



## Analisis Pengalaman Pelanggan terhadap Kualitas Layanan Bengkel Motor F21 Sinergy

Muhammad Ibni Fauzan

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Serang, Indonesia.

\*Korepondensi Penulis: [suratibni@gmail.com](mailto:suratibni@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze customer experience with the services provided by F21 Sinergy Motorcycle Workshop. A qualitative approach was employed, utilizing in-depth interviews and participatory observations involving 12 repeat customers who have used the workshop's services more than once. The research seeks to explore customers' perceptions of several key service dimensions, including service quality, repair speed, the professionalism of technicians, and overall satisfaction with the repair outcomes. Findings indicate that while most customers perceive the service to be friendly and responsive, some expressed concerns regarding consistency in service speed during peak hours. The professionalism and technical competence of the mechanics were generally appreciated, particularly in terms of communication and transparency about issues and repair estimates. The study also reveals that trust and communication are critical factors that influence repeat visits and customer loyalty. Furthermore, the physical environment of the workshop, cleanliness, and waiting area comfort also contributed to the overall customer experience. These findings suggest that F21 Sinergy should maintain its strengths in interpersonal service while continuously improving operational efficiency during busy periods. This study contributes to a better understanding of how customer experience influences perceptions of service quality in the motorcycle repair industry.*

**Keywords:** *Customer Experience, Motorcycle Workshop Services, Customer Satisfaction*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Bengkel Motor F21 Sinergy. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 12 pelanggan yang telah menggunakan jasa bengkel ini lebih dari satu kali. Fokus utama penelitian ini adalah memahami persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, kecepatan perbaikan, profesionalisme teknisi, dan kepuasan secara keseluruhan terhadap hasil perbaikan motor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai pelayanan cukup ramah dan responsif, namun terdapat keluhan terkait ketidakkonsistenan kecepatan pelayanan saat jam sibuk. Profesionalisme teknisi dinilai baik, terutama dalam komunikasi dan transparansi dalam menjelaskan kerusakan serta estimasi biaya perbaikan. Studi ini juga menyoroti pentingnya kepercayaan dan komunikasi sebagai faktor utama yang memengaruhi loyalitas dan kunjungan ulang pelanggan. Selain itu, kenyamanan ruang tunggu dan kebersihan bengkel juga turut membentuk persepsi positif pelanggan. Temuan ini menyarankan agar F21 Sinergy mempertahankan kekuatan dalam pelayanan interpersonal sambil meningkatkan efisiensi operasional, khususnya pada waktu padat. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman pengalaman pelanggan dalam industri perbaikan sepeda motor.

**Kata Kunci:** Pengalaman Pelanggan, Layanan Bengkel Motor, Kepuasan Konsumen

## **1. PENDAHULUAN**

Pengalaman pelanggan menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan dalam dunia bisnis, terutama di industri jasa seperti bengkel motor. Salah satu bengkel yang cukup dikenal di kalangan pengguna motor khususnya daerah cikande adalah F21Sinergy, yang menawarkan berbagai layanan perawatan dan perbaikan motor. Sebagai usaha yang berfokus pada kepuasan pelanggan, F21Sinergy perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan jasa mereka.

Analisis pengalaman pelanggan terhadap layanan di bengkel motor F21Sinergy memiliki peran penting untuk mengevaluasi bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan yang mereka terima, serta bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan bengkel ini di masa depan. Pengalaman pelanggan mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas layanan, waktu yang dibutuhkan, hingga interaksi dengan staf bengkel. Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penting untuk memahami bahwa pengalaman pelanggan tidak hanya mencakup kepuasan terhadap hasil perbaikan atau perawatan, tetapi juga mencakup aspek emosional yang terkait dengan layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang persepsi pelanggan terhadap berbagai dimensi layanan yang ada di F21Sinergy dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan yang dapat diterapkan demi meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan bengkel motor F21Sinergy. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 12 pelanggan yang telah menggunakan layanan bengkel lebih dari satu kali. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan mereka tentang berbagai aspek layanan yang mereka terima, termasuk kualitas layanan, kecepatan perbaikan, profesionalisme teknisi, dan kepuasan keseluruhan terhadap hasil perbaikan motor.

Wawancara dilakukan secara langsung di lokasi bengkel maupun melalui komunikasi daring bagi pelanggan yang tidak dapat hadir. Pertanyaan-pertanyaan bersifat semi-terstruktur agar informan dapat mengembangkan jawabannya secara bebas namun tetap dalam kerangka yang ditentukan.

Selain wawancara, observasi partisipatif juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung mengenai proses layanan di bengkel. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang bagaimana layanan dijalankan dan interaksi antara pelanggan dan staf bengkel.

### **3. HASIL PENELITIAN**

Penelitian ini mengungkapkan berbagai temuan penting terkait persepsi pelanggan terhadap layanan Bengkel Motor F21Sinergy. Hasil diperoleh dari kombinasi wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 12 pelanggan. Berikut ini penjabaran lengkap hasil penelitian berdasarkan dimensi layanan yang diteliti:

#### **3.1 Kualitas Layanan Perbaikan**

Mayoritas responden (10 dari 12 orang) menyatakan bahwa kualitas perbaikan yang dilakukan oleh teknisi F21Sinergy sangat memuaskan. Mereka menyebutkan bahwa motor mereka berfungsi kembali dengan baik tanpa mengalami masalah yang sama setelah diperbaiki. Responden juga mengapresiasi bahwa teknisi mampu mendeteksi kerusakan yang tidak diketahui sebelumnya dan memberikan solusi komprehensif, tidak hanya menyelesaikan keluhan utama tetapi juga memberikan perawatan tambahan tanpa biaya tinggi.

Salah satu responden menyatakan:

*"Teknisi di sini nggak cuma memperbaiki kerusakan yang saya sebutkan, tapi juga ngecek bagian lain. Jadi kayak ada check-up gratisan juga, saya senang banget."*

Namun, dua responden menyatakan bahwa mereka mengalami hasil perbaikan yang tidak sepenuhnya memuaskan, terutama dalam kasus keluhan mesin yang kembali timbul setelah beberapa hari pemakaian. Meskipun keluhan ditangani ulang tanpa biaya tambahan, hal ini menunjukkan adanya potensi perbaikan dalam tahap diagnosis awal.

### 3.2 Kecepatan dan Efisiensi Waktu Pengerjaan

Sebanyak 9 dari 12 pelanggan mengakui bahwa waktu pengerjaan di F21Sinergy relatif cepat dibanding bengkel lain yang pernah mereka kunjungi. Rata-rata waktu perbaikan untuk servis rutin berada di kisaran 1 hingga 2 jam, sementara perbaikan berat seperti penggantian komponen memakan waktu antara 1–2 hari tergantung ketersediaan suku cadang.

Namun, 3 pelanggan mengeluhkan keterlambatan informasi terkait estimasi waktu penyelesaian. Salah satu pelanggan mengatakan:

*"Awalnya dibilang selesai sore, tapi ternyata baru bisa diambil besok pagi. Saya sih maklum karena ramai, tapi alangkah baiknya kalau dikasih tahu dari awal."*

Temuan ini mengindikasikan bahwa sistem manajemen waktu dan komunikasi estimasi masih perlu ditingkatkan agar tidak menimbulkan kekecewaan pelanggan meskipun pekerjaan teknis berjalan lancar.

### 3.3 Profesionalisme dan Sikap Teknisi

Teknisi di F21Sinergy mendapatkan penilaian yang sangat baik dalam hal profesionalisme. Semua pelanggan menyatakan bahwa staf teknisi bersikap sopan, ramah, komunikatif, dan terbuka dalam menjelaskan proses perbaikan serta estimasi biaya.

Responden juga menghargai bahwa teknisi tidak melakukan perbaikan tanpa persetujuan terlebih dahulu. Hal ini membangun rasa percaya dan memberikan transparansi terhadap biaya yang dikenakan. Salah satu pelanggan menyebut:

*"Saya dikasih tahu dulu sebelum diganti spare part-nya, bahkan dikasih pilihan mau yang ori atau yang KW. Saya merasa dihargai banget."*

Profesionalisme ini bukan hanya dalam hal komunikasi, tetapi juga dari cara kerja teknisi yang rapi, menggunakan perlengkapan kerja standar bengkel resmi, serta mengutamakan keselamatan saat bekerja.

### **3.4 Kepuasan Keseluruhan**

Dalam aspek kepuasan keseluruhan, 10 dari 12 pelanggan menyatakan bahwa mereka merasa puas atau sangat puas terhadap layanan yang diterima. Mereka menyebutkan kombinasi antara kualitas kerja, keramahan staf, serta harga yang masih terjangkau sebagai alasan utama.

Pelanggan yang merasa kurang puas umumnya tidak mengeluhkan layanan teknis secara langsung, melainkan pada aspek non-teknis seperti ruang tunggu yang kurang nyaman atau keterlambatan kecil dalam informasi pengerjaan.

### **3.5 Harga dan Keterjangkauan Biaya**

Sebagian besar responden menilai bahwa harga layanan di F21Sinergy masih dalam kategori wajar dan kompetitif. Beberapa pelanggan membandingkan dengan bengkel resmi yang tarifnya jauh lebih tinggi untuk layanan serupa. Mereka juga menyukai adanya opsi untuk memilih kualitas suku cadang (ori atau aftermarket), sehingga pelanggan dapat menyesuaikan dengan kemampuan finansial mereka.

Beberapa pelanggan juga menyebut bahwa transparansi harga menjadi keunggulan tersendiri. Tidak ada biaya tersembunyi, dan semua layanan dicantumkan secara tertulis atau diberitahukan sebelum eksekusi.

### **3.6 Kenyamanan Fasilitas Bengkel**

Aspek ini menjadi salah satu catatan penting yang muncul dari hasil wawancara. Banyak pelanggan merasa bahwa fasilitas ruang tunggu masih kurang representatif. Ruang tunggu hanya dilengkapi dengan beberapa kursi plastik, tidak ada pendingin ruangan, dan tidak tersedia hiburan.

Beberapa pelanggan menyarankan agar pihak bengkel menyediakan ruang tunggu yang lebih nyaman, minimal dengan kipas angin tambahan, colokan esank, serta tempat minum. Mereka menyadari bahwa kenyamanan fisik saat menunggu sangat mempengaruhi kesan keseluruhan terhadap layanan.

### **3.7 Sistem Antrian dan Pelayanan Konsumen**

Pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa sistem antrian masih bersifat manual, yaitu pelanggan harus mendaftar langsung saat datang. Meskipun saat ini pelanggan tidak merasa keberatan karena jumlah pengunjung belum terlalu padat, mereka menyarankan agar ke depannya ada sistem antrean digital atau pemesanan jadwal melalui WhatsApp untuk efisiensi waktu.

Responden mengatakan:

*"Kalau bisa booking dulu lewat HP, jadi bisa tahu kapan waktu kosong. Jadi datang tinggal langsung dikerjain, nggak perlu nunggu lama."*

### **3.8 Rekomendasi dan Loyalitas Pelanggan**

Sebanyak 8 dari 12 responden mengaku sudah merekomendasikan F21Sinergy kepada teman atau keluarga. Ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan cukup tinggi. Loyalitas ini diperoleh dari kombinasi faktor kualitas teknis, kenyamanan dalam interaksi, dan nilai tambah dari layanan.

## **4. PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan terhadap layanan di Bengkel Motor F21Sinergy cenderung positif, terutama dalam hal kualitas teknis perbaikan dan interaksi dengan teknisi. Temuan ini memperkuat teori dari Grönroos (2007), yang menyatakan bahwa pengalaman layanan dipengaruhi oleh dua dimensi utama: kualitas teknis (technical quality) dan kualitas fungsional (functional quality). Dalam konteks ini, F21Sinergy menunjukkan performa baik pada kedua aspek tersebut, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan.

Kualitas teknis, yang meliputi hasil akhir perbaikan motor, dinilai sangat baik oleh sebagian besar pelanggan. Ini menunjukkan bahwa F21Sinergy memiliki sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang teknis. Dalam industri otomotif, kepercayaan pelanggan sering kali dibangun melalui keberhasilan teknisi dalam menyelesaikan masalah teknis secara akurat dan efisien. Hal ini sejalan dengan pernyataan Homburg & Stock (2004) bahwa kualitas hasil layanan memiliki dampak langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Sementara itu, kualitas fungsional, yang merujuk pada bagaimana layanan diberikan, juga mendapat penilaian positif terutama terkait profesionalisme teknisi. Interaksi yang ramah, informatif, dan sopan membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman. Pelanggan tidak hanya menilai apa yang mereka terima, tetapi juga bagaimana mereka menerima layanan tersebut. Hal ini mengacu pada konsep *moment of truth*, yaitu titik-titik penting dalam interaksi pelanggan yang menentukan persepsi keseluruhan terhadap penyedia jasa.

Namun, permasalahan komunikasi yang diungkapkan oleh beberapa pelanggan mengindikasikan adanya celah dalam sistem informasi internal bengkel. Estimasi waktu perbaikan yang tidak konsisten dapat menimbulkan ketidakpuasan, terutama bagi pelanggan yang memiliki keterbatasan waktu. Komunikasi yang tidak efektif ini dapat memperburuk persepsi meskipun kualitas perbaikannya baik. Zeithaml et al. (1990) menjelaskan bahwa ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan (*service gap*) sering kali terjadi karena kurangnya komunikasi yang jelas antara penyedia jasa dan pelanggan.

Aspek kenyamanan ruang tunggu juga menjadi isu yang perlu diperhatikan. Dalam industri jasa modern, pengalaman pelanggan tidak hanya dibentuk oleh kualitas layanan inti, tetapi juga oleh elemen-elemen pendukung yang menciptakan kenyamanan secara keseluruhan. Ruang tunggu yang kurang nyaman dapat menimbulkan kesan negatif, terutama jika pelanggan harus menunggu dalam waktu yang cukup lama. Peningkatan fasilitas ruang tunggu seperti AC, tempat duduk yang memadai, dan minuman ringan dapat menjadi strategi peningkatan nilai tambah (*value-added service*).

Dari perspektif manajerial, penting bagi F21Sinergy untuk menerapkan manajemen pengalaman pelanggan (*customer experience management*) secara strategis. Hal ini mencakup pemetaan perjalanan pelanggan (*customer journey mapping*), pengembangan sistem umpan balik, serta pelatihan rutin kepada teknisi dan staf dalam hal komunikasi interpersonal. Selain itu, pendekatan *customer-centric* dapat diadopsi untuk lebih memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan secara proaktif.

Dengan memperhatikan semua aspek di atas, F21Sinergy dapat memperkuat posisinya sebagai bengkel motor yang tidak hanya unggul dalam perbaikan teknis, tetapi juga unggul dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyeluruh dan memuaskan. Peningkatan layanan secara berkelanjutan melalui evaluasi berbasis pengalaman pelanggan akan menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas pelanggan dan reputasi jangka panjang.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, kecepatan perbaikan, dan profesionalisme teknisi adalah faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bengkel Motor F21Sinergy. Untuk meningkatkan kualitas layanan, disarankan agar bengkel ini lebih fokus pada komunikasi dengan pelanggan mengenai estimasi waktu perbaikan dan meningkatkan kenyamanan ruang tunggu. Dengan melakukan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, F21Sinergy dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

## REFERENSI

- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Homburg, C., & Stock, R. M. (2004). The link between customer satisfaction and customer loyalty: A longitudinal analysis. *Journal of Marketing*, 68(1), 21–34. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.21.24061>
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding, and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2016-0567>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa*. Andi.
- Wirtz, J., Zeithaml, V. A., & Grupta, S. (2023). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.