

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS JASA SERVICE
DI BENGKEL PROTOTIPE HONDA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Gunadi

(Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif FT UNY)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa service di bengkel sepeda motor Prototipe Honda serta faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode survey dan dilakukan terhadap pelanggan bengkel sepeda motor Prototipe Honda yang terletak di Jalan Gejayan Gg. Komojoyo No. 28 Yogyakarta. Teknik pengambilan data menggunakan metode aksidental. Sampel yang diperoleh sebanyak 75 orang yang dianggap mampu mewakili dari seluruh populasi. Pengambilan data menggunakan kuisioner dan metode wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa servis sepeda motor di bengkel Prototipe Honda FT UNY termasuk dalam kategori baik (dengan rerata skor 2,96 dari nilai maksimal rerata skor 4,00) yang digali melalui 18 butir pernyataan dari angket penelitian. Sedangkan faktor-faktor yang perlu dikembangkan untuk kemajuan bengkel adalah kenyamanan dari ruang tunggu, penambahan jumlah mekanik, keseragaman dari pakaian kerja/wearpak mekanik, memperbanyak bacaan, peningkatan kemampuan mekanik, penambahan spare part, kebersihan bengkel, serta memperbanyak promosi.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, bengkel, Prototipe Honda

Pendahuluan

Salah satu perkembangan teknologi transportasi saat ini yang berkembang pesat adalah sepeda motor. Pemilik sepeda motor tentunya berharap bahwa kendaraannya selalu dalam kondisi prima saat digunakan. Oleh karenanya diperlukan perawatan (*maintenance*) secara berkala dan atau perbaikan (*repair*) pada bagian yang mengalami kerusakan. Untuk melakukan perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor tersebut diperlukan bengkel pelayanan jasa perawatan dan perbaikan. Dengan perkembangan jumlah sepeda motor yang sangat pesat tersebut, maka membuka peluang bermunculannya bengkel-bengkel jasa service. Hal ini akan menyebabkan meningkatnya persaingan dalam mendapatkan pelanggan (pelanggan), sebab hidup matinya bengkel ini banyak ditentukan oleh penilaian atau tanggapan pelanggan terhadap jasa pelayanan yang diberikan.

Upaya untuk menimbulkan kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila bengkel mampu memberikan jasa pelayanan yang berkualitas tinggi, hantaran yang cepat, pengerjaan yang singkat, pengendalian persediaan yang optimal, staf yang bermutu, staf yang termotivasi, serta rancana bengkel untuk bekerja pada kapasitas yang efisien.

Kepuasan pelanggan tercermin dari tanggapan positif pelanggan terhadap bengkel. Tanggapan pelanggan dapat berupa

penilaian terhadap kualitas jasa pelayanan bengkel sepeda motor. Tanggapan yang positif akan memberikan keuntungan yang sangat besar terhadap bengkel, karena akan cenderung menggunakan jasa pelayanan berikutnya dan memberikan informasi kepada calon pelanggan lain.

Tanggapan terhadap bengkel dapat dipengaruhi oleh proses pelayanan, proses pengerjaan, maupun hasil dari jasa pelayanan yang diterimanya. Tanggapan tersebut penting untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki bengkel, sehingga dapat disusun strategi pengembangan selanjutnya.

Bengkel Prototipe Honda FT UNY mulai beroperasi pada tanggal 14 Oktober 1994, merupakan jenis bengkel sepeda motor yang didirikan oleh Fakultas Teknik UNY. Bengkel ini terletak di Jl. Gejayan Gg. Komojoyo No. 28 Yogyakarta, didirikan dengan maksud untuk melayani perawatan dan perbaikan sepeda motor milik masyarakat umum yang sepenuhnya dikelola oleh para dosen, mahasiswa dan teknisi, sehingga dapat untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan dan ketrampilan para mahasiswa dalam menerapkan disiplin ilmunya di dunia nyata. Berdasarkan pada pengamatan peneliti, ada beberapa permasalahan yang perlu dibahas, yaitu mengenai: (1) manajemen bengkel yang perlu ditingkatkan dalam peran/ tugas dan tanggung jawab semua karyawan, (2) letak bengkel yang kurang strategis karena tidak terletak pada jalan utama,

sehingga mempersulit promosi, (3) bidang promosi saat ini hanya berupa leflet yang dibagikan terbatas di kalangan sendiri (mahasiswa) bukan ke masyarakat luas, sehingga timbul anggapan bahwa Prototipe Honda bukan bengkel umum bagi semua masyarakat, tetapi dianggap sebagai tempat praktik mahasiswa, (4) permasalahan kedisiplinan karyawan, karena sebagian besar karyawan masih juga sebagai mahasiswa, sehingga jam kerja sering tidak terpenuhi dengan baik dan (5) permasalahan belum diketahuinya tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa pelayanan Prototipe Honda, sehingga akan ditindak lanjuti melalui penelitian ini.

Penelitian ini dirasa penting dan menarik karena berdasarkan data dilapangan saat ini, pelanggan di Prototipe Honda semakin meningkat, dibanding dengan tahun sebelumnya. Berikut data pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan Prototipe Honda:

Tabel 1. Jumlah rerata kendaraan service/ bulan

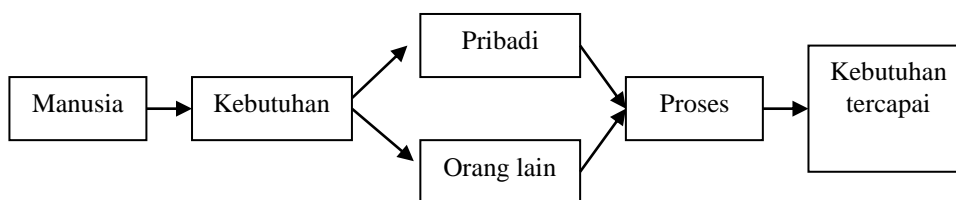
Jumlah rerata kendaraan service/ bulan	Tahun						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	150	130	160	160	211	226	250

Sumber: Prototipe Honda FT UNY

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah (1) bagaimanakah kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa servis sepeda motor di bengkel Prototipe Honda FT UNY, dan (2) faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi

kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa servis sepeda motor tersebut.

Pelayanan jasa merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang menggunakan akal, pikiran, dan panca indera serta anggota badan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dalam bentuk barang maupun jasa. Pelayanan merupakan suatu proses dalam arti luas proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan. Proses tersebut adalah:



Gambar 1. Pelayanan sebagai proses (Moenir,1995)

Berdasar gambar di atas dapat dinyatakan secara kodrati manusia dalam rangka memenuhi hidupnya sangat memerlukan pelayanan yang baik dari diri sendiri maupun orang lain. Pelayanan yang diperlukan tersebut dapat berupa layanan fisik yang bersifat pribadi atau layanan administratif yang diberikan oleh orang lain dalam organisasai atau karyawan. Pelayanan tersebut meliputi (1) sikap karyawan, (2) sistem, prosedur dan metode kerja, (3) pengorganisasian dan tugas pelayanan, (4) pendapatan pegawai, (5)

kemampuan pegawai dan (6) tersedianya sarana pelayanan yang memadai:

Sarana pelayanan meliputi segala jenis peralatan, perlengkapan kerja, dan fasilitas-fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu.

Fasilitas pelayanan adalah sarana yang memegang peranan dalam pelaksanaan fungsi pelayanan menghadapi pelanggan. Fasilitas pelayanan meliputi fasilitas ruangan, seperti meja admimistrasi, papan informasi, ruang tunggu, kamar kecil, dan fasilitas komunikasi.

Aspek ini penting karena berkaitan dengan pelanggan sebagai pengguna jasa servis. Keputusan penetapan besarnya biaya dan lamanya waktu sangat penting dan dinilai langsung oleh pelanggan dalam rangka proses pembangunan citra. Biaya harus disesuaikan dengan nilai jasa yang ditawarkan menurut pandangan pelanggan dan harus bersaing dengan kompetitor bengkel lain. Waktu pengerjaan menyangkut masalah diselesaikannya pekerjaan tepat waktu untuk menambah kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap bengkel. Biaya dan waktu untuk servis sepeda motor di

bengkel Prototipe Honda dapat dilihat pada tabel berikut ini (dengan catatan tidak ada kerusakan komponen sepeda motor yang serius):

Tabel 2. Harga dan lama servis sepeda motor di bengkel Prototipe Honda FT UNY

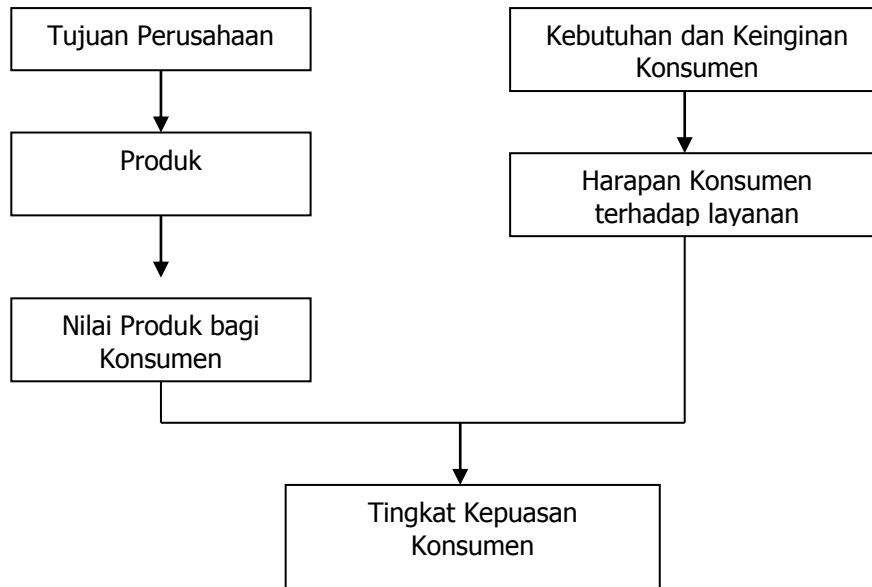
No	Jenis Pekerjaan	Harga (Rp)	Waktu
1.	a. Tune Up Ringan Motor Bebek	14.000,00	42 menit
	b. Tune Up Ringan Motor Sport	18.000,00	56 menit
2.	a. <i>Overhaul</i> Top Motor Bebek	35.000,00	3,8 jam
	b. <i>Overhaul</i> Top Motor Sport	40.000,00	3,8 jam
3.	a. <i>Overhaul</i> Total Motor Bebek	70.000,00	4,2 jam
	b. <i>Overhaul</i> Total Motor Sport	80.000,00	5,3 jam

Sumber: Prototipe Honda FT UNY

Layanan pendukung merupakan faktor penting untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan misalnya berupa menerima jasa servis panggilan, memberikan garansi, memberikan potongan harga, konsultasi serta memberikan pelayanan jasa servis gratis pada saat-saat tertentu.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi keberhasilan pemasaran perusahaan yang dapat dilihat pada saat pelanggan membeli produk maupun setelah purna beli. Kepuasan pelanggan adalah harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah mereka beli dan kinerja (hasil) dari produk tersebut. Pengertian ini didasarkan pada *disconfirmation paradigm* dari Oliver yang dikutip Fandy Tjiptono (2001) dan menghasilkan

sebuah konsep kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada gambar tersebut:



Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu (1) elemen produk, antara lain: ketersediaan produk pada saat yang tepat, kualitas produk yang optimal, dan perwujudan (kemasan dengan standart perlindungan lingkungan yang bertanggung jawab pada produk); (2) elemen penjualan, yang meliputi pemasaran dan penataan barang dagangan yang dijual, komunikasi verbal antara pelanggan dan penjual, lingkungan pembelian dan staff yang profesional, serta variabel pembelian dan

dokumentasi yang tersusun dengan baik; (3) elemen purna jual; (4) elemen lokasi, yang meliputi akses lokasi serta keamanan dan kenyamanan; (5) elemen waktu yang mencakup penentuan jam kerja, kecocokan dan ketersediaan produk sesuai dengan waktu yang ditentukan, dan kecepatan transaksi.

Dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan diperlukan suatu strategi yang disebut strategi kepuasan pelanggan. Strategi kepuasan pelanggan merupakan suatu strategi yang digunakan dalam persaingan dengan para pesaing untuk merebut para pelanggan pesaing menjadi pelanggan perusahaan, sehingga diperlukan biaya yang tinggi. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu (1) strategi pemasaran di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai, yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*), (2) strategi *superior customer service*, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari para pesaing., (3) strategi *unconditional guarantees* atau *extra-ordinary guarantees*, yaitu strategi yang memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Strategi ini dilakukan dengan memberikan garansi atau jaminan istimewa., (4) strategi penanganan keluhan yang efisien

yaitu suatu proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh.

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan sering menggunakan metode survai, dan dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut: (1) melakukan pengukuran secara langsung dengan pertanyaan dengan ungkapan kepuasan seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, maupun sangat puas; (2) memberikan pertanyaan kepada responden mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan; (3) meminta responden menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang disarankan dan (4) meminta responden meranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (Fandy Tjiptono: 2001).

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas dan juga sebaliknya.

Persaingan global saat ini menuntut pemberi layanan jasa memberikan kualitas jasa pelayanan yang semakin baik. Pelanggan mempunyai harapan terhadap perusahaan, diantaranya adalah:

- (1) kegunaan, yaitu kebutuhan dan manfaat produk barang dan jasa.
- (2) kinerja, yaitu seberapa besar produk atau jasa dapat memenuhi kegunaan produk itu sendiri.
- (3) Harga, yaitu besarnya uang dan pengorbanan yang harus dibayar pelanggan untuk produk tersebut.
- (4) Penyajian produk barang dan jasa.

Terdapat empat faktor penciptaan nilai bagi pelanggan yaitu nilai kenyamanan dan kemudahan, kualitas hidup suatu perusahaan, kepentingan diri pelanggan dan selingan (Suryana, 2005). Kenyamanan dan kemudahan diantaranya dilaksanakan dengan memberikan layanan yang lebih fleksibel kepada pelanggan, misalnya waktu yang lebih dalam melayani, memberikan jasa konsultasi dan sebagainya. Selain itu kemudahan juga bisa diwujudkan dengan tidak merepotkan pelanggan, seperti kendaraan dijemput atau diantar sampai rumah. Selain itu, kemudahan juga diberikan dengan cara memberikan kecepatan dalam mendiagnosis dan memperbaiki kendaraan. Kualitas perusahaan juga menjadi pertimbangan layanan jasa, diantaranya masalah polusi asap, kebisingan dan sebagainya. Hal ini kalau tidak dilaksanakan akan menyebabkan lingkungan kerja yang tidak kondusif sehingga pelayanan tidak maksimal. Dalam hal

kepentingan diri pelanggan, pelayanan harus mampu menyentuh nurani pelanggan, artinya harus memberikan hal yang penting bagi diri pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan menjadi pelanggan tetap. Selingan yang dimaksudkan oleh Suryana (2005) adalah adanya fasilitas tambahan seperti ruang tunggu pelanggan, hiburan televisi/ musik/ radio, majalah, surat kabar dan lainnya.

Sementara itu, unsur-unsur pelayanan meliputi fasilitas fisik (peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman, gedung atau kantor yang memadai dan nyaman serta profil yang ramah dan rapi), keandalan/ konsistensi (ketepatan pelaksanaan layanan, kesesuaian dengan prosedur serta tidak pilih kasih), kesiapan pelayanan dan kecepatan (kecekatan petugas dalam pelayanan, serta hemat waktu dan tenaga), kepastian pelayanan (kemampuan, keramahan, kepercayaan pelanggan serta keamanan bagi pelanggan) dan kemudahan (ditinjau dari kemudahan memperoleh layanan, kejelasan dan pemahaman pelanggan).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *survey* tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa servis dan pelayanan di bengkel sepeda motor Prototipe Honda FT UNY. Berdasar tingkat eksplanasinya, penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian ini

dilakukan dengan tujuan mengetahui nilai variabel mandiri tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna jasa servis Prototipe Honda FT UNY. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling secara aksidental bagi semua pelangganyang menggunakan jasa servis Prototipe Honda FT UNY. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 75 orang.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket (kuisoner) dan wawancara mengenai gambaran umum perusahaan dan pelayanan yang diberikan bengkel Prototipe Honda FT UNY kepada pelanggannya.

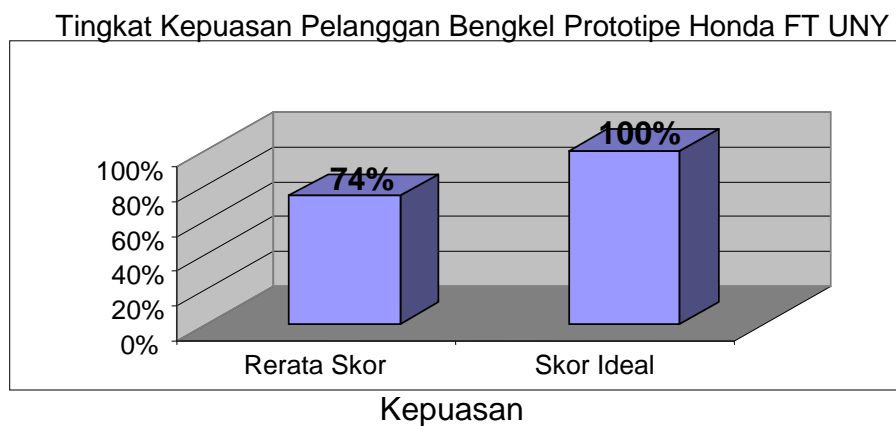
Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif deskriptif, dengan penyajian data serta melakukan analisis sesuai dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian dan kesimpulan (Sugiyono: 2005).

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini akan disampaikan hasil penelitian yang meliputi deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian. Setelah deskripsi data disajikan, maka dilakukan pembahasan.

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Service Di Bengkel Prototipe Honda Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta (Gunadi)

Dari item angket yang diberikan, dibagi menjadi empat pilihan jawaban yang kemudian dilakukan skoring yaitu dengan skor 4, 3, 2 dan 1. Untuk jawaban dengan skor maksimal kemudian dibandingkan dengan pencapaian nilai yang diberikan oleh pelanggan. Dari hasil penelitian ini diperoleh rerata nilai angket dari responden mengenai kepuasan pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Prototipe Honda kepada pelanggannya masuk dalam kategori baik, yaitu dengan nilai 2,96 atau apabila diprosentasekan sebesar 74%. Berikut ini grafik pencapaian kepuasan pelanggan pengguna jasa Bengkel Prototipe Honda sebagai berikut:



Gambar 3. Grafik tingkat kepuasan pelanggan

Perlu ditinjau juga bahwa skor rerata ini dipengaruhi dari 18 item angket yang telah diberikan responden. Penelitian ini

menemukan hasil terdapat 7 komponen memperoleh nilai diatas 3,00 (sangat baik) yaitu (1) waktu pengerjaan servis, (2) penjelasan kerusakan kendaraan kepada pelanggan, (3) terpenuhinya permintaan servis, (4) tegur sapa kepada pelanggan, (5) keramahan sikap karyawan dalam memberikan pelayanan, (6) kemudahan menuju bengkel dan (7) keinginan untuk kembali.

Responden menyatakan bahwa lama pengerjaan servis sudah termasuk baik (rerata 3,12). Lamanya waktu pengerjaan servis kendaraan sangat penting, karena saat ini kesibukan/ aktivitas orang (termasuk pelanggan bengkel Prototipe Honda) sangat tinggi. Untuk meningkatkan kualitas pekerjaan mekanik, maka setiap hari Jum'at jam 16.30 sampai dengan selesai selalu diadakan *internal training* (berupa kegiatan meningkatkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan oleh mekanik secara bergiliran yang berisi kegiatan penyampaian materi baik teori, praktik atau studi kasus). Dengan kegiatan ini diharapkan ilmu dan ketrampilan bertambah, sehingga dapat mempercepat mekanik dalam bekerja.

Aspek yang kedua adalah penjelasan kerusakan kendaraan kepada pelanggan (rerata 3,05). Apabila mekanik Prototipe Honda menemukan kerusakan komponen kendaraan pelanggan, sebelum melakukan penggantian *sparepart*, maka dikonsultasikan terlebih dahulu kepada pelanggan. Bahkan, ketika kendaraan ditinggal, administrasi mengkonfirmasi pelanggan melalui telepon. Dengan cara

ini maka pelanggan akan merasa puas dengan perbaikan yang dilakukan mekanik Prototipe Honda.

Pelanggan akan merasa puas jika permintaan yang dibutuhkan terpenuhi, atau dengan kata lain hasil yang pelanggan rasakan melebihi dari harapan, maka merasa puas. Dari data mengenai terpenuhinya permintaan servis diperoleh rerata 3,49, menunjukkan bahwa permintaan yang pelanggan harapkan dari bengkel Prototipe Honda sudah terpenuhi dengan baik.

Untuk aspek tegur sapa kepada pelanggan (rerata 3,20) dan keramahan sikap karyawan dalam memberikan pelayanan (rerata 3,11) sudah baik. Karena tuntutan pekerjaan, mekanik Prototipe Honda harus bisa memberikan pelayanan bukan saja dalam hal teknis, melainkan juga non teknis. Salah satunya adalah tegur sapa dan sikap ramah. Hal ini sangat penting, karena merupakan salah satu proses yang bisa menyebabkan pelanggan merasa puas. Berdasarkan informasi yang diperoleh, ada beberapa mekanik (mahasiswa) baru, yang dahulu sangat pendiam, setelah bekerja di bengkel Prototipe Honda sangat mudah bergaul dan mampu meningkatkan komunikasi dalam bekerja.

Responden menyatakan bahwa jalan atau akses menuju bengkel mudah (rerata 3,07). Karena dirasakan lokasi bengkel Prototipe Honda di Gang Komojoyo 28 ini masih kurang strategis

maka langkah yang diambil adalah dengan menambah papan petunjuk arah di tiga jalan yang menuju ke bengkel Prototipe Honda. Harapannya akan semakin banyak pelanggan yang menggunakan jasa bengkel ini.

Aspek yang sangat penting dalam pelayanan jasa adalah pelanggan mau kembali menggunakan jasa di kemudian hari. Apabila pelanggan kecewa terhadap pelayanan jasa yang diberikan, tentunya mereka tidak akan kembali. Karena hal ini bisa menunjukkan kepuasan pelanggan, dan bisa mendorong menjadi pelanggan tetap maka nilai rerata keinginan untuk kembali sebesar 3,07 perlu untuk ditingkatkan.

Hal ini menunjukkan bahwa ketujuh layanan yang diberikan pelanggan sudah termasuk kategori baik. Layanan-layanan tersebut harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan.

Dari angket tidak ditemui nilai rerata dibawah 2,00 berarti tidak ada instrumen yang masuk dalam kategori tidak baik. Namun demikian, masih ada beberapa hal yang masih mendapat nilai kurang dari 2,75 yaitu (1) kelengkapan bengkel, (2) kondisi kebersihan bengkel, (3) kondisi ruang tunggu dan (4) kondisi ruang administrasi.

Proses pelayanan bengkel akan baik apabila dilengkapi dengan peralatan yang mendukung. Karena bengkel Prototipe Honda ini mengacu kepada bengkel resmi Honda, maka seyogyanya fasilitas

yang dimiliki juga sama. Dari 5 pit (lokasi untuk mengerjakan perbaikan sepeda motor) yang dimiliki bengkel ini, baru ada 2 pit yang memiliki *bike lift* (alat pengangkat sepeda motor untuk membantu memudahkan servis kendaraan). Sedangkan alat untuk mengetes busi kendaraan (*spark plug tester*) sudah ada dan terpasang pada bagian pojok ruang servis. Sementara itu, peralatan kunci-kunci yang ada dalam *tool box* (kotak alat) kadang tidak berada ditempatnya, sehingga kadang-kadang saat melakukan perbaikan harus berjalan kesana kemari untuk mencari alat. Walaupun setiap kunci-kunci sudah diberi tanda warna sesuai dengan *tool box* serta setiap akhir pelayanan servis (sore hari) posisinya sudah di cek, namun kedisiplinan penggunaan alat perlu ditingkatkan. Hal inilah yang menyebabkan responden menilai kelengkapan bengkel dengan rerata 2,69 (kurang dari 2,75).

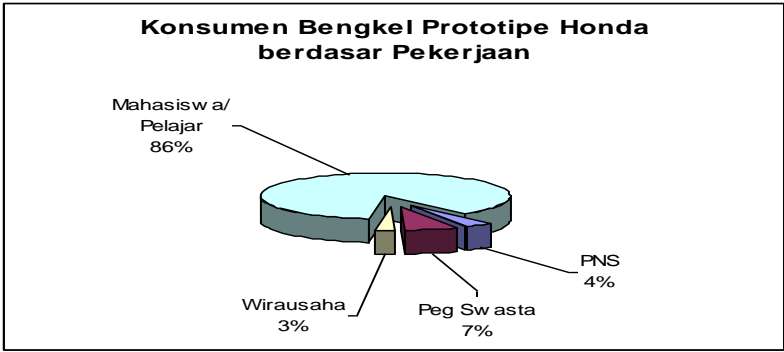
Untuk kebersihan bengkel, responden memberikan rerata nilai 2,67. Kebersihan dalam bengkel merupakan sangat penting karena akan mempengaruhi kerja dan perhatian pelanggan. Bukan jamannya lagi, bengkel berkesan kotor. Kegiatan yang dilakukan mengenai kebersihan adalah setiap hari selesai pelayanan servis dilaksanakan kebersihan dengan menyapu, dan membersihkan bekas kaleng-kaleng oli dan lainnya serta setiap Sabtu sore jam 14.00 WIB sampai dengan selesai dilaksanakan kerja bakti.

Kondisi ruang tunggu memperoleh nilai rerata 2,67 dari reponden. Lokasi ruang tunggu yang masih menjadi satu ruangan dengan lokasi servis menyebabkan pelanggan terganggu dalam hal polusi (asap dan suara) kendaraan yang sedang diservis, terganggu dengan keluar masuknya kendaraan dan terganggu menikmati hiburan televisi yang terlalu jauh.

Sedangkan kondisi ruang administrasi yang agak tertutup dan masih bercampur dengan *sparepart* dirasa kurang strategis, sehingga responden hanya memberikan skor rerata 2,73. Seharusnya lokasi dari administrasi mudah terlihat, sehingga dalam memberikan layanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah.

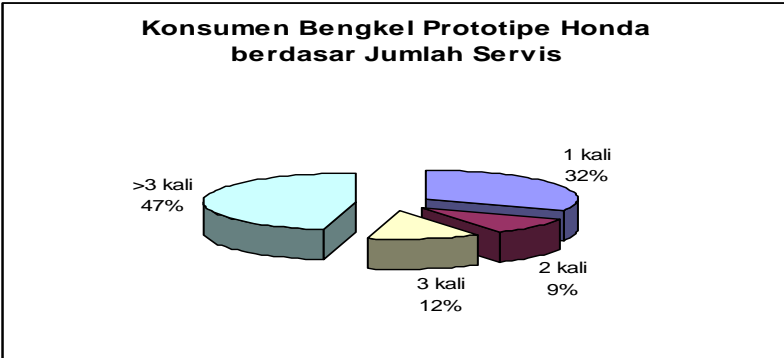
Berdasar pekerjaan pelanggan, dari jumlah responden sebanyak 75 orang, terdapat pelanggan mahasiswa/ pelajar sebanyak 65 orang (86%), disusul pegawai swasta sebanyak 5 orang (7%), Pegawai Negeri Sipil sebanyak 3 orang (4%), dan wira usaha sebanyak 2 orang (3%). Dari data ini, ternyata pelanggan mahasiswa/ pelajar masih sangat mendominasi layanan jasa servis di bengkel Prototipe Honda. Hal ini sangat wajar, karena bengkel Prototipe Honda berada didalam lingkungan kampus, serta biaya perawatan dan perbaikan masih relatif murah dibanding dengan bengkel-bengkel yang lain.

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Service Di Bengkel Prototipe Honda Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta (Gunadi)



Gambar 5. Pelanggan bengkel Prototipe Honda berdasar pekerjaan

Sedangkan berdasar jumlah pelanggan telah melakukan servis di bengkel Prototipe Honda pelanggan yang telah servis lebih dari 3 kali sebanyak 47%, sehingga bisa dianggap sebagai calon pelanggan tetap.



Gambar 5. Pelanggan bengkel Prototipe Honda berdasar jumlah servis

Sesuai dengan hasil wawancara bebas, responden memberikan masukan diantaranya mengenai kenyamanan ruang tunggu. Karena terbatasnya ruangan yang dimiliki, saat ini ruang tunggu berada di pinggir dari lokasi servis. Hal ini menyebabkan pelanggan terganggu dari lalu lalang kendaraan servis, asap dan suara berisik kendaraan. Selain itu jumlah mekanik dirasa kurang, karena hanya ada 10 mekanik dari mahasiswa yang dikurangi dengan jadwal kuliah mereka. Saran lainnya adalah pakaian kerja/ wearpak, memperbanyak bacaan, kemampuan mekanik, program garansi diperpanjang/ bonus servis, *spare part* supaya ditambah, kebersihan, lokasi bengkel yang kurang luas, penanganan polusi, serta memperbanyak promosi.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa servis sepeda motor di bengkel Prototipe Honda FT UNY termasuk dalam kategori baik (74%) dengan pengguna jasa layanan servis terbanyak berasal dari mahasiswa.
2. Faktor-faktor yang perlu dikembangkan untuk kemajuan bengkel adalah kenyamanan dari ruang tunggu, penambahan jumlah

mekanik, seragam dari pakaian kerja/ wearpak mekanik, memperbanyak bacaan, peningkatan kemampuan mekanik, penambahan *spare part*, kebersihan bengkel, serta memperbanyak promosi.

Daftar Pustaka

- Fandy Tjiptono. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler P. (1994). *Marketing Manajement: Analysis, Planning, Implementations and Control*, 8th ed. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall International, Inc
- Moenir, HAS. (1995). *Manajemen pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (1996). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta Rineka Cipta
- Suryana. (2005). *Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: Depdiknas

