

INTEGRASI MODEL DINESERV-CSI-IPA-DEMATEL DALAM PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN BAR XYZ

INTEGRATION OF DINESERV-CSI-IPA-DEMATEL MODEL IN IMPROVING SERVICE QUALITY AT BAR XYZ

Ronald Sukwadi¹, Iwan Daniel Susanto²

**Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Kampus III, Jalan Raya Cisauk-Lapan No A2/10, Sampora Cisauk,
Tangerang Selatan 15345.
ronald.sukwadi@atmajaya.ac.id¹, ronaldmanutd@gmail.com²**

Abstrak

Persaingan yang ketat di industri pariwisata membuat pemilik restoran dan bar memikirkan strategi yang berdampak pada kinerja bisnisnya. Layanan yang prima merupakan salah satu strategi bersaing. Dalam rangka untuk memperbaiki kualitas layanan, penelitian ini menyajikan sebuah studi kasus untuk mengidentifikasi atribut-atribut kualitas yang mempengaruhi kualitas layanan pada sebuah bar. Integrasi model kualitas DINESERV, CSI, IPA, dan DEMATEL digunakan dalam proses evaluasi kualitas layanan serta strategi perbaikan yang sesuai. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari 110 pelanggan bar XYZ. Dari hasil penelitian didapatkan tiga atribut kualitas layanan kritis yang perlu diperbaiki.

Kata kunci: DINESERV, CSI, IPA, DEMATEL, bar

Abstract

The highly competitive nature of hospitality industry requires restaurant and bar owners to consider the ultimate outcome of their strategy, focusing on those that have impacts on their business performance. Delivering excellent service is one of competitive strategies. To improve the service quality, this study presents a case study to identify the quality attributes that affect service quality in a bar. The integrated quality model, which combines DINESERV model, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance-Performance Analysis (IPA), and Decision Making Trial and Evaluate Laboratory (DEMATEL), allows for more accurate descriptions of the service quality evaluation process and appropriate improvement strategy. A questionnaire was distributed to collect quantitative data from 110 customers of Bar XYZ. The result shows that there are 3 critical quality attributes that should be improved.

Keywords: DINESERV, CSI, IPA, DEMATEL, bar

Tanggal Terima Naskah : 10 Desember 2017
Tanggal Persetujuan Naskah : 10 Januari 2018

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perkembangan industri pariwisata cukup meningkat di Indonesia. Hal ini menjadi alasan untuk industri pariwisata Indonesia meningkatkan kontribusinya pada produk domestik bruto (PDB) karena hal ini dapat meningkatkan pendapatan devisa. Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi sekitar 4% dari total perekonomian. Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka tersebut menjadi 8% dari PDB pada tahun 2019.

Seiring perkembangan zaman, Jakarta sebagai kota megapolitan, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya pun semakin cepat. Ruang interaksi yang semakin mengecil, serta adanya dorongan yang menginginkan suasana yang baru di tengah padatnya aktivitas untuk relaksasi diri, mendorong perpindahan ruang interaksi dari sebuah ruang kerja atau hunian ke tempat-tempat publik. Bar merupakan salah satu ruang publik yang semakin banyak dikunjungi masyarakat metropolis sebagai salah satu alternatif ruang interaksi baru. Hal ini disebabkan oleh kemudahan berinteraksi dengan relasi, juga dapat menjamu tamu seperti rekan bisnis.

Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis bar. Pasar yang semakin dinamis mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berimprovisasi dalam mempertahankan para pelanggannya. Peningkatan kualitas layanan telah menjadi faktor utama dalam persaingan kompetitif dan meningkatkan loyalitas pelanggan [1],[2],[3],[4]. Untuk itu dibutuhkan suatu strategi yang tepat untuk memperbaiki dan meningkatkan atribut-atribut kualitas layanan berdasarkan penilaian pelanggan [5],[6].

Model SERVQUAL sering digunakan dalam mengidentifikasi dan mengukur kualitas layanan [7]. Dimensi dalam SERVQUAL merupakan skala multi *item* yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi, yaitu *tangible* (fasilitas fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Metode ini sering diaplikasikan dalam berbagai perusahaan/bisnis jasa, seperti pada pendidikan tinggi [8], transportasi udara [9], rumah sakit [10], kebun binatang [6], taman hiburan modern [11], bandar udara [2], transportasi darat [11], jasa transportasi *online* [12], hotel [13], dan kedai kopi. Khusus untuk mengukur kualitas layanan restoran dan bar, Stevens et al. memperkenalkan dimensi DINESERV yang diturunkan dari dimensi SERVQUAL [14].

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menganalisis nilai indeks kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan. Metode IPA [15] merupakan teknik pengolahan data yang bertujuan untuk menangkap persepsi dari pihak *customer* dengan lebih jelas [11]. Tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi, hasilnya kemudian digunakan untuk penggolongan prioritas peningkatan kualitas. Selanjutnya akan dilakukan penentuan hubungan antaratribut dengan diagram sebab akibat dengan menggunakan *Decision Making Trial and Evaluate Laboratory* (DEMATEL). Metode DEMATEL [16] diciptakan oleh Geneva Research Center untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi sistem dan memprioritaskan faktor berdasarkan jenis hubungan dan mengetahui seberapa besar pengaruh faktor tersebut antara satu dengan lainnya.

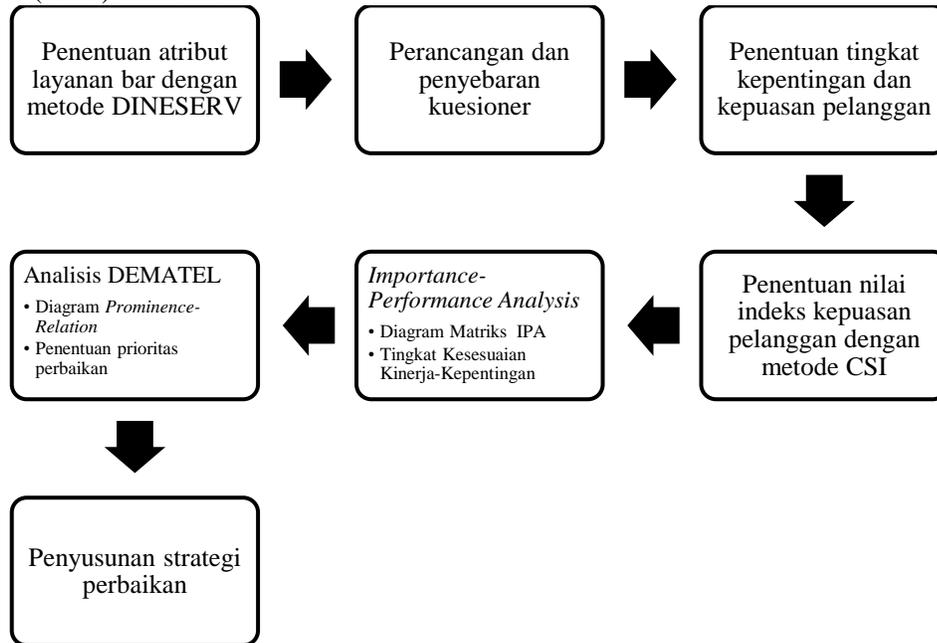
Dengan integrasi model DINESERV-CSI-IPA-DEMATEL, atribut layanan bar dapat diidentifikasi dan prioritas perbaikan atribut-atribut kualitas layanan bar dapat ditentukan dengan tepat. Dari atribut yang paling diprioritaskan tersebut, dicari langkah perbaikan untuk meningkatkan kualitasnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengidentifikasi atribut kualitas layanan bar.

- b. Mengetahui atribut layanan apa saja yang harus diperbaiki bar XYZ serta menentukan pengembangan strategi yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan bar XYZ.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Responden dari penelitian ini adalah 110 pelanggan bar. Penelitian ini dilakukan di suatu bar terkenal (XYZ) di kota Jakarta.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penentuan Atribut Kualitas Bar

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut kualitas bar yang tepat dan sesuai. Atribut kualitas ini diadopsi dari dimensi DINESERV [14] yang dijabarkan menjadi 29 atribut layanan bar.

Tabel 1. Atribut Layanan Bar

No	Atribut	No	Atribut	No	Atribut
1	Bar memiliki area parkir yang luas	4	Bar memiliki anggota staf yang bersih, rapi, dan berpakaian dengan tepat	7	Bar memiliki menu yang menarik, yang mencerminkan citra Bar
2	Bar memiliki bangunan eksterior yang menarik	5	Bar memiliki dekorasi sesuai dengan gambar dan jangkauan harga	8	Bar memiliki ruang saji yang luas dan mudah untuk bergerak di sekitarnya
3	Bar memiliki ruang saji yang nyaman	6	Bar memiliki menu yang mudah dimengerti	9	Bar memiliki kamar kecil yang bersih sepenuhnya

Tabel 1. Atribut Layanan Bar (Lanjutan)

No	Atribut	No	Atribut	No	Atribut
10	Bar memiliki ruang saji yang bersih sepenuhnya	17	Bar menyediakan pelayanan yang cepat	24	Bar tampak memberikan dukungan kepada karyawan sehingga mereka dapat melakukan pekerjaan dengan baik
11	Bar menyajikan pesanan Anda dalam waktu yang dijanjikan	18	Bar memberikan usaha lebih untuk menangani permintaan khusus Anda	25	Bar memiliki karyawan yang sensitif terhadap kebutuhan pribadi dan keinginan Anda, daripada selalu mengandalkan kebijakan dan prosedur
12	Bar cepat mengoreksi sesuatu yang salah	19	Bar memiliki karyawan yang dapat menjawab pertanyaan Anda	26	Bar membuat Anda merasa istimewa
13	Bar dapat diandalkan dan konsisten	20	Bar membuat Anda merasa nyaman dan percaya diri dalam hubungan Anda dengan pihak Bar	27	Bar mengantisipasi kebutuhan pribadi dan keinginan Anda
14	Bar menyediakan pemeriksaan tamu yang akurat	21	Bar memiliki personel yang mampu dan bersedia untuk memberikan informasi tentang item menu, bahan-bahan mereka, dan cara persiapan	28	Bar memiliki karyawan yang simpatik dan meyakinkan jika ada sesuatu yang salah
15	Bar menyajikan pesanan Anda sama seperti yang Anda pesan	22	Bar membuat Anda merasa aman secara pribadi	29	Bar tampak memiliki kepentingan terbaik pelanggan di hati
16	Selama Bar sibuk, Bar memiliki karyawan yang saling membantu untuk menjaga kecepatan dan kualitas layanan	23	Bar memiliki personel yang tampak terlatih dengan baik, kompeten, dan berpengalaman		

3.2 Profil Responden dan Nilai CSI

3.2.1 Demografi Responden

Kuesioner penelitian terdiri atas tiga bagian, bagian pertama mewajibkan responden untuk mengisi data demografi mulai dari jenis kelamin, usia, status, pendidikan, pekerjaan, dan frekuensi mengunjungi ke bar dalam 1 bulan dan pendapatan per bulan. Pada bagian dua, responden diminta untuk mengisi beberapa item pertanyaan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan dari atribut-atribut layanan. Pada bagian ketiga, responden diminta untuk mengisi beberapa item pertanyaan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan mereka atas atribut-atribut layanan tersebut. Demografi responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Profil Responden Bar (N=110)

Karakteristik		Jumlah (Persentase)	
Jenis Kelamin	Pria	76	69%
	Wanita	34	31%
Usia	<20	3	3%
	21-30	96	87%
	31-40	9	8%
	41-50	2	2%
	>50	0	0%
Status	Belum Menikah	105	95%
	Sudah Menikah	5	5%
Pendidikan	Pelajar	2	2%
	Mahasiswa/i	44	40%
	Pegawai Swasta	56	51%
	Pegawai Negeri	0	0%
	Wiraswasta	8	7%
Pendapatan bulanan	<2.000.000	18	16%
	2.000.001-4.000.000	26	24%
	4.000.001-6.000.000	39	35%
	6.000.001-10.000.000	17	15%
	>10.000.000	10	9%
Jumlah kedatangan	1-4 kali	105	95%
	5-10 kali	2	2%
	Lebih dari 10 kali	3	3%

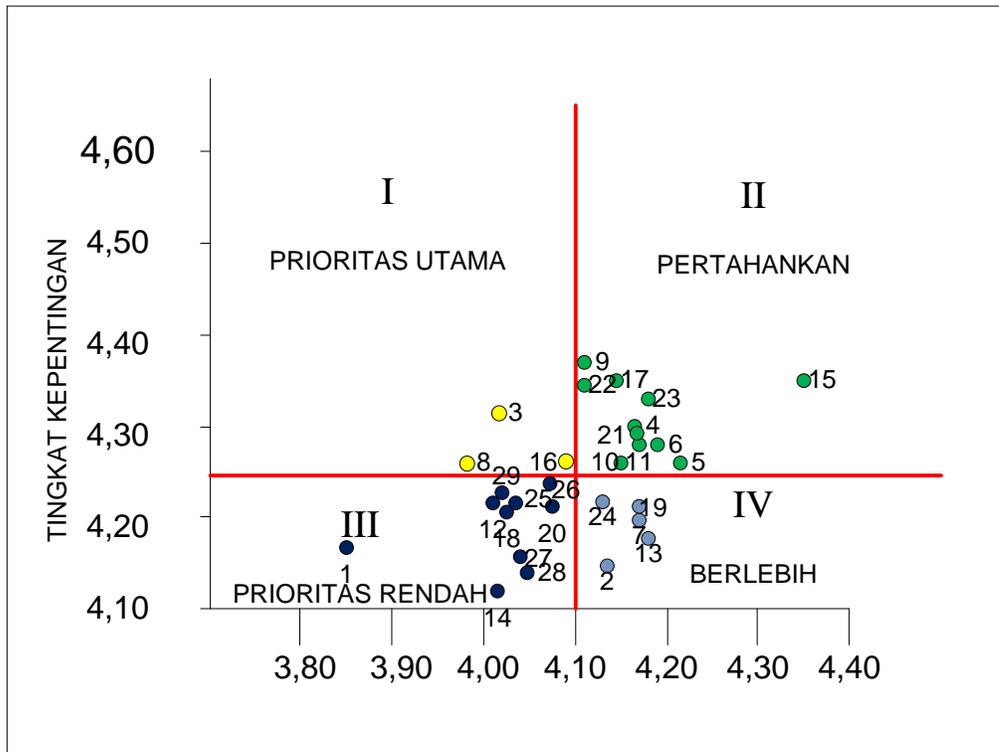
3.2.2 Perhitungan nilai CSI

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menghitung nilai persentase kepuasan pelanggan. Langkah pertama adalah dengan menghitung *mean importance score* (MIS) dan *mean satisfaction score* (MSS). MIS merupakan nilai rata-rata dari tingkat kepentingan, sedangkan MSS adalah nilai rata-rata dari tingkat kepuasan/kinerja. Langkah selanjutnya adalah perhitungan nilai *weight factor* (WF). Nilai WF adalah persentase nilai MIS dibagi total nilai MIS. Setelah didapatkan nilai WF dilakukan perhitungan nilai *weighting score* (WS) dengan mengalikan nilai WF dengan MSS. Yang terakhir adalah menghitung nilai CSI yang diperoleh dari jumlah nilai WS dibagi dengan 5 (skala maksimum) dan dikalikan dengan 100%. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai MIS = 1,082; MSS=1,121; WF= 100; WS=3,865; sehingga nilai CSI-nya sebesar 77,293%. Nilai CSI yang didapat berada pada kisaran 66%-80,99%. Nilai persentase kepuasan pelanggan dapat diklasifikasikan pada tingkat "PUAS".

3.3 Importance-Performance Analysis

Metode IPA membutuhkan data hasil kuesioner bagian 2 (tingkat kepentingan) dan rekapitulasi hasil kuesioner bagian 3 (tingkat kepuasan). Matriks IPA didapatkan dengan cara mencari titik koordinat atribut pada matriks *importance* pada sumbu y dan *performance* pada sumbu x. Titik koordinat atribut didapat dengan cara mencari nilai *mean* tingkat kepentingan (MIS) dan tingkat kepuasan dari setiap atribut (MSS). Selanjutnya nilai tingkat kepentingan atribut dibagi dengan nilai *mean* sehingga dihasilkanlah titik kordinat sumbu y, kemudian nilai tingkat kepuasan atribut dibagi dengan nilai *mean* sehingga dihasilkanlah titik koordinat sumbu x. Gambar 2 merupakan hasil dari matriks IPA. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan

prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur. Analisis tingkat kesesuaian dapat dilihat pada Tabel 3.



Gambar 2. Diagram Matriks IPA

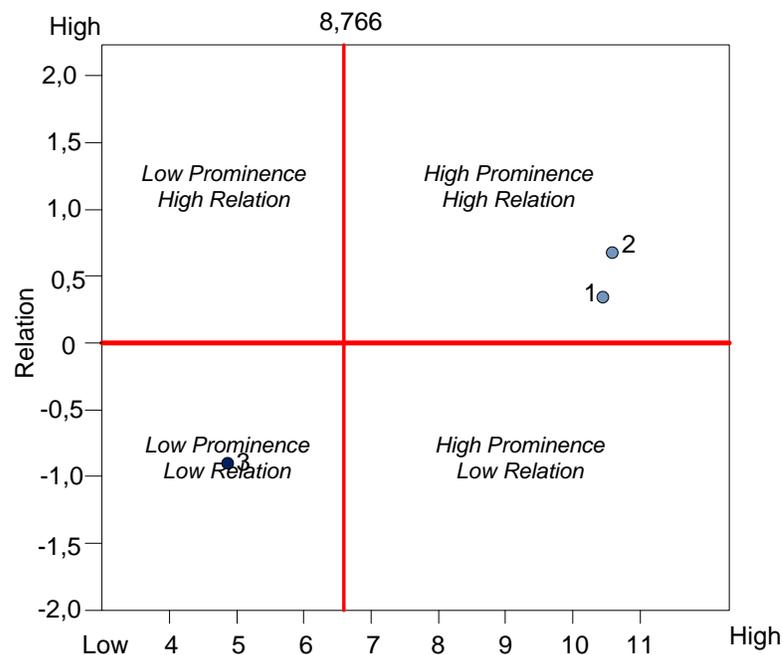
Tabel 3. Tingkat Kesesuaian Kinerja-Kepentingan

Kuadran	Atribut	Kesesuaian	Kuadran	Atribut	Kesesuaian
1	3	Tidak Sesuai	3	1	Tidak Sesuai
	8	Tidak Sesuai		12	Tidak Sesuai
	16	Tidak Sesuai		14	Sesuai
2	4	Sesuai		18	Tidak Sesuai
	5	Sesuai		20	Sesuai
	6	Sesuai		25	Tidak Sesuai
	9	Tidak Sesuai		26	Tidak Sesuai
	10	Sesuai		27	Sesuai
	11	Sesuai		28	Sesuai
	15	Sesuai	29	Tidak Sesuai	
	17	Tidak Sesuai	4	2	Sesuai
	21	Sesuai		7	Sesuai
	22	Tidak Sesuai		13	Sesuai
	23	Tidak Sesuai		19	Sesuai
		24		Sesuai	

Kuadran pertama yang menjadi prioritas utama terdiri atas butir atribut nomor 3, 8, dan 16. Hal ini berarti bahwa atribut tersebut menjadi prioritas perbaikan oleh pihak bar dengan segera. Atribut-atribut pada kuadran pertama tersebut merupakan atribut yang tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga menjadi prioritas utama untuk perbaikan. Kuadran kedua yang menjadi prestasi yang harus dipertahankan adalah atribut nomor 4, 5, 6, 9, 10, 11, 15, 17, 21, 22, dan 23. Atribut ini menunjukkan bahwa bar telah memberikan layanan sesuai dengan harapan pelanggan. Kuadran ketiga yang menjadi prioritas rendah, yaitu atribut nomor 1, 12, 14, 18, 20, 25, 26, 27, 28, dan 29. Atribut pada kuadran ini menunjukkan bahwa pihak bar dapat melakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan bar. Kuadran keempat terdiri atas atribut nomor 2, 7, 13, 19, dan 24. Atribut layanan tersebut yang telah diberikan oleh pihak bar pada kuadran itu melebihi harapan dari pelanggan.

3.4 Menentukan Prioritas Perbaikan dengan DEMATEL

Atribut-atribut yang berada pada kuadran pertama akan digunakan lebih lanjut untuk diolah dengan menggunakan DEMATEL, agar didapatkan tingkat prioritas antaratribut dan hubungan antaratribut tersebut. Dari hasil DEMATEL tersebut, didapatkan tingkat prioritas antaratribut dan hubungan antaratribut yang dapat dilihat pada diagram *prominence-relation*.



Gambar 3. Diagram *Prominence –Relation*

Tabel 4. Tingkat Prioritas Perbaikan Atribut Layanan Bar XYZ

No Atribut	r+c	r-c	Prioritas	Pengaruh
3	10.757	0.383	1	Mempengaruhi
8	10.655	0.609	2	Mempengaruhi
16	4.886	-0.992	3	Dipengaruhi

3.5 Penentuan Strategi Perbaikan Atribut Kritis

Atribut yang menjadi prioritas pertama dalam peningkatan kualitas layanan adalah kenyamanan ruang saji (atribut 3). Strategi perbaikan yang dapat dilakukan untuk atribut tersebut adalah dengan memberikan *exhaust fan* untuk membuat sirkulasi udara yang ada di dalam ruangan *indoor* lebih baik. Selain itu, tetap menjaga suhu yang ada di ruangan lebih nyaman dalam arti lain menyesuaikan dengan jumlah pengunjung yang ada di dalam ruangan. Suhu dalam ruangan di Jakarta biasanya diatur dalam rentang 22-26°C.

Atribut yang menjadi prioritas kedua dalam peningkatan layanan adalah bar memiliki ruang saji yang luas dan mudah untuk bergerak di sekitarnya (atribut 8). Strategi perbaikan yang dapat dilakukan untuk atribut tersebut adalah dengan mengubah posisi gudang dan ruang bar. Pertimbangan untuk mengubah posisi gudang karena posisi gudang sebelumnya ada di sebelah dapur dan tidak ada pintu yang langsung menuju ke gudang dari tempat parkir, sehingga proses *loading* yang dilakukan akan menggunakan pintu utama. Hal tersebut akan mengganggu kenyamanan pengunjung. Perubahan posisi gudang yang langsung bersebelahan dengan tempat parkir serta dibuatnya pintu khusus untuk melakukan *loading* bertujuan agar tidak mengganggu pengunjung. Pertimbangan yang kedua adalah mengubah posisi ruang bar. Hal ini juga mengacu pada perubahan yang sebelumnya dilakukan pada gudang, bila ruang bar yang posisinya terletak pada bagian *outdoor* kehabisan barang dan memerlukan *loading* dari gudang maka proses tersebut akan mengganggu kenyamanan pengunjung karena harus melewati bagian ruang saji. Oleh karena itu, disarankan untuk mengubah posisi ruang bar ke posisi baru dan memberikan gudang khusus untuk ruang bar tersebut sehingga proses *loading* untuk ruang bar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan.

Atribut kritis yang menjadi prioritas ketiga dalam peningkatan kualitas layanan adalah kecepatan dan kualitas layanan (atribut 16). Strategi perbaikan yang dapat dilakukan untuk atribut tersebut adalah perlu dilakukannya pelatihan karyawan agar fokus terhadap apa yang dibutuhkan atau diperlukan oleh pelanggan. Jenis pelatihan yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah mengadakan *Team Building* dengan frekuensi 6 bulan sekali.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tersebut didapatkan 29 atribut yang terdapat pada restoran tersebut, tingkat kesesuaian memberikan hasil perhitungan bahwa terdapat 16 atribut kualitas pelayanan bar XYZ yang dapat dipertahankan dan 13 atribut lainnya membutuhkan perbaikan, dan dapat diketahui. Perhitungan IPA menempatkan tiga atribut ke dalam kuadran I (prioritas utama), 11 atribut di kuadran II (pertahankan), 10 atribut di kuadran 3 (prioritas rendah), dan 5 atribut lainnya di kuadran IV (berlebih). Atribut-atribut yang berada pada kuadran pertama yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan, yaitu kenyamanan ruang saji, keleluasaan pelanggan bergerak, dan kecepatan layanan.

REFERENSI

- [1]. Akbaba, A. 2006. *Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey*. *Hospitality Management*, 25, 170-192.
- [2]. Sukwadi, R., & Chandra, P. 2015. "Ekspektasi penumpang terhadap kualitas layanan Bandara Internasional Soekarno-Hatta". *Jurnal Teknik & Ilmu Komputer*, 4(13), 60-68.

- [3]. Sukwadi, R., & Dian, A. 2016. Analisis kualitas layanan restoran dengan menggunakan model Kano-PRCA dan AIM, *Spektrum Industri*, 14(1), 89-98.
- [4]. Sukwadi, R., Inderawati, M.M.W., & Lie, V. 2015. Pengembangan strategi perbaikan kualitas layanan Taman Hiburan Dunia Fantasi Ancol, *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 8(1), 55-69.
- [5]. Bojanic, D.C., & Rosen, L.D. 2004. *Measuring service quality in Restaurants: An application of the ServQual instrument. International Journal of Hospital and Tourism*, 18(1), 3-14.
- [6]. Sukwadi, R., & Yang, C.C. 2014. "Determining service improvement priority in a zoological park". *Journal of Industrial Engineering and Management*, 7(1), 1-20.
- [7]. Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. 1985. SERVQUAL : A Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- [8]. Sukwadi, R., & Yang, C.C. 2012. Determining critical service attributes and appropriate improvement actions in Indonesian HELs. *Industrial Engineering & Management Systems*, 11(3), 241-254.
- [9]. Sukwadi, R. & Marco, N. 2014. "Analisis kualitas layanan maskapai penerbangan bertarif rendah berdasarkan perbedaan karakteristik penumpang". *Jurnal Teknik & Ilmu Komputer*, 3(12), 368-376.
- [10]. Sukwadi, R., Yang, C.C., & Benny. 2014. "Integrasi fuzzy AHP-TOPSIS dalam evaluasi kualitas layanan elektronik rumah sakit". *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknik Industri*, 16(1), 25-34.
- [11]. Sukwadi, R., & Jufina. 2015. Penentuan prioritas perbaikan kualitas layanan TransJakarta dengan menggunakan metode IPA-PGCV, *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 4(2), 64-69.
- [12]. Sukwadi, R., & Willim, W. 2016. Perbaikan dan pengembangan kualitas layanan transportasi Go-Jek. *Proceeding of Seminar Nasional Teknologi Industri (SNTI) V*, Universitas Trisakti Jakarta, 18 Mei 2016.
- [13]. Sukwadi, R. 2017. "The moderating role of service innovation on the relationship between customer satisfaction and customer value: A case of 3-star hotels in Jakarta". *International Journal of Services, Economics and Management*, 8(1/2), 18-34
- [14]. Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. 1995. DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56-60.
- [15]. Martilla, J., & James, J. 1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*. 41(1), 77-79.
- [16]. Gabus, A., & Fontela, E. 1972. *World Problems, an Invitation to Further Thought within the Framework of DEMATEL*, Battelle Geneva Research Center: Geneva, Switzerland.