 2008:8) manajemen hubungan pelanggan adalah proses memodifikasi perilaku konsumen dari waktu ke waktu dan belajar dari tiap interaksi, merubah, merawat pelanggan, dan memperkuat ikatan pelanggan dengan perusahaan.

Pengendalian kualitas dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan Model Kano yang dikembangkan oleh (Noriaki Kano, 1984). Model Kano adalah metode yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk/ jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori.

1. Must Be atau Basic needs.
2. Pada kategori keharusan (must be) atau kebutuhan dasar (basic needs), pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi.
3. One-dimensional atau performance needs
4. Dalam kategori one dimensional atau performance needs, tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula.
5. Attractive atau excitement needs
6. Sedangkan pada kategori attractive atau excitement needs, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sampai tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menurunkan tingkat kepuasan.
7. Indifferent

Ada atau tidaknya atribut dalam kategori ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan

1. Questionable

2. Kadangkala konsumen merasa puas atau tidak puas dengan keberadaan atribut dalam kategori ini diharapkan atau tidak diharapkan oleh konsumen.
3. Reverse
4. Konsumen tidak puas jika terdapat atribut dalam kategori ini, tapi konsumen akan puas jika atribut dalam kategori ini tidak ada.
5. Metode perbaikan yang dilakukan terhadap PO.Bis Sari Harum rute Bandung-Palembang yaitu Metode 5W + 1H: What (apa), Why (mengapa), Where (dimana), When (kapan), Who (siapa), How (bagaimana). Metode 5W + 1H adalah metode pertanyaan meminta yang digunakan untuk mengeksplorasi penyebab/efek hubungan yang mendasari masalah tertentu. Pada akhirnya, tujuan penerapan metode 5W+1H adalah untuk menentukan akar penyebab cacat atau masalah.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pelayanan sari harum dilakukan dengan mengklasifikasikan variabel penilaian pelayanan bus sesuai dengan titik sentuh layanan konsumen/aspek pelayanan. Untuk lebih jelasnya, tentang variabel disetiap bagian aspek layanan konsumen bus sari harum sesuai terlihat pada tabel 1.

Tabel 1 Variabel Penilaian Tingkat Pelayanan

No Layanan	Layanan
1	Adanya website Sari Harum sebagai sarana informasi
2	<u>Kemudahan pemesanan dan pembelian tiket (offline/online)</u>
3	<u>Ketersediaan Informasi di lingkungan shuttle</u>
4	<u>Kelengkapan Fasilitas di ruang tunggu</u>
5	<u>Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan</u>
6	<u>Kenyamanan duduk di dalam Bus Sari Harum</u>
7	Suhu dan kualitas udara dalam kendaraan
8	Adanya minuman yang diberikan oleh pihak Sari harum
9	<u>Kebersihan dan kondisi interior Kendaraan</u>
10	<u>Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan</u>
11	<u>Keramahan sopir</u>
12	<u>Kenyamanan sopir dalam menyetir</u>
13	<u>Kehadiran kesiapan petugas disetiap waktu dan keadaan</u>
14	<u>Kesigapan dan pelayanan petugas</u>
15	<u>Kecepatan tanggapan petugas terhadap keluhan konsumen</u>
16	<u>Sikap ramah/bersahabat petugas dalam melayani</u>
17	<u>Penampilan dan kerapian petugas</u>
18	<u>Pelayanan waktu kedatangan</u>
19	<u>Kecepatan penyerahan bagasi pada waktu kedatangan</u>
20	<u>Penanganan bagasi yang hilang/tertukar (lost and found)</u>

Pembuatan Kuesioner

Dalam melakukan pembuatan kuisisioner ini, terdapat dua bagian utama, yaitu :

1. Bagian Pertama
2. Pada bagian ini berisi pertanyaan umum/ data aktual mengenai profil responden. Seperti : jenis kelamin, usia, pekerjaan/profesi.
3. Bagian Kedua
4. Bagian ini berisi pertanyaan mengenai persepsi responden terhadap kualitas layanan yang telah diberikan, seperti pelayanan sebelum, selama dan sesudah Perjalanan. Pada kolom tingkat kepuasan menggunakan tipe skala pengukuran *likert*. Sedangkan pada kolom kedua dan ketiga berisi layanan berfungsi dan layanan tidak berfungsi, dimana hasil dari pernyataan tersebut akan dipetakan dengan model KANO untuk mengetahui hasilnya.

Penyebaran Kuisisioner pretest

Penyebaran kuesioner pretest ini bertujuan untuk menguji keandalan kuesioner yang disebar. Penyebaran kuesioner *pretest* pada penelitian ini akan dilakukan sampel sebanyak 30 data pengamatan yang dilakukan di loket Sari Harum rute Bandung-Palembang. Berikut hasil rekapitulasi data responden *pretest*, yang sesuai terlihat pada tabel 2

Tabel 2 Hasil Pretest

Tabel Data Hasil Pretest

RESPONDEN	Kuesioner Tingkat Kepuasan																		Total skor			
	Atribut Pelayanan																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		19	20	
1	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	67
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	72
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
25	5	3	2	4	3	4	5	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	69
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
27	5	3	3	3	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	86
28	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	63
29	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	67
30	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	74

Uji Validitas

Dari data hasil pengamatan, diperoleh besaran :

$$n = 30$$

$$\sum X_1 Y_1 = 8240$$

$$\sum X_1 = 109$$

$$\sum Y_1^2 = 169.481$$

$$\sum Y_1 = 2.241$$

$$(\sum Y_1)^2 = 5.022.081$$

Sehingga diperoleh :

$$r_{xy} = \frac{30(8.240) - (109 \times 2.241)}{\sqrt{\{30(407) - 11.881\} \times \{30(169.481) - 5.022.081\}}} = 0,647$$

Dari hasil perhitungan diatas didapat nilai r sebesar 0,647. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 30, maka didapat nilai r tabel sebesar 0,361 (pada tabel r Lampiran VII). Dapat dilihat bahwa nilai r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut bersifat valid. Hasil semua variabel yang dihitung bersifat valid, sesuai terlihat pada tabel 3.

Tabel 3 Data Uji Validasi

No	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,647	0,361	Valid
2	0,545	0,361	Valid
3	0,482	0,361	Valid
4	0,633	0,361	Valid
5	0,680	0,361	Valid
6	0,813	0,361	Valid
7	0,701	0,361	Valid
8	0,731	0,361	Valid
9	0,459	0,361	Valid
10	0,495	0,361	Valid
11	0,608	0,361	Valid
12	0,673	0,361	Valid
13	0,633	0,361	Valid
14	0,799	0,361	Valid
15	0,501	0,361	Valid
16	0,695	0,361	Valid
17	0,697	0,361	Valid
18	0,710	0,361	Valid
19	0,657	0,361	Valid
20	0,604	0,361	Valid

Uji Reliability

Metode untuk menguji alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode koefisien *Alpha Cronbach* (α), yaitu metode perhitungan yang reliabilitas yang dikembangkan *Cronbach* (1979).

Adapun untuk uji realibel kuesioner pretest sebagai berikut :

$$S_1^2 = \frac{46.151 - (1169)^2/30}{30 - 1} = 8,21$$

$$S_2^2 = \frac{38.834 - (1072)^2/30}{30 - 1} = 7,23$$

$$S_x^2 = \frac{16.9391 - (2241)^2/30}{30 - 1} = 27,24$$

$$r_{11} = 2\left(1 - \frac{8,21 + 7,23}{27,24}\right) = 0,916$$

Dari hasil *output* diatas didapat nilai Alpha sebesar 0.916, sedangkan nilai r_{kritis} (uji 2 sisi) pada signifikansi 0.05 dengan jumlah data (n) = 30, didapat sebesar 0.361. Karena nilai Alpha lebih besar dari 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa variabel keseluruhan pertanyaan tersebut reliabel.

Data Tingkat Kepuasan Setiap Layanan

Dari hasil pengukuran tingkat kepuasan ini, akan dilakukan rekapitulasi yang hasilnya akan diidentifikasi untuk dicari layanan yang termasuk ke dalam layanan unggulan atau kelemahan dari hasil rekapitulasi 100 responden tingkat kepuasan sesuai terlihat pada tabel 4

Tabel 4 Data Tingkat Kepuasan

Responden	Kuesioner Tingkat Kepuasan																			
	Atribut Pelayanan																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
...
94	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5	4
95	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5
96	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
97	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	4	5	3	4	3	4	3	5	4
98	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3	4	3
99	3	5	3	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4
100	2	5	3	4	2	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	3
Rata-rata	3,54	3,7	3,65	3,54	3,4	3,72	3,68	3,71	3,69	3,61	3,67	3,69	3,7	3,54	3,57	3,71	3,69	3,61	3,7	3,71
Grand Mean	3,642																			

contoh perhitungannya

$$\bar{X}_1 = \frac{354}{100} \dots \dots \dots \bar{X}_{20} = \frac{371}{100}$$

$$= 3,54 \qquad \qquad \qquad = 3,71$$

Untuk atribut selanjutnya dilakukan dengan perhitungan yang sama, setelah itu dicari *grand mean* tingkat kepuasan dari layanan tersebut dengan cara seperti dibawah ini:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{3,54 + 3,67 + 3,68 + \dots + 3,61 + 3,7 + 3,71}{20} = 3,642$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa *grand mean* tingkat kepuasan atribut layanan sebesar 3,642.

Klasifikasi Atribut Berdasarkan model KANO

Langkah-langkah cara mengklasifikasikannya sesuai terlihat pada tabel 5.

Tabel 5 Contoh Butir Pertanyaan Model KANO

Pertanyaan	Layanan tidak berfungsi					Layanan Berfungsi				
	SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
Adanya informasi bus Sari Harum di situs/website resmi				x			x			

Setelah menjawab pertanyaan yang diajukan, langkah selanjutnya adalah mengolah hasil kuisioner dengan mencerminkan pada tabel evaluasi KANO. Para responden untuk setiap pasangan pertanyaan disusun ke dalam sebuah 5X5 tabel KANO, sesuai terlihat pada tabel6

Tabel 6 Tabel Evaluasi KANO

Kebutuhan Pelanggan		Disfungsional				
		Sangat Suka	Suka	Netral	Tidak Suka	Sangat Tidak Suka
Fungsional	Sangat Suka	Q	A	A	A	O
	Suka	R	I	I	I	M
	Netral	R	I	I	I	M
	Tidak Suka	R	I	I	I	M
	Sangat Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Keterangan:

- M = *Must be* (Keharusan)
- O = *One dimensional* (Satu Ukuran)
- A = *Attrctive* (Menarik)
- I = *Indefferent* (Netral)
- Q = *Questionable* (Diragukan)
- R = *Reverse* (Kemunduran)

Selanjutnya dilakukan perhitungan dan pengklasifikasian untuk semua variabel dari satu sampai seratus. Berikut adalah hasil rekapitulasi seluruh tabel evaluasi KANO, sesuai terlihat pada tabel 7.

Tabel 7 Rekapitulasi Tabel Evaluasi KANO

Responden	KATEGORI KANO																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	I	M	O	O	I	A	A	M	M	O	M	M	A	M	O	I	M	M	I	M
2	I	A	O	A	O	O	O	I	I	O	I	A	M	A	A	A	I	O	M	O
3	I	M	O	M	A	I	M	I	M	O	I	I	O	O	I	O	A	A	A	M
97	A	M	I	A	M	O	I	I	A	I	I	I	I	I	I	M	I	M	I	A
98	I	A	O	A	I	I	I	M	I	M	M	O	A	I	I	M	I	A	M	M
99	I	I	O	M	I	I	I	I	O	A	I	O	M	I	M	A	M	M	I	A
100	M	I	I	M	O	O	I	I	O	A	I	A	O	O	I	I	I	O	I	M

Setelah dilakukan perhitungan dan pengklasifikasian kategori Kano maka diperoleh jumlah /nilai kategori kano tiap-tiap atribut terhadap semua responden dengan menggunakan Blauth's formula (**Walden, 1999**) yaitu :

1. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) > jumlah nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh nilai paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*)
2. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) < jumlah nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).
3. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah nilai

(*indifferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be* dan *indifferent, reverse, questionable*).

Berdasarkan hasil nilai diatas : $I > R > Q = 77$ lebih besar dari nilai $M > O > A = 22$, maka grade yang akan dipilih adalah antara I, R, Q, karna nilai R dan Q nol maka grade yang terpilih ada I. untuk hasil variabel 2 dan seterusnya dilakukan perhitungan yang sama, berikut rekapitulasi pemetaan kategori kano tiap atribut sesuai terlihat pada tabel 8.

Tabel 8 Rekapitulasi Pemetaan Kategori KANO Tiap Atribut

NO	Atribut Layanan	Kategori KANO						Total	Grade
		M	O	A	I	R	Q		
1	Adanya website Sari Harum sebagai sarana informasi	8	1	14	77			100	I
2	Kemudahan pemesanan dan pembelian tiket (<i>offline/online</i>)	35	21	18	26			100	M
3	Ketersediaan informasi di lingkungan loket	22	25	26	27			100	A
4	Suhu dan kualitas udara dalam kendaraan	18	35	27	20			100	O
5	Kelengkapan Fasilitas di ruang tunggu	25	22	16	37			100	M
6	Adanya minuman yang diberikan oleh pihak Sari Harum	28	21	29	22			100	A
7	Kenyamanan duduk di dalam Bus Sari Harum	28	10	15	47			100	M
8	Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan	21	15	18	46			100	M
9	Kebersihan dan kondisi interior Kendaraan	26	24	25	25			100	M
10	Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan	15	24	14	51			100	I
11	Keramahan sopir	16	22	18	44			100	O
12	Kenyamanan sopir dalam menyetir	25	23	21	31			100	M
13	Kehadiran kesiapan petugas disetiap waktu dan keadaan	19	22	27	24			100	A
14	Kesigapan dan pelayanan petugas	25	24	19	32			100	M
15	Kecepatan tanggapan petugas terhadap keluhan konsumen	21	22	20	37			100	M
16	Sikap ramah/bersahabat petugas dalam melayani	26	20	28	26			100	A
17	Penampilan dan kerapian petugas	22	26	21	31			100	O
18	Pelayanan waktu kedatangan	25	37	26	12			100	O
19	Kecepatan penyerahan bagasi pada waktu kedatangan	22	10	24	44			100	A
20	Penanganan bagasi yang hilang/tertukar (<i>lost and found</i>)	25	38	24	13			100	O

Selanjutnya adalah mengintegrasikan klasifikasi atribut berdasarkan kategori kano dengan identifikasi keunggulan dan kelemahan sesuai terlihat pada tabel 9.

Tabel 9 Integrasi Kepuasan Pelayanan dengan Model KANO

	NO	Layanan	Kategori KANO	Keunggulan/Kelemahan	Perbaikan
Tangible	5	Kelengkapan Fasilitas di ruang tunggu	M	Kelemahan	Ditingkatkan
	7	Kenyamanan duduk di Bus Sari Harum	M	Keunggulan	Dikembangkan
	9	Kebersihan dan kondisi interior Kendaraan	M	Keunggulan	Dipertahankan
	10	Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan	I	Kelemahan	Ditingkatkan
Empathy	17	Penampilan dan kerapian petugas	O	Keunggulan	Dipertahankan
	1	Adanya Situs resmi Sari Harum sebagai sarana informasi	I	Kelemahan	Ditingkatkan
	3	Ketersediaan informasi di lingkungan shuttle	A	Keunggulan	Dikembangkan
	6	Adanya minuman yang diberikan oleh pihak Sari Harum	A	Keunggulan	Dikembangkan
	11	Keramahan sopir	O	Keunggulan	Dipertahankan
Responsiveness	16	Sikap ramah/bersahabat petugas dalam melayani	A	Keunggulan	Dipertahankan
	14	Kesigapan dan pelayanan petugas	M	Keunggulan	Dipertahankan
	15	Kecepatan tanggapan petugas terhadap keluhan konsumen	M	Keunggulan	Dipertahankan
	18	Pelayanan kedatangan	O	Kelemahan	Ditingkatkan
	19	Kecepatan penyerahan bagasi pada waktu kedatangan	A	Keunggulan	Dipertahankan
	20	Penanganan bagasi yang hilang/tertukar (<i>lost and found</i>)	O	Keunggulan	Dipertahankan
Assurance	2	Kemudahan pemesanan dan pembelian tiket (<i>offline/online</i>)	M	Keunggulan	Dikembangkan
	8	Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan	M	Kelemahan	Ditingkatkan
	4	Suhu dan kualitas udara dalam kendaraan	O	Keunggulan	Dipertahankan
Assurance	12	Kenyamanan sopir dalam menyetir	M	Keunggulan	Dipertahankan
	13	Kehadiran kesiapan petugas disetiap waktu dan keadaan	A	Keunggulan	Dipertahankan

Atribut Pelayanan Keunggulan Yang Harus Dipertahankan

Atribut-atribut pelayanan yang harus dipertahankan oleh pihak Sari Harum,

sesuai dengan urutan prioritas atribut berdasarkan kepuasan konsumen dan klasifikasi KANO, akan tetapi pihak Sari Harum harus selalu mengamati atau memantau kinerja atribut, terutama atribut yang paling diprioritaskan untuk dipertahankan, serta tetap mengadakan perawatan (*maintenance*) dan menjaga agar kinerja atribut yang memiliki kepuasan tinggi tetap stabil sesuai terlihat pada Tabel 10

Tabel 10 Atribut yang harus Dipertahankan

NO	Layanan	Kepuasan	Keterangan	Kategori KANO
2	Kemudahan pemesanan dan pembelian tiket (<i>offline/online</i>)	3,67	Keunggulan	M
3	Ketersediaan informasi di lingkungan shuttle	3,68	Keunggulan	A
4	Suhu dan kualitas udara dalam kendaraan	3,68	Keunggulan	O
6	Adanya minuman yang diberikan oleh pihak Sari Harum	3,71	Keunggulan	A
7	Kenyamanan duduk di dalam Bus Sari Harum	3,72	Keunggulan	M
9	Kebersihan dan kondisi interior kendaraan	3,69	Keunggulan	M
12	Kenyamanan sopir dalam menyetir	3,69	Keunggulan	M
13	Kehadiran kesiapan petugas disetiap waktu dan keadaan	3,7	Keunggulan	A
14	Kesigapan dan pelayanan petugas	3,7	Keunggulan	M
15	Kecepatan tanggapan petugas terhadap keluhan konsumen	3,69	Keunggulan	M
16	Sikap ramah/bersahabat petugas dalam melayani	3,71	Keunggulan	A
17	Penampilan dan kerapian petugas	3,69	Keunggulan	O
19	Kecepatan penyerahan bagasi pada waktu kedatangan	3,7	Keunggulan	A
20	Penanganan bagasi yang hilang/tertukar (<i>lost and found</i>)	3,71	Keunggulan	O

Atribut Pelayanan Kelemahan yang Harus Ditingkatkan

Tabel 11 prioritas Atribut yang harus Ditingkatkan

No Layanan	Layanan	Kepuasan	Grand Mean	Keterangan	KANO
1	Adanya website Sari Harum sebagai sarana Informasi	3,54	3,642	Kelemahan	I
5	Kelengkapan fasilitas di ruang tunggu	3,56		Kelemahan	M
8	Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan	3,38		Kelemahan	M
10	Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan	3,62		Kelemahan	I
18	Pelayanan waktu kedatangan	3,61		Kelemahan	O

Usulan Perbaikan Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Bus PO. Sari Harum

Usulan Perbaikan yaitu dengan pendekatan Kaizen (5W+1H) sesuai terlihat pada Table

Tabel 12 Usulan Perbaikan dengan Metode 5W+1H

No	What (Yang Perlu Ditingkatkan)	Why (Alasan)	Where (Dimana)	When (Waktu)	Who (Siapa Yang Melakukan)	How (Cara Yang Dilakukan)
1	Adanya website Sari Harum sebagai sarana Informasi	Penumpang kurang puas karena tidak mengetahui informasi dari sari harum	Di dalam Manajemen informasi Po. Sari harum	Pada saat pelanggan memesan membeli tiket	Pihak staff bagian informasi customer service	Pihak Manajemen sebaiknya membuat website resmi agar memudahkan pelanggan untuk mencari informasi tentang bus Sari Harum
2	Kelengkapan fasilitas di ruang tunggu	Penumpang merasa kurang nyaman dengan kelengkapan fasilitas di ruang tunggu	Di ruang tunggu sebelum berangkat	Pada saat penumpang duduk di ruang tunggu	Pihak Manajemen PO. Sari Harum	Pihak manajemen sebaiknya memberikan fasilitas yang lengkap di ruang tunggu seperti kursi dan area parkir
3	Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan	Penumpang kurang nyaman dengan jadwal keberangkatan maupun kedatangan yang tertunda	Di loket Sari Harum	Pada saat keberangkatan dan kedatangan	Driver	<ol style="list-style-type: none"> Pihak manajemen sebaiknya memberikan sanksi berupa SP 1 sampai SP 3 terhadap supir yang tidak tepat waktu ketika bus mau berangkat Pihak manajemen sebaiknya memberikan kendaraan bus yang tidak terkendala dengan mesin dalam hal ini kurang perawatan terhadap mesin.
4	Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan	Hiburan yang kadang di tampilkan selalu monoton dan kurang menghibur	Di dalam kendaraan	Pada saat penumpang berada di dalam kendaraan	Pihak manajemen PO. Sari Harum	Mengubah format hiburan yang lebih menghibur dan variatif lagi, agar penumpang merasa senang selama dalam perjalanan
5	Pelayanan waktu kedatangan	Penumpang merasa kurang dilayani pada waktu kedatangan	Pada saat di loket	Pada saat waktu kedatangan	petugas	<ol style="list-style-type: none"> Sebaiknya petugas Lebih melayani pelanggan yang sampai di tujuan Cepat tanggap memperbaiki apa yang menjadi keluhan pelanggan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan tentang kepuasan pelanggan serta usulan perbaikan kualitas pelayanan di PO. Sari Harum Bandung, yaitu :

- Mengidentifikasi Kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan didapatkan ada 5 variabel yang skornya dibawah nilai *grand mean* 3,642. Lima layanan PO. Sari Harum yang diperlukan adanya peningkatan kinerja yaitu:
 - Adanya website Sari Harum sebagai sarana Informasi
 - Kelengkapan fasilitas di ruang tunggu
 - Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan
 - Ketersediaan hiburan Audio-Video selama perjalanan
 - Pelayanan waktu kedatangan
- Mengukur tingkat kepuasan Berdasarkan kerangka pengintegrasian model KANO dimana nilai $M > O > A > I$ adalah:
 - Dari 20 atribut pelayanan terdapat 8 atribut pelayanan yang berada pada kategori *Must be* (M). Ada dua kategori *Must be* (M) memiliki nilai rendah, yang berarti perlunya adanya peningkatan, karena aspek ini sangat penting diwujudkan dalam setiap layanan Sari Harum sendiri.
 - Terdapat lima atribut pelayanan yang berkategori *One Dimensional* (O) yang artinya pelayanan ini harus dipertahankan. Ada satu atribut yang memiliki nilai rendah yang harus diperbaiki dan ditingkatkan oleh pihak Sari Harum.
 - atribut pelayanan inovasi dari pihak Sari Harum yang termasuk dalam kategori *Attractive* (A). Meskipun layanan tersebut termasuk ke dalam keunggulan ada baiknya terus dipertahankan dan dikembangkan agar penumpang semakin puas.
 - Dua atribut pelayanan termasuk ke dalam *Indifferent* (I) yaitu Adanya website Sari Harum sebagai sarana Informasi dan Ketersediaan hiburan Audio-Video

selama perjalanan, walaupun penumpang tidak terlalu memperdulikan adanya atribut layanan ini, ada baiknya terus dilakukan peningkatan demi terciptanya kepuasan pelanggan.

3. Usulan perbaikan kualitas layanan yang harus di upayakan oleh pihak Sari Harum dengan menggunakan pendekatan kaizen yaitu 5W+1H yang telah dilakukan, solusinya adalah :
 - a. Pihak Manajemen sebaiknya membuat *website* resmi yang digabungkan dengan *customer service* agar memudahkan pelanggan untuk mencari informasi tentang bus Sari Harum, terutama yang belum pernah menggunakan jasa transportasi ini.
 - b. Sebaiknya pihak manajemen PO. Sari Harum mendesain kembali kursi untuk penumpang maupun keluarga yang ikut mengantar dan menyewa tempat yang ada halaman kosong untuk area parkir keluarga atau teman, sehingga mobil/motor yang parkir tidak memakan bahu jalan.
 - c. Pihak manajemen harus memberikan sanksi terhadap supir yang tidak disiplin ketika bus mau berangkat, karena kunci dari kesuksesan suatu perusahaan tergantung dari kedisiplinan karyawan itu sendiri dan Pihak manajemen sebaiknya memberikan kendaraan/bus yang tidak terkendala dengan mesin. Dalam hal ini perusahaan harus secara rutin melakukan maintenance atau mengecek kendaraan sebelum berangkat.
 - d. Dengan mempertimbangkan dari segi finansial perusahaan harus bisa memberikan fasilitas hiburan yang menghibur dan lebih varitatif sehingga penumpang tidak merasa bosan ketika dalam perjalanan, melihat waktu tempuh perjalanan dari Bandung ke-palembang memerlukan waktu kurang lebih 18 jam. Dilihat dari usia responden rata-rata pelanggan berusia 20-40 yang cenderung membutuhkan hiburan yang menarik dan tidak cepat bosan.
 - e. Perusahaan harus mampu memberikan pelatihan atau arahan terhadap petugas yang berada di loket kedatangan agar memberikan pelayanan yang sama ketika waktu keberangkatan. pelayanan petugas yang dapat memuaskan pelanggan melebihi ekspektasi pada ujungnya dapat memperbaiki p

Daftar Pustaka

- Amin Widjaja Tunggal, Ak. MBA. (2008). *Dasar Customer Relationship Management*.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Haller, (2010). Lima Kategori Dasar Statistik Untuk Mengklasifikasikan Para Hasil Responden.
- Kotler, P., (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12, jilid 2, PT. Mancanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P. & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi duabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kano, N., K. Seraku, F. Takahashi, S. Tsuji., (1984). “*Attractive Quality and Must-be Quality*”, *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 14, no. 2, pp. 39-48.
- Parasuraman, A., & Berry, L. L., (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*, Collier Macmillan Publisher, London.
- Umar Husein, (2002). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsume*. PT. Gramedia Pusaka Utama; Jakarta
- Wijaya, Tony, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta: PT. Indeks

Walden, D., 1993. "A special issue on Kano's methods for understanding customer defined quality", *The Center for Quality of Management Journal*, vol. 2. no.4,pp.3-35.

Zeithaml, V. A.,

