



ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online);2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

Analisis Efektivitas Pelayanan Booking Service Online Honda AHASS: Studi Kasus pada Pengguna Honda di Lingkungan Mahasiswa Universitas Bumigora

Logi Mulawarman¹, Lalu Jatmiko Jati², Rini Anggriani³, Reni Umiyatun⁴

Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 Maret 2023

Accepted 15 Maret 2023

Published 20 Maret 2023

Email Author:

logi@universitasbumigora.ac.id

jatmiko@universitasbumigora.ac.id

rinianggriani@universitasbumigora.ac.id

ac.id

rniomytn09@gmail.com

ABSTRACT

Some Honda AHASS motorcycle repair shops still faces bad system that give impact on overload customers when registration for service at the repair shop. However, most of the repair shops currently have switched and taken advantage of technological developments to deal with the above problems by providing online booking service program. This program was created to make it easy for Honda customers or users to register their bike to get service program. This study aims to explore deeply the effectiveness of the Honda AHASS online booking service among university students. This research is a qualitative research with a case study approach. Data collection was carried out by interviewing 25 Bumigora University students. There are two findings in this study. First, online booking service program easy to use for students because they are able to save time in ordering bike service program. 15 out of 25 students said it was easy to use this program. Second, this program gets a positive response from students and this shows that there is satisfaction from students with the online booking service. the application of online booking service services still needs to be maximized because there are still some students who do not know about the existence of this service.

Keyword– program effectiveness, online booking service, customer satisfaction

ABSTRAK

Beberapa bengkel Honda AHASS masih memiliki kelemahan sistem yang menyebabkan sering terjadinya penumpukan customer pada saat melakukan pendaftaran service di bengkel AHASS. Namun, sebagian besar bengkel kini sudah beralih dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menangani permasalahan di atas dengan menyediakan layanan booking service online. Layanan online ini diciptakan untuk memberikan

kemudahan bagi para customer atau pengguna Honda dalam mendaftarkan kendaraannya untuk mendapatkan jasa service. Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam tentang efektivitas layanan booking service online Honda AHASS pada kalangan mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara terhadap 25 mahasiswa Universitas Bumigora. Terdapat dua temuan pada penelitian ini yang mengarah pada kemudahan dan kepuasan customer dalam menggunakan layanan ini. Pertama, layanan booking service online memudahkan mahasiswa karena mampu menghemat waktu dalam memesan jasa service kendaraan. 25 dari 35 mahasiswa mengungkapkan kemudahan dalam menggunakan layanan ini. Kedua, layanan ini mendapatkan respon yang positif dari mahasiswa dan hal ini menunjukkan bahwa adanya kepuasan dari mahasiswa akan adanya layanan booking service online. penerapan layanan booking service online masih perlu dimaksimalkan karena masih ada beberapa mahasiswa yang belum mengetahui keberadaan layanan ini

Kata Kunci – efektivitas layanan, booking service online, kepuasan customer

PENDAHULUAN

Transaksi permintaan jasa service dalam sebuah perusahaan di bidang manufacturing bertambah setiap harinya mengikuti proses bisnis yang dilakukan perusahaan tersebut. Menangani hal ini, banyak perusahaan memanfaatkan perkembangan teknologi seperti internet. Internet sebagai teknologi yang paling banyak digunakan saat ini menjadi pilihan yang tepat. Menurut angka statistik sekitar 64 % penduduk Indonesia sudah menggunakan Internet (Sukriah et al., 2021). Sebagian dari pengguna tersebut merupakan pelaku usaha atau bisnis. Mereka memanfaatkan internet dalam berbagai bidang seperti marketing, penjualan serta untuk membranding usahanya (Syfa et al., 2021; Maulydia et al., 2023).

Pemanfaatan internet juga dilakukan oleh perusahaan Honda AHASS dengan menciptakan sistem pelayanan online yang memudahkan pengguna Honda untuk memesan atau booking jasa service kendaraan melalui daring. Honda AHASS memiliki layanan online untuk para pengguna yang ingin melakukan booking melalui panggilan telepon atau whatsapp. Pelayanan online kini memang kiat diterapkan diberbagai perusahaan di Indonesia. Pelayanan online adalah layanan yang dilakukan dengan bantuan teknologi internet. Layanan ini memungkinkan berbagai jenis urusan bisa selesai dengan mudah tanpa harus bertatap muka dengan petugas (Indah, 2022). Dengan kata lain, layanan online ini diterapkan untuk menutupi kelemahan dari sistem yang digunakan yaitu sering terjadinya penumpukan customer pada saat melakukan pendaftaran service di bengkel Honda AHASS.

Layanan booking online seperti ini memang telah banyak dikenal luas dan sedang berkembang di Indonesia. Pembokingan adalah suatu aktifitas yang dilakukan oleh konsumen sebelum membeli. Untuk mewujudkan kepuasan konsumen maka perusahaan harus mempunyai sebuah sistem pemesanan yang baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud pemesanan adalah proses, perbuatan, cara memesan (tempat, barang, dsb) kepada orang lain (Saputri et al., 2019). Edwin dan Chris juga menjelaskan bahwa pembokingan dalam arti umum

adalah perjanjian pemesanan tempat antara dua pihak atau lebih, perjanjian pemesanan tempat tersebut dapat berupa perjanjian atas pemesanan suatu ruangan, kamar, tempat duduk dan lainnya, pada waktu tertentu dan disertai dengan produk jasanya (Prabowo & Persada, 2022).

Boking service online tentu ditujukan untuk memudahkan dan memuaskan pengguna Honda. Memudahkan dalam arti bahwa layanan ini bertujuan untuk meringankan beban konsumen dari segi waktu yang akan lebih efisien. Dalam hal memuaskan, konsumen akan dimanjakan oleh fitur-fitur atau sistem kerja yang tersedia. Pada akhirnya, sebuah perusahaan atau bisnis akan berpeluang dalam mendapatkan pelanggan yang loyal.

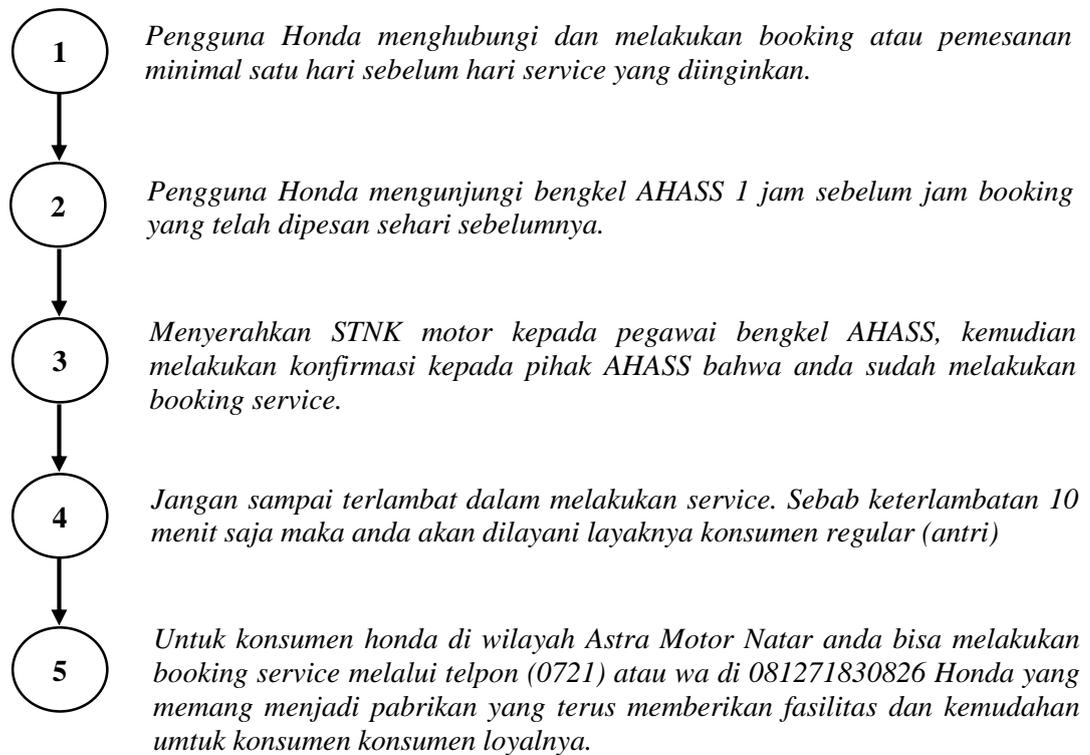


Fig 1. Mekanisme layanan booking service online Honda AHASS

Wicaksana (2019) mengatakan bahwa ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah bisnis atau perusahaan jika mengedepankan kepuasan pelanggan, diantaranya:

- 1) Menciptakan pelanggan atau konsumen yang setia
- 2) Produk akan digunakan oleh pelanggan yang loyal secara berulang-ulang.
- 3) Pelanggan tidak akan memilih produk lain dari pesaing bisnis
- 4) Dapat meningkatkan profit

Beberapa penelitian terdahulu seperti dari Simatupang et al., (2020) yang menyimpulkan bahwa implementasi sistem informasi Booking Service online merupakan solusi yang tepat agar dapat mempermudah dan mempercepat pendaftaran administrasi pada sebuah perusahaan agar lebih efisien dan efektif. Sinaga et al. (2021) juga menjelaskan bahwa layanan booking online perlu diciptakan guna meninggalkan sistem konvensional atau manual yang memakan waktu yang lama. Selain itu, Assegaff (2017) telah menemukan bahwa manfaat dan kemudahan dalam

menggunakan layanan booking online mempunyai pengaruh yang positif terhadap aktivitas konsumen. Dengan kata lain, layanan seperti ini memiliki dampak baik bagi konsumen. Oleh karena itu, layanan booking online sepatutnya ditiru oleh setiap bengkel Honda AHASS.

METODE

Penjelasan rinci tentang metode Anda dalam melakukan penelitian perlu disediakan di bagian ini. Bagian ini menjelaskan berapa lama penelitian dilakukan, populasi dan sampel (sasaran penelitian), teknik pengumpulan data dan pengembangan instrumen, serta analisis data. Untuk penelitian yang menggunakan alat dan bahan, tuliskan spesifikasi alat dan bahan tersebut. Untuk penelitian kualitatif seperti tindakan kelas, studi kasus, dan lain-lain, perlu adanya peningkatan keberadaan penelitian, subjek penelitian, informan yang berperan serta dalam mendukung data penelitian, lokasi dan durasi penelitian serta rincian mengenai validitas penelitian. penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan secara tatap muka dengan mahasiswa/mahasiwi Universitas Bumigora yang memakai motor honda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana data-data berbentuk kata-kata dan bahasa. Penelitian ini memusatkan pada suatu kasus tentang kemudahan konsumen honda dalam menggunakan layanan booking service online. Dari fokus di atas, setiap pengguna Honda yang berasal dari kalangan mahasiswa menyampaikan jawaban mereka masing-masing. Dari fokus ini juga didapatkan pertanyaan penelitian, diantaranya:

- 1) Bagaimana kemudahan konsumen Honda dalam menggunakan layanan booking service online?
- 2) Bagaimana kepuasan konsumen Honda terhadap pelayanan booking service online?

Pada penelitian ini terdapat 35 konsumen honda yang menjadi narasumber untuk diwawancarai terkait booking online jasa service di Honda AHASS. Sebelum tahap wawancara, peneliti melakukan observasi kepada konsumen pengguna honda dan mencatat latar belakang setiap konsumen yang berasal dari kalangan mahasiswa Universitas Bumigora dengan program studi yang beragam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah langkah seperti yang diuraikan oleh Jati et al. (2022) yaitu sebagai berikut: pengumpulan data (data colection), reduksi data (data reduction), dan verivikasi penegasan kesimpulan.

Tabel 1. Daftar narasumber atau konsumen dari kalangan mahasiswa Universitas Bumigora

| No | Nama | Program Studi | | | |
|----|--------|---------------|----|--------|---------------|
| | | | 6 | Rizki | Manajemen |
| 1 | Dina | Manajemen | 7 | Adit | Akuntansi |
| 2 | Ega | Manajemen | 8 | Mega | Ilmu Komputer |
| 3 | Anggi | Ilmu Komputer | 9 | Ririn | Manajemen |
| 4 | Cut | Ilmu Komputer | 10 | Jihan | Akuntansi |
| 5 | Rahman | Ilmu Komputer | 11 | Malika | Farmasi |

| | | | | | |
|----|--------|----------------|----|-----------|----------------|
| 12 | Zahra | Farmasi | 24 | Lina | RPL |
| 13 | Winda | DKV | 25 | Yusuf | Ilmu Komputer |
| 14 | Fajar | DKV | 26 | Septiani | Ilmu Komputer |
| 15 | Ara | Manajemen | 27 | Putra | TI |
| 16 | Asih | Manajemen | 28 | Yudistira | Sastra Inggris |
| 17 | Aldi | Manajemen | 29 | Pramita | Farmasi |
| 18 | Erma | Manajemen | 30 | Karunia | DKV |
| 19 | Herda | Manajemen | 31 | Angga | Ilmu Komputer |
| 20 | Sri | Manajemen | 32 | Reyna | Farmasi |
| 21 | Arina | TI | 33 | Ihwan | Ilkom |
| 22 | Ananda | Ilmu Komputer | 34 | Asmadi | RPL |
| 23 | Abiyyu | Sastra Inggris | 35 | Shelia | Akuntansi |

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Untuk melihat kepuasan konsumen terhadap layanan booking service online, peneliti meninjau hasil wawancara dan merangkum beberapa pendapat konsumen/narasumber. Berikut merupakan respon atau pendapat konsumen terhadap layanan ini:

Adanya service online honda ini memudahkan saya untuk melakukan service yang biasanya ngantri jadi tidak ngantri, karena saya jurusan DKV sibuk gambar sibuk bikin tugas ini jadi jadi gampang menggunakan service online ini karena cepat dan mudah (Konsumen 3)

Saya menggunakan service online ini karena saya tertarik dengan cara kerja service ini, mesen sebelum 1 hari di service lalu besok nya tinggal kesana duduk manis nunggu motor di service, tidak perlun ngantri lama lama karena menunggu itu membosankan bagi saya, melali service online ini mudah dan cepet. (Konsumen 11)

Bagi saya kaum rebahan dan ingin jalan jalan jauh service online ini bagus karena cara nya yang gampang dan tidak menguras waktu banyak. (Konsumen 16)

Service online ini sangat bagus karena cepat dan tidak terlalu lama untuk melakukan service online ini, apalagi saya maba banyak rencana dengan teman teman healing karena belum terlalu mikirin tugas atau apa, jadi service online ini cepet anti ribet bagi saya yang tidak suka menunggu (Konsumen 22).

Dari beberapa pendapat narasumber di atas, dapat digambarkan bahwa kepuasan konsumen

telah tersampaikan dengan beberapa respon positif dari konsumen. Pratiwi et al. (2020) mengatakan pelanggan akan merespon positif pelayanan yang diberikan karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini sejalan dengan layanan booking service online di bengkel Honda AHASS. Layanan seperti ini telah dinilai baik oleh kalangan mahasiswa Universitas Bumigora.

Selain itu, untuk meninjau kemudahan dalam menggunakan layanan ini, peneliti menggunakan pendekatan tanya jawab singkat. Dari 35 konsumen, terdapat 25 orang yang mengatakan bahwa layanan booking service online memudahkan mahasiswa dalam memesan jasa service di Honda AHASS. Di sisi lain, 10 konsumen mengatakan tidak mengetahui akan kehadiran pelayanan booking service online Honda AHASS.

Setelah melakukan wawancara mendalam dari 35 konsumen honda tentang booking service online, didapatkan hasil sebagai berikut.

- 1) Booking service online cukup mudah bagi yang paham bagaimana cara kerjanya dan penggunaannya.
- 2) Booking service online juga tidak menyusahkan konsumen dalam menunggu antrian karena sudah melalui proses pemesanan atau booking satu hari sebelum hari service yang diinginkan
- 3) Konsumen mengaku pada awalnya menggunakan layanan booking service online ini karena penasaran atau coba-coba.

2. Pembahasan

Konsumen honda dalam kasus ini menilai bahwa layanan booking service online cukup memudahkan pengguna honda, khususnya untuk kalangan mahasiswa. Kemudahan yang sangat dirasakan dalam bentuk efisiensi waktu. Konsumen lebih mampu manajemen waktu karena adanya layanan ini. Teknologi dapat dimanfaatkan untuk menghemat waktu (Soraya & Astuti, 2019). Namun terdapat kelemahan dari layanan ini, masih dijumpai konsumen yang merasa kesulitan dalam memahami alur pelayanan. Layanan ini masih perlu disosialisasikan kepada masyarakat agar penerapannya mampu maksimal.

Dari segi kepuasan konsumen, para pengguna Honda merespon baik akan adanya pelayanan booking service online. Dengan melihat respon positif ini dapat digambarkan bahwa para pengguna honda cukup puas. Kepuasan konsumen memang dapat diukur dari adanya respon positif yang disampaikan konsumen. Bahkan, respon positif dari konsumen akan menciptakan niat konsumen untuk menggunakan jasa serupa di waktu selanjutnya (Widanti et al., 2022).

Pelayanan booking service online ini masih meninggalkan pekerjaan rumah di mana masih banyak ditemukan konsumen dari kalangan mahasiswa belum mengetahui keberadaan layanan ini. Pihak terkait sudah sepatutnya melakukan pengenalan layanan-layanan yang dimiliki. Layanan seperti ini bukan hanya perlu diketahui oleh kalangan mahasiswa, namun masyarakat umum juga harus menyadari keberadaan layanan ini. Bukan hanya sekedar mengetahui keberadaan layanan, namun juga mampu paham akan sistem kerja dari layanan ini.

SIMPULAN

Dari penjelasan di atas, penelitian ini menyimpulkan bahwa layanan booking service online cukup mudah digunakan bagi para mahasiswa Universitas Bumigora. Sebagian besar mahasiswa merespon positif keberadaan layanan ini dan menunjukkan adanya kepuasan terhadap layanan booking service online karena layanan ini dapat menghemat waktu mahasiswa. Oleh karena itu, layanan booking service online dapat dikatakan cukup efektif dalam melayani konsumen kalangan mahasiswa. Walaupun demikian, penerapannya masih perlu dimaksimalkan karena masih ada beberapa mahasiswa yang tidak mengetahui keberadaan layanan ini

BIBLIOGRAFI

- Assegaff, S. (2017). Analisis Perilaku User pada Pemanfaatan Layanan Pemesanan Tiket Online pada Aplikasi Mobile: Prespektif Kepercayaan dan Resiko oleh Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(1), 62–80. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.1.5>
- Indah, Y. (2022). Prediksi Tingkat Kepuasan Pelayanan Online Menggunakan Metode Algoritma C4.5. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 4(2), 59–64. <https://doi.org/10.37034/inftev.v4i2.99>
- Jati, L. J., Anggriani, R., Faerrosa, Lady, & Zahrah, Z. (2022). Sistem Antar Jemput Penonton dalam Penyelenggaraan MotoGP Mandalika (Studi Kasus pada Penonton MotoGP Mandalika asal Lombok dan Yogyakarta). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 51–58. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2041>
- Mauludya, Y., Hidayat, D., & Purwadhi, P. (2023). Branding Produk Seblak Melalui Market Place dan Instagram. *Jurnal Comminio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 13–25.
- Prabowo, M. P., & Persada, A. G. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Booking Menggunakan Pendekatan Human-Centered Design. *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer dan Aplikasinya (SENAMIKA)*, 3(1), 75–85. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Pratiwi, I., Susi, W., & Budiyanto, B. (2020). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Traveloka di Purworejo). 2(1), 1–16.
- Saputri, Z. R., Oktavia, A. N., Ramdhani, L. S., & Suherman, A. S. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Makanan Berbasis Web Pada Cafe Surabiku. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 9(1), 66–77.
- Simatupang, J., Yanris, J. G., & Sugiyarti, S. (2020). Implementasi Sistem Informasi Booking Service Online pada PT. Riau Argo Perkasa Berbasis Web. *Jurnal Intra-Tech*, 4(2), 69–80. <https://journal.amikmahaputra.ac.id/index.php/JIT/article/view/79>
- Sinaga, R. Y., Sucipto, A., & Muhaqiqin, M. (2021). Sistem Layanan Pemesanan Online Pusat Sarana Olahraga Berbasis Mobile (Studi Kasus : Bandar Lampung Sport Center). *Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi*, 2(2), 58–65.
- Soraya, T., & Astuti, P. (2019). Inovasi Pelayanan Administrasi Kependudukan Secara Online di Kabupaten Pati. *Journal of Politic and Government Studies*, 8(04), 61–71. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/viewFile/25018/22273>
- Sukriah, Y., Harahap, M. Y., & Ritonga, N. (2021). Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Milenial Dengan Memanfaatkan Internet Di Kelurahan Timbangan, Kota Padangsidempuan. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 208–214. <https://doi.org/10.31604/jpm.v4i1.208-214>
- Syfa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastuti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>
- Wicaksana, W. (2019). Pentingnya Kepuasan Pelanggan pada Suatu Bisnis. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(1), 317–323. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>

Copyright holder:

Logi Mulawarman, Lalu Jatmiko Jati, Rini Anggriani, Reni Umiyatun (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik