

Pengukuran Kualitas Jasa dengan Menggunakan *Service Quality* dan *Benchmarking Analysis*

(Studi Kasus pada Kalpa Tree Resto)

Measurement of Service Quality Using Service Quality and Benchmarking Analysis

(Case Study at Kalpa Tree Resto)

¹Irna Ervian, ²Tasya Aspiranti

^{1,2}Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

e-mail: Irnaervian03@gmail.com

Abstract. Kalpa Tree Resto is one of the culinary attractions in Bandung that apply the concept of Eco Resto. The purpose of this research is to know the quality of service at Kalpa Tree Resto at this time and to know the quality of service through measurement Service Quality and Benchmarking Analysis at Kalpa Tree Resto. The type of this research is descriptive quantitative and research method used is descriptive survey that is research which take sample from a population and use questioner as main data collecting tool. The population in this research is Kalpa Tree Resto customer who has been a customer for 6 months. The number of samples in this study were 100 customers. The sampling technique used is simple random sampling. Data collection techniques used were interviews with Kalpa Tree Resto manager, documentation, Kalpa Tree Resto data and questionnaires spread on 100 customers. The result of this research reveals that Quality of service at Kalpa Tree Resto by using Service Quality method included in enough category. Based on the results of Analysis Benchmarking Kalpa Tree Resto has not been superior in all dimensions of price dimension, menu variation, service, taste, and location.

Keywords: Quality of Service, Service Quality, Benchmarking

Abstrak. Kalpa Tree Resto merupakan salah satu tempat wisata kuliner di Bandung yang menerapkan konsep Eco Resto. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan di Kalpa Tree Resto saat ini serta mengetahui kualitas pelayanan jasa melalui pengukuran Service Quality dan Benchmarking Analysis pada Kalpa Tree Resto. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Kalpa Tree Resto yang sudah menjadi pelanggan selama 6 bulan. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada manager Kalpa Tree Resto, dokumentasi, data Kalpa Tree Resto dan penyebaran kuesioner pada 100 orang pelanggan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Kualitas layanan jasa pada Kalpa Tree Resto dengan menggunakan metode Service Quality termasuk dalam kategori cukup. Berdasarkan hasil Analysis Benchmarking Kalpa Tree Resto belum unggul dalam semua dimensi yaitu dimensi harga, variasi menu, pelayanan, rasa, dan lokasi.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, *Service Quality* , *Benchmarking*

A. Pendahuluan

Perkembangan wisata kuliner di Kota Bandung saat ini sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal tersebut, terlihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dari skala kecil, menengah, sampai besar.

Dengan banyaknya minat konsumen dalam wisata kuliner khususnya di Bandung, maka menjadi kesempatan yang sangat baik untuk dapat mendirikan tempat wisata kuliner dan salah satu yang belakangan cukup *hype* dikalangan anak muda Bandung adalah Kalpa Tree yang terletak di Jalan Kiputih No 37, Ciumbuleuit, Kota Bandung. Meski baru saja diresmikan pada 15 Agustus 2017, Kalpa Tree berhasil menarik warga untuk mengunjungi. Kalpa Tree dibuat tidak hanya untuk anak muda saja, mulai dari anak-anak, orang tua, bisa datang ke tempat wisata kuliner ini. Resto yang menerapkan

konsep Eco resto ini cukup unik karena menggabungkan resto dan kolam renang. Kolamnya sendiri cukup unik karena terdapat kursi bundar ditengah tengah kolam. Tidak heran jika tempat ini langsung *viral* di media sosial.

Selain itu bisnis jasa dalam hal ini yang bergerak dalam bidang kuliner adalah bisnis yang langsung dapat dirasakan oleh pelanggan, sehingga bila pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan mereka akan berpindah ke tempat lain akibat dari ketidakpuasannya. Salah satu langkah untuk menjaga kepercayaan konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar kepuasan konsumen meningkat. Mengingat bisnis kuliner mempunyai para pesaing dari tempat kuliner sejenis yang ada di kota Bandung.

Maka dari itu perlunya dilakukan *Benchmarking* yang digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerjanya terhadap aktivitas atau kegiatan serupa baik secara internal maupun eksternal. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : Pengukuran Kualitas Jasa Dengan Menggunakan *Service Quality* Dan *Benchmarking Analysis* (Studi Kasus Pada Kalpa Tree Resto)".

B. Landasan Teori

1. Definisi Service Quality

Service Quality adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. *Service Quality* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Pengukuran kualitas jasa dalam model *Service Quality* didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Heizer, et. al.(2017:233) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yakni :

- a. *Reliability* yang mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janji (iklan)nya.
- b. *Responsiveness* adalah yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Competence* artinya setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu.
- d. *Access* yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.
- e. *Courtesy* yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan.
- f. *Communication* yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

- g. *Credibility* meliputi kepercayaan, keyakinan, kejujuran. Ia meliputi pemunculan kondisi bahwa kepentingan pelanggan adalah segalanya.
- h. *Security* adalah yaitu aman (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- i. *Understanding the Customer* meliputi melakukan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangible* yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastik.

2. Definisi Benchmarking

Benchmarking adalah proses pengukuran secara berkesinambungan dan membandingkan satu atau lebih bisnis proses perusahaan dengan perusahaan yang terbaik di proses bisnis tersebut, untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengimplementasikan peningkatan proses bisnis. *Benchmarking* harus melibatkan penelitian dan pemahaman tentang prosedur kerja internal sendiri, kemudian mencari ”praktik terbaik” pada organisasi atau lembaga lain, kemudian mencocokkannya dengan yang telah diidentifikasi dan akhirnya mengadaptasi praktik-praktik itu dalam organisasinya sendiri untuk meningkatkan kinerjanya. Pada dasarnya, *benchmarking* adalah suatu cara belajar dari orang lain secara sistematis, dan mengubah apa yang kita kerjakan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pelanggan Terhadap Kalpa Tree Resto Mengenai *Service Quality*

<i>Service Quality</i>		
Dimensi	Rata - Rata	Kategori
<i>Reliability</i>	2,613	Cukup
<i>Responsiveness</i>	2,247	Buruk
<i>Competence</i>	2,357	Buruk
<i>Access</i>	3,067	Cukup
<i>Courtesy</i>	2,890	Cukup
<i>Communication</i>	2,927	Cukup
<i>Credibility</i>	3,027	Cukup
<i>Security</i>	3,020	Cukup
<i>Understanding The Customer Tangibles</i>	2,550	Cukup
	3,422	Baik
Jumlah	28,120	
Rata - Rata	2,812	Cukup

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Dari hasil nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Reliability* yaitu kehandalan karyawan/i, kesuaian harga sama dengan pasaran, dan kesesuaian jam operasi resto dengan yang di informasikan sebesar 2,613 yang termasuk dalam kategori cukup. Hasil dari nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Responsiveness* yaitu mengenai kecepatan dalam melayani pelanggan, kecepatan chef dalam menghadirkan makanan dan minuman, kesiapan karyawan/i sangat tanggap dengan apa yang dibutuhkan pelanggan sebesar 2,247 yang termasuk dalam kategori buruk, dari hasil

nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Competence* yaitu keterampilan pelayanan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, kesigapan pelayanan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, dan kesediaan karyawan/i menangani keluhan sebesar 2,357 yang termasuk dalam kategori buruk, didapat dari hasil nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Access* yaitu mengenai kemudahan dalam menemukan lokasi, kemudahan untuk reservasi tempat, kecepatan karyawan/i memberikan pelayanan sebesar 3,067 yang termasuk dalam kategori cukup, dari hasil nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Courtesy* mengenai sikap yang dimiliki karyawan/i (ramah, sopan, dan murah senyum), Sikap karyawan/i ketika menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan, dan perhatian karyawan/ i terhadap pelanggan memiliki rata – rata sebesar 2,890 yang termasuk dalam kategori cukup, selanjutnya hasil nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Communication* yaitu mengenai dapat menjelaskan menu makanan dan minuman yang terdapat di menu, dapat berkomunikasi dengan baik dengan orang asing, dan dapat menjelaskan terhadap menu yang ditawarkan tidak dimengerti pelanggan sebesar 2,927 yang termasuk dalam kategori cukup, nilai rata – rata keseluruhan item pada dimensi *Credibility* yaitu mengenai sifat karyawan/i yang dapat dipercaya, mendeskripsikan untuk promosi di media sosial sesuai dengan apa yang ada dan tidak melebihi – lebihkan, dan reputasi usaha di media sosial sebesar 3,027 yang termasuk dalam kategori cukup. pada dimensi *Security* mengenai alat yang disediakan untuk keadaan darurat, dan mengenai petugas parkir yang menjaga keamanan kendaraan yang di parkir nilai rata – rata keseluruhan item sebesar 3,020 yang termasuk dalam kategori cukup, pada dimensi *Understanding the Customer* yaitu mengenai karyawan/i memahami kebutuhan dari pelanggan, karyawan/ i memberikan perhatian pada pelanggan, dan terakhir mengenai merespon keluhan dari pelanggan sebesar 2,550 yang termasuk dalam kategori buruk., dan pada dimensi *Tangibles* mengenai kondisi fisik tata ruang dari Kalpa Tree Resto, Cara berpakaian karyawan/i, melakukan pembayaran dengan mudah, tidak kesulitan untuk parkir kendaraan, dan item terakhir mengenai sirkulasi udara yang mendukung sebesar 3,422 yang termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan hasil tabel diatas mengenai rekapitulasi *service quality*, dapat dilihat rekapitulasi dari tanggapan responden memiliki nilai 2,812 yang berada pada interval 2,6 – 3,3 yang termasuk dalam kategori cukup.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pelanggan Terhadap Kalpa Tree Resto Mengenai *Benchmarking*

Dimensi	Kalpa Tree resto	Maxi's resto
Harga	2,330	3,565
Variasi Menu	2,535	3,675
Pelayanan	2,515	3,605
Rasa	2,590	3,815
Lokasi	3,125	3,695
Jumlah Rata Rata Keseluruhan	2,619	3,671

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Dari hasil tanggapan responden dapat dilihat dari tabel diatas bahwa tanggapan responden terhadap Kalpa Tree resto dan Maxi's resto memperoleh hasil dalam setiap dimensi diantaranya Harga, dari hasil keseluruhan item pada dimensi harga Kalpa Tree resto memiliki rata- rata sebesar 2,330 yang termasuk dalam kategori buruk, sedangkan untuk Maxi's resto memperoleh hasil rata – rata yaitu sebesar 3,565 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dapat disimpulkan bahwa Kalpa Tree resto belum unggul dalam dimensi Harga dibandingkan resto yang di *Benchmark*. Variasi Menu, mengenai semua item pada dimensi Variasi Menu Kalpa Tree resto memiliki rata- rata sebesar 2,535 yang termasuk dalam kategori buruk , sedangkan Maxi's resto memperoleh nilai rata- rata sebesar 3,675 yang termasuk kategori baik.

Dapat disimpulkan bahwa Kalpa Tree resto belum unggul dalam dimensi Variasi Menu dibandingkan resto yang di *Benchmark*. Pelayanan, pada dimensi pelayanan Kalpa Tree resto memiliki rata- rata sebesar 2,515 yang termasuk dalam kategori buruk, sedangkan Maxi's resto pada dimensi pelayanan memperoleh nilai 3,605 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dapat disimpulkan bahwa Kalpa Tree resto belum unggul dalam dimensi Pelayanan dibandingkan resto yang di *Benchmark*. Rasa, dalam dimensi rasa Kalpa Tree resto memperoleh nilai 2,590 yang termasuk dalam kategori buruk, sedangkan Maxi's resto dalam dimensi rasa hasil rata- rata dari tanggapan responden yaitu 3,815 atau termasuk dalam kategori baik.

Dapat disimpulkan bahwa Kalpa Tree resto belum unggul dalam dimensi Rasa dibandingkan resto yang di *Benchmark*. Lokasi, pada dimensi lokasi Kalpa Tree resto memperoleh nilai sebesar 3,695 yang termasuk kategori baik, sedangkan Maxi's resto memperoleh nilai sebesar 3,695 yang dapat diartikan termasuk kategori baik. Dapat disimpulkan bahwa Kalpa Tree resto belum unggul dalam dimensi Lokasi dibandingkan resto yang di *Benchmark*.

D. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan jasa pada Kalpa Tree resto dengan menggunakan metode *Service Quality* termasuk dalam kategori cukup. Nilai hasil dimensi yang paling rendah dari semua dimensi dalam *Service Quality* yaitu pada dimensi *Responsiveness* mengenai kecepatan dalam melayani pelanggan, kecepatan *chef* dalam menghadirkan makanan dan minuman, dan kesiapan karyawan/i sangat tanggap dengan apa yang dibutuhkan pelanggan
2. Berdasarkan hasil dalam melakukan *Benchmarking* terhadap Kalpa Tree resto belum dapat unggul dalam semua dimensi yang ada dalam *Benchmarking* seperti dimensi harga, variasi menu, pelayanan, rasa, dan lokasi dengan memperoleh kategori cukup dibandingkan dengan resto yang di benchmark dengan kategori baik. Nilai paling rendah yang diperoleh oleh Kalpa Tree resto dari semua dimensi yaitu pada dimensi harga.

Daftar Pustaka

- Besterfield, Dale. H, *et al.* 2003. *Total Quality Management, Third Edition, International Edition*. Pearson Education International, New Jersey.
- Bogetoft, P. 2011. *Benchmarking with DEA, SFA, and R*, Springer. New York.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., dan Aquilano, N. J. 2006. *Operations Management For competitive advantage, 9th ed.* New York : McGraw-Hill
- Daft, Richard L, 201., *Era Baru Manajemen , Buku 2 Edisi 9.* Jakarta, Salemba. Empat.

- Garvin, David A., *Lima Dimensi Tentang Kualitas*, Terjemahan Hendra Teguh, SE, AK, Harvard Business Review, 2005.
- Goetsch, D.L. and Davis S. 1995. *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Gronroos, C. 1990. *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Massachusetts: Lexington.
- Heizer, Jay dan Barry Rander 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*.
- Heizer, Jay dan Barry Rander. 2017. *Operations Management 12th ed.*
- Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi (Edisi 3)*. Grasindo.
- Mohan, S.R. (2005), Benchmarking Evaluation of Performance of Public Research Institutes Using Data Envelopment Analysis, *Journal of Scientific & Industrial Research*, 64: 403-410.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49. 41-50.
- Russel dan Taylor. 2009. *Operations Management (Quality and Competitiveness in a Global Environment)*. Sixth edition
- Stemvelt, Robert C., 2004. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts.
- Stevenson, William J. dan Chee Chuong, Sum. 2014. *Manajemen Operasi Perspektif Asia, edisi 9, Buku 2*. Salemba Empat. Jakarta.
- Wang, Y. and H.P. Lo (2002), *Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Behavior Intentions*