

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI BARBERSHOP MATZ & CO DENGAN METODE SERVQUAL DAN TRIZ (Studi Kasus Di Barbershop Matz & Co Surabaya)

M.Aris Jalalin

Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1995

Ariesjalalin13@gmail.com

Absrtak

Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan memberikan solusi perbaikan untuk kekurangan pelayanan di Barbershop Matz & Co dengan metode Servqual (*service quality*) dan metode perbaikan Triz (*theory of inventive problem solving*), dari pengolahan data didapati nilai variabel *Tangibles* dengan nilai -1,452, variabel *Empathy* dengan nilai -1,099, variabel *Reliability* dengan nilai -0.961, variabel *Assurance* dengan nilai -0,899, variabel *Responsive* -0,671 dan dari perhitungan Servqual GAP keseluruhan adalah -1,014, tingkat kepercayaan pelanggan pada Barbershop Matz & Co adalah 67,03% ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perlu diperbaiki dengan metode Triz, solusi perbaikan metode Triz *Tangibles* Menambahkan produk-produk terbaru yang berhubungan dengan *fashion*, *Empathy* karyawan Barebershop Matz & Co bisa lebih sering mengajak interaksi dengan pelanggan, *Reability* Manajemen Barbershop Matz & Co lebih baik menambahkan mesin EDC (*electronic data capture*, *Assurance* manajemen Barbershop Matz & Co memberikan petugas parkir untuk menjaga kendaraan pelanggan, *Responsive* manajemen Barbershop Matz & Co memberikan training untuk karyawan tentang menghadapi berbagai macam sifat pelanggan

Kata kunci : pengukuran kualitas pelayanan, solusi perbaikan kualitas pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine customer satisfaction and provide a remedial solution for the lack of service in Barbershop Matz & Co with the Servqual (*service quality*) method and the Triz improvement method (*theory of inventive problem solving*), from data processing the *Tangibles* variable value is -1,452, *Empathy* variable with a value of -1.099, *Reliability* variable with a value of -0.961, *Assurance* variable with a value of -0.899, *Responsive* variable -0.671 and from Servqual calculation the overall GAP is -1.014, the level of customer trust in Barbershop Matz & Co is 67.03% shows that service quality needs to be improved with the Triz method, Triz *Tangibles* method repair solutions Adding the latest products related to *fashion*, *Empathy* Barebershop employees Matz & Co can more often invite interaction with customers, *Reability* Barbershop Management Matz & Co is better to

add EDC machines (electronic data capture, Assurance Barbershop management Matz & Co gives parking attendants to maintain customer vehicles, Responsive Barbershop management Matz & Co provides training for employees about dealing with a variety of customer characteristics

Keywords: measurement of service quality, service quality improvement solutions

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan memangkas rambut adalah kebutuhan rutin khususnya untuk para pria, paling tidak seorang pria memangkas rambutnya satu bulan sekali, dikalangan remaja selalu memilih tempat terbaik untuk memangkas rambutnya biasanya remaja lebih suka memangkas rambutnya di Barbershop karena Barbershop menjanjikan gaya rambut yang sedang trend, industri Barbershop sendiri berdiri sekitar abad ke-20 di Amerika Serikat seiring berkembangnya zaman barbershop mulai dikenal oleh dunia, di Indonesia sendiri tidak diketahui pasti kapan pangkas rambut mulai di kenal namun beberapa sejarah mencatat bahwa pangkas rambut di Indonesia datang dari Negara Tiongkok Cina.

Peralatan pangkas rambut sendiri cukup sederhana yaitu gunting dan sisir akan tetapi dengan perkembangan elektronik yang semakin canggih metode potong rambut semakin mudah dengan menggunakan klipper, dengan adanya klipper banyak orang yang tertarik mempelajari pangkas rambut hal ini menyebabkan semakin banyaknya orang membuka jasa potong rambut di tambah lagi sekarang banyak tempat kursus ternama untuk belajar pangkas rambut bagi pemula.

Dengan banyaknya orang yang tertarik mempelajari pangkas rambut semakin banyak pula usaha jasa pangkas rambut atau Barbershop yang didirikan, hal ini akan menambah persaingan Barbershop untuk itu Barbershop Matz & Co akan menganalisis kepuasan pelanggan dan mengevaluasi kekurangan dari data yang telah didapatkan dari pengelolaan data

Metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah metode Servqual dan Triz, metode servqual dapat melakukan perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan) dan kinerja (persepsi) pelayanan untuk setiap dimensi servqual yang dimana dimensi berupa *tangible* (bukti fisik), *reability* (kehandalan), *responsive* (Daya tanggap), *assurance* (Jaminan) dan *emphaty* (perhatian). Dari hasil perhitungan dari metode servqual akan dilakukan perbaikan dengan metode TRIZ metode TRIZ (*theory of inventive problem solving*).

1.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan di Barbershop Matz & Co ?
2. Bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan di Barbershop Matz & Co?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan di Barbershop Matz & Co
2. Agar dapat mengevaluasi kekurangan pelayanan kualitas di Barbershop Matz & Co

1.4 Batasan masalah

1. Penelitian dilakukan di Barbershop Matz & Co
2. Penelitaian hanya mengenai kepuasan pelanggan Barbershop Matz & Co
3. Penelitian hanya dilakukan kepada pelanggan pria Barbershop Matz & Co
4. Metode yang digunakan metode Servqual dan metode Triz

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Metode Servqual

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima (Soetjipto, 1997).

2.3 Metode TRiz

TRIZ (Theory of Inventive Problem Solving) yang berasal dari akronim bahasa Rusia merupakan metode yang dikembangkan oleh Genrich Altshuller. *TRIZ* memiliki tahapan untuk memecahkan masalah dengan dimulai dari masalah yang spesifik dan mengidentifikasi kontradiksi yang terjadi.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data Kuisisioner

No	Dimensi	Atribut	
1	Rability (kehandalan)	X1	Pegawai Barbershop memangkas rambut sesuai keinginan konsumen
		X2	Kecepatan memangkas rambut pegawai Barbershop tidak terlalu lama
		.X3	Cara memangkas rambut Barbershop tidak menyakiti konsumen
		.X4	Durasi pembayaran tidak terlalu lama
		X5	Proses pengramasan rambut nyaman dan tidak menyakiti konsumen

2	Responsivnes (daya tangap)	X6	Pegawai Barbershop menyambut konsumen dengan ramah
		X7	Pegawai Barbershop menawarkan air mineral untuk konsumen yang mengantri
		X8	Pegawai Barbershop menawarkan solusi terhadap permasalahan rambut konsumen
		X9	Pegawai Barbershop menawarkan pilihan gaya rambut lain yang lebih cocok untuk konsumen
		X10	Pegawai Barbershop tanggap dalam menangkap keinginan model yang diinginkan konsumen
3	Assurance (jaminan)	X11	Rasa aman didalam Barbershop
		X12	Lingkungan didalam Barbershop bersih
		X13	Parkir untuk kendaraan konsumen aman
		X14	Karyawan akan memperbaiki model rambut jika belum sesuai keinginan konsumen
		X15	Karyawan konsisten bersikap ramah terhadap konsumen
4	Empathy (perhatian)	X16	Karyawan memberi perhatian kepada setiap konsumen
		X17	Karyawan memberi perhatian tanpa memandang status sosial
		X18	Jam operational Barberhop sesuai dengan kebutuhan Konsumen
		X19	Karyawan menawarkan produk yang bagus untuk rambut konsumen
5	Tangibles (bukti fisik)	X20	Keindahan desain Barbershop modern
		X21	Peralatan memangkas rambut lengkap
		X22	Peralatan pengramasan rambut nyaman
		X23	Ketersediaan minyak rambut atau vitamin rambut lengkap
		X24	Tempat parkir motor barbershop sesuai dengan harapan

PEMBAHASAN

4.1 Perhitungan Servqual

No	presepsi	Harapan	Skor
X1	3,191	4,301	-1,110
X2	3,205	4,205	-1,000
X3	3,219	4,273	-1,054
X4	3,123	4,342	-1,219
X5	3,808	4,232	-0,424
X6	3,383	4,260	-0,877
X7	3,630	4,232	-0,602
X8	3,726	4,315	-0,589
X9	3,890	4,246	-0,356
X10	3,342	4,273	-0,931
X11	3,794	4,698	-0,904
X12	3,945	4,465	-0,520
X13	3,780	4,342	-0,562
X14	3,232	4,465	-1,233
X15	3,424	4,698	-1,274
X16	3,356	4,657	-1,301
X17	3,287	4,479	=1,192
X18	3,342	4,123	-0,781
X19	3,273	4,397	-1,124
X20	3,095	4,397	-1,302
X21	3,219	4,369	-1,150
X22	2,835	4,383	-1,548
X23	2,849	4,520	-1,671
X24	2,835	4,424	-1,589

4.2 Analisa Solusi Triz

Improving feature bertujuan untuk memberikan solusi awal untuk permasalahan (memrioritaskan permasalahan dengan nilai terendah)

	Improving feature	Parameter teknik
X23	Lebih sering cari tahu produk-produk terbaru tentang kebutuhan untuk fashion rambut	Bentuk
X24	Parkiran motor dan mobil harus ada pembatas	Bahaya external mempengaruhi objek
X22	Lebih baik membuat alat pengemasan yang di desain ergonomis	Manufaktur presisi

Improving feature		Parameter teknik
X20	Memperbarui desain Barbershop agar memiliki kesan baru	Bentuk
X16	Memperhatikan masalah pada fashion rambut konsumen	Adaptasi atau fleksibilitas

worsing feature yang bertujuan untuk menjadi kontradiksi dari tahap *Improving feature*, dan menjadi upaya yang dapat menunjang dari solusi awal yang telah ditentukan

Worshing feature		Parameter teknik
X23	Melengkapi Babershop dengan produk-produk unggulan	bentuk
X24	Memberikan peneduh untuk kendaraan agar tidak kepanasan ataupun kehujanan	Kemudahan perbaikan
X22	Membeli alat pengramasan yang lebih ergonomis	Panjang objek tak bergerak
X20	Melakukan renovasi interior	Kemudahan pembuatan
X16	Harus lebih cekatan memlihat permasalahan rambut konsumen dan menawarkan solusinya	Produktivitas

4.3 *inventive principles*

No	Atribut	Inventive prnciples
X23	Ketersediaan minyak rambut atau vitamin rambut lengkap	10,27
X24	Tempat parkir motor barbershop sesuai dengan harapan	16,20
X22	Peralatan pengramasan rambut nyaman	26,30
X20	Keindahan desain Barbershop modern	32
X16	Karyawan memberi perhatian kepada setiap konsumen	19,6

4.4 Solusi Nyata

23. Tindakan awal sebelum hal tersebut dibutuhkan (*Priliminary Anti-Action*) maksudnya adalah Lebih sering cari tahu produk-produk terbaru tentang kebutuhan untuk fashion rambut dan menjual belikan di Barbershop (prinsip nomer 10)

24. Kelanjutan untuk tindakan yang berguna (*Continuity of useful action*) maksudnya adalah Memberikan peneduh untuk kendaraan agar tidak kepanasan ataupun kehujanan (prinsip nomer 20)
22. Kerangka yang mudah disesuaikan dan lapisan tipis (*Flexible shells and thin films*) maksudnya adalah Membeli alat pengramasan yang lebih ergonomis agar leher tidak sakit atau lelah (prinsip nomer 30)
20. Perubahan warna (*Color changes*) maksudnya adalah Memperbarui desain Barbershop agar memiliki kesan baru (prinsip nomer 32)
16. Memaksimalkan semua fungsi (*Universality*) maksudnya adalah karyawan Harus lebih cekatan memlihat permasalahan rambut konsumen dan menawarkan solusinya (prinsip nomer 6)

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pengolahan data dengan metode Servqual kelima variabel memerlukan perbaikan kualitas pelayanan dan total dari keseluruhan Gap menunjukan hasil kepuasan pelanggan yang sangat rendah dan dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak memuaskan
2. Dari hasil solusi dari metode Triz didapatkan usulan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Barbershop Matz & Co yang ada di setiap dimensi antara lain :
 - a. *Tangibles* (Bukti Fisik) Menambahkan produk-produk terbaru yang berhubungan dengan *fashion* rambut dan menambahkan peralatan pangkas rambut yang lebih modern untuk memudahkan pekerjaan karyawan dan member rasa nyaman kepada pelanggan BarbershopMatz & Co
 - b. *Empathy* (Perhatian) karyawan Barebershop Matz & Co bisa lebih sering mengajak interaksi dengan pelanggan dan memberikan solusi apabila ada permasalahan pada rambut pelanggan
 - c. *Reability* (kehandalan) Manajemen Barbershop Matz & Co lebih baik menambahkan mesin EDC (*electronic data capture*) dan untuk Karyawan di haruskan mengikuti seminar dan Training supaya lebih baik lagi dalam menangani perbedaan karakter rambut konsumen
 - d. *Assurance* (Jaminan) manajemen Barbershop Matz & Co memberikan petugas parkir untuk menjaga kendaraan pelanggan dan karyawan yang didalam Barbershop tidak meletakkan gunting atau peralatan pangkas rambut sembarangan
 - e. *Responsive* (Daya Tanggap) manajemen Barbershop Matz & Co memberikan training untuk karyawan tentang menghadapi berbagai macam sifat pelanggan yang berbeda-beda

5.2 Saran

1. Barbershop Matz & co bisa melihat peluang penjualan produk-produk vitamin atau minyak rambut untuk menambah pendapatan
2. Barbershop Matz & Co diharapkan dapat menerapkan usulan yang ada di kesimpulan untuk memperbaiki kualitas pelayanan
3. untuk penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dan dapat dikembangkan sehingga bisa menjadi lebih baik lagi

Daftar pustaka

Engel, James F, et al. (1990). Customer Behavior. Diterjemahkan oleh: F Budiyanto. Perilaku Konsumen, Jilid II. Binarupa Aksara, Jakarta.

Ghozali, Imam. (2007). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". BP-Universitas Diponegoro, Semarang.

Goodman, J. 1989. The Nature of Customer Satisfaction, quality progres 22 (2). Hal 37-40

Goetsch, D.L. & Davis, S. (1994). Introduction to Total Quality : Quality, Productivity, Competitiveness. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall International, Inc. p.4.

Haningsih, widya, rahmawati, usman efendy, 2017 analisis peningkatan kualitas pelayanan menggunakan metode servqual dan triz (studi kasus restoran restoran garden malang, vol 18 no 1 april 2017

Nofi, erni wira, 2014, peningkatan kualitas pelayanan dengan metode servqual dan triz di pt. xyz, vol 2 no, 2 92-100.