

## **BAB V**

### **ANALISA DAN INTERPRETASI**

Analisa bagian ini akan diuraikan mengenai analisa dan interpretasi dari metode Kano yakni Analisa Kategori Kano dan Metode Quality Function Deployment yang didasarkan pada rumah kualitas di bab sebelumnya, dimana analisa rumah kualitas meliputi, analisa prioritas kebutuhan konsumen, analisa prioritas respon teknis dan analisa lainnya secara menyeluruh.

#### **5.1 Analisa Kategori Kano**

Tabel dibuat berdasarkan hasil pengkategorian atribut yang sudah dikategorikan sesuai dengan kategori Kano. Berikut ini adalah hasil pemetaan atribut pernyataan dengan kategori Kano:

##### **1. Kategori *Must-be***

Kebutuhan ini sangat mendasar karena tidak diungkapkan secara langsung oleh para pelanggan. Namun, kebutuhan ini harus diidentifikasi karena sangatlah penting bagi pelanggan. Kebutuhan ini diperkirakan ada pada produk/layanan. Jika produk/layanan tidak dapat memenuhi kebutuhan ini, pelanggan akan merasa sangat tidak puas. Kebutuhan ini harus dipelajari dari keluhan yang didapat dari para pelanggan.

Atribut yang masuk kedalam kategori Must-be antara lain:

- a. Mekanik yang handal
- b. Servis cepat dan akurat
- c. Tersedia toilet
- d. Harga servis sesuai pasaran
- e. Tersedia garansi servis

##### **2. Kategori *One dimensional***

Jika kepuasan terhadap kebutuhan ini dapat terpenuhi dengan peningkatan kinerja, kepuasan pelanggan akan meningkat. Semakin meningkatnya kinerja akan mengakibatkan kebahagiaan pelanggan menjadi meningkat pula jenis kebutuhan ini biasanya diungkapkan oleh para pelanggan. Kebutuhan ini sering kali dapat diidentifikasi dengan melakukan survey.

Atribut yang masuk kedalam kategori *One dimensional* antara lain:

- a. Tempat tunggu yang nyaman
- b. Tersedia wifi

### 3. Kategori *Attractive*

Jika kepuasan terhadap kebutuhan ini dapat terpenuhi dengan peningkatan kinerja, kepuasan pelanggan akan meningkat. Semakin meningkatnya kinerja akan mengakibatkan kebahagiaan pelanggan menjadi meningkat pula jenis kebutuhan ini biasanya diungkapkan oleh para pelanggan. Kebutuhan ini sering kali dapat diidentifikasi dengan melakukan survey.

Atribut yang masuk kedalam kategori *Attractive* antara lain:

- a. Pegawai yang cekatan
- b. Kelengkapan alat bengkel yang memadai
- c. Spare part lengkap

### 4. Kategori *Indifferent*

Dari 12 atribut terdapat 2 atribut yang *Indifferent* atribut tersebut di dapat dari pelanggan pada penyebaran kuisioner pendahuluan (keinginan), dari hasil pengolahan data kano atribut tersebut masuk dalam kategori *Indifferent* yaitu lokasi yang strategis dan bonus servis gratis, dimana dalam kategori *Indifferent* berarti konsumen acuh tak acuh dan tidak peduli dengan adanya atribut tersebut, sehingga 2 atribut tersebut tidak digunakan lagi dalam pengolahan data selanjutnya yaitu pengolahan data *Quality Function Deployment (QFD)*.

## 5.2 Analisa Prioritas Kebutuhan Pelanggan

Matriks perencanaan dan rumah kualitas yang telah dibentuk akan terdapat prioritas kepentingan konsumen. Bagian ini berisi nilai-nilai yang menentukan untuk atribut-atribut keinginan-keinginan apa yang paling penting bagi konsumen. Berikut ini akan menjelaskan urutan prioritas keinginan konsumen menurut tingkat kepuasan, tingkat kepentingan dan bobot tiap atribut.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di bengkel Mutiara Motor dinyatakan dalam dua bagian, yaitu penilaian terhadap tingkat kepuasan yang diterima oleh konsumen di bengkel Mutiara Motor dan tingkat kepuasan pesaing.

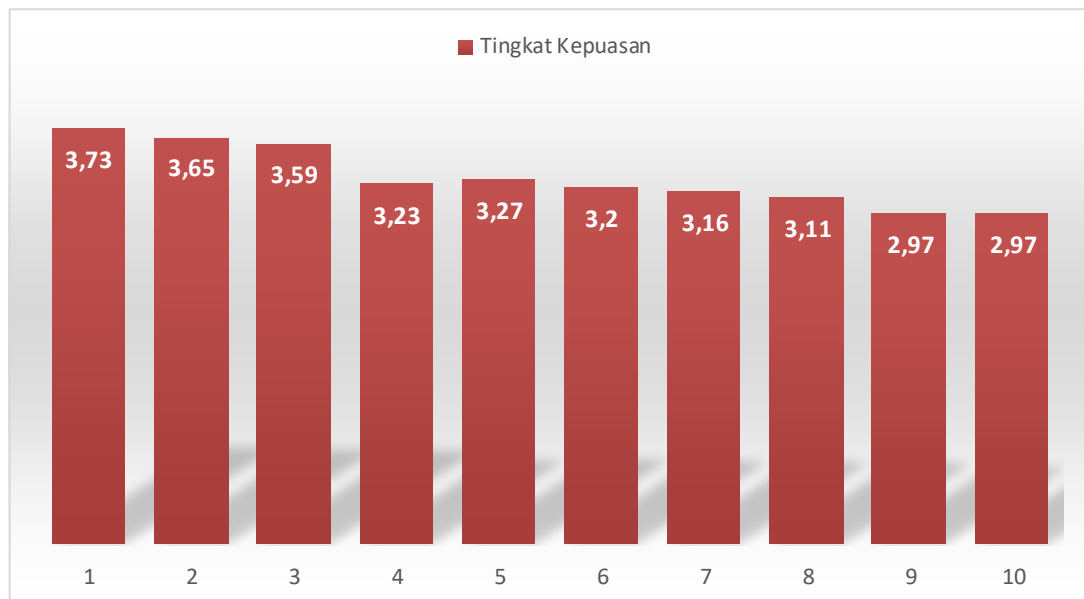
Jika nilai kepuasan terhadap atribut rendah, maka konsumen belum merasa akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Begitu juga sebaliknya,

apabila nilai dari suatu atribut besar, maka konsumen akan merasa puas dan mereka tidak mungkin memilih pelayanan yang diberikan oleh pesaingnya. Dari atribut-atribut yang mempunyai nilai jelek akan perlu untuk dilakukan perbaikan.

Agar lebih jelas lihat gambar 5.1. Dalam tabel dibawah ini terdapat urutan prioritas tingkat kepuasan konsumen terhadap sesuatu atribut. Untuk kriteria-kriteria tersebut dimulai dari atribut yang mempunyai nilai kepuasan yang paling tinggi ke rendah. Adapun urutannya sebagai berikut:

1. Tempat tunggu yang nyaman
2. Tersedia garansi servis
3. Mekanik yang handal
4. Tersedia toilet
5. Servis cepat dan akurat
6. Kelengkapan alat bengkel yang memadai
7. Pegawai yang cekatan
8. Spare part lengkap
9. Tersedia wifi
10. Harga servis sesuai pasaran

Gambar 5.1 Urutan Prioritas Tingkat Kepuasan



(Sumber : Olah Data, 2018)

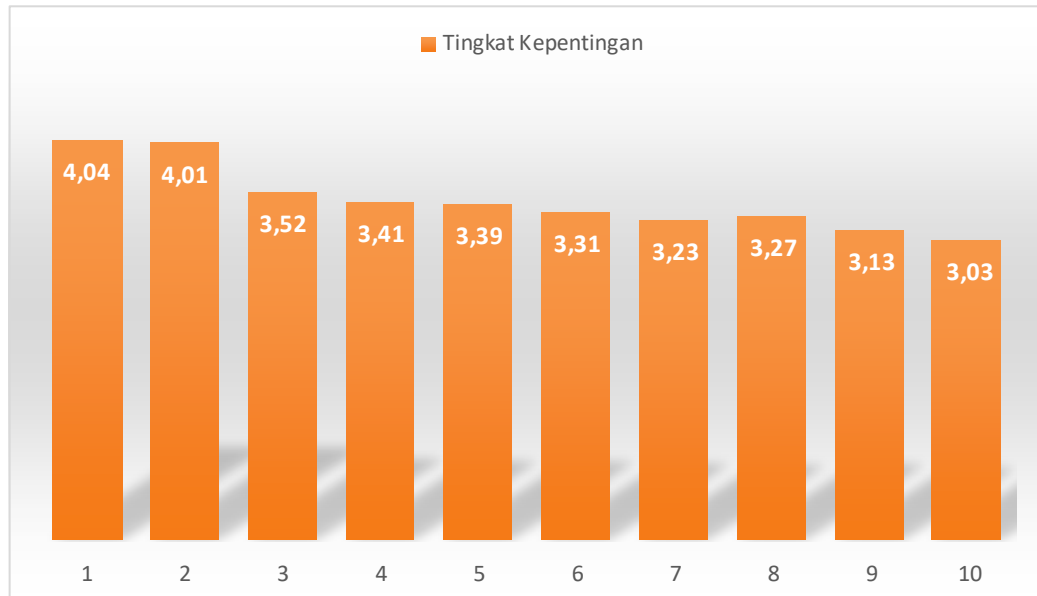
Hasil dari gambar 5.1 menggambarkan bahwa untuk atribut Tempat tunggu yang nyaman yakni 3,73. Oleh karena itu dengan nilai yang besar berarti perlu dilakukan perbaikan sistem pelayanannya agar konsumen semakin puas akan atribut yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi.

Sedangkan untuk urutan prioritas kebutuhan konsumen terhadap tingkat kepentingan dapat dilihat pada gambar 5.2. Urutannya dimulai dari atribut yang mempunyai nilai tingkat kepentingan paling tinggi hingga paling terkecil.

1. Pegawai yang cekatan
2. Servis cepat dan akurat
3. Tempat tunggu yang nyaman
4. Mekanik yang handal
5. Tersedia garansi servis
6. Spare part lengkap
7. Tersedia toilet
8. Tersedia wifi

9. Kelengkapan alat bengkel yang memadai
10. Harga servis sesuai pasaran

Gambar 5.2 Urutan Prioritas Tingkat Kepentingan



(Sumber : Olah Data, 2018)

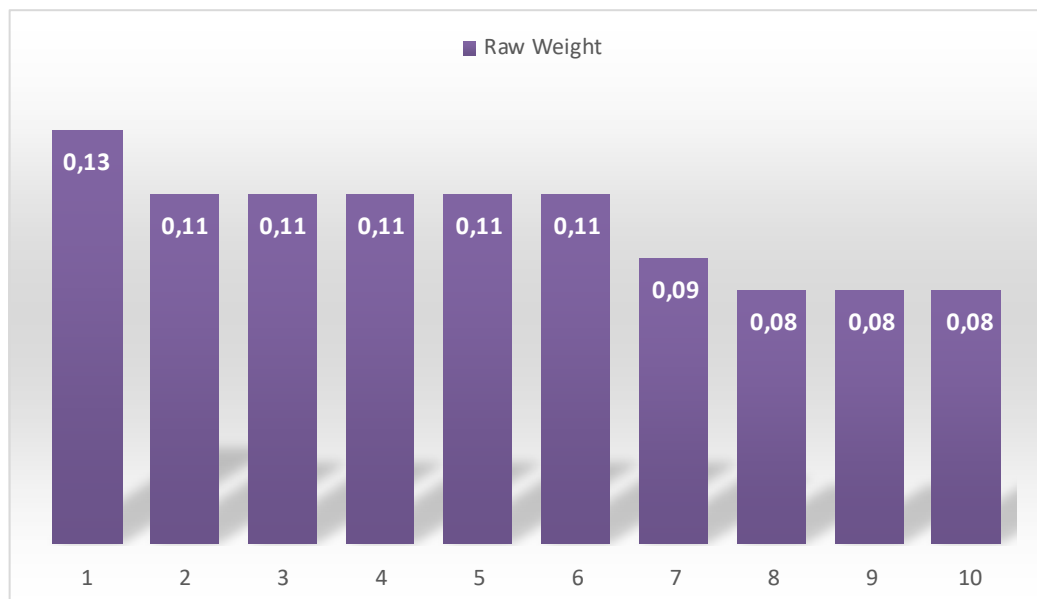
Hasil dari gambar 5.2 menggambarkan bahwa untuk atribut Pegawai yang cekatan yakni 4,04. Oleh karena itu dengan nilai yang besar berarti perlu dilakukan perbaikan sistem pelayanannya agar konsumen semakin puas akan atribut yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi.

Pada gambar 5.3 dibawah ini tentang nilai bobot tiap-tiap atribut yang dihasilkan dari perkalian antara tingkat kepentingan, rasio perbaikan dengan nilai penjualan. Apabila dalam suatu atribut mempunyai nilai Raw Weight yang besar maka perlu diperhatikan, karena atribut tersebut sangat dipentingkan oleh Konsumen. Dengan melihat nilai-nilai yang terdapat pada raw weight, akan menumbuhkan sikap introspeksi diri bagi bengkel Mutiara Motor untuk memperhatikan tingkat produk yang diberikan kepada konsumen.

1. Servis cepat dan akurat
2. Mekanik yang handal
3. Pegawai yang cekatan
4. Spare part lengkap

5. Tersedia garansi servis
6. Tersedia wifi
7. Tempat tunggu yang nyaman
8. Kelengkapan alat bengkel yang memadai
9. Tersedia toilet
10. Harga servis sesuai pasaran

Gambar 5.3 Urutan Prioritas Kebutuhan Konsumen Menurut Raw Weight



(Sumber : Olah Data, 2018)

### 5.3 Analisa Matrik Hubungan

Matrik ini menjelaskan tentang hubungan antara matrik dalam Voice of Customer dengan respon teknis, sehingga dihasilkan simbol-simbol yang mempunyai nilai dan nilai tersebut tergantung dari seberapa kuat hubungannya.

1. Pegawai yang cekatan sangat kuat hubungannya dengan pengembangan kemampuan berkomunikasi dan hubungan sedang dengan pengembangan kemampuan teknikal mekanik.
2. Kelengkapan alat bengkel yang memadai hubungan sangat kuat dengan standarisasi perlengkapan bengkel dan mungkin ada hubungan dengan pengembangan kemampuan teknikal mekanik.

3. Spare part lengkap hubungan sangat kuat dengan standarisasi peralatan bengkel dan hubungan dengan Standarisasi minimum stock spare part juga sangat kuat.
4. Mekanik yang handal hubungan sangat kuat dengan pengembangan berkomunikasi dan mungkin ada hubungan dengan standarisasi peralatan alat bengkel.
5. Servis cepat dan akurat mungkin ada hubungan dengan pengembangan berkomunikasi dan hubungan dengan dengan standarisasi peralatan bengkel hubungannya mungkin ada dan hubungan dengan pengembangan kemampuan teknikal mekanik sangat kuat dan hubungan dengan menjaga kualitas servis hubungannya sedang.
6. Tersedia toilet hubungannya sangat kuat dengan penambahan fasilitas.
7. Tempat tunggu yang nyaman hubungannya sangat kuat dengan penambahan fasilitas.
8. Tersedia wifi hubungannya sangat kuat dengan penambahan fasilitas.
9. Harga servis sesuai pasaran sangat kuat hubungannya dengan harga mengikuti pelayanan.
10. Tersedia garansi servis dengan hubungannya sangat kuat program marketing servis.

#### 5.4. Analisa Respon Teknis

Respon teknis adalah hal-hal teknis yang mempunyai pengaruh dalam perbaikan kualitas yang berhubungan dengan apa yang diinginkan konsumen. Analisis respon teknis dari beberapa atribut keinginan konsumen terhadap Pelayanan bengkel Mutiara Motor dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Respon Teknis

No	Respon Teknis
1.	Pengembangan kemampuan berkomunikasi
2.	Standarisasi peralatan bengkel
3.	Standarisasi minimum stock spare part

4.	Pengembangan kemampuan teknikal mekanik
5.	Menjaga kualitas servis
6.	Penambahan fasilitas pendukung
7.	Harga mengikuti pelayanan
8.	Program marketing servis

#### 5.4.1 Analisa Kontribusi Prioritas

Kontribusi prioritas respon teknis menunjukkan seberapa besar suatu respon teknis mempunyai pengaruh terhadap kualitas pelayanan di bengkel Mutiara Motor. Berdasarkan rumah kualitas yang telah dibuat maka prioritas respon teknis dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2 Kontribusi Prioritas Respon Teknis

No	Respon Teknis	Kontribusi	Prosentase %
1.	Pengembangan kemampuan berkomunikasi	2,1	3
2.	Standarisasi peralatan bengkel	2,0	4
3.	Standarisasi minimum stock spare part	1,0	6
4.	Pengembangan kemampuan teknikal mekanik	2,5	1
5.	Menjaga kualitas servis	1,4	5
6.	Penambahan fasilitas pendukung	2,5	2
7.	Harga mengikuti pelayanan	0,7	8
8.	Program marketing servis	1,0	7

(Sumber : Olah Data, 2018)



#### 5.4.2 Analisa Korelasi Antar Respon Teknis

Analisa korelasi antar setiap respon teknis sangat erat antar setiap respon karena satu sama yang lainnya berpengaruh pada bagian peningkatan kualitas pelayanan pada bengkel Mutiara Motor. Berdasarkan korelasi yang cukup erat antara respon teknis berikut:

1. Memiliki Hubungan Sangat Kuat
  - a. Standarisasi peralatan bengkel, pengembangan kemampuan teknikal mekanik.
  - b. Pengembangan kemampuan teknikal mekanik, menjaga kualitas servis
  
2. Memiliki Hubungan Kuat
  - a. Pengembangan kemampuan berkomunikasi, penambahan fasilitas pendukung
  - b. Standarisasi minimum stock spare part, harga mengikuti pelayanan
  - c. menjaga kualitas servis, harga mengikuti pasaran
  - d. Standarisasi minimum stock spare part, program marketing servis
  - e. Pengembangan kemampuan berkomunikasi ,program marketing servis

#### 5.5. Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan diperlukan guna memperbaiki atribut yang dirasa oleh konsumen belum memenuhi kepuasan konsumen. Perusahaan harus mampu memenuhi agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Dari hasil perhitungan Normalisasi Raw Weight diperoleh urutan atribut yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada bengkel Mutiara Motor menurut voice of customer yang harus diperhatikan oleh pihak bengkel Mutiara Motor antara lain Servis cepat dan akurat (0,13), mekanik yang handal (0,11), pegawai yang cekatan (0,11), spare part lengkap (0,11), tersedia garansi servis (0,11), tersedia wifi (0,11), tempat tunggu yang nyaman (0,09), kelengkapan alat bengkel yang memadai (0,08), tersedia toilet (0,08), harga servis sesuai pasaran(0,08).

Dari penjelasan diatas dapat kita uraikan dan usulkan perbaikan pada beberapa atribut yang memiliki nilai yang tinggi sampai terendah antara lain:

### 1. Servis cepat dan akurat (0,13)

- Pengembangan kemampuan berkomunikasi.  
Dengan melakukan bimbingan berkomunikasi yang baik kepada karyawan maka karyawan akan mengetahui cara berkomunikasi yang baik terhadap konsumen.
- Standarisasi perlengkapan bengkel.  
Setiap satu bulan sekali pegawai harus melakukan checklist untuk mengetahui perlengkapan apa saja yang di butuhkan mekanik.
- Menjaga kualitas servis.  
Harus sesuai prosedur yang ada disaat mekanik melakukan perbaikan servis.
- Pengembangan kemampuan teknikal mekanik.  
Dengan adanya pelatihan kepada mekanik setiap satu bulan sekali maka mekanik diharapkan dapat berkembang dan lebih memahami.

### 2. Mekanik yang handal (0,11)

- Pengembangan kemampuan teknikal mekanik.  
Dengan adanya pelatihan kepada mekanik setiap satu bulan sekali maka mekanik diharapkan dapat berkembang dan lebih memahami.
- Standarisasi peralatan bengkel.  
Setiap satu bulan sekali pegawai harus melakukan checklist untuk mengetahui perlengkapan apa saja yang di butuhkan mekanik.

### 3. Pegawai yang cekatan(0,11)

- Pengembangan kemampuan berkomunikasi.  
Dengan melakukan bimbingan berkomunikasi yang baik kepada karyawan maka karyawan akan mengetahui cara berkomunikasi yang baik terhadap konsumen.
- Pengembangan kemampuan teknikal mekanik.  
Dengan adanya pelatihan kepada mekanik setiap satu bulan sekali maka mekanik diharapkan dapat berkembang dan lebih memahami.

4. Spare part lengkap(0,11)

- Standarisasi peralatan bengkel.

Setiap satu bulan sekali pegawai harus melakukan checklist untuk mengetahui perlengkapan apa saja yang di butuhkan mekanik.

- Standarisasi minimum stock spare part.

Setiap satu bulan sekali pegawai harus melakukan checklist untuk mengetahui stock minimum spare part.

5. Tersedia garansi servis (0,11)

- Program marketing servis.

Dengan adanya program marketing servis (garansi) maka konsumen yang melakukan perbaikan di bengkel akan lebih percaya dan melakukan servis kembali ke bengkel tersebut

6. Tersedia wifi (0,11)

- Penambahan fasilitas.

Dari banyaknya keluhan konsumen yang menginginkan penambahan fasilitas maka pihak bengkel akan berusaha menambahkan fasilitas yang di inginkan konsumen.

7. Tempat tunggu yang nyaman (0,09)

- Penambahan fasilitas.

Dari banyaknya keluhan konsumen yang menginginkan penambahan fasilitas maka pihak bengkel akan berusaha menambahkan fasilitas yang di inginkan konsumen.

8. Kelengkapan alat bengkel yang memadai (0,08)

- Standarisasi perlengkapan bengkel.

Setiap satu bulan sekali pegawai harus melakukan checklist untuk mengetahui perlengkapan apa saja yang di butuhkan mekanik.

- Pengembangan kemampuan teknikal mekanik.

Dengan adanya pelatihan kepada mekanik setiap satu bulan sekali maka mekanik diharapkan dapat berkembang dan lebih memahami.

9. Tersedia toilet (0,08)

- Penambahan fasilitas.

Dari banyaknya keluhan konsumen yang menginginkan penambahan fasilitas maka pihak bengkel akan berusaha menambahkan fasilitas yang diinginkan konsumen.

10. Harga servis sesuai pasaran (0,08)

- Harga mengikuti pelayanan.

Harga servis yang diinginkan konsumen sesuai ketetapan bengkel.