

Perancangan inovasi layanan untuk platinum members pada sales and service office Garuda Indonesia = Service innovation design for platinum members in Garuda Indonesia sales and service office

Nadira Winaputri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20411177&lokasi=lokal>

Abstrak

Garuda Indonesia sebagai salah satu maskapai penerbangan terbaik di Indonesia menawarkan berbagai macam pelayanan, salah satunya adalah layanan pada kantor penjualan. Berdasarkan survey sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada layanan kantor penjualan masih tergolong rendah apabila dibandingkan dengan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini dikarenakan konsep layanan yang dibuat Garuda Indonesia untuk kantor penjualan belum menyertakan voice of customers secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Kano Model serta Customer Journey Mapping untuk mengetahui atribut layanan apa saja yang sesuai dengan preferensi pelanggan, khususnya Platinum Members.

Hasil Kano Model menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut layanan pada kantor penjualan Garuda Indonesia yang termasuk ke dalam kategori “attractive” serta “one dimensional”. Hasil Customer Journey Mapping menunjukkan bahwa terdapat dua aktivitas yang tidak disukai pelanggan, yaitu pada saat menunggu antrian serta pada saat menunggu proses pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini dilanjutkan dengan melaksanakan Focus Group Discussion untuk menentukan penyebab masalah serta rekomendasi untuk memperbaiki pelayanan saat ini. Kemudian dilanjutkan dengan menentukan prioritas rekomendasi menggunakan metode importance-performance analysis. Dimana terdapat empat rekomendasi yang perlu menjadi prioritas, yaitu penambahan jumlah frontliners pada saat peak hours, menyediakan fasilitas charging station, penyediaan mesin self city check-in serta penyediaan fasilitas penunjang layanan di Platinum Lounge.

.....Garuda Indonesia as one of the best airlines in Indonesia offers a wide range of services, one of which is sales office service. Based on previous surveys indicates that the customer satisfaction rating for sales office service is relatively low compared to the other services. It is due to the service design for sales office service does not yet include the voice of customer comprehensively. Therefore, this study uses the Kano Model and Customer Journey Mapping to determine services attributes which in line with customers (Platinum Members) preferences.

The Kano Model shows that there are several service attributes on Garuda Indonesia sales office included in “attractive” and “one dimensional” category. Customer Journey Mapping indicates that there are two disfavored activities, which is when waiting queue and waiting for service process. Therefore, this study followed by conducting the Focus Group Discussion to determine the problem’s causes as well as recommendations for improving current services. This study further followed by determining the priority recommendations using importance-performance analysis. The result shows that there are four recommendations need to be priorities, which are increasing the number of frontliners during peak hours, providing charging station, providing self city check-in machine and providing supporting facilities in the Platinum Lounge.