

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam Bab 4, maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan modus tingkat kepentingan oleh pelanggan, atribut yang dinilai sangat penting (bernilai 5) antara lain:
 - Kebersihan eksterior mobil
 - Kebersihan interior mobil
 - Keramahan staf
 - Kejelasan komunikasi staf melayani pelanggan
 - Keramahan supir
 - Kesopanan supir
 - Kelengkapan fasilitas dalam mobil
 - Kemampuan komunikasi supir
 - Kecepatan menanggapi pesanan
 - Kecepatan menanggapi keluhan pelanggan
 - Kemudahan dalam memesan mobil
 - Kesesuaian mobil dengan yang dipesan pelanggan
 - Ketepatan waktu tibanya mobil sesuai dengan waktu yang dijanjikan
 - Kesesuaian harga dengan kualitas layanan yang diberikan
 - Kondisi mesin mobil
 - Keamanan ketika menyewa mobil dengan supir (supir mematuhi aturan lalu lintas)
 - Ketersediaan beragam paket sewa (setengah hari, satu hari, dua hari, dsb.)
 - Kemampuan supir mengemudi

- Pengetahuan supir mengenai rute jalan, kondisi jalan, dan lokasi tempat
 - Ketepatan memberikan solusi atas keluhan
2. Berdasarkan perhitungan rata-rata tingkat kepentingan karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang disajikan pada tabel 4.4 dapat disimpulkan:
 - a. Berdasarkan dimensi, yang paling penting adalah yang dinilai paling penting oleh pelanggan adalah dimensi kecepatan tanggap, sebesar 4.66, sedangkan yang terkecil adalah keberwujudan, sebesar 4.22
 - b. Berdasarkan atribut, yang paling penting adalah keamanan ketika menyewa mobil dengan supir (supir mematuhi aturan lalu lintas) dalam dimensi jaminan dengan nilai 4.73, sedangkan yang paling kurang penting adalah kebersihan lingkungan kantor dalam dimensi keberwujudan dengan nilai 3.94.
 3. Berdasarkan perhitungan rata-rata tingkat kinerja perusahaan yang disajikan pada tabel 4.5 dapat disimpulkan:
 - a. Berdasarkan dimensi, yang paling baik kinerjanya adalah dimensi keandalan, sebesar 4.28, sedangkan yang terkecil adalah keberwujudan, sebesar 4.06
 - b. Berdasarkan atribut, yang paling berkinerja baik adalah supir memiliki pengetahuan mengenai rute jalan, kondisi jalan, dan lokasi tempat yang berada dalam dimensi keandalan dengan nilai 4.56. Sedangkan kinerja terendah adalah kondisi mesin mobil prima (suara mesin halus) dalam dimensi jaminan dengan nilai 3.80.
 4. Berdasarkan nilai kinerja karakteristik teknik yang disajikan dalam tabel 4.13, atribut yang memerlukan perbaikan (tanda ↑) antara lain:
 - Membersihkan bagian bawah mobil
 - Membersihkan ruang dalam mobil
 - Membersihkan *dashboard* mobil

- Membersihkan jok mobil
 - Menjaga kebersihan lingkungan kantor
 - Menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan perjalanan
 - Menanggapi dengan cepat
 - Memberi tahu waktu operasional pelayanan
 - Menyediakan berbagai akses untuk memesan sewa mobil
 - Mengatur jadwal berangkat berdasarkan kondisi lalu lintas dan tempat tujuan
 - Melakukan perawatan mesin mobil secara rutin
 - Membuat daftar keluhan
 - Mencari akar masalah untuk dicarikan solusi yang tepat
 - Mengisi bensin mobil hingga penuh sebelum disewakan
5. Dari 39 butir karakteristik teknik, median tingkat kepentingan relatif berada di angka 2.55%. Berdasarkan tingkat kepentingan relatif sesuai urutan bernilai $\geq 2.55\%$ yang disajikan pada tabel 4.17 serta arah perbaikan pada tabel 4.13, maka prioritas perbaikan karakteristik teknik sesuai urutan adalah:
- Membersihkan jok mobil
 - Membersihkan ruang dalam mobil
 - Menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan perjalanan
 - Menyediakan berbagai akses untuk memesan sewa mobil
 - Mengatur jadwal berangkat berdasarkan kondisi lalu lintas dan tempat tujuan
 - Menyesuaikan dengan harga pasar
 - Melakukan perawatan mesin mobil
 - Mencari akar masalah untuk dicarikan solusi

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran perbaikan yang dapat diberikan bagi perusahaan Rental Mobil R antara lain:

1. Penilaian karakteristik teknik yang memiliki nilai 4 dan 5 sudah baik dan perlu dipertahankan. Akan lebih baik jika yang memiliki nilai 4 pun ditingkatkan hingga bernilai 5, terlebih untuk yang memiliki tingkat kepentingan relatif yang bernilai tinggi seperti menyapa pelanggan (7.66 %), mengajukan bantuan, mengucapkan terima kasih, berbicara dengan efektif, menanggapi dengan cepat, dan mengemudi dengan kecepatan yang sesuai kondisi jalan (masing-masing bernilai 5.10%). Karakteristik-karakteristik teknik tersebut perlu diperhatikan agar kinerjanya tidak menurun, antara lain dengan:

- Untuk karakteristik seperti menyapa pelanggan, mengajukan bantuan, dan mengucapkan terima kasih dapat dibuat SOP komunikasi dengan pelanggan yang mengingatkan kewajiban untuk menyapa, mengajukan bantuan, dan mengucapkan terima kasih.
- Untuk karakteristik berbicara dengan efektif dapat dilakukan dengan berbicara yang tidak bertele-tele, melainkan dengan tepat dan jelas.
- Untuk karakteristik menanggapi dengan cepat dapat dilakukan dengan selalu menjawab pesanan dengan segera dan dibuat standar tanggap tidak lebih dari 10 menit. Sebaiknya juga ditentukan jam operasional agar pelanggan mengetahui pada pukul berapa perusahaan dapat dihubungi dan mendapat tanggapan dengan cepat.
- Untuk karakteristik mengemudi dengan kecepatan yang sesuai dengan kondisi jalan dapat dilakukan dengan membuat aturan mengemudi bagi supir untuk mengemudi tidak terlalu lambat tapi juga tidak terlalu cepat, memerhatikan kepadatan lalu lintas dan lintasan jalan serta menjaga jarak aman dengan kendaraan lainnya.

2. Penilaian karakteristik teknik yang memiliki nilai kurang dari 4 memerlukan perbaikan. Namun untuk menentukan perbaikan yang diprioritaskan juga perlu dilihat daftar prioritas dari perhitungan tingkat kepentingan relatif. Median dari tingkat kepentingan relatif adalah 2.55%, maka dari itu perhatian yang lebih besar perlu diberikan pada karakteristik teknik yang memiliki tingkat kepentingan relatif lebih besar sama dengan 2.55%. Dengan demikian perbaikan yang perlu dilakukan perusahaan Rental Mobil R adalah:

- Membersihkan jok mobil dengan tingkat kepentingan relatif 3.43%. Penilaian kinerja perusahaan dalam membersihkan jok mobil sebesar 3 sehingga perlu ditingkatkan. Sebaiknya jok mobil dibersihkan dengan pembersih seperti penyedot debu sehingga debu-debu kecil ataupun sisa remah-remah makanan dari pelanggan sebelumnya dapat dibersihkan secara menyeluruh. Jok mobil yang masih meninggalkan sisa remah-remah makanan berisiko menarik serangga seperti semut dan kecoak yang akan membuat pelanggan tidak nyaman saat menyewa mobil. Maka dari itu membersihkan jok mobil perlu dilakukan dengan teliti.
- Membersihkan ruang dalam mobil dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Sama dengan membersihkan jok mobil, membersihkan ruang dalam mobil pun perlu dilakukan lebih teliti, bukan hanya membuang sampah yang ditinggal pelanggan, namun juga membersihkan remah-remah makanan dan debu. Dengan ruang dalam mobil yang bersih, pelanggan pun akan merasa nyaman ketika berada di dalam mobil.
- Menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan perjalanan dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan beberapa air minum kemasan sehingga pelanggan dapat lebih segar dalam perjalanan dan tidak perlu singgah dahulu untuk membeli air minum. Selain itu dapat disediakan *car*

phone holder untuk meletakkan *handphone* apabila hendak menggunakan petunjuk arah dalam *handphone* atau yang lainnya.

- Menyediakan berbagai akses untuk memesan sewa mobil dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Pada era digital seperti sekarang ini diperlukan akses yang cepat dan mudah bagi pelanggan sehingga cara konvensional seperti menelepon terlihat tidak efisien. Perusahaan Rental Mobil R perlu membuat akses lainnya seperti membuat *website* ataupun bergabung dengan *platform online* sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan mudah diakses oleh pelanggan.
- Mengatur jadwal berangkat berdasarkan kondisi lalu lintas dan tempat tujuan dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Mengatur jadwal berangkat perlu dilakukan supaya mobil tiba di tempat pelanggan tepat waktu. Dalam mengatur penjadwalan perlu mempertimbangkan kondisi jalan seperti tingkat kemacetan pada jalan yang akan dilalui pada jam tertentu serta berapa jauh lokasi yang dituju. Semakin jauh lokasi maka penjadwalan cenderung perlu dilakukan lebih awal. Sebaiknya ditetapkan untuk tiba di lokasi paling telat 15 menit sebelum waktu yang dijanjikan dengan pelanggan.
- Menyesuaikan dengan harga pasar dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Dalam industri dengan persaingan yang ketat perlu memerhatikan harga yang ditentukan. Pelanggan cenderung tidak mau memilih produk yang lebih mahal untuk kualitas yang sama. Maka dari itu perlu menyesuaikan harga yang ditentukan dengan harga yang ada di pasar industri tersebut.
- Melakukan perawatan mesin mobil dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Kondisi mesin yang prima akan membuat pelanggan sebagai penumpang merasa aman karena mesin yang tidak prima akan berisiko menghambat perjalanan bahkan membahayakan. Maka dari itu perlu

untuk melakukan perawatan mesin mobil secara berkala untuk menjaga kondisi mesin yang tetap prima.

- Mencari akar masalah untuk dicarikan solusi dengan tingkat kepentingan relatif 2.55%. Masalah yang menyebabkan keluhan pelanggan dapat mengurangi citra perusahaan di mata pelanggan sehingga masalah tersebut perlu diatasi dengan tepat. Untuk mencari akar masalah dapat menggunakan alat bantu *cause and effect diagram*. Masalah yang ada dicatat lalu dibuatkan dalam bentuk diagram tersebut sehingga akar masalah dapat ditemukan. Jika akar masalah sudah ditemukan, maka selanjutnya dapat ditentukan solusi apa yang harus diberikan untuk mengatasi masalah tersebut.
3. Kebutuhan dan keinginan pelanggan berubah seiring waktu sesuai dengan tren dan perkembangan zaman. Maka dari itu penerapan rumah kualitas akan lebih baik jika dilakukan secara berkala untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terus berubah. Penerapan dapat dilakukan tiap 6 bulan dikarenakan perkembangan zaman yang cepat akibat perkembangan teknologi. Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan maka diharapkan Rental Mobil R dapat terus memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiano, C., & Roth, A. V. (1994). Beyond the House of Quality: Dynamic QFD. *Benchmarking for Quality Management & Technology*, 25-37.
- Armstrong, G. (2015). Marketing An Introduction. In G. Armstrong, *Marketing An Introduction* (p. 306). New Jersey: Pearson Education.
- Basri, W. S. (2015). House of Quality as a Quality Tool in Higher Education. *Journal of Culture, Society and Development*, 21.
- Bell, M. G., Bonsall, P. W., May, A. D., Nash, C. A., & O'Flaherty, C. A. (1997). *Transport Planning and Traffic Engineering*. Oxford: Elsevier.
- Dale, B. G., Bamford, D., & Wiele, T. v. (2016). Managing Quality. In *Managing Quality* (p. 5). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Duffy, G. L., Moran, J. W., & Riley, W. (2010). *Quality Function Deployment and Lean-Six Sigma Applications in Public Health*. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Elshaer, I. A., & Augustyn, M. M. (2016). Direct effects of quality management on competitive advantage. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 1286-1310.
- Garver, M. S. (2012). Improving The House of Quality with Maximum Difference Scaling. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 576-594.
- Hsieh, Y.-H., & Yuan, S.-T. (2010). Modeling Service Experience Design Processes with Customer Expectation Management:. *Kybernetes*, 1128-1144.
- Juran, J. M. (1999). Juran's Quality Handbook. In J. M. Juran, *Juran's Quality Handbook* (p. 2.1). New York: McGraw-Hill.
- Kadir, A., & Triwahyuni, T. C. (2013). *Pengantar Teknologi Informasi Edisi Revisi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In P. Kotler, & K. L. Keller, *Marketing Management* (p. 442). London: Pearson Education Limited.
- Menezes, L. M. (2012). Job Satisfaction and Quality Management: An Empirical Analysis. *International Journal of Operations & Production Management*, 308-328.
- Natee, S., Shui, P. L., & Teo, E. A. (2016). *Quality Function Deployment for Buildable and Sustainable Construction*. Singapore: Springer.

- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 23.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business A Skill-Building Approach. In U. Sekaran, & R. Bougie, *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (p. 43). Chicester: John Wiley & Sons.
- Shahin, A., Iraj, E. B., & Shahrestani, H. V. (2016). Developing House of Quality by integrating top roof and side roof matrices and service TRIZ with a case study in banking services. *The TQM Journal*, 597-612.
- Shen, X. X., Tan, K. C., & Xie, M. (2001). The implementation of quality function deployment based on linguistic data. *Journal of Intelligent Manufacturing*, 66.
- Shrivastava, P. (2016). House of Quality: An Effective Approach to. *International Journal of Science and Research*, 1365-1371.
- Summers, D. C. (2018). Quality. In D. C. Summers, *Quality* (p. 4). New York: Pearson Education.
- Svensson, G. (2006). Sustainable quality management: a strategic perspective. *The TQM Magazine*, 22-29.
- Vonderembse, M. A., & Raghunathan, T. S. (1997). Quality Function Deployment's Impact on Product Development. *International Journal of Quality Science*, 253-271.
- WebFinance, Inc. (2019). Retrieved from InvestorWords: <http://www.investorwords.com/7698/rental.html>
- Zeeman, A. (2018). *Shigeo Shingo*. Retrieved from Toolshero: <https://www.toolshero.com/toolsheroes/shigeo-shingo/>
- Zhang, M., Xie, Y., Huang, L., & He, Z. (2013). Service Quality Evaluation of Car Rental Industry in China. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 82-102.