

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN BENGKEL AHASS DI  
SEMARANG MENGGUNAKAN METODE *COMPETITIVE ZONE OF TOLERANCE  
BASED IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (CZIPA)*  
(STUDI KASUS: BENGKEL AHASS SAHABAT SEJATI DAN AHASS NAGA SAKTI  
DI SEMARANG)**

**Dewi Ratna Sari A., Darminto Pujotomo, Sriyanto,\*)**

*Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro,  
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

**Abstrak**

Bengkel resmi mulai semakin banyak bermunculan mengikuti peningkatan jumlah sepeda motor. Bengkel sepeda motor resmi Honda yaitu AHASS menjadi salah satunya. Bengkel AHASS Sahabat Sejati merupakan bengkel resmi Honda dimana bengkel ini memiliki pesaing bengkel AHASS Naga Sakti yang berlokasi hanya 1,2 km. Bengkel AHASS Sahabat Sejati harus memperhatikan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan jasa yang telah diberikan untuk dapat bersaing. *Benchmarking* terhadap bengkel pesaingnya perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing. *Benchmarking* yang dilakukan berdasarkan pada lima dimensi *SERVQUAL* (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) kemudian akan diterjemahkan ke dalam 16 variabel sebagai indikator dalam pengukuran. Setelah itu pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada pelanggan lalu pengolahan data menggunakan metode *Competitive Zone of Tolerance based IPA (CZIPA)* sehingga didapatkan hasil bahwa bengkel AHASS Sahabat Sejati memiliki lima variabel yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Lima variabel tersebut adalah kemampuan staf untuk dapat menjelaskan langkah tindakan pencegahan kerusakan komponen yang telah diganti, staf memberikan informasi biaya pergantian *part* sebelum dilakukan pergantian dengan transparan, bengkel menyediakan panggilan darurat ketika motor pelanggan mogok di jalan, membuat ruang tunggu menjadi nyaman, dan memperhatikan penampilan staf untuk terus rapi dan bersih.

**Kata Kunci:** bengkel dealer resmi, *service quality, benchmarking, Competitive Zone of Tolerance based IPA (CZIPA)*

**Abstract**

*Comparative Analysis of Service Quality Workshop AHASS in Semarang Use Method of Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis (CZIPA) (Case Study: Workshop of AHASS Sahabat Sejati and AHASS Naga Sakti in Semarang).* Official workshop began increasingly appear to follow enhancement the number of motorcycles. Honda official motorcycle shop that AHASS be one of them. AHASS Sahabat Sejati is official Honda workshop where have competitor is AHASS Naga Sakti which located only 1.2 km. AHASS Sahabat Sejati should pay attention to customer satisfaction on the quality of services. Benchmarking on competitors workshop have to do for increase the competitiveness. Benchmarking is done based on five dimensions of *SERVQUAL* (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* and *empathy*) then be adjusted to 16 variables as indicators in the measurement. After collecting data used questionnaires to customers and then measurement the data using a method of *Competitive Zone of Tolerance based IPA (CZIPA)* to obtain the results of that workshop AHASS Sahabat Sejati has five priority variables to be improved so as to enhance customer satisfaction. Five of these variables is the ability of the staff to be able to explain the steps precaution of damage component has been replaced, the staff provide cost information replacement parts before the turnover transparently, workshops provide an emergency call when the motor of customers broke down on the road, making the waiting room to be comfortable, and pay attention to appearances staff to keep tidy and clean.

**Keywords:** workshop official dealer, *service quality, benchmarking, Competitive Zone of Tolerance based IPA (CZIPA)*

**1. Pendahuluan**

Perkembangan industri otomotif di Indonesia belakangan ini sangatlah pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin meningkatnya jumlah kendaraan bermotor. Menurut data Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor

yang bersumber dari Badan Pusat Statistik dari tahun 2011 hingga 2013 (*ter-update*) jumlah kendaraan bermotor mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor berdampak langsung kepada

peningkatan jumlah penyedia jasa perbengkelan.

Untuk merawat atau memperbaiki kendaraannya konsumen membutuhkan sarana dan prasarana perbengkelan sehingga kendaraan tersebut tetap layak pakai dan berperformansi seperti kendaraan baru. Peningkatan jumlah penyedia jasa perbengkelan menimbulkan persaingan ketat terutama antar dealer resmi yang bekerja sama dengan merk-merk sepeda motor tertentu yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Jumlah kendaraan bermotor yang jumlahnya paling besar ialah sepeda motor. Menurut data di Badan Pusat Statistik, jumlah sepeda motor pada tahun 2012 sejumlah 76.381.183 buah atau sebesar 80,9% dari total jumlah kendaraan bermotor di Indonesia (Mobil Penumpang, Bis, Truk, Sepeda Motor). Pada tahun 2013 (terakhir di-*update*) jumlah sepeda motor sebesar 84.732.652 atau sebesar 81,4% dari total jumlah kendaraan bermotor di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa pada tahun 2013 jumlah sepeda motor mengalami peningkatan sebesar 10,9% dari tahun sebelumnya. Terjadinya peningkatan tersebut memicu peningkatan jumlah penyedia jasa servis motor. Jasa servis motor dapat bekerjasama dengan dealer resmi merk tertentu namun hanya dibidang servis saja tidak melayani penjualan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak jasa servis motor resmi bermunculan dan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan merk motor yang sama. Salah satu jasa servis motor yang ada yaitu AHASS yang merupakan jasa servis motor merk honda. Bengkel AHASS dapat dimiliki oleh perorangan tetapi dibawah naungan Astra Motor. Maka dari itu tidak mengherankan jika terdapat bengkel AHASS yang berdekatan. Lokasi yang berdekatan tentu dapat meningkatkan persaingan. Sebagai pihak yang memakai jasa, pelangganlah yang akan memilih di bengkel mana mereka akan melakukan servis motor. Pelanggan akan datang kembali jika mereka merasakan puas. Pelanggan dapat merasakan puas jika mereka mendapatkan kualitas layanan terbaik dari pihak bengkel.

Bengkel AHASS Sahabat Sejati merupakan bengkel resmi Honda yang berlokasi di Jalan Jatimulyo Kota Semarang. Bengkel AHASS Sahabat Sejati menyediakan jasa servis, penyediaan dan penggantian *spare part* honda. Lokasi bengkel ini dekat dengan

bengkel AHASS yang lain yaitu berjarak 1,2 km dari bengkel AHASS Naga Sakti yang berlokasi di Jalan Ngesrep Kota Semarang. Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu di kedua bengkel tersebut. Studi pendahuluan dilakukan dengan teknik wawancara dengan staf *customer service* yang mana sebelumnya telah diberikan izin oleh pihak manajemen di masing-masing bengkel. Melalui studi pendahuluan tersebut, peneliti menerima informasi dari pihak manajemen bengkel AHASS Sahabat Sejati melalui staf *customer service* nya yaitu adanya beberapa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Beberapa keluhan tersebut antara lain yaitu komponen yang diservis belum satu minggu sudah kembali bermasalah, ruang tunggu yang kotor, penyaranan penggantian *spare part* tanpa pemberian penjelasan penyebab yang jelas, dan lamanya proses servis. Keluhan-keluhan tersebut apabila dibiarkan maka dapat menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan dari bengkel ini. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dan meningkatkan bisnisnya, manajemen perlu melakukan peningkatan kualitas layanan bengkel.

Manajemen perlu mengetahui seperti apa kualitas layanan bengkel kini untuk meningkatkan kualitas layanan bengkel dengan melihat persepsi yang diterima pelanggan dan mengetahui seperti apa kualitas layanan yang diinginkan pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan kualitas layanan bengkel AHASS Sahabat Sejati dengan bengkel AHASS Naga Sakti sebagai pesaingnya untuk mengetahui dimensi dengan variabel-variabel apa saja yang perlu dilakukan peningkatan pada bengkel AHASS Sahabat Sejati. AHASS Naga Sakti memiliki pelanggan rata-rata per hari yaitu 70 motor dan mencapai 100 motor saat *peak day* sedangkan AHASS Sahabat Sejati jumlah rata-rata pelanggan per hari yaitu hanya 60 motor dan 80 motor saat *peak day*. Berdasarkan jumlah tersebut, bengkel AHASS Naga Sakti jelas menjadi bengkel pesaing bagi AHASS Sahabat Sejati disamping lokasi yang berdekatan. Dimensi-dimensi yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Parasuraman yaitu lima dimensi kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*). Ada dua jenis metode yang dapat digunakan dalam mengukur kualitas jasa di suatu perusahaan dengan melakukan

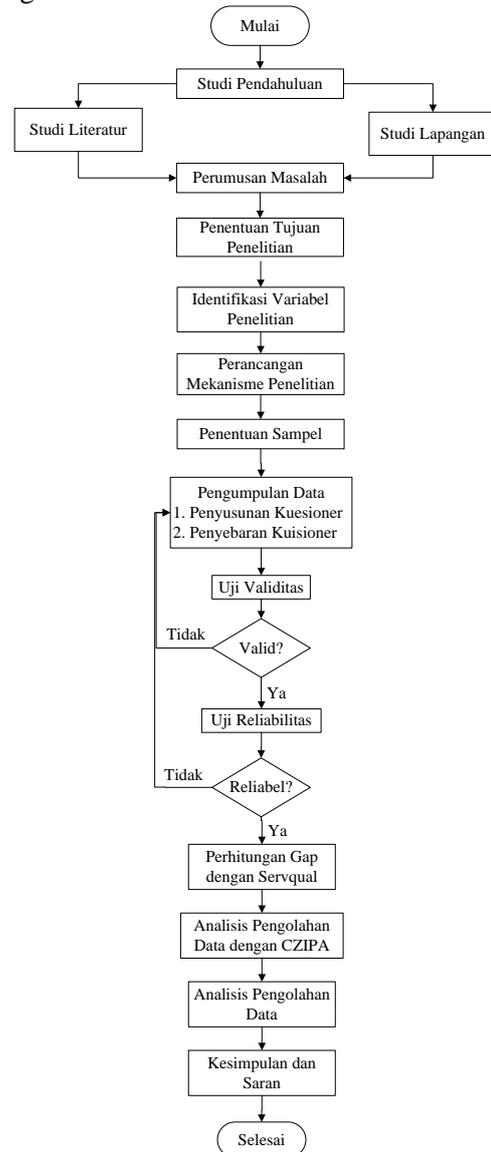
*benchmarking* dengan perusahaan pesaing, yaitu *Importance-Performance Competitor Analysis* (IPCA) dan *Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis* (CZIPA). Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode *Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis* (CZIPA). Metode CZIPA merupakan metode yang mampu mengetahui variabel-variabel layanan berdasarkan kepada keinginan pelanggan serta menjadikan pesaing sebagai batas minimum pelayanan yang diberikan. Metode ini dipilih karena menggunakan metode ini peneliti dapat mengetahui seperti apa performansi/kinerja dari bengkel AHASS Sahabat Sejati terhadap bengkel pesaingnya serta tingkat kepentingan variabel untuk diterapkan di bengkel berdasarkan ekspektasi dari tiap pelanggan terhadap masing-masing bengkel.

Tujuan dari penelitian ini adalah : mengidentifikasi variabel kualitas layanan dari bengkel AHASS Sahabat Sejati yang memiliki performansi dibawah ekspektasi dari pelanggan (1), mengidentifikasi variabel kualitas layanan di bengkel AHASS Sahabat sejati yang memiliki performansi lebih rendah dari bengkel pesaingnya (AHASS Naga Sakti) (2), mengidentifikasi variabel kualitas layanan di bengkel AHASS Sahabat Sejati yang menjadi prioritas perbaikan menggunakan metode CZIPA (3), memberikan usulan perbaikan kualitas layanan di AHASS Sahabat Sejati berdasarkan prioritas perbaikan yang telah dilakukan.

## 2. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahap-tahap penelitian yang harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum melakukan pemecahan masalah sehingga penelitian dapat dilakukan dengan terarah, sistematis, dan memudahkan dalam menganalisis permasalahan yang ada. Tahap-tahap tersebut dimulai dari melakukan studi pendahuluan melalui wawancara terhadap staf *customer service*, lalu melakukan perumusan masalah, kemudian menentukan tujuan penelitian. Selanjutnya, dilakukan identifikasi variabel penelitian yang akan digunakan yaitu mengacu pada dimensi SERVQUAL dari parasuraman (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*). Setelah itu dilakukan perancangan mekanisme penelitian, lalu penentuan sampel. Penentuan sampel dilakukan berdasarkan

jumlah pelanggan paling banyak yang dilayani disaat *peak day* pada kedua bengkel. Pada bengkel.



Gambar 1 Alur Penelitian

AHASS Sahabat Sejati, jumlah pelanggan paling banyak mampu dilayani saat *peak day* adalah 80 motor, sedangkan bengkel AHASS Naga Sakti adalah 100 motor. Untuk jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil yang terbanyak yaitu 100 motor. Sampel yang digunakan ialah pelanggan yang pernah melakukan servis di kedua bengkel tersebut. Setelah itu dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner yang terdiri dari 4 bagian yaitu identitas responden, tingkat kepentingan variabel, tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, dan *desire service*. Pada kuesioner tersebut menggunakan 16 variabel yang dijabarkan pada Tabel 1. Selanjutnya dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas pada

hasil kuesioner. Kemudian dilakukan pengolahan data hingga dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan dan terakhir penarikan kesimpulan. Alur metode penelitian yang digunakan tersaji pada Gambar 1.

- **Benchmarking**

Taplin (2012) dalam penelitiannya mengenai *Competitive Importance-Performance Analysis* mengatakan bahwa perbandingan dengan pesaing merupakan sebuah standar di bidang ilmu sains maupun bisnis. Dalam ilmu sains, perbandingan yang dimaksud adalah yang berhubungan dengan pengontrol. Sedangkan dalam bidang bisnis, perbandingan dengan pesaing disebut dengan istilah *benchmarking*. Menurut Watson (1993), *benchmarking* adalah pencarian secara berkesinambungan dan penerapan secara nyata praktik-praktik yang lebih baik yang mengarah pada kinerja kompetitif unggul. *Benchmarking* adalah suatu proses belajar yang berlangsung secara sistematis dan terus-menerus dimana setiap bagian dari suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang terbaik atau pesaing yang paling unggul (Sustina & Pawitra, 2001). *Benchmarking* digunakan sebagai proses pembandingan dan pengukuran operasi atau proses internal organisasi terhadap perusahaan yang terbaik dalam kelasnya, baik dari dalam maupun dari luar industri (Goetsch & Davis, 1994).

Jadi, *benchmarking* dalam bisnis dapat dilakukan dengan membandingkan kinerja perusahaan dengan kinerja dari perusahaan pesaing yang lebih baik. Dalam konsep *benchmarking* ini, perusahaan akan mengadopsi praktik dan fungsi yang diterapkan oleh perusahaan pesaing dan terbukti telah membuat peningkatan yang baik pada perusahaan tersebut. Tujuan dari *benchmarking* adalah melakukan perubahan-perubahan pada suatu atau beberapa fungsi dalam organisasi atau perusahaan dengan cara melakukan perbandingan dengan perusahaan pesaing yang sejenis untuk dijadikan acuan perubahan tersebut.

- **Penyusunan Kuesioner**

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti (Kusumah & Dwitagama, 2011). Adapun kuesioner pada penelitian ini bersifat tertutup, responden hanya perlu memberikan penilaiannya menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 berdasarkan persepsi

masing-masing. Terdapat lima dimensi yang akan dijadikan penelitian berdasarkan SERVQUAL dalam Parasuraman yang terdiri dari aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Masing-masing dimensi akan ditanyakan pada kuesioner dengan masing-masing penjelasan serta variabelnya dapat dilihat pada Tabel 1. Butir-butir variabel pernyataan beberapa bersumber dari Jurnal Optimasi Sistem Industri berjudul Pengukuran Kualitas Jasa Bengkel Sepeda Motor SM di Kota Padang dengan Metode Servqual (Sutanto, 2011). Terdapat variabel layanan dalam dimensi *tangible* yang tidak dimasukkan ke dalam kuesioner yaitu kelengkapan *spare part* dan peralatan. Variabel tersebut tidak menjadi variabel kuesioner karena berdasarkan sumber dari [www.klinikteknik.com](http://www.klinikteknik.com) menyebutkan bahwa kelengkapan *spare part* dan peralatan merupakan standar syarat pembukaan bengkel AHASS sehingga untuk setiap bengkel AHASS memiliki standar kelengkapan *spare part* dan peralatan.

- **Perhitungan Nilai Gap**

*Gap* merupakan perbedaan antara rata-rata dari ekspektasi dan persepsi pelanggan. Analisis *gap* dapat memisahkan IPA plot menjadi dua area dari implikasi pengambilan keputusan berdasarkan dengan *ideal line*. Untuk itu, variabel layanan yang terdapat parallel dengan garis *ideal line* memiliki *gap* yang sama. Pada CZIPA, performansi/kepuasan, kepentingan serta *gap* (performansi/kepuasan dikurangi kepentingan) akan dilakukan *benchmarking* terhadap nilai pesaing. Pesaing tersebut memberikan keunggulan pada bidang statistik untuk mengurangi bias pengukuran (Taplin R., 2012). Perhitungan analisis *gap* digunakan untuk mengetahui dimensi yang paling berperan dalam suatu jasa. Semakin besar *gap* yang dimiliki oleh suatu variabel menandakan bahwa variabel tersebut perlu untuk lebih diperhatikan. Ketika dua buah variabel berada pada garis diagonal yang berbeda, maka variabel pada garis diagonal yang lebih dekat dengan sisi terkanan memiliki *gap* terbesar (dan tentunya kepuasan terbesar) (Suanders, 2007).

- **Matriks Importance-Performance Analysis (IPA)**

Pendekatan IPA adalah untuk mengenali kepuasan sebagai fungsi dari: seberapa penting sebuah produk atau jasa untuk konsumen dan performa bisnis dalam penyediaan jasa atau

produk (Martilla & James, 1977). Matriks *Importance-Performance Analysis* (IPA) dibentuk oleh rata-rata nilai kepentingan variabel sebagai sumbu y dan rata-rata nilai kepuasan sebagai sumbu x.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{N} \quad (1)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{N} \quad (2)$$

Dimana:

$X_i$  = Skor penilaian kinerja (*performance*) indikator  $i$

$Y_i$  = Skor penilaian kepentingan (*importance*) indikator  $i$

$\bar{X}_i$  = Indeks kinerja indikator  $i$

$\bar{Y}_i$  = Indeks kepentingan indikator  $i$

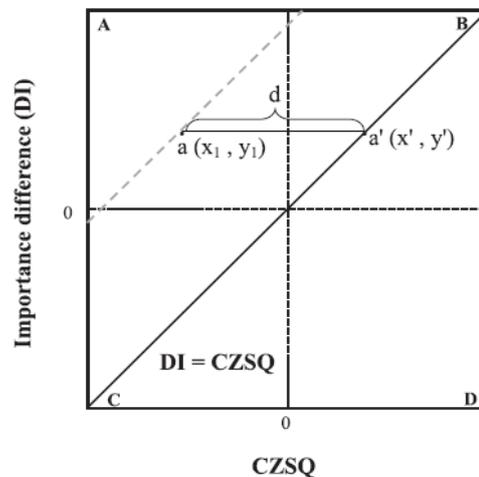
$N$  = Jumlah responden

**Tabel 1 Variabel Kuesioner**

No.	Variabel Pernyataan	Kode
	<b>Tangible</b>	
1	Ruang tunggu yang nyaman.	T1
2	Tersedia toilet yang bersih untuk pelanggan.	T2
3	Lingkungan di dalam bengkel bersih.	T3
4	Tersedianya koneksi wifi di ruang tunggu.	T4
5	Penampilan staf rapi dan bersih.	T5
7	<b>Reliability</b>	
6	Terjadi perubahan positif pada motor pasca servis hingga 2 minggu setelah servis.	RE1
7	Staf memberikan informasi biaya pergantian part dengan transparan sebelum dilakukan pergantian.	RE2
8	Staf melakukan input data keluhan dengan benar.	RE3
9	Tersedianya <i>call mechanic</i> bengkel ketika motor mogok di jalan.	RE4
	<b>Responsiveness</b>	
10	Staf menerima keluhan pelanggan dengan tanggap.	RS1
11	Teknisi melakukan perbaikan dengan cepat dan tepat (tanpa banyak mengobrol dengan teknisi lain).	RS2
	<b>Assurance</b>	
12	Staf dapat menjelaskan langkah tindakan pencegahan kerusakan komponen yang telah diganti.	A1
13	Staf menjelaskan waktu dan jenis perawatan selanjutnya ketika pelanggan selesai membayar jasa servis.	A2
14	Pelanggan mendapatkan rasa aman meninggalkan barang-barang di motor ketika servis.	A3
	<b>Empathy</b>	
15	Pelayanan diberikan secara adil tanpa memandang status sosial sesuai nomor antrian.	E1
16	Staf memberikan pelayanan yang ramah terhadap pelanggan.	E2

- **Matriks *Competitive Zone of Tolerance based IPA* (CZIPA)**

Metode *Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis* (CZIPA) merupakan sebuah metode pengembangan dari IPA yang diperkenalkan oleh Chen (2014). Dalam metode CZIPA ini terdapat konsep zona toleransi dan *benchmarking* terhadap perusahaan pesaing. Dengan menggabungkan konsep tersebut, metode ini akan mengurangi kesalahan perhitungan, kesalahan peletakan matriks, dan mendefinisikan posisi pasar dengan lebih baik. Dalam matriks CZIPA, terdapat sedikit perbedaan pada matriks IPA, yaitu sumbu horizontal merupakan nilai CZSQ (*competitive service quality ratio*) dan sumbu vertikal merupakan nilai *difference in importance* (DI). Sedangkan pengertian dari masing-masing kuadran memiliki arti yang sama dengan matriks IPA pada umumnya. Kuadran A merupakan prioritas perbaikan, kuadran B merupakan kinerja yang harus dipertahankan, kuadran C berada pada prioritas yang rendah, dan kuadran D termasuk dalam kategori kinerja yang berlebihan. Matriks CZIPA dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2 Diagram CZIPA**

Tahapan-tahapan dalam melakukan analisis kualitas jasa dengan menggunakan CZIPA adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung nilai *difference in importance* (DI) dan *difference in performance* (DP). Nilai DI didapatkan dengan menyelisihkan nilai *importance* dari bengkel yang diteliti (*focal*) dengan bengkel pesaing (*competitor*). Begitu pula dalam mencari nilai DP. Nilai DP didapatkan dari hasil selisih nilai *performance* dari bengkel

yang bersangkutan dengan bengkel pesaingnya.

- 2) Menghitung nilai CSA (*competitive service adequacy*) dengan cara menyelisihkan nilai kinerja bengkel yang diterima oleh konsumen (FPS atau *Focal Performance Service*) dengan nilai kinerja yang diterima konsumen di bengkel pesaing (CPS atau *Competitor Performance Service*). Dari pengertian tersebut, maka nilai CSA sama dengan nilai DP.

$$CSA = FPS - CPS \quad (3)$$

- 3) Menghitung nilai CZOT (*Competitive Zone Of Tolerance*) dengan menyelisihkan nilai kinerja yang diinginkan konsumen pada bengkel (*Focal Desired Service*) dengan CPS.

$$CZOT = FDS - CPS \quad (4)$$

- 4) Selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai dari CZSQ (*Competitive Service Quality Ratio*). Vavra (1997) dalam (Chen K. Y., 2014) mendefinisikan CZSQ sebagai perhitungan kinerja kualitas jasa yang didasarkan pada konsep rasio kinerja dalam cakupan kepuasan pelanggan. maka CZSQ dihitung seperti pada rumus dengan FPS, CPS, FDS masing-masing merupakan kinerja kualitas jasa di bengkel saat ini, kinerja kualitas jasa di pesaing, dan kinerja bengkel yang diinginkan oleh pelanggan. Sedangkan CSA merupakan *competitive service adequacy*.

$$CZSQ = \frac{FPS - CPS}{FDS - CPS} = \frac{CSA}{CZOT} \quad (5)$$

- 5) Memasukkan nilai CZSQ dan DI untuk membuat matriks CZIPA
- 6) Menghitung nilai yang menentukan prioritas perbaikan (d) yaitu dengan rumus:

$$d = CZSQ - DI \quad (6)$$

- 7) Melakukan analisis terhadap hasil matriks CZIPA.

Berdasarkan rumus perhitungan dari CZSQ, maka (Chang H. C., Liang, Chu, & Chou, 2012) mendefinisikan CZSQ :

- $CZSQ < 0$  maka kinerja perusahaan (FPS) lebih rendah dari kinerja pesaing (CPS)
- $0 \leq CZSQ \leq 1$ , maka kinerja perusahaan (FPS) sama dengan atau lebih besar daripada kinerja pesaing (CPS)
- jika  $CZSQ > 1$ , maka dapat dipastikan bahwa kinerja perusahaan melebihi kinerja yang diinginkan oleh pelanggan.

Oleh karena itu, semakin rendah nilai CZSQ mengindikasikan bahwa semakin tingginya penempatan prioritas perbaikan yang diperlukan.

#### • Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008) Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu variabel. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu variabel dalam menjalankan fungsi. Variabel dikatakan valid jika variabel tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Setiaji (2006) uji validitas ini ditujukan untuk membuktikan apakah kuesioner benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* atau r hitung dari setiap butir pertanyaan dalam kuesioner. Untuk dapat lolos uji validitas, maka nilai *Corrected Item-Total Correlation* harus menunjukkan nilai yang tidak kurang dari r tabel.

#### • Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperlukan dalam menguji kuesioner. Tingkat reliabilitas yang semakin tinggi akan menunjukkan bahwa kuesioner tersebut akan semakin reliabel dan konsisten untuk digunakan kembali pada penelitian selanjutnya. Artinya reliabilitas disini akan berperan sebagai seberapa tinggi tingkat kepercayaan suatu variabel dalam mengumpulkan data. Faktor penentunya adalah *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Menurut Setiaji (2006), data yang reliabel akan memiliki nilai  $\alpha$  lebih besar dari 0,60 dan jika dibawah 0,60 maka data tersebut tidak lolos uji reliabilitas.

### 3. Pengumpulan Data dan Hasil Pengolahan Data

#### 3.1 Karakteristik Responden

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini, diketahui bahwa sebanyak 57,1% dari responden adalah wanita dan sisanya pria. Presentase responden terbesar adalah pegawai swasta sebesar 40,9% lalu pelajar/mahasiswa sebesar 39,1%. Sedangkan presentase usia responden terbesar yaitu antara usia 21 tahun hingga 24 tahun sebesar 65,7% dimana pendidikan terakhir responden dengan presentase terbesar yaitu S1 sebesar 65,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak berfokus pada responden mahasiswa atau pelajar

### 3.2 Hasil Uji Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini setelah dikumpulkan kemudian dilakukan pengujian. Jumlah kuesioner yang terkumpul adalah sebanyak 105 responden. Masing-masing karakteristik pertanyaan tersebut akan dinyatakan valid jika memiliki nilai  $r$  hitung pada *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan angka yang lebih besar dari  $r$  tabel. Pada penelitian ini, jumlah responden yang digunakan adalah 105 responden serta tingkat signifikansi sebesar 5% maka diperoleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,1918. Setelah mengetahui pengujian terhadap kelima karakteristik pertanyaan, diketahui bahwa setiap butir pertanyaan pada masing-masing karakteristik memiliki nilai  $r$  hitung diatas  $r$  tabel. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pengujian validitas telah memenuhi kriteria dan butir pertanyaan dapat mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian.

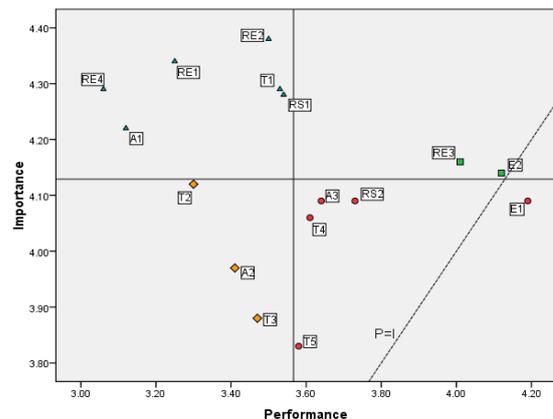
Setelah selesai melakukan pengujian validitas, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas dengan tujuan untuk membuktikan kekonsistenan pertanyaan kuisisioner dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Adapun nilai yang dibandingkan pada uji reliabilitas adalah nilai dari *Cronbach's Alpha*. Nilai dari hasil penelitian diharuskan memiliki nilai yang melebihi nilai 0,6. Pada penelitian ini, kelima karakteristik pertanyaan memiliki nilai yang berada diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini telah memenuhi uji reliabilitas

### 3.3 Hasil Perhitungan Menggunakan Metode IPA (Importance-Performance Analysis) Pada Focal Bengkel (AHASS Sahabat Sejati)

Tabel 2 merupakan perhitungan rata-rata *importance* dan *performance* untuk membentuk matriks IPA. Kemudian dipetakan menjadi matriks IPA yang tampak pada Gambar 3. Berdasarkan pada pengolahan data tersebut, diketahui terdapat 15 variabel dari 16 variabel memiliki nilai gap negatif. Nilai gap negatif tersebut berarti bahwa ekspektasi pelanggan yang terlalu tinggi tidak dapat diimbangi dengan performansi yang diberikan oleh bengkel. Hal ini dikarenakan bengkel tidak mampu memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Tabel 2 Nilai IPA pada AHASS Sahabat Sejati (Focal)

Variabel	I	P	Gap (P-I)
T1	4,29	3,53	-0,76
T2	4,12	3,3	-0,82
T3	3,88	3,47	-0,41
T4	4,06	3,61	-0,45
T5	3,83	3,58	-0,25
RE1	4,34	3,25	-1,09
RE2	4,38	3,5	-0,88
RE3	4,16	4,01	-0,15
RE4	4,29	3,06	-1,23
RS1	4,28	3,54	-0,74
RS2	4,09	3,73	-0,36
A1	4,22	3,12	-1,1
A2	3,97	3,41	-0,56
A3	4,09	3,64	-0,45
E1	4,09	4,19	0,1
E2	4,14	4,12	-0,02



Gambar 3 Matriks IPA AHASS Sahabat Sejati (Focal)

Gap yang semakin besar nilai negatifnya menunjukkan bahwa pelanggan AHASS Sahabat Sejati merasakan ketidakpuasan pada kualitas layanan yang diberikan oleh bengkel.

Sedangkan pada plot matriks IPA terdapat 6 variabel yang berada pada kuadran A yaitu T1, RE1, RE2, RE4, RS1, dan A1. Kuadran A merupakan kuadran yang paling diperhatikan karena tingkat performansi yang rendah dimiliki oleh bengkel akan tetapi kepentingan dianggap tinggi oleh konsumen. Maka dari itu untuk bengkel AHASS Sahabat Sejati hal yang harus diperhatikan meliputi: ruang tunggu yang nyaman, terjadi perubahan positif pada motor pasca servis hingga 2 minggu setelah servis, staf memberikan informasi biaya pergantian

part sebelum dilakukan pergantian dengan transparan, tersedianya *call mechanic* bengkel ketika motor mogok di jalan, staf menerima keluhan pelanggan dengan tanggap, serta staf dapat menjelaskan langkah tindakan pencegahan.

### 3.4 Hasil Perhitungan Menggunakan Metode CZIPA (*Competitive Zone of Tolerance based IPA*)

Tabel 3 merupakan hasil perhitungan menggunakan metode CZIPA untuk bengkel AHASS Sahabat Sejati sebagai bengkel *focal* pada penelitian ini. Kemudian dari hasil perhitungan tersebut di plotkan ke dalam matriks CZIPA yang ditampilkan pada Gambar 4.

**Tabel 3 Perhitungan CZSQ AHASS Sahabat Sejati (*Focal*)**

Variabel	DP	CSA	FDS	CPS	CZOT	CZSQ
T1	-0,19	-0,19	4,71	3,72	0,99	-0,19
T2	-0,18	-0,18	4,71	3,48	1,23	-0,15
T3	-0,14	-0,14	4,49	3,61	0,88	-0,16
T4	0,52	0,52	4,53	3,09	1,44	0,36
T5	-0,04	-0,04	4,14	3,62	0,52	-0,08
RE1	-0,58	-0,58	4,69	3,83	0,86	-0,67
RE2	-0,3	-0,3	4,66	3,8	0,86	-0,35
RE3	0,14	0,14	4,71	3,87	0,84	0,17
RE4	-0,16	-0,16	4,51	3,22	1,29	-0,12
RS1	-0,21	-0,21	4,69	3,75	0,94	-0,22
RS2	0,04	0,04	4,56	3,69	0,87	0,05
A1	-0,41	-0,41	4,59	3,53	1,06	-0,39
A2	-0,15	-0,15	4,53	3,56	0,97	-0,15
A3	-0,17	-0,17	4,57	3,81	0,76	-0,22
E1	0,19	0,19	4,6	4	0,6	0,32
E2	0,4	0,4	4,57	3,72	0,85	0,47

Pada pelayanan yang diberikan oleh bengkel AHASS Sahabat sejati, terdapat 11 variabel yang memiliki nilai CZSQ negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa bengkel AHASS Naga Sakti unggul terhadap 11 variabel tersebut. Dari 11 variabel tersebut, terdapat 5 variabel yang berada di kuadran A pada matriks CZIPA. Kemudian dari kelima variabel tersebut dilakukan perhitungan nilai "d" untuk menentukan prioritas perbaikan seperti terlihat pada Tabel 4.

Usulan perbaikan memiliki tiga kriteria utama yang menunjukkan bahwa semakin perlunya suatu perbaikan; memiliki nilai gap atau "d" terkecil, berada pada kuadran A, serta

memiliki performansi yang lebih buruk jika dibandingkan dengan pesaing (nilai CZSQ negatif).

**Tabel 4 Penentuan Prioritas Perbaikan AHASS Sahabat Sejati**

Variabel	CZSQ	DI	d
A1	-0,39	0,07	-0,46
RE2	-0,35	0,02	-0,37
RE4	-0,12	0,18	-0,30
T1	-0,19	0,01	-0,20
T5	-0,08	0,11	-0,19

Adapun variabel-variabel tersebut ialah: staf dapat menjelaskan langkah tindakan pencegahan kerusakan komponen yang telah diganti, staf memberikan informasi biaya pergantian part sebelum dilakukan pergantian dengan transparan, tersedianya call center bengkel ketika motor mogok di jalan, ruang tunggu yang nyaman, serta penampilan staf yang rapi dan bersih. Rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan adalah:

- 1) Memberikan workshop kepada staf-staf, mengadakan forum tukar pikiran yang melibatkan seluruh pegawai di bengkel tersebut, menyediakan buku bacaan mengenai perawatan komponen sepeda motor di meja staf sebagai panduan ketika terdapat pergantian komponen pada sepeda motor pelanggan dan staf belum mengetahui jenis perawatan yang harus dilakukan untuk komponen tersebut.
- 2) Sebaiknya pihak manajemen memiliki alur untuk pergantian komponen yaitu , sebelum mekanik melakukan pergantian komponen/part tersebut, mekanik melaporkan kepada staf yang berhubungan dengan pelanggan jenis komponen yang akan diganti apa saja lalu staf selanjutnya menginformasikan ke pelanggan terlebih dahulu mengenai biaya-biaya seperti harga komponen serta ongkos pergantiannya yang akan dibayarkan oleh pelanggan jika semua komponen dilakukan pergantian, jika pelanggan telah menyetujui pergantian-pergantian tersebut dilakukan maka staf menginformasikan mekanik untuk melakukan pergantian komponen tersebut.
- 3) Bengkel AHASS Sahabat Sejati telah memiliki *call mechanic*. Informasi yang berbeda didapatkan dari pihak pelanggan dan manajemen. Hal ini perlu diperhatikan oleh pihak manajemen dimana fasilitas

seperti *call mechanic* yang sudah disediakan tetapi belum diketahui oleh pelanggan. Dengan kata lain, pelanggan tidak mengetahui bahwa bengkel tersebut telah menyediakan *call mechanic*. Oleh karena itu, sebaiknya pihak manajemen memberikan informasi kepada pelanggan mengenai *call mechanic* bengkel yang dapat dilakukan dengan cara antara lain: memasang template informasi di bengkel di tempat yang dapat dilihat oleh pelanggan saat pelanggan melakukan transaksi pembayaran atau saat pertama kali masuk ke bengkel, memasang informasi tersebut di nota pembayaran, atau berupa kartu nama bengkel yang diberikan secara langsung kepada pelanggan yang melakukan servis di bengkel tersebut.

- 4) Pihak manajemen perlu menyusun jadwal pengecekan kondisi ruang tunggu secara berkala di setiap harinya untuk faktor bersih, rapi, dan udara yang tidak ada bau-bauan tidak sedap dimana suhu ideal yaitu suhu 24°-26°C.
- 5) Pihak manajemen sebaiknya memberikan pengarahan kepada para stafnya sebelum waktu bekerja di mulai di setiap harinya sebagai bahan pengecekan juga, serta melakukan pengawasan untuk menjaga supaya penampilan staf yang rapi dan bersih tetap terjaga.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan serta analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan untuk menjawab tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan dari bengkel AHASS Sahabat Sejati yang memiliki performansi dibawah ekspektasi dari pelanggan ialah variabel kualitas layanan yang memiliki nilai gap negatif pada perhitungan Gap. Terdapat 15 variabel dari 16 variabel kualitas layanan yang memiliki nilai gap negatif dimana nilai gap negatif terbesar yaitu pada variabel tersedianya *call mechanic* bengkel ketika motor mogok di jalan.
2. Variabel kualitas layanan di bengkel AHASS Sahabat Sejati yang memiliki performansi lebih rendah dari bengkel pesaingnya (AHASS Naga Sakti) ialah variabel layanan yang memiliki nilai

CZSQ < 0. Variabel layanan AHASS Sahabat Sejati yang memiliki nilai CZSQ negatif berjumlah 11 variabel. Variabel kualitas layanan yang memiliki nilai CZSQ negatif terbesar ialah variabel terjadi perubahan positif pada motor pasca servis hingga 2 minggu setelah servis.

3. Variabel kualitas layanan di bengkel AHASS Sahabat Sejati yang menjadi prioritas perbaikan menggunakan metode CZIPA (*Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis*) yaitu memperhatikan nilai “d” terkecil dan letak variabel di kuadran A. Setelah dilakukan penentuan prioritas perbaikan diketahui terdapat 5 variabel kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan. Variabel-variabel tersebut yaitu staf dapat menjelaskan langkah tindakan pencegahan kerusakan komponen yang telah diganti, staf memberikan informasi biaya pergantian *part* dengan transparan sebelum dilakukan pergantian, tersedianya *call mechanic* bengkel ketika motor mogok di jalan, ruang tunggu yang nyaman, dan penampilan staf yang rapi dan bersih.
4. Berdasarkan prioritas perbaikan yang telah dilakukan, kemudian diberikan usulan perbaikan kepada pihak manajemen bengkel AHASS Sahabat Sejati sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan bengkel untuk meningkatkan kualitas layanan serta pelanggan bengkel. Usulan yang diberikan yaitu:
  - 1) Pihak manajemen memberikan workshop mengenai otomotif bagi staf-staf yang berhubungan langsung dengan pelanggan,
  - 2) Mengadakan forum tukar pikiran yang melibatkan seluruh pegawai di bengkel tersebut secara berkala,
  - 3) Menyediakan buku bacaan mengenai perawatan komponen sepeda motor di meja staf sebagai panduan ketika terdapat pergantian komponen pada sepeda motor pelanggan dan staf belum mengetahui jenis perawatan yang harus dilakukan untuk komponen tersebut..

## Daftar Pustaka

- Chang, H. C., Liang, G. S., Chu, C., & Chou, C. H. (2012). Prioritizing Service Attributes for Improvement Using Fuzzy Zone of Tolerance. *International Journal of Innovative Computing Information and Control*, 8(1), 75-89.
- Chen, K. Y. (2014). Improving Importance-Performance Analysis: The Role of the Zone of Tolerance and Competitor Performance; The case of Taiwan Hot Spring Hotels. *Tourism Management*, 40(6), 260-272.
- Goetsch, D., & Davis, S. (1994). *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs: Prentice Hall International Inc.
- Kusumah, W., & Dwitagama, D. (2011). *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: PT Indeks.
- Martilla, J., & James, J. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, XLI(1), 77-79.
- Suanders, E. (2007). The LibQUAL+Phneomenon: Who Judges Quality? *Reference & User Service Quarterly*, XCVII(1), 21-24.
- Sustina, & Pawitra, T. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutanto, A. (2011). Pengukuran Kualitas Jasa Bengkel Sepeda Motor SM di Kota Padang dengan Metode Servqual. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, X(2), 154-159.
- Taplin, R. (2012). Competitive Importance-Performance Analysis of an Australian Wildlife Park. *Tourism Management*, XXXIII(2), 29-37.