

Perancangan Ulang Proses Pelayanan Travel *Arnes Shuttle Bandung* Berdasarkan Hasil Evaluasi dengan Menggunakan Metode *Service Quality*

Redesign of Arnes Shuttle Bandung Travel Service Process Based on Evaluation Results by Using Service Quality Method

¹ Aditya Windantara P, ² Otong Rukmana dan ³ Selamat

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

email: ¹awindantarap@gmail.com, ²otongrukmana@yahoo.com, dan ³2122selamat@gmail.com,

Abstract. PT. Niaga Handal Cemerlang is a mobile travel service that oversees Arnes Shuttle Bandung trip that offers travel services out of town. The company is growing rapidly but the services provided have not been well structured. The purpose of this study is to identify customers and measure customer satisfaction between perceptions and expectations, analyze the quality of services that need to be improved and improve the process on Arnes Shuttle Bandung trip. The purpose of this study is to identify customers and measure customer satisfaction between perceptions and expectations, analyze the quality of services that need to be improved and improve the process on Arnes Shuttle Bandung trip. Based on these objectives, the steps taken are to determine and categorize the problems, add questionnaires, test validity and reliability, process the quality of data services, and average attribute average score and expectations, analyze performance and improvement. weak aspects. The method used to streamline the Blueprint service, Standard Operational Procedure (SOP) for employees and services.

Keywords: Service Quality, Fisbone Diagram, Service Blueprint, Operational Standards Procedure.

Abstrak. PT. Niaga Handal Cemerlang bergerak dibidang jasa travel yang menaungi travel Arnes Shuttle Bandung yang menawarkan jasa perjalanan keluar kota. Perusahaan ini berkembang dengan pesat namun pelayanan yang diberikan belum terstruktur dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi persepsi pelayanan dan ekspekstasi pelanggan, mengukur gap kepuasan pelanggan antara persepsi dan ekspektasi, menganalisis kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki dan merancang proses perbaikan pelayanan pada travel Arnes Shuttle Bandung. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi persepsi pelayanan dan ekspekstasi pelanggan, mengukur gap kepuasan pelanggan antara persepsi dan ekspektasi, menganalisis kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki dan merancang proses perbaikan pelayanan pada travel Arnes Shuttle Bandung. Berdasarkan tujuan tersebut, langkah-langkah yang dilakukan yaitu dengan penetapan dan pengelompokan prioritas masalah, menyebarkan kuesioner, melakukan uji validitas dan reabilitas, mengolah data service quality, dan menghitung rata-rata score atribut kepuasan dan ekspektasi, menganalisis Aspek yang lemah perbaikan dan perancangan ulang aspek yang lemah. Berdasarkan analisis, usulan proses pelayanan travel Arnes Shuttle Bandung dilakukan dengan merancang Service Blueprint, Standar Operasional Prosedur(SOP) untuk pegawai dan pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Diagram *Fisbone*, Cetak Biru layanan, Standar Operasional Prosedur.

A. Pendahuluan

Produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan terhadap konsumen, maka PT. Niaga Handal Cemerlang bergerak dibidang jasa moda angkutan yang biasa disebut travel yang menaungi travel arnes shuttle Bandung, yang menawarkan jasa kepada calon konsumen untuk perjalanan keluar kota serta memberikan suatu layanan yang berbeda selain mengantarkan konsumen dari satu kota ke kota lainnya.

Penelitian ini mencoba mengamati usulan perbaikan pelayanan yang diberikan travel arnes shuttle Bandung dengan metode *service blueprint* melalui pendekatan 7P (*Product, Place, Price, Promotion, Process, Psycal Enviroment, People*), *Service blueprint* merupakan menjadi sebuah tolak ukur pelayanan dan sebuah proses yang menggambarkan alur dari pelayanan travel arnes shuttle Bandung yang dapat mempermudah pelayanan, penggunaan *service blueprint* juga dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi.

B. Landasan Teori

Pengertian Jasa

Jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasar mata dan satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Karakteristik Jasa

Karakteristik Jasa kurang lebih 4 yaitu *Intangibility* (Tak Berwujud), *Inspirability* (Tidak Dapat Dipisahkan), *Variability* (Berubah-ubah), *Perishability* (Mudah Lenyap)

4 Katagori Pelayanan

Pemrosesan Manusia (jasa ditujukan pada tubuh seseorang), Pemrosesan Kepemilikan (jasa ditujukan pada fisik benda yang dimiliki), Pemrosesan Stimulus Mental (jasa ditujukan pada pikiran seseorang), Pemrosesan Informasi (jasa ditujukan pada aset-aset nirwujud)

7 P dari Pemasaran Jasa

keseluruhan tujuh elemen “7P” dari pemasaran jasa menunjukkan unsur-unsur yang dibutuhkan untuk menciptakan strategi yang layak dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus menghasilkan laba dalam pasar yang kompetitif., Bauran pemasaran tradisional yang diterapkan di sektor jasa adalah sebagai berikut : *Product, Place, Price, Promotion, Process, Physical Enviroment, People*.

Service Quality / Servqual

Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Pengukurannya metode ini dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengumpulan data

ini pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari tahu informasi-informasi yang dapat mendukung berjalannya penelitian melalui sumber-sumber yang tepat dan akurat, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan tanpa melalui perantara, dengan kata lain data primer merupakan data-data yang didapatkan langsung dari objek yang dituju

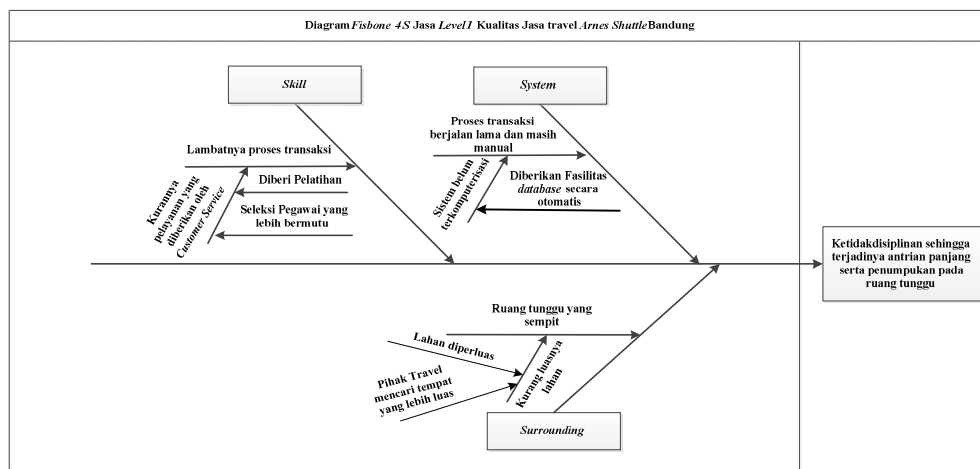
Setelah mendapatkan data persepsi dan ekspektasi pelanggan, selanjutnya mencari selisih dari data persepsi dan ekspektasi dimana akan dicari total dan rata-rata dari *score* atribut tersebut. Hasil perhitungan rata-rata *score* atribut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Hasil Jumlah rata rata tiap atribut

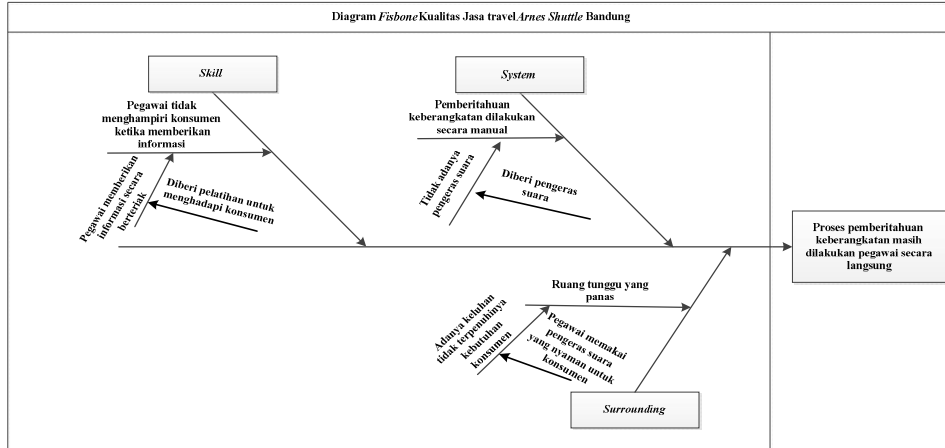
Rata - Rata	V1	v2	V3	V4	V 5	V6	V7	V8	V9	V1 0	V1 1	V1 2	V 13	V 14	V1 5	V1 6	V1 7	V1 8	V 19	V2 0	V2 1	V 22
Persepsi	2,89	1,94	2,81	3,01	2,55	2,18	3,65	3,26	2,87	2,62	2,27	1,97	3,01	3,22	2,79	2,13	3,54	3,36	2,97	2,97	3,19	3,15
Ekspektasi	4,31	4,2	4,34	4,43	4,25	4,29	4,43	4,42	4,45	4,54	4,23	4,19	4,21	4,22	4,24	4,4	4,26	4,33	4,37	4,43	4,31	4,45
TSQ	-1,42	-2,26	-1,53	-1,29	-1,7	-2,11	0,65	-1,16	-1,58	-1,92	-1,53	-2,22	-1,2	-1	-1,45	-2,27	0,72	0,97	1,4	1,46	1,12	1,3

Perbaikan aspek yang lemah

Dari hasil perhitungan kuesioner kepuasan maka ada beberapa aspek yang lemah yang dijadikan sebagai acuan sebagai perbaikan di Travel Arnes Shuttle Bandung , yang terdapat pada prioritas pelayananyang menjadi kekurangan ditravel arnes shuttle Bandung , yang menjadi tolak ukur sebagai perancangan ulang layanan dengan penggambaran menggunakan *Service Blueprint* / Cetak biru layanan. Diagram Fishbone ini sebagai penentuan aspek yang terlemah dari penjabaran 4Sjasa yaitu segi aspek *Skill*, *System* , *Supplier* dan *Surroundings* diagram fishbone



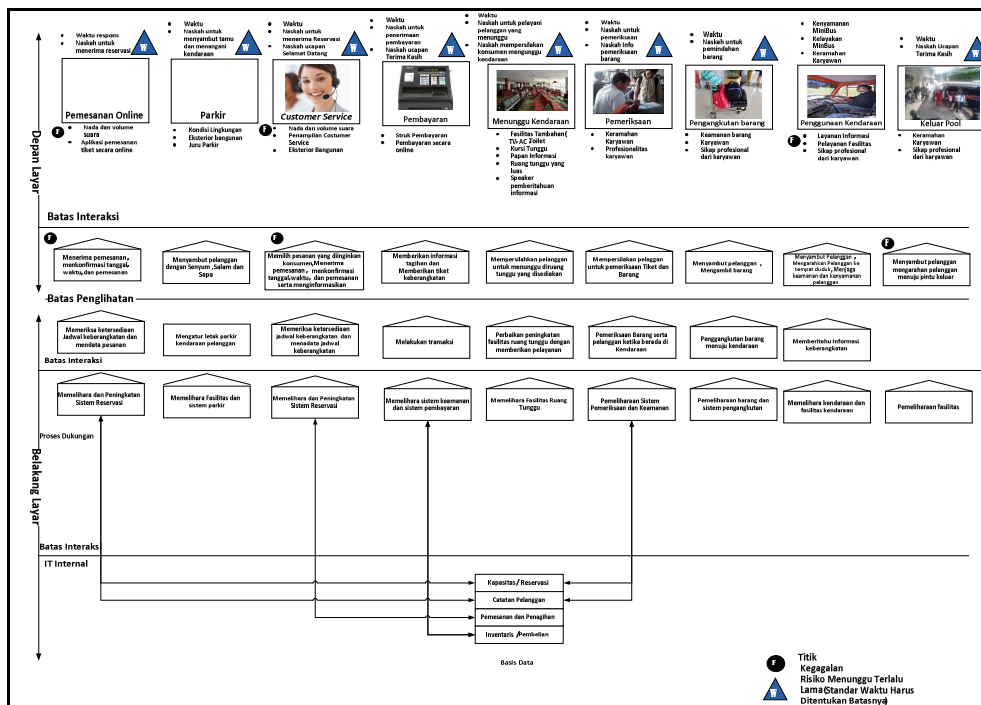
Gambar 1. Diagram Fishbone Aspek yang Lemah Tangible



Gambar 2. Diagram Fishbone Aspek yang Lemah Tangible Level 1

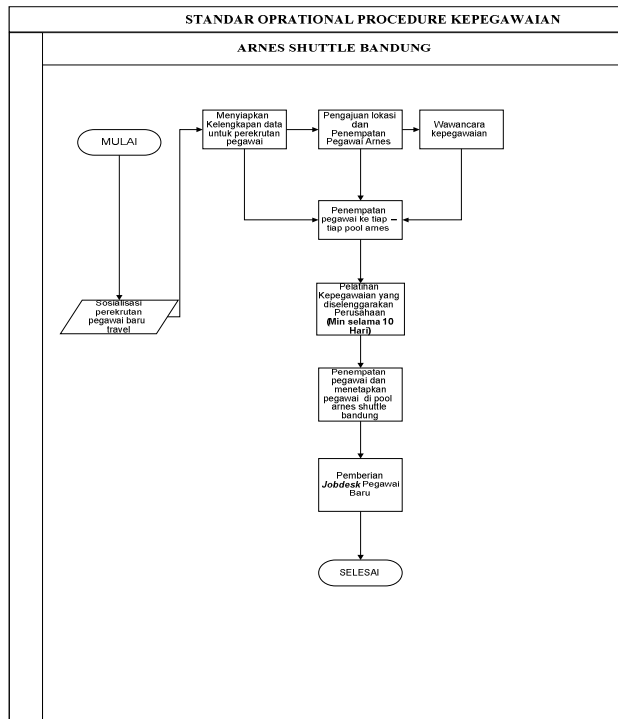
Perancangan *Service Blueprint*/ Cetak Biru Layanan

Proses ini digunakan untuk menggambarkan proses pelayanan dari travel arnes shuttle bandung. perancangan ini proses penyampaian jasa dapat lebih terarah sehingga pelanggan dapat merasakan pengalaman jasa yang baik. Pada *service blueprint* ini proses pelayanan Travel Arnes shuttle Bandung dijabarkan dengan sangat detail (Gambar 3)

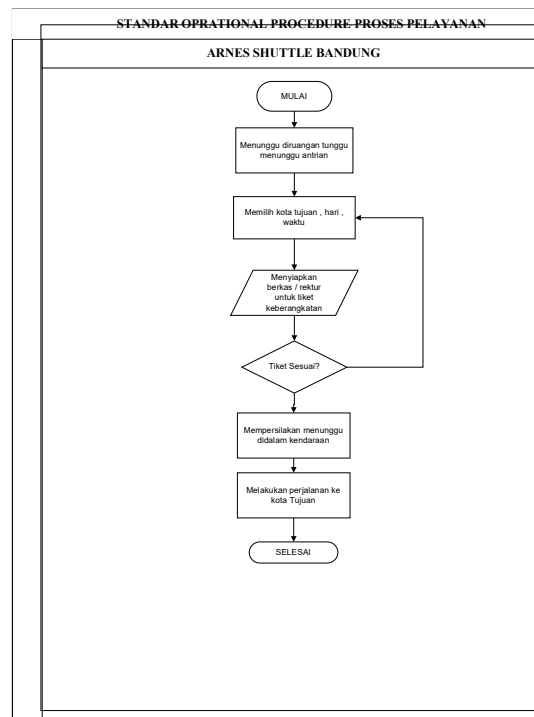


Gambar 3. Cetak Biru layanan Travel Arnes Shuttle Bandung

Tahap selanjutnya setelah pembuatan Standar Operational Procedure Kepegawaian dari travel arnes shuttle bandung seperti yang ditampilkan oleh Gambar 4 dan Standar Operational Procedure Proses pelayanan Gambar 5.



Gambar 4. Standar Operasional Procedure Kepegawaian



Gambar 5. Rancangan Standard Operasional Procedure Pelayanan terhadap Konsumen Travel Arnes Shuttle Bandung

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut: Usulan Perbaikan proses pelayanan travel Arnes Shuttle Bandung dibuat dengan melakukan perancangan *Service Blueprint*, *Standar Oprational Procedur*(SOP) pegawai dan *Standar Operational Procedure* (SOP) pelayanan baru.

1. Persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap Arnes *Shuttle* diterjemahkan kedalam 22 atribut untuk kemudian dinilai oleh pelanggan melalui kuesioner dengan mengelompokkannya kepada dimensi *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.
2. Berdasarkan kuesioner yang telah diolah dengan analisis *servqual*, diketahui bahwa terdapat adanya *gap* antara persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu dari 22 atribut terdapat 3 atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan Arnes Shuttle karena memiliki selisih skor tertinggi antara persepsi dan ekspektasi pelanggan, diantaranya Dimensi *assurance* dengan selisih -2,27, dimensi *responsiveness* dengan selisih -2,22 dan dimensi *tangible* dengan selisih -1,92.
3. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan selanjutnya dicari penyebab permasalahannya dengan diagram *fishbone* dengan memperhatikan empat aspek yaitu segi *skill*, *system*, *supplier* dan *surroundings*. Dipilih tiga atribut untuk dicari penyebab masalahnya. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan.
4. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, usulan perbaikan proses pelayanan travel Arnes Shuttle Bandung dibuat dengan melakukan perancangan *Service Blueprint*, *Standar Oprational Procedur*(SOP) pegawai dan *Standar Operational Procedure* (SOP) pelayanan baru.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Perusahaan menerapkan SOP (*Standar Oprasional Prosedur*) dan selalu untuk memberikan jasa terhadap konsumen agar lebih baik
2. Perusahaan harus memperhatikan standar yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen pengguna jasa. Sehingga dapat berguna untuk travel kedepannya. Serta dapat memperbaiki kekurangan yang sudah ada menjadi pelayanan travel yang lebih baik
3. Perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik yang di harapkan oleh konsumen agar membuat nyaman konsumen sehingga dapat terus menggunakan jasa layanan Travel Arnes Shuttle Bandung. Serta memberikan pelayanan yang lebih baik dengan sesuai dengan masukan yang telah diberikan oleh konsumen terhadap perusahaan.
4. Perusahaan perlu memperhatikan standar pelayanan seperti kenyamanan, kelayakan, dan keramahan karyawan.
5. Merealisasikan secara nyata ditravel arnes shuttle bandung untuk menjadikan perusahaan yang terbaik serta dapat bersaing di Kota Bandung.

Daftar Pustaka

Ariffin Zainal Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Budi Hatoro, 2010, Alat Ukur, Jakarta Salemba Satu

[Http://digilib.undip.ac.id/](http://digilib.undip.ac.id/) (Diakses pada tanggal 20 september 2017)

[Http://www.geekpreneur.com/improving-problem-solving-and-focus-with-fish-bone-diagrams](http://www.geekpreneur.com/improving-problem-solving-and-focus-with-fish-bone-diagrams) (Diakses pada 14 November 2017)

Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J., 2004. *Services Marketing*. Diterjemahkan oleh Penerbit Erlangga., 2010. Jakarta: Pemasaran Jasa

Model *GAP* /Kesenjangan Lovelock and Wirtz, 2012, Pemasaran Jasa Penerbit Jakarta
Parasuraman A, Zheitmal VA, Berry LL. SERVQUAL: a multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality. *J Retailing*. 1998;64(1):12-40
[Http://.www.Pengertianahli.com](http://www.Pengertianahli.com) (Diakses pada tanggal 20 september 2017)

Saifuddin Azwar, Sikap Manusia dan pengukurannya, 2005 Penerbit Yogyakarta: Pustaka Pelajar