

Perancangan Proses Pelayanan Kereta Rel Diesel Bandung Raya Menggunakan *Service Blueprint* dan Metode *Service Quality* (Studi Kasus Pt. Kereta Api Indonesia)

Design Service Process of Bandung Raya Local Train Uses Service Blueprint and Service Quality Method (Case Study PT. Kereta Api Indonesia)

¹ Rialdi Caesario Ruliandi, ² Nugraha dan ³ Selamat

¹ Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

e-mail: ¹ rialdicaesario@gmail.com

Abstract. Reflecting on the current conditions, traffic congestion becomes a daily problem in major cities in Indonesia. Bandung Transportation Agency noted, the increase in the number of motor vehicles is average of 11% per year. Therefore, one of the solutions of the severe congestion increase every year is to maximize public transportation such as KRD Bandung Raya. Based on this research, this study aims to improve the service quality of KRD Bandung Raya based on the gap between customer satisfaction and expectations designed using Service Blueprint. The method used is Service Quality which consists of 5 dimensions, namely: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The tool used in the data collection process in the field is a questionnaire. To improve the service quality of KRD Bandung Raya, the result of questionnaires distribution is obtained by 10 attribute statements which are further classified into 5 dimensions. Based on the results of data processing and analysis, the attribute of "Entertainment Facility (Video / Music)" becomes the main priority improvement since it has the largest TSQ that is -2.51, while the attribute of "Providing Passenger Safety Guaranty to the Destination" has the smallest TSQ Namely -0.36 which means that the company is good enough in providing guarantees to passengers during the use of services KRD Bandung Raya. The design of the Blueprint Service is done in detail based on the service process of KRD Bandung Raya, where the process begins when the customer is parked and ends with out station.

Keywords: Service Blueprint, Service Quality

Abstrak. Berkaca pada kondisi saat ini, kemacetan lalu lintas menjadi permasalahan sehari-hari di kota-kota besar di Indonesia. Dinas perhubungan Kota Bandung mencatat, penambahan jumlah kendaraan bermotor rata-rata 11%. Maka dari itu, salah satu solusi dari kemacetan yang semakin parah setiap tahunnya adalah memaksimalkan transportasi umum seperti KRD Bandung Raya. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan Kereta Rel Diesel (KRD) Bandung Raya berdasarkan kesenjangan antara kepuasan dan ekspektasi pelanggan yang dirancang menggunakan *Service Blueprint*. Metode yang digunakan adalah *Service Quality*. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan KRD Bandung Raya, maka dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan 10 atribut pernyataan yang selanjutnya dikelompokkan kedalam 5 dimensi. Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis didapatkan atribut "Fasilitas Hiburan (Video/Musik)" menjadi prioritas perbaikan utama karena memiliki *TSQ* terbesar yaitu -2,51, sedangkan atribut "Memberikan Jaminan Keselamatan Penumpang Sampai ke Tujuan" memiliki nilai *TSQ* terkecil yaitu -0,36 yang artinya pihak perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan jaminan kepada penumpang selama menggunakan jasa KRD Bandung Raya. Perancangan *Service Blueprint* dilakukan secara *detail* berdasarkan pada proses pelayanan Kereta Rel Diesel (KRD) Bandung Raya, dimana proses tersebut dimulai pada saat pelanggan parkir dan di akhiri dengan keluar stasiun.

Kata Kunci : Service Blueprint, Service Quality

A. Pendahuluan

Berkaca pada kondisi saat ini, kemacetan lalu lintas menjadi permasalahan sehari-hari di kota-kota besar di Indonesia. Dinas perhubungan Kota Bandung mencatat, penambahan jumlah kendaraan bermotor rata-rata 11% per tahun sedangkan penambahan jalan tak sampai 1% per tahunnya. Maka dari itu, salah satu solusi dari kemacetan yang semakin parah setiap tahunnya adalah memaksimalkan transportasi umum seperti KRD Bandung Raya, yang artinya pelayanan pada transportasi tersebut perlu dirancang dan dikontrol dengan baik sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk memilih menggunakan transportasi umum sebagai mobilitas. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan Kereta Rel Diesel (KRD) Bandung Raya berdasarkan kesenjangan antara kepuasan dan ekspektasi pelanggan yang dirancang menggunakan *Service Blueprint*.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Jasa

Secara umum, jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari 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. Dalam pengertian yang lain, jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin juga tidak perlu penggunaan barang yang berwujud. Walaupun diperlukan barang berwujud, akan tetapi tidak terdapat pemindahan hak milik atas benda tersebut.

Adapun definisi jasa menurut para ahli, sebagai berikut:

1. Djaslim Saladin
Jasa merupakan kegiatan atau suatu manfaat yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya.
2. Christian Gronross
Jasa ialah suatu proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas intangible yang terjadi antara pelanggan dan pegawai jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah dari pelanggan.
3. Norman
Jasa adalah suatu tindakan dan interaksi yang berupa kontak sosial antara produsen dengan konsumen yang lebih dari sekedar hasil suatu yang tidak terhalang.
4. Zeithaml dan Bitner
Jasa merupakan aktivitas ekonomi dengan pengeluaran (*output*) selain produk yang dikonsumsi dan diproduksi pada waktu yang bersamaan yang memberikan nilai plus dan tidak berwujud bagi pembelinya.
5. Adrian Payne
Jasa ialah aktivitas ekonomi yang mempunyai nilai atau manfaat *intangible* yang berkaitan dengannya, melibatkan interaksi dengan konsumen atau dengan barang milik tapi tidak menghasilkan *transfer* kepemilikan atau kepemilikan.
6. Philip Kotler
Jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat abstrak atau tak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Sehingga penulis menyimpulkan pengertian dari jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang memiliki manfaat yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lainnya, baik *tangible* maupun *intangible* dalam jangka waktu tertentu.

2. Alat Ukur

Dalam membuat sebuah alat ukur sangat penting untuk mengetahui apakah alat ukur yang kita kembangkan telah secara akurat mengukur kenyataan yang terjadi dan benar-benar mengukur konsep yang telah kita persiapkan (Sekaran, 2000).

a) Validitas

Validitas adalah suatu derajat ketepatan/kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur (Zainal Ariffin.2012). Menurut Sukardi (2013) validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan korelasi adalah:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots 1$$

Dimana :

r = koefisien korelasi item dengan total pertanyaan

N = jumlah responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total sampel

b) Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata *reliability* yang berarti hal yang dapat dipercaya (tahan uji). Sebuah tes dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang tetap walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Hasil tes yang tetap atau seandainya berubah maka perubahan itu tidak signifikan maka tes tersebut dikatakan reliabel. Oleh karena itu reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan, dan sebagainya. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur. Reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung koefisien *Cronbach's Alpha*. Rumus untuk menghitung koefisien *Cronbach's Alpha* adalah dengan persamaan: $\alpha =$

$$\frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right) \dots\dots\dots 2$$

Dimana:

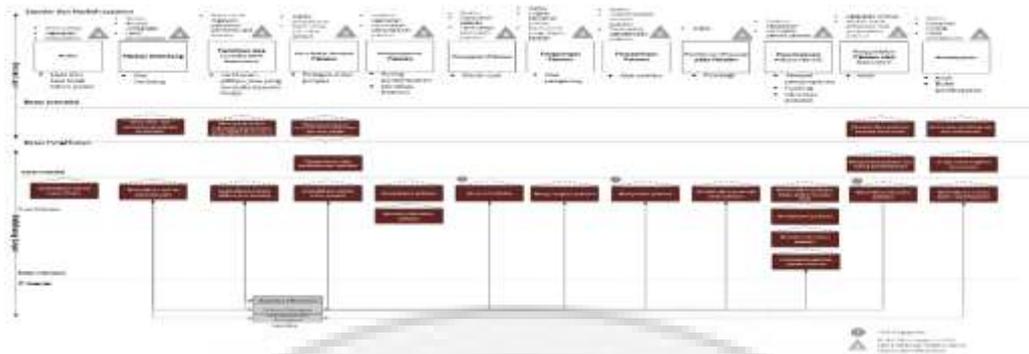
n = jumlah variabel/atribut

vi = varians variabel/atribut

vt = varians nilai total

3. Service Blueprint

Alat utama yang kita gunakan untuk merancang jasa baru (atau merancang ulang jasa lama) disebut dengan membuat *service blueprint*. Ini merupakan proses yang lebih rumit dari *flowcharting*. Perbedaan antara kedua istilah ini dalam konteks jasa, suatu diagram alir menggambarkan proses yang sudah ada, sering kali dalam bentuk yang sederhana; suatu *service blueprint* merinci secara detail bagaimana proses jasa sebaiknya dibangun dan meliputi hal-hal rinci seperti tampilan bagi pelanggan dan di mana terdapat titik-titik kegagalan dalam proses jasa. Contoh gambar *service blueprint* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Service Blueprint Pelayanan Laundry Kiloan

Service blueprint jasa menegaskan interaksi antara pelanggan dan pegawai, dan bagaimana hal ini didukung oleh kegiatan di depan layar dan sistem. Dengan menegaskan hubungan di antara peran pegawai, proses operasional, teknologi informasi, dan interaksi pelanggan, *service blueprint* ini dapat memfasilitasi integrasi manajemen pemasaran, operasi, dan sumber daya manusia dalam suatu perusahaan. Meskipun tidak ada cara tunggal untuk mempersiapkan cetak biru suatu jasa, kami merekomendasikan bahwa pendekatan yang konsisten harus digunakan dalam organisasi apa pun.

4. Service Quality

Metode *servqual* adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (*gap*) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner *servqual* dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).

Metode *SERVQUAL* membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi, yakni (Parasuraman, et.al.,1990):

1. Dimensi *Tangibles* (Nyata)
Definisi : Penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan.
2. Dimensi *Reliability* (Keandalan)
Definisi : Kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga pelanggan dapat mempercayai dan mengandalkannya.
3. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Definisi : Kemauan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dengan cepat.
4. Dimensi *Assurance* (Jaminan)
Definisi : Pemahaman dan sikap kesopanan dari karyawan (*contact personel*) dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.
5. Dimensi *Empathy* (Empati)
Definisi : Tingkat perhatian atau tingkat kepedulian individual yang dapat diberikan pihak penyedia jasa kepada pelanggannya.

Sebelum kita menghitung score *servqual*, maka kita terlebih dahulu menghitung rata-rata score dari tiap atribut dari ekspektasi dan persepsi yang diformulasikan sebagai

berikut:

$$\bar{X}E_i = (\Sigma E_i)/n \dots\dots\dots 3$$

$$\bar{X}P_i = (\Sigma P_i)/n \dots\dots\dots 4$$

Dimana:

$\bar{X}E_i$: nilai rata-rata sampel ekspektasi tiap atribut kualitas ke-i

$\bar{X}P_i$: nilai rata-rata sampel persepsi (kepuasan) tiap atribut kualitas ke-i

ΣE_i : total nilai ekspektasi tiap atribut kualitas seluruh responden

ΣP_i : total nilai persepsi (kepuasan) tiap atribut kualitas seluruh responden

n : jumlah responden

Nilai servqual merupakan selisih antara nilai persepsi dengan nilai ekspektasi, dan diformulasikan sebagai berikut:

$$SS_i = \bar{X}P_i - \bar{X}E_i \dots\dots\dots 5$$

Dimana:

SS_i : Servqual score tiap atribut kualitas

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

a) Kuesioner Pretest

Adapun atribut yang digunakan dalam kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Atribut Kepuasan dan Ekspektasi Pelanggan

Kode Atribut	Dimensi	Pernyataan
A1	Tangibles	Kebaruan armada KRD Bandung Raya
A2		Fasilitas hiburan (video/musik)
A3		Memperhatikan kerapian dan kebersihan KRD Bandung Raya
A4	Reliability	Ketepatan waktu keberangkatan
A5		Memberikan kenyamanan dalam perjalanan
A6	Respsiveness	Customer on Train (Karyawan) yang tanggap dalam membantu penumpang
A7	Assurance	Memberikan jaminan keselamatan penumpang sampai ke tujuan
A8		Memberikan jaminan masinis dan karyawan yang berpengalaman di bidangnya
A9	Empathy	Customer on Train (Karyawan) yang ramah dan sopan terhadap penumpang
A10		Customer on Train (Karyawan) yang peduli terhadap keinginan penumpang

b) Uji Validitas

Adapun rekapitulasi hasil uji validitas setiap atribut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	Nilai r		Keterangan
		Hitung	Tabel	
A1	Kebaruan armada KRD Bandung Raya	0,491	0,361	Valid
A2	Fasilitas hiburan (video/musik)	0,749	0,361	Valid
A3	Memperhatikan kerapian dan kebersihan KRD Bandung Raya	0,608	0,361	Valid
A4	Ketepatan waktu keberangkatan	0,810	0,361	Valid
A5	Memberikan kenyamanan dalam perjalanan	0,721	0,361	Valid
A6	<i>Customer on Train</i> (Karyawan) yang tanggap dalam membantu penumpang	0,362	0,361	Valid
A7	Memberikan jaminan keselamatan penumpang sampai ke tujuan	0,693	0,361	Valid
A8	Memberikan jaminan masinis dan karyawan yang berpengalaman di bidangnya	0,619	0,361	Valid
A9	<i>Customer on Train</i> (Karyawan) yang ramah dan sopan terhadap penumpang	0,711	0,361	Valid
A10	<i>Customer on Train</i> (Karyawan) yang peduli terhadap keinginan penumpang	0,713	0,361	Valid

c) Uji Reliabilitas

Rekapitulasi nilai *Cronbach's Alpha* mengenai kepuasan dan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan KRD Bandung Raya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Rekapitulasi Nilai Cronbach's Alpha

Data	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kepuasan	0,856
Ekspektasi	0,856

d) Pengolahan Data *Service Quality*

Hasil perhitungan rata-rata *score* atribut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Data Hasil Perhitungan Rata-Rata Score Atribut

Data	Nilai Rata-Rata									
	<i>Tangibles</i>			<i>Reliability</i>		<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>		<i>Empathy</i>	
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10
Persepsi	3,36	2,07	3,22	3,55	3,71	2,72	3,98	3,7	3,31	3,3
Ekspektasi	4,63	4,58	4,66	4,57	4,52	4,52	4,33	4,48	4,55	4,61
TSQ	-1,27	-2,51	-1,44	-1,02	-0,81	-1,8	-0,35	-0,78	-1,24	-1,31

e) Prioritas Perbaikan

Penentuan prioritas perbaikan pelayanan KRD Bandung Raya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Penentuan Prioritas Perbaikan

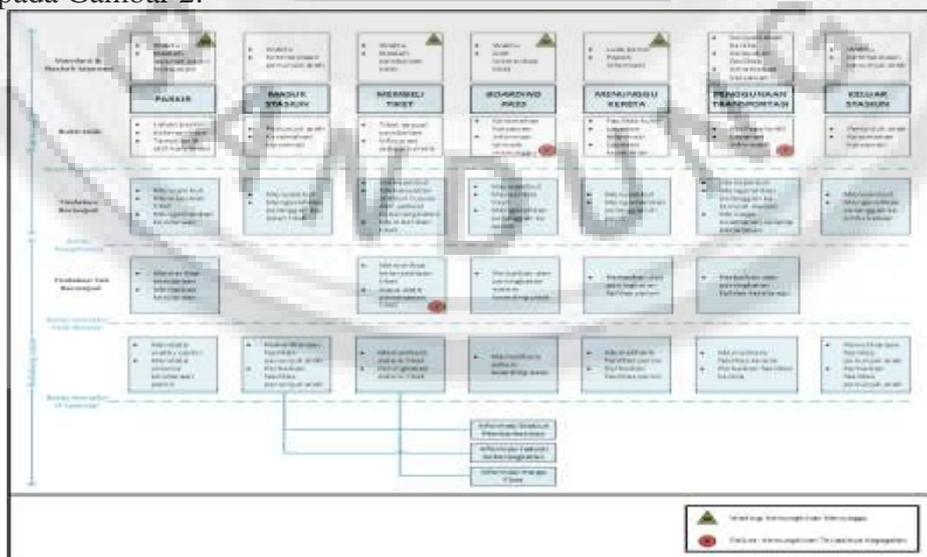
Kode Atribut	Dimensi	Pernyataan	Nomor Prioritas
A2	<i>Tangibles</i>	Fasilitas hiburan (video/musik)	1
A6	<i>Responsiveness</i>	<i>Customer on Train</i> (Karyawan) yang tanggap dalam membantu penumpang	2

Lanjutan Tabel 5 Hasil Penentuan Prioritas Perbaikan

Kode Atribut	Dimensi	Pernyataan	Nomor Prioritas
A3	<i>Tangibles</i>	Memperhatikan kerapian dan kebersihan KRD Bandung Raya	3
A10	<i>Empathy</i>	<i>Customer on Train</i> (Karyawan) yang peduli terhadap keinginan penumpang	4
A1	<i>Tangibles</i>	Kebaruan armada KRD Bandung Raya	5
A9	<i>Empathy</i>	<i>Customer on Train</i> (Karyawan) yang ramah dan sopan terhadap penumpang	6
A4	<i>Reliability</i>	Ketepatan waktu keberangkatan	7
A5	<i>Reliability</i>	Memberikan kenyamanan dalam perjalanan	8
A8	<i>Assurance</i>	Memberikan jaminan masinis dan karyawan yang berpengalaman di bidangnya	9
A7	<i>Assurance</i>	Memberikan jaminan keselamatan penumpang sampai ke tujuan	10

f) Perancangan Service Blueprint

Service Blueprint pelayanan Kereta Rel Diesel (KRD) Bandung Raya dapat dilihat pada Gambar 2.

**Gambar 2** Service Blueprint Pelayanan KRD Bandung Raya

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain sebagai berikut :

1. Identifikasi kepuasan dan ekspektasi pelanggan dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Kereta Rel Diesel (KRD) Bandung Raya, maka dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan 10 (sepuluh) atribut pernyataan yang selanjutnya dikelompokkan kedalam 5 (lima) dimensi, yaitu:
 - a) *Tangibles*: PT. KAI memperhatikan kebaruan armada Kereta Rel Diesel Bandung Raya; PT. KAI menyediakan hiburan (video/musik) untuk menghibur penumpang; dan PT. KAI memperhatikan kerapian dan kebersihan Kereta Rel Diesel Bandung Raya.
 - b) *Reliability*: Kereta Rel Diesel Bandung Raya selalu berangkat tepat waktu; dan Kereta Rel Diesel Bandung Raya memberikan kenyamanan selama perjalanan.
 - c) *Responsiveness*: *Customer Service on Train* (Karyawan) tanggap dalam membantu penumpang.
 - d) *Assurance*: PT. KAI memberikan jaminan keselamatan penumpang sampai tujuan; serta PT. KAI menjamin bahwa masinis dan karyawan lain yang bekerja sudah berpengalaman di bidangnya.
 - e) *Empathy*: *Customer Service on Train* (Karyawan) ramah dan sopan terhadap semua penumpang; dan *Customer Service on Train* (Karyawan) peduli akan keinginan penumpang.
2. Identifikasi kesenjangan antara kepuasann dan ekspektasi pelanggan didapat berdasarkan pada hasil *Total Service Quality* dari setiap atribut. Atribut “Fasilitas Hiburan (Video/Musik)” memiliki nilai *Total Service Quality* terbesar yaitu -2,51 yang artinya KRD Bandung Raya belum memaksimalkan fasilitas hiburan bagi para penumpangnya, karena itu atribut ini perlu dijadikan prioritas utama perbaikan. Sedangkan atribut “Memberikan Jaminan Keselamatan Penumpang Sampai ke Tujuan” memiliki nilai *Total Service Quality* terkecil yaitu -0,36 yang artinya pihak perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan jaminan kepada penumpang selama menggunakan jasa KRD Bandung Raya, namun hal ini tidak berarti pihak perusahaan berhenti melakukan perbaikan untuk jaminan keselamatan penumpang.
3. Perancangan *Service Blueprint* dilakukan secara *detail* berdasarkan pada proses pelayanan Kereta Rel Diesel (KRD) Bandung Raya, dimana proses tersebut dimulai pada saat pelanggan parkir dan di akhiri dengan keluar stasiun. Dengan adanya *Service Blueprint* ini, karyawan dapat memahami konteks keberadaan tugas-tugasnya dengan lebih jelas yang berdasarkan kaca mata pelanggan.

Daftar Pustaka

- Al-Amin, 2015. Skripsi BAB II Analisis Peranan Kualitas Jasa Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (*Golfer*) Pada SWARGALOKA *Golf Club* Banjarbaru. Coco Al-Muhibb, [blog] 25 Maret. Tersedia pada: <<http://cocoalmuhibb.blogspot.co.id/2015/03/sripsi-analisis-peranan-kualitas-jasa.html>> [Diakses 6 Juli 2017]
- Agung Satria, 2014. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian. *Memory*, [blog] 5 Mei. Tersedia pada: <<http://drcatoon.blogspot.co.id/2014/05/uji-validitas-dan-reliabilitas.html>> [Diakses 16 Juli 2017]
- Dahlan, A., 2015. Pengertian Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Empirik. *Pendidikan Adalah Mata Uang Yang Berlaku Dimana Saja Dan Kapan Saja*. [online] Tersedia pada: <<http://www.eurekapedidikan.com/2015/10/pengertian-uji-validitas-dan-reliabilitas-empirik-teoritik.html>> [Diakses 16 Juli 2017]
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J., 2004. *Services Marketing*. Diterjemahkan oleh Penerbit Erlangga., 2010. Jakarta: Pemasaran Jasa
- Rahmadania, R., 2016. *Perancangan Ulang Desain Produk Kemasan Cup Susu Pasteurisasi KPBS Pangalengan Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. ST. Universitas Islam Bandung.
- Rahmawati, H., 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis Di kantor Perpustakaan Dan Arsip kabupaten Karanganyar*. [pdf] Tersedia pada: <<https://eprints.uns.ac.id/7556/>> [Diakses 27 Mei 2017]