

Kajian Kualitas Pelayanan Kereta Api Lokal Bandung Raya Menggunakan Metode *Quality Function Deployment*

RAKHA IMADUDDIN RASYIDI¹, DWI PRASETYANTO²

1. Mahasiswa (Institut Teknologi Nasional)
2. Dosen (Institut Teknologi Nasional)

Email : rakhaimadr@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis kualitas pelayanan terhadap pengguna Kereta Api Lokal Bandung Raya menggunakan metode Quality Function Deployment yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis atribut pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap tingkat pelayanannya dalam menentukan prioritas pelayanan yang harus dikembangkan dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan kemudian dilanjutkan dengan perhitungan importance rating yang bertujuan untuk memposisikan setiap keinginan pelanggan dan bertujuan untuk memprioritaskan keinginan pelanggan, lalu dilanjutkan dengan perhitungan nilai posisi setiap atribut yang mana nantinya akan digunakan untuk menentukan prioritas pengembangan atribut yang mana langkah-langkah ini akan digunakan untuk membangun matriks House of Quality sebagai hasil akhir dari metode ini. Penelitian ini menggunakan hasil pengisian kuesioner terhadap konsumen yang merupakan pengguna Kereta Api Lokal Bandung Raya. Hasil kajian dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan tingkat kepentingan, atribut yang memiliki nilai Derajat Kepentingan terbesar adalah atribut Ketersediaan Asuransi Jiwa. Berdasarkan tingkat kepuasan, atribut yang memiliki nilai Kinerja Atribut Jasa terbesar adalah atribut Pelayanan Perjalanan yang Aman dan Nyaman, dan atribut yang harus diprioritaskan untuk dikembangkan yang didapatkan dari Parameter Teknik adalah Peningkatan Tempat Duduk yang Nyaman

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kereta Api Lokal, Bandung Raya, Quality Function Deployment

1. PENDAHULUAN

Trend terkini yang telah diterapkan oleh industri transportasi adalah penggunaan moda kereta api. Kereta Api Lokal Bandung Raya adalah layanan kereta api yang dioperasikan oleh KAI *Commuter* yang melayani rute Cicalengka-Padalarang dan Padalarang-Cicalengka. Kereta api ini berhenti di setiap stasiun yang dilewatinya kecuali Stasiun Andir. Kereta Api Lokal Bandung Raya adalah kereta api lokal yang beroperasi di Daerah Operasi (DAOP) II Bandung. Layaknya perusahaan jasa, maka produk utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah pelayanan, dengan kata lain PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menawarkan jaminan kepuasan dari pelayanan yang dilakukan terhadap konsumen, berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen pengguna jasa kereta api.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika bisa menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk serta kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan.

2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1985) yang telah meneliti kualitas jasa dan faktor-faktor yang menentukannya. 5 faktor dimensi kualitas pelayanan adalah Keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti langsung.

2.3 Kepuasan Pelanggan

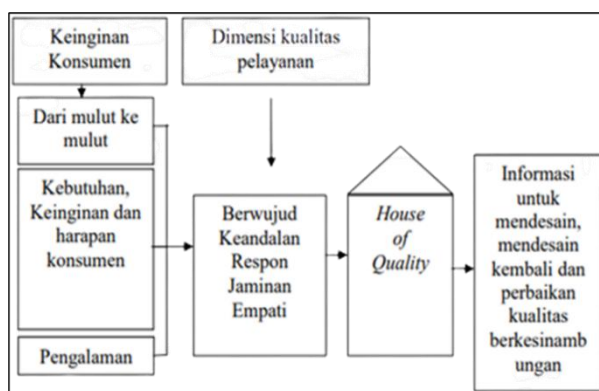
kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *Performace* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Jika kinerja berada dibawah barapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan pelanggan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas.

2.4 Standar Pelayanan

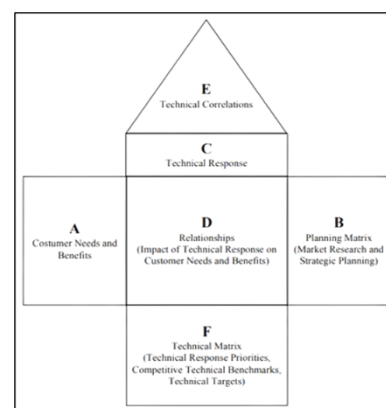
Pemerintah melalui Menteri Perhubungan menetapkan standar minimal yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa dalam memberikan pelayanan. Standar ini diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM. 63 Tahun 2019 Tentang Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta Api.

2.5 Metode *Quality Function Deployment*

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu metode yang digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen. Serta menggabungkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dalam produk dan jasa yang disediakan bagi konsumen.



Gambar 1. Alur Penerapan QFD



Gambar 2. Matriks *House of Quality* (HOQ)

Pada model tersebut terlihat bahwa kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen ditimbulkan oleh kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Proses pelayanan tersebut akan dinilai oleh pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah wujud,

keandalan, respon, jaminan, dan empati. Dimensi kualitas pelayanan ini kemudian dimasukan ke dalam matriks *House of Quality* (HOQ) untuk dianalisis dan diperoleh informasi yang bisa digunakan untuk mendesain, mendesain ulang dan perbaikan kualitas yang berkesinambungan.

2.5 Pengolahan data *Quality Function Deployment*

Untuk melaksanakan metode QFD terdapat beberapa langkah dan proses yang harus dikerjakan agar didapatkan hasil berupa spesifikasi kebutuhan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Langkah-langkah tersebut akan digunakan untuk membangun *House of Quality* (HOQ), Langkah-langkah perhitungan HOQ akan dijelaskan pada pembahasan selanjutnya

2.5.1 Derajat Kepentingan Butir Atribut Jasa

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n DK_i}{n} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

DK_i = Derajat Kepentingan Responden ke-i

n = Jumlah responden

2.5.2 Kinerja Atribut Jasa

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

K_i = Kinerja Atribut Jasa (kepuasan) Responden ke-i

n = Jumlah responden

2.5.3 Nilai Target

Nilai target perlu ditentukan oleh manajemen untuk setiap atribut jasa kinerja perpustakaan yang dinilai oleh konsumen dapat dijadikan acuan untuk menetapkan nilai target atribut dari PT.KAI.

2.5.4 Rasio Perbaikan

$$\text{Rasio Perbaikan} = \frac{\text{Nilai Target}}{\text{Kinerja Jasa}} \dots\dots\dots(3)$$

2.5.5 Sales Point

Sales Point ditentukan oleh pihak perusahaan berdasarkan pada setiap atribut yang dapat mempengaruhi pada nilai penjualan/jasa perusahaan. *Sales Point* yang didasarkan pada seberapa jauh kebutuhan konsumen dapat dipenuhi

2.5.6 Bobot Atribut Jasa

$$\text{Bobot} = \text{Derajat Kepentingan} \times \text{Rasio Perbaikan} \times \text{Sales Point} \dots\dots\dots(4)$$

2.5.7 Normalisasi Bobot Atribut Jasa

$$\text{Normalisasi bobot} = \frac{\text{Bobot}}{\text{Total Bobot}} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

2.5.8 Parameter Teknik

Parameter Teknik merupakan hasil penerjemahan dari keinginan konsumen, dari keinginan konsumen diterjemahkan ke dalam bahasa teknik yang dapat diukur untuk menentukan target yang akan dicapai dan untuk menentukan atribut mana yang nantinya akan dikembangkan.

2.5.9 Interaksi Antara Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik

$$KT_i = \sum BT_i \times H_i \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

KT_i = Nilai absolut parameter teknik untuk masing-masing atribut

BT_i = Kepentingan relatif (bobot atau normalisasi bobot) atribut jasa yang memiliki hubungan dengan atribut parameter teknik

H_i = Nilai hubungan atau interaksi antara atribut jasa yang diinginkan dengan parameter teknik

2.5.10 Hubungan Antara Parameter Teknik

Pengidentifikasi hubungan antar parameter teknik perlu dilakukan guna mengetahui adanya pertukaran antara masing-masing atribut pada parameter teknik tersebut.

SIMBOL	PENGARUH HUBUNGAN
√√	Positif kuat
√	Positif moderat
	Tidak ada hubungan

Tabel 1. Hubungan Antara Parameter Teknik

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran angket (kuesioner) menggunakan *google form*. Dalam pengumpulan data ini perlu diketahui jumlah sampel yang akan dianalisis.

3.2 Identifikasi Populasi & Sampel

Adapun populasi & sampel dalam penelitian ini adalah responden yang pernah menggunakan jasa transportasi Kereta Api Lokal Bandung Raya.

3.3 Pengolahan dan Analisis Data

Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner dilakukan pembuatan matriks *House of Quality* Hasil dari langkah-langkah *planning* matriks tersebut selanjutnya didapatkan prioritas utama.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Penentuan Ukuran Sampel

Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Rumus ini digunakan untuk jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti.

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = 96,04 \approx 100 \text{ orang}$$

4.2. Perancangan Kuesioner

Kuesioner ini dirancang berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM. 63 Tahun 2019 Tentang Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta Api

Dimensi	Atribut
Kehandalan	P1 Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan Kereta api
	P2 Layanan penjualan tiket yang mudah dan cepat
	P3 Kesesuaian pelayanan yang didapat dengan yang dijanjikan
Ketanggapan	P4 Ketersediaan petugas dalam membantu pelanggan
	P5 Kecepatan respon petugas dalam menghadapi permasalahan/kehihan pelanggan
	P6 Proses keluar dan masuk dari kereta yang cepat
Jaminan	P7 Ketersediaan asuransi jiwa
	P8 Kemudahan dalam pembayaran
	P9 Pelayanan perjalanan yang aman dan nyaman
Empati	P10 Kejujuran dan kesabaran petugas dalam memberikan pelayanan
	P11 Pengawasan petugas terhadap penumpang
	P12 Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan
Bukti Fisik	P13 Kebersihan di dalam stasiun / kereta
	P14 Fasilitas keamanan dan keselamatan (CCTV, APAR, P3K, Pemecah Kaca, dll)
	P15 Tempat duduk yang nyaman di ruang tunggu / kereta

Gambar 3. Hasil Penvusunan Kuesioner

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan ketepatan/ kecermatan (*valid*) dan konsisten (*reliable*) pada setiap dimensi pertanyaan dalam kuesioner penelitian.

pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{xy} dengan r_{tabel} pada setiap atribut pertanyaan, jika $r_{xy} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Pada penelitian ini perhitungan untuk reliabilitas adalah dengan menggunakan *Cornbach Alpha* yang dihitung dinyatakan handal/konsisten (reliabel) apabila nilai $r_{11} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dimensi pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

untuk mengaplikasikan metode QFD, diperlukan serangkaian langkah dan proses yang harus dijalankan guna mencapai hasil berupa spesifikasi kebutuhan produk yang sejalan dengan preferensi dan harapan konsumen. Progresi QFD melibatkan langkah-langkah seperti mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menghitung rating kepentingan, mengevaluasi nilai relatif produk, dan proses lainnya. Tahapan-tahapan ini akan membentuk dasar bagi pembentukan House of Quality (HOQ).

Gambar 4. Matriks House of Quality

4.4.1 Analisis QFD

Matrik House of Quality ini menjelaskan apa saja yang menjadi keinginan konsumen dan bagaimana memenuhinya. Prioritas utama perbaikan jika terpenuhi berarti pihak manajemen PT.KAI telah memenuhi dari upaya perbaikan pelayanannya. Adapun usulan perbaikan keinginan pelanggan adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan penilaian kepentingan: (1) Ketersediaan asuransi jiwa (2) Ketersediaan petugas dalam membantu pelanggan (3) Kemudahan dalam pembayaran
- Berdasarkan penilaian kepuasan: (1) Pelayanan perjalanan yang aman dan nyaman (2) Kebersihan di dalam stasiun/kereta (3) Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan
- Prioritas Pengembangan: (1) Peningkatan tempat duduk yang nyaman. (2) Menyediakan kotak saran dan kritik. (3) Kebersihan di stasiun dan di kereta. (4) Pelayanan petugas keamanan terhadap konsumen. (5) Cepat tanggap petugas membantu konsumen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis QFD dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 15 atribut kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan Kereta Api Lokal Bandung Raya berdasarkan penilaian kepentingan konsumen diurutkan teratas adalah atribut ketersediaan asuransi jiwa, untuk penilaian kepuasan konsumen diurutkan teratas adalah atribut pelayanan perjalanan yang aman dan nyaman dan untuk prioritas pengembangan yang Kereta Api Lokal Bandung Raya agar sesuai dengan keinginan konsumen diurutkan teratas adalah peningkatan tempat duduk yang nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Tjiptono. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Akao, Y. (1990). *Quality function deployment (QFD) – Integrating customers' requirements into product design. English translation copyright, Productivity Press, USA.*
- Amstrong & Kotler. (2004). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Berry, Parasuraman dan Zeithaml, V.A. (1985). *Conceptual Model of Service Quality and its Implication For Future Research.* Jurnal Marketing, Vol 49.
- Cohen ,Lou.(1995). *Quality Function Deployment How to Make QFD Work for You.* Cambridge, Massachusetts.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor. 63 Tahun 2019 Tentang Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta Api.