

Penerapan Lean Service Dalam Meningkatkan Tingkat Kepuasan Konsumen Di PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani)

Hartadi Wijaya

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Banten Jaya
Jl. Ciwaru Raya No.73, Cipare, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42117

*Email: wijayahartadi@gmail.com

Abstract

Consumers want a service that satisfies them, so they will use it again and again. Fundamentally, consumer satisfaction with service quality helps design an optimal and effective service systems. PT Honda KJM (Ahmad Yani Branch) have problems of waste in service at is found in the long waiting time for the service process from 10.00 to 11.35 in the afternoon and motorbike maintenance which depends on the level of difficulty, with lean service the service will be better than before, and will add to the profit for the service company. Lean Service by definition are methods and equipment designed to reduce costs, improve performance, reduce waiting times, eliminate waste, so that service quality can be maximized. Where lean service is used for a service approach that ensures information that can be conveyed to consumers directly and maximally in getting service. The principle of lean service has been commonly used in the manufacturing industry, but over time, the service industry has begun to adapt this principle to reduce waste in service companies.

Keywords: *Lean Service, service satisfaction, improve performance*

1. Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, terjadinya kompetisi antar perusahaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri semakin ketat. Sehingga untuk dapat menjadi perusahaan yang unggul dan memiliki daya saing perlu adanya mindset setiap perusahaan agar dapat memuaskan pelanggannya. Berbagai cara di lakukan oleh perusahaan seperti menawarkan pelayanan yang terbaik, harga terjangkau, pelayanan pelanggan yang lebih cepat dan lebih baik.

Fenomena yang terjadi saat ini mengubah orientasi bisnis imana sektor jasa memegang peranan yang semakin penting, Pembeli dapat mengontrol permainan dan bebas memilih perusahaan jasa yang diinginkan. Apabila perusahaan jasa menginginkan bertahan dan berkembang maka perusahaan tersebut harus dapat mengikuti selera konsumen, dalam hal ini kepuasan terhadap kualitas pelayanan merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis tersebut.

Kunci terpenting untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan jasa adalah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, karena dengan begitu konsumen akan selalu memilih perusahaan jasa yang terbaik diantara perusahaan jasa lainnya.

Customer service adalah pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan dalam melayani konsumen untuk

memenuhi harapan konsumen saat menggunakan layanan tersebut.

Pelayanan pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Indikator konsumen puas saat informasi yang mereka dapatkan lengkap, jelas, seta pelayanan yang lebih cepat. Pelayanan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan jasa harus berupa kemudahan, kecepatan, hubungan pelanggan yang baik dan keterampilan perusahaan jasa. untuk maju

Berdasarkan fakta dan realita tersebut, konsumen dianggap puas apabila mereka merasa mendapatkan pelayanan yang baik lebih dari hrapan konsumen, namun sebaliknya apabila konsumen menerima pelayanan yang tidak diharapkan konsumen, maka konsumen tidak merasa puas.

Keberadaan layanan yang ramping dapat lebih baik menangani masalah yang muncul dalam mendefinisikan kualitas layanan karena konsumen hanya dapat menilai kualitas yang dihargai konsumen dalam layanan yang mereka terima, berdasarkan keinginan konsumen.

Disamping itu pelayanan konsumen merupakan kunci utama untuk memegang peranan penting untuk memenangkan persaingan bisnis jasa, pelayanan konsumen dimulai dari sebelum, selama, ataupun sesudah menggunakan bisnis jasa, adanya pelayanan konsumen di perusahaan jasa yang berperan dalam memberikan pelayanan yang optimal ke konsumen, hal ini bertujuan agar konsumen nyaman menggunakan

jasa yang perusahaan tawarkan, dan tidak berpaling ke perusahaan jasa lain. Selain itu perusahaan jasa harus menanyakan keluhan konsumen atau saran yang ingin di berikan oleh konsumen ke perusahaan jasa agar perusahaan jasa menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

Penulis mengamati proses motor masuk ke tempat service sampai motor keluar tempat service dan di serahkan ke konsumen terdapat delay yang terjadi pada saat mengetahui proses bisnis di bengkel PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani) pemborosan waktu tunggu tersebut diakibatkan oleh waktu tunggu proses service yang lama pada jam 10.00 sampai 11.35 siang dan perawatan motor yang tergantung tingkat kesulitannya.

Sehingga penulis membuat laporan ini dengan judul “Analisa Penerapan Konsep Lean Service Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani)”. Pada dasarnya lean service sangat dibutuhkan di perusahaan jasa karena terdapat proses pelayanan secara langsung dengan konsumen.

2. Landasan Teori

Lean adalah metode yang bertujuan untuk memperbaiki proses dengan menghilangkan aktivitas non-aditif dan membuat proses kerja menjadi semakin efektif serta efisien sehingga menciptakan kinerja yang semakin cepat dan baik. Tujuan Lean adalah untuk meningkatkan (nilai pelanggan) semua proses kerja dalam pesanan perusahaan Untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan, Pada intinya, penerapan lean dapat diterapkan pada perusahaan manapun, Lean pada seluruh perusahaan dengan nama Lean Enterprise, untuk perusahaan pada industri Lean dengan nama

Lean Manufacturing dan untuk perusahaan Lean pada industri jasa dengan nama Lean Service. Lean Service adalah sebuah metode untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan pemborosan, Lean Service memiliki cara untuk mengidentifikasi, menghitung dan menganalisis pemborosan yang dihasilkan dalam proses layanan untuk perbaikan di dalam perusahaan. Lean service diharapkan dapat mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan (waste) di perusahaan Proses pelayanan dapat ditingkatkan dalam beberapa cara, termasuk dengan menggunakan lean service berdasarkan prinsip continuous improvement dan penghilangan pemborosan di perusahaan jasa.

Menurut Gaspersz (2007), lean service adalah “metode yang telah terbukti untuk mengurangi pemborosan melalui pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan melalui upaya perbaikan dalam organisasi layanan”. Leite & Vieira (2015) menemukan bahwa “menerapkan

prinsip lean pada industri jasa dapat mendatangkan keuntungan finansial bahkan berdampak positif pada perilaku dan aktivitas karyawan yang menghasilkan nilai pendapatan bagi industri jasa”.

Lean service melibatkan prinsip yang sama, yaitu continuous improvement dan penghapusan aktivitas non-aditif. Namun, prinsip tersebut juga diterapkan dalam bisnis jasa, Lean Service juga berfokus pada penghapusan pemborosan dan proses kerja yang lebih efisien dalam operasional perusahaan jasa.

Lean didefinisikan sebagai “filosofi bisnis yang didasarkan pada meminimalkan penggunaan sumber daya (termasuk waktu) dalam berbagai aktivitas perusahaan. Lean berfokus pada mengidentifikasi dan menghilangkan aktivitas non-aditif tambah dalam perencanaan, produksi atau operasi (dalam layanan) yang berhubungan langsung dengan konsumen”.

2.1 Konsep Lean Service

Menurut definisi para ahli, Lean Service adalah suatu langkah serta di design untuk mengefisienkan pengeluaran/biaya, meningkatkan kinerja, mempersingkat waktu kerja, serta menghilangkan pemborosan sehingga kualitas layanan dapat dimaksimalkan. Penggunaan metode Lean Service saat ini sering dimanfaatkan sebagai suatu pendekatan layanan sekaligus sebagai jaminan informasi disampaikan kepada konsumen secara langsung dan maksimal selama menggunakan layanan yang diberikan.

2.2 Definisi Jasa

Jasa adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan berbagai interaksi dengan konsumen, Jasa memberikan kegiatan pelayanan kepada konsumen berupa pelayanan yang diinginkan konsumen, Konsumen dapat memilih jasa yang memberikan berbagai kemudahan dan manfaat kepada konsumen.

2.3 Pengertian Pelayanan Konsumen

Pelayanan konsumen merupakan pelayanan bisnis yang disediakan oleh perusahaan untuk menangani konsumen, untuk menangani konsumen perusahaan dapat menginformasikan dan menjelaskan kepada konsumen mengenai jasa yang ingin ditawarkan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang puas yang dirasakan oleh konsumen karena telah mendapatkan value dari perusahaan penyedia jasa. Berdasarkan

definisi tersebut, kepuasan konsumen secara singkat dapat diartikan sebagai hasil yang dialami konsumen ketika mencapai tingkat kepuasan yang tinggi setelah menggunakan jasa sesuai dengan harapan dan kebutuhan seorang konsumen karena pengaruh dari beberapa faktor.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Lokasi

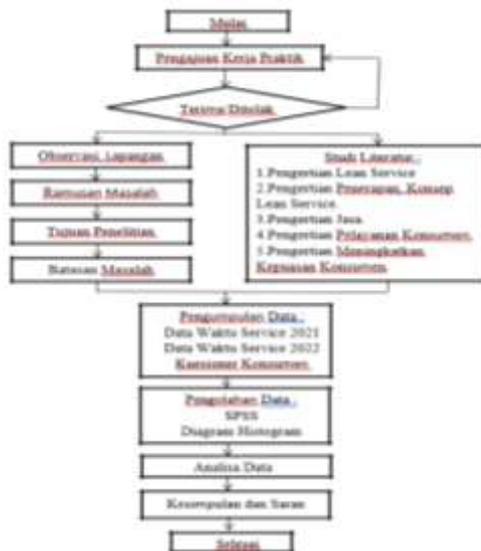
PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani) di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 128 Sumurpecung Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten 42117.

3.2 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Penulis melakukan observasi lapangan untuk melihat proses kegiatan secara langsung didalam perusahaan, setelah observasi lapangan selesai, penulis melakukan pengumpulan data dari data waktu service 2021, data waktu service 2022, dan kuesioner konsumen. Untuk pengolahan data penulis menggunakan SPSS dan Diagram Histogram.

3.3 Flow Chart

Adapun flow chart Kerja Praktikum adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Flow Chart

4. Pembahasan

Analisa Descriptive Statistics

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	85	1	2	1.51	.503
Lokasi	85	1	3	1.48	.548
Kualitas Pelayanan	85	1	3	1.67	.643
Kepuasan Konsumen	85	1	3	2.42	.792
Valid N (listwise)	85				

Penjelasan Tabel Descriptive Statistics:

1. Dari 85 responden kuesioner konsumen, responden memilih variabel harga untuk minimum responden memilih 1 (sangat memuaskan), responden memilih variabel harga untuk maximum responden memilih 2 (memuaskan), untuk mean terdapat nilai 1.51 dan sebaran standard deviation ada .503.
2. Dari 85 responden kuesioner konsumen, responden memilih variabel lokasi untuk minimum responden memilih 1 (sangat memuaskan), responden memilih variabel lokasi untuk maximum responden memilih 3 (sering kurang puas), untuk mean terdapat nilai 1.48 dan sebaran standard deviation ada .548.
3. Dari 85 responden kuesioner konsumen, responden memilih variabel kualitas pelayanan untuk minimum responden memilih 1 (sangat memuaskan), responden memilih variabel kualitas pelayanan untuk maximum responden memilih 3 (sering kurang puas), untuk mean terdapat nilai 1.67 dan sebaran standard deviation ada .643.
4. Dari 85 responden kuesioner konsumen, responden memilih variabel kepuasan konsumen untuk minimum responden memilih 1(sangat memuaskan), responden memilih variabel kepuasan konsumen untuk maximum responden memilih 3 (sering kurang puas), untuk mean terdapat nilai 2.42 dan sebaran standard deviation ada .792.
5. Valid n (listwise) adalah 85 data menandakan semua data kuesioner konsumen pada saat pengolahan di SPSS sudah valid dan benar.

Analisa Reliability

Table 2. Case Processing Summaries

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

Sources: Hasil pengolahan data dengan SPSS

Penjelasan Tabel Case Processing Summary:

1. Dari semua data kuesioner konsumen yang telah diolah menggunakan SPSS terdapat jumlah data 85 dengan persentase 100.0 percent, data tersesebut telah valid dan benar.
2. Dari semua data kuesioner konsumen yang telah diolah menggunakan SPSS tidak ada data yang di pengecualian atau 0.
3. Dari semua data kuesioner yang yang telah diolah dengan total 85 data dengan persentase 100.0 percent.

Tabel 3. Analisa Reabilitas
Table 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.459	4

Dari Table diatas terdapat nilai 0.459, maka cronbach's alpha menyatakan reliability dan telah sesuai dengan pengolahan di SPSS. Untuk n of item berjumlah 4 dikarenakan terdapat 4 variabel di kuesioner konsumen.

5. Kesimpulan dan Saran

Dalam mempercepat pelayanan dan perawatan motor honda milik konsumen, mekanik dalam melakukan kinerja setiap hari, mekanik harus mempunyai kompetensi tambahan yang dibutuhkan oleh mekanik adalah kompetensi pemecahan masalah dalam menemukan masalah yang terjadi untuk melakukan perawatan motor honda, yang berguna untuk menghilangkan waktu tunggu yang terjadi pada jam 10.00 sampai jam 11.35 serta mempercepat pelayanan dan perawatan motor honda milik konsumen di bengkel PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani).

Sebaiknya memberikan kompetensi tambahan tentang perawatan motor honda dengan cara memberikan beasiswa biaya pendidikan untuk mekanik, agar seluruh mekanik memiliki pengetahuan tambahan selain dari pengalaman kerja yang dimiliki. Ilmu pengetahuan tambahan ini berfungsi untuk menambah soft skill dan hard skill mekanik untuk mempercepat pelayanan dan perawatan motor honda, agar tidak ada lagi waktu tunggu pada saat jam 10.00 sampai jam 11.35 di bengkel PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani).

REFERENCES

- Bobby Cahyo Widianoro. (2015). Upaya Minimasi Waste Pada Proses Pengadaan Barang/Jasa Di PT Pertamina Hulu Energi (PHE) Menggunakan Lean Service.
- Francesca dan Nurmianto. (2010). Upaya Perbaikan Kualitas Unit Pelayanan Teknik Dengan Pendekatan Lean Service Studi Kasus Di PT. PLN APJ Surabaya Selatan.
- Fijar Alpasa dan Lisyie Fitria. (2014). Penerapan Konsep Lean Service Dan DMAIC Untuk Mengurangi Waktu Tunggu Pelayanan Di PT XYZ.

- G. L. Widjaja dan Wiyono Pontjoharyo. (2016). Ketika Lean Tidak Hanya Mengenai Efisiensi Efektivitas Lean Pada Badan Usaha Berbasis Layanan Konsumen.
- M. Shodiq Abdul Khannan dan Haryono. (2016). Analisis Penerapan Lean Manufacturing Untuk Menghilangkan Pemborosan Di Lini Produksi PT Adi Satria Abadi.
- Mirani Yolanda dan Eric Wibisono. (2018). Peningkatan Proses Layanan Dengan Pendekatan Lean Service Di Hotel Trio Indah 2 Malang.
- Budiarto dan Santoso. (2016). Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Menggunakan Metode Service Performance, Lean Service, Dan Importance Performance
- Fino Wahyudi Abdul. (2015). Usulan Penerapan Metodologi DMAIC Dan Service Blueprint Untuk Perbaikan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT MUTU.
- F Diza dan S.Moniharapon. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Perusahaan PT.FIFGROUP Cabang Manado.
- Harliwantip. (2014). Analisa Lean Service Guna Mengurangi Waste Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Banyuwangi.
- Masloman dan Lumanauw. (2014). Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado.
- Meilan Agustin. (2016). Rancangan Penerapan Lean Service Di Departemen Service Control Guna Meningkatkan Pelayanan Terhadap Pelanggan Internal Di Gedung Kantor Pusat Perusahaan PT XYZ TBK