

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYAN *ONLINE TRAVEL AGENT* PEGIPEGI DENGAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*

Indah Ayu Wulandari¹, Farhat Umar², Ekaterina Setyawati³

¹⁻³Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sahid Jakarta

Email korespondensi: eka3na.5@gmail.com

ABSTRAK

Pengguna layanan *travel online* atau *online travel agent* (OTA) di Indonesia terus bertambah. PT. Go Online Destination yang lebih di kenal dengan Pegipegi merupakan salah satu *online travel agent* (OTA) berkembang di Indonesia. Pegipegi menyediakan jasa penjualan tiket pesawat, kereta api dan reservasi kamar hotel. Adanya keinginan perusahaan untuk mengetahui apa yang menjadi prioritas pelayanan yang diharapkan konsumen, perbandingan kualitas pelayanan (*Service Quality*) antara Pegipegi dengan Traveloka dan Tiket.com serta mengetahui prioritas peningkatan kualitas pelayanan pada maka metode QFD digunakan sebagai implementasi solusi. Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan atribut pelayanan yang menjadi prioritas konsumen terhadap Pegipegi berdasarkan nilai tingkat ekspektasi/harapan terbesar ke terkecil adalah layanan keamanan *database customer*, penawaran promosi, metode pembayaran lengkap, sistem/*server* terjaga selama transaksi serta ganti tanggal *Check in* hotel dan keberangkatan pesawat/kereta jelas dan mudah. Dari hasil perhitungan GAP, diketahui kualitas pelayanan Traveloka lebih unggul daripada Pegipegi. Sedangkan kualitas pelayanan antara Pegipegi lebih unggul daripada Tiket.com.

Kata kunci: *Service Quality*, Peningkatan Kualitas, *Quality Function Deployment*

ABSTRACT

Users of online travel services or online travel agents (OTA) in Indonesia continue to grow. PT. Go Online Destination, better known as Pegipegi, is one of the growing online travel agents (OTA) in Indonesia. Pegipegi provides flight ticket sales, train and hotel room reservation services. The company's desire to know what the priority of service is expected by consumers, the comparison of service quality (Service Quality) between Pegipegi and Traveloka and Tiket.com and to know the priority of improving service quality in the QFD method is used as the implementation of the solution. From the results of the research conducted, it is found that the service attributes that are the priority of consumers to Pegipegi based on the value of the highest to the smallest level of expectation are customer database security services, promotional offers, complete payment methods, systems/servers are maintained during transactions and change the check-in date and clear and easy flight/train departure. From the results of the GAP calculation, it is known that Traveloka's service quality is superior to Pegipegi. Meanwhile, the service quality between Pegipegi is superior to Tiket.com.

Keywords: *Service Quality*, *Quality Improvement*, *Quality Function Deployment*

Citation: Wulandari I.A., Umar F., Setyawati E., (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayan Online Travel Agent Pegipegi Dengan *Quality Function Deployment*. *Jurnal Rekayasa dan Optimasi Sistem Industri*, 02(2), 32-37, doi:xx.xxxxxx/jrosi.xx.x.xxx-xx

1. Pendahuluan

Dengan berkembangnya *E-commerce* menjadikan meningkatnya kebutuhan masyarakat, begitu pula dengan masyarakat yang memerlukan perjalanan wisata maupun transportasi. Pengguna layanan *travel online* atau *online travel agent* (OTA) di Indonesia juga terus bertambah. Adanya

pergeseran dari *mass tourism* menjadi *individual tourism* menyebabkan wisatawan melakukan pemesanan kamar hotel, tiket pesawat maupun tiket kereta api secara online dan mandiri.

PT. Go Online Destination yang lebih di kenal dengan Pegipegi merupakan salah satu *online travel agent* (OTA) berkembang di Indonesia. Banyaknya

pesaing bisnis OTA merupakan tantangan bagi Pegipegi untuk menjadi yang paling baik dan unggul. Adanya keinginan untuk peningkatan dan pengembangan kualitas layanan jasa *booking* hotel maupun tiket perjalanan, Pegipegi melalui tingkat kepentingan, tingkat kepuasan pelanggan dan menghubungkannya dengan respon-respon teknis, menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai salah satu implementasi solusi terhadap masalah tersebut.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Namun apabila kinerja di atas harapan maka konsumen akan puas.

Secara umum, metode tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu pengukuran secara langsung dan tidak langsung. Pengukuran tidak langsung terdiri dari menelusuri dan memonitor penjualan, catatan, keuntungan dan komplain pelanggan. Pengukuran secara tidak langsung ini merupakan pendekatan pasif yang dilakukan perusahaan untuk menentukan apakah persepsi pelanggan sesuai atau melebihi ekspektasinya. Pengukuran dilakukan dengan skala *Likert*, dimana responden melihat drajat kesesuaian/ketidakesuaian atas pernyataan mengenai penyampaian kualitas jasa.

Defenisi *Service Quality* menurut Lewis dan Booms adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan defenisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan [1]. *Service* yang unggul bagi pelanggan dapat menciptakan pengalaman-pengalaman yang positif yang dapat diharapkan oleh para konsumen dengan memenuhi dan melampaui secara konsisten harapan-harapan mereka.

QFD merupakan praktik untuk merancang proses sebagai tanggapan atas kebutuhan pelanggan. Manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan *Quality Function Deployment* (Sullivan dalam Ariani, 2008) meliputi *Customer-focused, Time-efficient, Documentation-oriented*.

Metode QFD akan berjalan jika pelaksanaan tahapan metode tersebut dilaksanakan dengan baik. Tahapan utama yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi keinginan responden terhadap atribut dengan skala likert. Lalu evaluasi atribut. Menentukan target dan raso perbaikan. Lalu dilanjutkan dengan Karakteristik teknis dihubungkan dengan atribut yang digambarkan melalui sebuah matriks Matriks interaksi/keterarikan. Dan keterkaitan antara karakteristik teknis.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut pelayanan yang menjadi prioritas konsumen atas pelayanan yang diharapkan pada *Online Travel Agent* Pegipegi
2. Mengetahui perbandingan kualitas pelayanan antara pelayanan Pegipegi dengan Traveloka dan Tiket.com

3. Mengetahui karakteristik teknik yang menjadi prioritas peningkatan kualitas pelayanan jasa Pegipegi

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini sumber data yang akan dianalisis terdiri dari data primer dan sekunder.

2.1. Uji Kecukupan Data

Untuk menentukan besaran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Nc^2}$$

2.2. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti [2]

2.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kepercayaan terhadap alat pengumpul data. Instrument yang sudah dapat dipercaya akan menghasilkan kuisioner yang dapat mencerminkan suatu dimensi secara *reliable*, maka kuisioner yang dibuat harus menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Tingi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{11} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika $\geq 0,700$

2.4. Tahapan House Of Quality

Di dalam metode QFD ini hal yang sangat penting adalah pembangunan matriks HOQ. Matriks ini menunjukkan keinginan dan kebutuhan responden serta respon untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan respon tersebut. Tahapan untuk menyusun HOQ dibagi untuk beberapa tahap yaitu :

1. Matriks Kebutuhan Pelanggan
2. Matriks Perencanaan
3. Respon teknis
4. Menentukan Hubungan Respon Teknis dengan Kebutuhan Pelanggan
5. Korelasi Teknisk
6. Benchmarking dan penetapan target

3. Hasil dan Pembahasan

Pada pembahasan ini hasil kuisioner dengan menggunakan uji statistik.

No	Atribut	Tingkat Harapan/Ekspektasi
1	Keamanan <i>database customer</i>	4,71
2	Penawaran promosi (diskon, cashback) dihari biasa maupun hari libur nasional	4,62
3	Metode Pembayaran lengkap	4,6
4	Sistem/server terjaga selama transaksi (tidak error)	4,58
5	Ganti tanggal <i>Check In</i> Hotel dan keberangkatan pesawat/kereta jelas & mudah	4,57
6	Terdapat <i>Track Booking</i> (cek pemesanan)	4,55
7	Terdapat jaminan perjalanan (asuransi)	4,53
8	Tiket pesawat dan kereta yang ditawarkan beragam (dari berbagai rute dan jenis kelas) untuk perjalanan domestik dan internasional	4,51
9	Register & Login mudah (dengan google/gmail dan facebook)	4,49
10	<i>Customer Service</i> cepat tanggap menanggapi keluhan	4,48
11	Deskripsi layanan produk hotel (fasilitas, foto, rating, review, price, maps)terupdate pada Aplikasi/Website	4,47
12	Penyampaian keluhan dapat disampaikan melalui Whatsapp, Line, Call Center, Online Chat Aplikasi	4,47
13	E-tiket konfirmasi pemesanan produk melalui email dan sms setelah melakukan transaksi cepat	4,47
14	Tampilan Website dan Aplikasi berkesan (thema aplikasi, logo, brand ambasador, warna, font, gambar, foto, penyusunan peletakan icon, motto dll)	4,45
15	Hotel yang ditawarkan beragam (dari bintang 0 sampai bintang 6) dan banyak pilihan untuk hotel luar negeri	4,43
16	<i>Customer Service</i> ramah	4,41
17	Terdapat pilihan Negara dan Bahasa serta mata uang (<i>currency</i>) lengkap	4,38
18	Produk layanan yang ditawarkan banyak (reservasi hotel, tiket pesawat, tiket kereta, top up pulsa, event dan lainnya)	4,37
19	Kupon/Voucher khusus pengguna baru (<i>newsletter subscriber</i>)	4,37
20	<i>Customer Service</i> online 24 jam	4,35
21	Adanya Sistem poin (<i>reward poin</i>) yang dapat digakumulasi untuk transaksi selanjutnya	4,31
22	Terdapat <i>Help Center/FAQ (Frequently Asked Question)</i>	4,19
23	Terdapat Travel Tips	4,1

Gambar 4. Analisa Tingkat Ekspektasi / Harapan

3.6. Analisa Kontribusi Karakteristik Teknis

Kontribusi merupakan pengaruh yang ditimbulkan oleh pemenuhan karakteristik terhadap layanan secara keseluruhan. Semakin besar kontribusi, maka peningkatan karakteristik teknik akan semakin mempengaruhi persepsi/kinerja. Nilai kontribusi dari karakteristik dapat dilihat pada Gambar 6.

No	Karakteristik	Nilai Karakteristik Teknik	Kontribusi	Normalisasi Kontribusi	Prioritas
1	Mengupdate/Develop Tampilan Website dan Aplikasi	0,396 + 0,423 + 0,459 + 0,441 + 0,333 + 0,369 + 0,423 + 0,423 + 0,26 + 0,279 + 0,432 + 0,129 + 0,396 + 0,405 + 0,324	5,592	0,291	1
2	Memperbaharui sistem berkala	0,396 + 0,36 + 0,423 + 0,551 + 0,324 + 0,441 + 0,459 + 0,423 + 0,279 + 0,396 + 0,405 + 0,324	4,581	0,239	2
3	Memfasilitasi Informasi dengan Berbagai Media Sosial	0,36 + 0,459 + 0,387 + 0,147 + 0,123 + 0,141 + 0,12 + 0,129 + 0,396 + 0,405 + 0,324	2,988	0,156	3
4	Partnership	0,432 + 0,423 + 0,396 + 0,405 + 0,324	1,98	0,103	4
5	Menambah personel <i>Customer Service</i>	0,351 + 0,324 + 0,414 + 0,441 + 0,423	1,953	0,102	5
6	Training <i>Customer Service</i> secara berkala	0,414 + 0,441 + 0,423	1,278	0,067	6
7	International Flight	0,093 + 0,405 + 0,324	0,822	0,043	7

Gambar 6. Analisa Kontribusi Karakteristik Teknis

No	Dimensi	Atribut Pelayanan	Nilai Rata-Rata			Gap/Score			Gap antara Pengepsi dan Traveloka	Gap antara Pengepsi dan Tiket.com	
			Tingkat Ekspektasi/ Harapan	Tingkat Persepsi/ Kinerja Pengepsi	Traveloka	Tiket.com	Traveloka	Tiket.com			
1	Reliability (Keandalan)	Deskripsi layanan produk hotel (fasilitas, foto, rating, review, price, maps)terupdate e pada Aplikasi/Website	4,47	4,01	4,17	3,79	-0,46	-0,3	-0,68	-0,16	0,22
2		Sistem/server terjaga selama transaksi (tidak error)	4,58	3,77	4,14	3,73	-0,81	-0,44	-0,85	-0,37	0,04
3		Register & Login mudah (dengan google/gmail dan facebook)	4,49	3,83	4,22	3,71	-0,66	-0,27	-0,78	-0,39	0,12
4		Penawaran promosi (diskon, cashback) dihari biasa maupun hari libur nasional	4,62	3,72	4,14	3,79	-0,9	-0,48	-0,83	-0,42	-0,07
5	Responsiveness (Dapat Tanggap)	Adanya Sistem poin (<i>reward poin</i>) yang dapat digakumulasi untuk transaksi selanjutnya	4,31	3,89	4,12	3,67	-0,42	-0,19	-0,64	-0,23	0,22
6		E-tiket konfirmasi pemesanan produk melalui email dan sms setelah melakukan transaksi cepat	4,47	3,63	4,25	3,82	-0,84	-0,22	-0,65	-0,62	-0,19
7		<i>Customer Service</i> online 24 jam	4,35	3,75	4,14	3,71	-0,6	-0,21	-0,64	-0,39	0,04
8	Assurance (Jaminan)	<i>Customer Service</i> cepat tanggap menanggapi keluhan	4,48	3,86	4,17	3,72	-0,62	-0,31	-0,76	-0,31	0,14
9		Penyampaian keluhan dapat disampaikan melalui Whatsapp, Line, Call Center, Online Chat Aplikasi	4,47	3,62	3,9	3,5	-0,85	-0,57	-0,97	-0,28	0,12
10		Terdapat jaminan perjalanan (asuransi)	4,53	3,77	3,94	3,56	-0,76	-0,59	-0,97	-0,17	0,21
11		Terdapat <i>Track Booking</i> (cek pemesanan)	4,55	4,01	4,17	3,77	-0,54	-0,38	-0,78	-0,16	0,24
12	Empathy (Empati)	Keamanan <i>database customer</i>	4,71	3,89	3,96	3,7	-0,82	-0,75	-1,01	-0,07	0,19
13		Terdapat <i>Help Center/FAQ (Frequently Asked Question)</i>	4,19	3,85	4,24	3,66	-0,34	0,05	-0,53	-0,39	0,19
14		Ganti tanggal <i>Check In</i> Hotel dan keberangkatan pesawat/kereta jelas & mudah	4,57	3,93	3,94	3,71	-0,64	-0,63	-0,86	-0,01	0,22
15	Tangible (Bukti Fisik)	<i>Customer Service</i> ramah	4,41	3,68	3,93	3,58	-0,73	-0,48	-0,83	-0,25	0,1
16		Metode Pembayaran lengkap	4,6	4,03	3,98	3,8	-0,57	-0,62	-0,8	0,05	0,23
17		Terdapat Travel Tips	4,1	3,73	3,8	3,45	-0,37	-0,3	-0,65	-0,07	0,28
18	Tangible (Bukti Fisik)	Terdapat pilihan Negara dan Bahasa serta mata uang (<i>currency</i>) lengkap	4,38	3,72	3,96	3,48	-0,66	-0,42	-0,9	-0,24	0,24
19		Tampilan Website dan Aplikasi berkesan (thema aplikasi, logo, brand ambasador, warna, font, gambar, foto, penyusunan peletakan icon, motto dll)	4,45	3,71	4,16	3,59	-0,74	-0,29	-0,86	-0,45	0,12
20	Tangible (Bukti Fisik)	Kupon/Voucher khusus pengguna baru (<i>newsletter subscriber</i>)	4,37	3,95	3,96	3,58	-0,42	-0,41	-0,79	-0,01	0,37
21		Hotel yang ditawarkan beragam (dari bintang 0 sampai bintang 6) dan banyak pilihan untuk hotel luar negeri	4,43	3,98	4,02	3,86	-0,45	-0,41	-0,57	-0,04	0,12
22		Tiket pesawat dan kereta yang ditawarkan beragam (dari berbagai rute dan jenis kelas) untuk perjalanan domestik dan internasional	4,51	4,07	4,21	3,88	-0,44	-0,3	-0,63	-0,14	0,19
23	Tangible (Bukti Fisik)	Produk layanan yang ditawarkan banyak (reservasi hotel, tiket pesawat, tiket kereta, top up pulsa, event dan lainnya)	4,37	3,72	4,05	3,86	-0,65	-0,32	-0,51	-0,33	-0,14

Gambar 5. Analisa Tingkat Persepsi / Kinerja

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut pelayanan yang menjadi prioritas konsumen atas pelayanan yang diharapkan pada *Online Travel Agent* Pegipegi setelah diurutkan berdasarkan hasil nilai Ekspektasi/Harapan konsumen dari nilai terbesar hingga terkecil menghasilkan 10 prioritas layanan sebagai berikut:

- 1 Keamanan *database customer* (Dimensi *Assurance/jaminan*)
- 2 Penawaran promosi (diskon, *cashback*) dihari biasa maupun hari libur nasional (Dimensi *Reliability/reliabilitas*)
- 3 Metode Pembayaran lengkap (Dimensi *Emphaty/empati*)
- 4 Sistem/*server* terjaga selama transaksi (tidak *error*) (Dimensi *Reliability/reliabilitas*)
- 5 Ganti tanggal *Check In* Hotel dan keberangkatan pesawat/kereta jelas & mudah (Dimensi *Emphaty/empati*)
- 6 Terdapat *Track Booking* (cek pemesanan) (Dimensi *Assurance/jaminan*)
- 7 Terdapat jaminan perjalanan (asuransi) (Dimensi *Assurance/jaminan*)
- 8 Tiket pesawat dan kereta yang ditawarkan beragam (dari berbagai rute dan jenis kelas) untuk perjalanan domestik dan internasional (Dimensi *Tangible/Bukti Fisik*)
- 9 *Register & Login* mudah (dengan *google/gmail* dan *facebook*) (Dimensi *Reliability/reliabilitas*)
- 10 *Customer Service* cepat tanggap menanggapi keluhan (Dimensi *Responsiveness/Daya Tangkap*)

2. Berdasarkan hasil perhitungan GAP, diketahui perbandingan kualitas pelayanan terhadap antara Pegipegi dengan Traveloka dan Tiket.com melalui *GAP Score* sebagai berikut :

- a. Perbandingan Pegipegi dengan Traveloka menghasilkan *GAP score* positif sebanyak 1 atribut (Traveloka lebih unggul), sedangkan *GAP score negative* sebanyak 22 atribut pelayanan.
- b. Perbandingan Pegipegi dengan Tiket.com menghasilkan *GAP Score* positif sebanyak 20 atribut (Pegipegi lebih unggul), sedangkan *GAP score negative* sebanyak 3 atribut pelayanan.

3. Karakteristik teknik yang menjadi prioritas peningkatan kualitas pelayanan jasa Pegipegi adalah sebagai berikut :

1. Mengupdate/*Develop* Tampilan *Website* dan Aplikasi (Prioritas 1)
2. Memperbaharui sistem berkala (Prioritas 2)
3. Memfasilitasi Informasi dengan Berbagai Media Sosial (Prioritas 3)
4. *Partnership* (Prioritas 4)

5. Menambah personel *Customer Service* (Prioritas 5)
6. *Training Customer Service* secara berkala (Prioritas 6)
7. *International Flight* (Prioritas 7)

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa hal yang dapat disarankan yaitu :

1. Melakukan perbaikan terhadap atribut pelayanan sesuai dengan strategi prioritas
2. Dilakukannya riset/penelitian tentang kepuasan pelanggan dalam jangka waktu tertentu atau secara periodik untuk mengehai *Positioning* perusahaan.
3. Meningkatkan kualitas kinerja karyawan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suryana. 2013. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*.
- [2] Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment : How To Make QFD Work For You*. United States of America. Addison-Wesley
- [3] Devrye, 2003. *Good Service is Good Business*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Fandy Tjiptono, 2004. *Manajemen Jasa*, Andi. Yogyakarta
- [5] Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson, 1997. *Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Third Edition*. Penerbit: Thomson South Western, USA.
- [6] Laudon, K. C., & Traver, C. G. 2010. *E-commerce: Business, Technology, Society. 6 th Edition*. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.
- [7] Kartajaya Hermawan, 2009. *New Wave Marketing, The World is Still Round The Market is Already Flat*. Gramedia. Indonesia
- [8] Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- [9] Tjiptono & Chandra, 2007:137. *Service, Quality & Satisfaction*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- [10] Tjiptono, Gregorius Chandra, 2008. *Total Quality Management*. Yogyakarta
- [11] Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gramler. 2006. *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*, 5nded. New York: Mc Graw Hill.