

Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Car Wash Ojo Lali Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA)

Ilham Baehaqi¹ *, Sutresna Juhara², Giyanto³

^{1,2,,3}Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang, Indonesia

*Correspondence: 2104020001@students.unis.ac.id; Tel.: 081383897149

ABSTRACT/ Abstrak	Keywords/ Kata Kunci
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meningkatkan kualitas pelayanan pada Car wash Ojo Lali di Legok, Kabupaten Tangerang, menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA). Latar belakang penelitian adalah meningkatnya jumlah keluhan pelanggan, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 30 pelanggan, mencakup lima dimensi SERVQUAL: <i>Tangibles</i>, <i>Reliability</i>, <i>Responsiveness</i>, <i>Assurance</i>, dan <i>Empathy</i>. Hasil analisis menunjukkan gap negatif pada <i>Tangibles</i> (-0,06), <i>Reliability</i> (-0,06), dan <i>Responsiveness</i> (-0,12), menandakan ketidakpuasan pada aspek tersebut, sedangkan <i>Assurance</i> (0,22) dan <i>Empathy</i> (0,04) memiliki gap positif yang menunjukkan kepuasan. Analisis IPA memetakan atribut pelayanan ke empat kuadran; kecepatan pencucian, kenyamanan ruang tunggu, dan kesiapan karyawan menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan, sementara hasil pencucian dan penanganan keluhan pelanggan menjadi prioritas untuk dipertahankan. Kesimpulannya, perlu perbaikan pada daya tanggap, keandalan, dan bukti fisik melalui peningkatan fasilitas, pelatihan karyawan, dan percepatan proses layanan guna mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. This research aims to analyze and improve the service quality at Car wash Ojo Lali in Legok, Tangerang Regency, using the Service Quality (SERVQUAL) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The background of this study is the increasing number of customer complaints, indicating a gap between expectations and actual service performance. A quantitative approach was applied by distributing questionnaires to 30 customers, covering five SERVQUAL dimensions: <i>Tangibles</i>, <i>Reliability</i>, <i>Responsiveness</i>, <i>Assurance</i>, and <i>Empathy</i>. The SERVQUAL analysis revealed negative gaps in <i>Tangibles</i> (-0.06), <i>Reliability</i> (-0.06), and <i>Responsiveness</i> (-0.12), indicating dissatisfaction, while <i>Assurance</i> (0.22) and <i>Empathy</i> (0.04) showed positive gaps, indicating satisfaction. The IPA mapped service attributes into four quadrants; washing speed, waiting room comfort, and staff responsiveness were identified as top priorities for improvement, while washing results and complaint handling were priorities to maintain. In conclusion, improvements are needed in responsiveness, reliability, and tangibles through facility upgrades, employee training, and faster service processes to achieve customer satisfaction and loyalty.	Katakunci : Car wash, Kepuasan Pelanggan, <i>Importance Performance Analysis</i>, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL Keywords : Car wash, Customer Satisfaction, <i>Importance Performance Analysis</i>, Service Quality, SERVQUAL

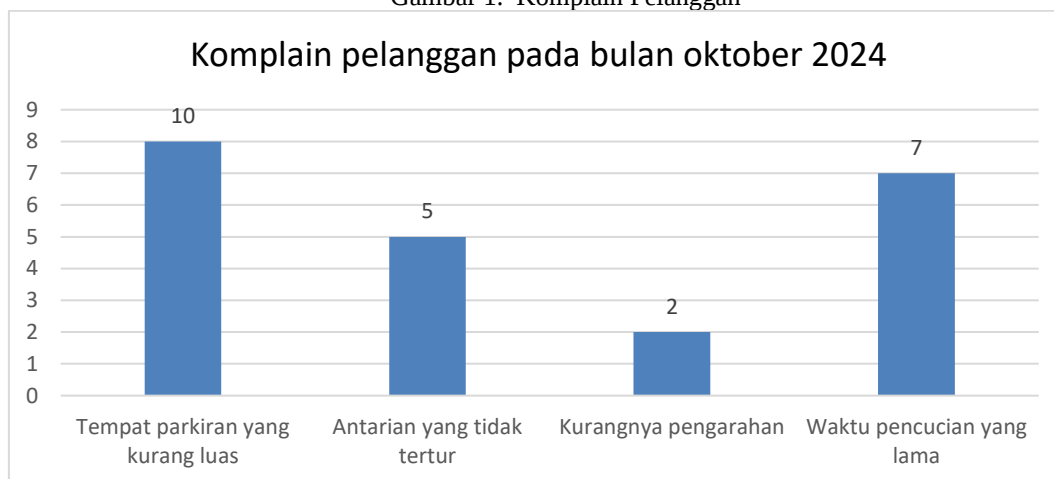
1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya kemampuan teknologi, banyak pencucian kendaraan baik mobil maupun motor mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, banyak tempat cuci mobil dan motor berusaha membuat usahanya semakain maju. Selain meiningkatakan pelayanan terhadap konsumen perusahaan cuci mobil dan motor selalu cari cara untuk menarik pelanggan dengan mengutamakan layanan serta tempat yang membuat pelanggan merasa puas dengan apa yang diperolehnya (Pamungkas, 2020).

Ketika *car wash* berhasil mencapai kepuasan pelanggan, maka hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi lebih baik. Kepuasan pelanggan yang tinggi menciptakan dasar yang kuat untuk membangun hubungan jangka panjang. Selain itu, pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, yang dapat menghasilkan promosi gratis melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (Sasongko, 2021).

Car wash ojo lali adalah usaha yang bergerak di bidang jasa pencucian kendaraan bermotor yang bertempat di Legok, Kabupaten Tangerang. Untuk terus dapat bersaing dengan banyak usaha serupa yang bermunculan di sekitar Legok, perlu adanya peningkatan kualitas pada pelayanan, salah satu cara yang dapat dilakukan dalam upaya tersebut dengan melakukan survei kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan pelanggan sangat berpengaruh terhadap perekonomian, umumnya pada pelayanan pencucian kendaraan motor. Adanya komplain dibulan oktober 2024 sebanyak 24 orang dari pelanggan.

Gambar 1. Komplain Pelanggan



Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan grafik yang di atas maka dilakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan Ojo lali *Car Wash* dengan cara menganalisis pentingnya kepuasan pelanggan, harapan mereka, pelayanan yang diberikan oleh Ojo lali *Car Wash* dan mengetahui sejauh mana peningkatan pelayanan yang diinginkan pelanggan akan dilakukan.

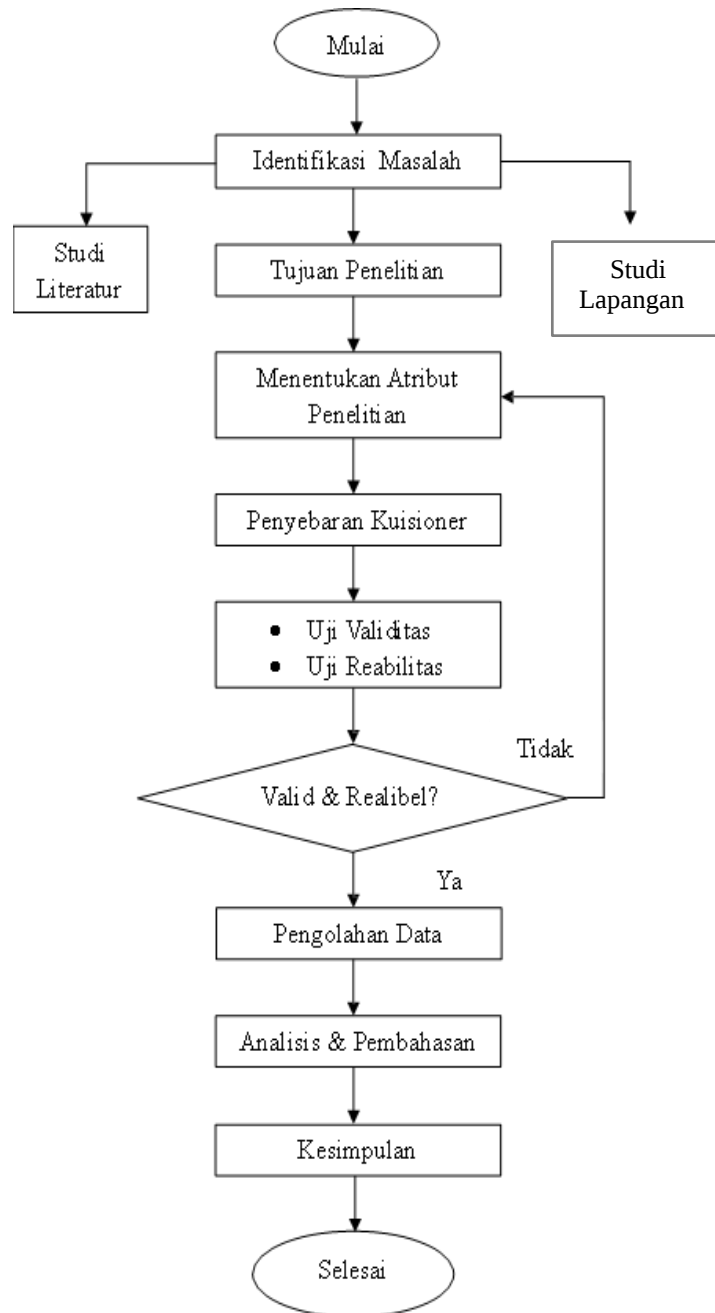
Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas analisis kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL dan IPA pada sektor jasa, sebagian besar fokus pada industri seperti perbankan, ritel, PDAM, atau jasa pengiriman barang. Penelitian ini berbeda karena mengaplikasikan metode tersebut pada industri pencucian kendaraan, khususnya *Car wash* Ojo Lali, dengan latar belakang adanya keluhan pelanggan yang signifikan. Hal ini menunjukkan kesenjangan penelitian pada konteks layanan cuci mobil di wilayah Tangerang, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perbaikan mutu layanan di sektor sejenis.

Hal ini memungkinkan peneliti untuk menggunakan metodologi SERVQUAL dan IPA untuk memahami kekurangan peralatan dan kinerja yang perlu diatasi dan ditingkatkan lebih lanjut di pencucian kendaraan motor untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat membantu dunia usaha menilai langkah-langkah apa yang perlu mereka ambil untuk membina dan memuaskan pelanggan mereka.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner tertutup yang terdiri dari 30 butir pertanyaan berbasis skala Likert 1–5. Data primer diperoleh dari 30 responden yang merupakan pelanggan *Car wash* Ojo Lali dan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang sudah ada, seperti buku-buku referensi dan jurnal ilmiah.

1. Alur Penelitian



Berikut adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan:

1. Studi Lapangan

Dalam penelitian ini, studi lapangan digunakan sebagai metode pengumpulan data. Studi lapangan dilakukan dengan mengunjungi lokasi penelitian dan mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan yang relevan dengan masalah penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam studi lapangan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memperoleh data, dilakukan wawancara dengan pemilik dan karyawan tempat pencucian mobil untuk mengumpulkan informasi terkait masalah penelitian. Selanjutnya, kuesioner tertutup disebar dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan.
- 2) Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, yang merupakan metode pengamatan langsung terhadap kondisi riil di perusahaan.

2. Studi Literatur

Studi literatur digunakan sebagai metode untuk membangun dasar teori dan memperoleh data. Proses ini melibatkan penelusuran literatur selama pembelajaran di kelas, studi mandiri di perpustakaan, dan penelaahan sumber informasi lain yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, data historis perusahaan yang berkaitan dengan studi kasus juga dapat digunakan. Melalui studi literatur ini, ditemukan 8 jurnal yang memberikan wawasan mengenai pandangan dan permasalahan yang mungkin timbul.

3. Identifikasi Masalah

Setelah mengumpulkan data dari studi kasus atau perusahaan, langkah selanjutnya adalah identifikasi masalah. Pada tahap ini, masalah yang terjadi diidentifikasi dan solusi perbaikan diusulkan sebagai bagian dari penelitian.

4. Tujuan Penelitian

Penetapan tujuan penelitian dilakukan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan beberapa jenis data, yaitu:

1) Profil Perusahaan

2) Data Primer diperoleh hasil kuesioner meliputi:

- a. Tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.
- b. Tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.
- c. Tingkat kepentingan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

3) Data sekunder yang terdiri dari data keluhan pelanggan terkait pelayanan.

6. Pengolahan Data

Langkah-langkah sistematis yang ditempuh untuk memecahkan masalah penelitian disebut pengolahan data. Pengolahan data ini dilaksanakan melalui beberapa tahap:

1) Merancang kuesioner

Kuesioner dirancang dengan mengacu pada atribut-atribut SERVQUAL. Hal ini dilakukan dengan menyusun pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan setiap dimensi SERVQUAL.

2) Menyebar kuesioner

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup kepada 30 responden, yang semuanya adalah pelanggan dari tempat pencucian mobil Ojo lali.

3) Menghitung Gap 5

Selisih antara persepsi dan harapan pelanggan, yang disebut Gap 5, digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan atau nilai SERVQUAL. Data persepsi dan harapan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada responden. Data ini kemudian diolah untuk menghitung nilai SERVQUAL.

4) Analisis data menggunakan Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menganalisis data dengan memadukan pengukuran kinerja dan kepentingan. Hasilnya divisualisasikan dalam diagram dua dimensi, di mana sumbu x menunjukkan kinerja dan sumbu y menunjukkan kepentingan.

7. Analisis Dan Pembahasan

Tahap analisis dan pembahasan mencakup evaluasi dan interpretasi hasil yang didapatkan dari pengolahan data.

8. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis, langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dan memberikan saran untuk penelitian mendatang. Kesimpulan yang dibuat didasarkan pada

hasil pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, serta menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

2. Teknik Analisis

- 1) Uji validitas: $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.
- 2) Uji reliabilitas: Cronbach's Alpha $> 0,60$.
- 3) Perhitungan gap: $Q = P - E$, di mana P = persepsi, E = ekspektasi.
- 4) Pemetaan IPA: $X = \text{rata-rata kinerja}$, $Y = \text{rata-rata kepentingan}$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

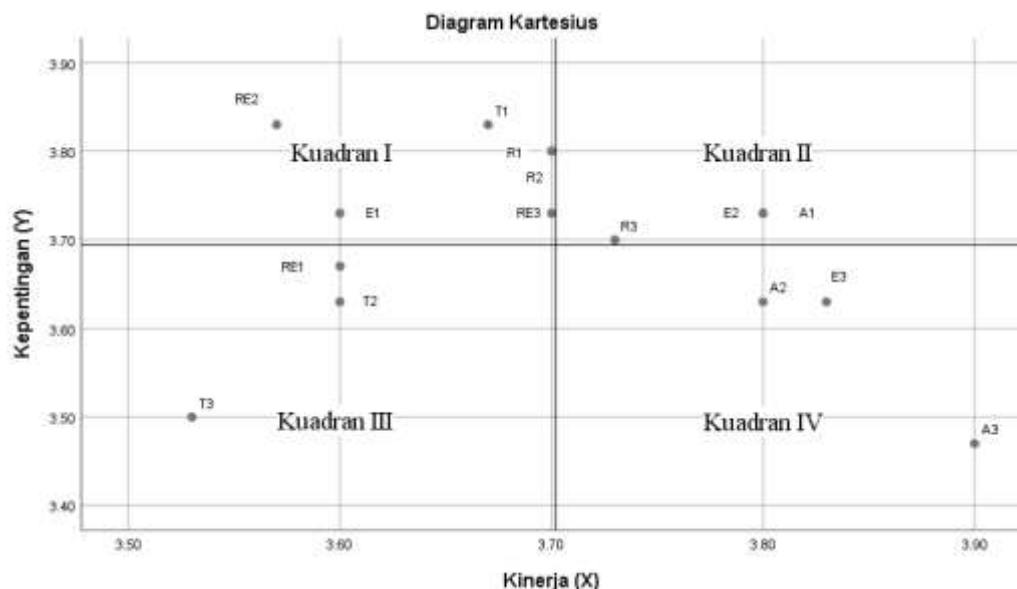
Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan uraian deskriptif yang memuat analisis serta interpretasi data. Penyajian hasil dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan Car wash Ojo Lali berdasarkan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Tabel 1. Hasil *servqual*

Dimensi	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Ekspektasi	Gap (P-E)	Interpretasi
Tangible	3,60	3,66	-0,06	Tidak Puas
Reliability	3,71	3,77	-0,06	Tidak Puas
Responsiveness	3,62	3,74	-0,12	Tidak Puas(terendah)
Assurance	3,83	3,61	+0,22	Puas (tertinggi)
Empathy	3,74	3,70	+0,04	Puas

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tiga dimensi menunjukkan gap negatif: *Tangibles* (-0,06), *Reliability* (-0,06), dan *Responsiveness* (-0,12). Gap terbesar terdapat pada *Responsiveness* yang menandakan perlunya peningkatan daya tanggap karyawan. Sebaliknya, *Assurance* (+0,22) dan *Empathy* (+0,04) memiliki gap positif, menunjukkan layanan melebihi harapan pelanggan.



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA

Diagram empat kuadran yang menunjukkan posisi tiap atribut berdasarkan rata-rata kepentingan dan kinerja.

1. Kuadran I (Prioritas utama perbaikan): kecepatan pencucian, kenyamanan ruang tunggu, kesigapan karyawan menerima keluhan.
2. Kuadran II (Dipertahankan): hasil pencucian yang memuaskan, tempat parkir luas dan aman, perhatian terhadap keluhan pelanggan.
3. Kuadran III & IV: atribut dengan tingkat kepentingan rendah, bukan prioritas perbaikan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

1. Dimensi *Tangibles*, *Reliability*, dan *Responsiveness* memiliki gap negatif sehingga memerlukan peningkatan, terutama pada kecepatan layanan dan kelengkapan fasilitas.
2. Dimensi *Assurance* dan *Empathy* memiliki gap positif, menunjukkan pelayanan sudah memuaskan pada aspek keamanan dan perhatian karyawan.
3. Analisis IPA menunjukkan atribut kecepatan pencucian, kenyamanan ruang tunggu, dan kesiapan karyawan menjadi prioritas utama perbaikan.

Saran:

1. Meningkatkan fasilitas fisik seperti ruang tunggu dan area parkir.
2. Pelatihan karyawan untuk mempercepat layanan dan merespons keluhan dengan sigap.
3. Optimalisasi proses layanan untuk mengurangi waktu tunggu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agia, L. N., & Nurjannah, H. (2022). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Menggunakan Importance Performance Analysis. *COSTING J. Econ. Bus. Account*, 5, 1570–1574.
- [2] Al., R. et. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner. *Fokus*, 4(087722005328), Yoseph Hary W. (2019, July). Dampak EQ Lemah, Rend.
- [3] Febrida, R., & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket. com di Youtube). *Prologia*, 4(1), 179–185.
- [4] Febrilliandika, B., & Nasution, A. E. (2020). Pengukuran Beban Kerja Mental Kuliah Daring Mahasiswa Teknik Industri Usu Dengan Metode Nasa-Tlx. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, 1, 1–7.
- [5] Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- [6] Hidayat, D. F., Tosungku, L. O. A. S., & Fathimahhayati, L. D. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur). *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 167. <https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.21281>
- [7] Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan SERVQUAL dan importance performance analysis di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 1(1), 67–75.
- [8] Junaedi, D. (2020). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di PT. Bank Jatim Capem Maron Probolinggo). *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 24–32.
- [9] Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13.
- [10] Nugroho, A. B., & Samanhudi, D. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Merancang Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot Pada Restoran Xyz. *Juminten*, 1(5), 13–24. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i5.188>
- [11] Pamungkas, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cuci Mobil Dan Motor Pada Hagga Kediri). *RISK: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2), 72–88.
- [12] Pratomo, W. F., & Annasrulloh, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Cuci Mobil C&R Tulungagung Periode April–Mei 2022. *Jurnal Economina*, 2(1), 1–5.
- [13] Reza Nugraha, A., M.Dzikron, & Iyan Bachtiar. (2023). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Model Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Riset Teknik Industri*, 9–16. <https://doi.org/10.29313/jrti.v3i1.1830>
- [14] Ridwan, M., & Noviyanti, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Kinerja*, 4(01), 53–66.
- [15] Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.