SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YKPN YOGYAKARTA

UJIAN AKHIR SEMESTER I TAHUN AKADEMIK 2014-2015

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Matakuliah: | **MANAJEMEN JASA** |  | Nama: |  |
| Hari/Tanggal: | Jumat, 2 Januari 2015, 09.45. |  | No. Mahasiswa: |  |
| Durasi: | 75 Menit |  | Grup: |  |
| Grup: | A1 |  | No. Presensi: |  |
| Keterangan: | *Closed-books examination* |  | Tanda Tangan: |  |
| Dosen: | Tri Hendro SP., M.B.A., CFP® |  |

*Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang benar di lembar jawaban.*

*Soal ujian ini harus dikembalikan bersama dengan lembar jawaban.*

1. ”Berdebat dengan pelanggan adalah sebuah tindakan baik yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa apabila pelanggan merupakan pihak yang salah berkaitan dengan keluhan yang disampaikan kepada perusahaan.”
	1. Pernyataan ini **benar**, karena pelanggan tidak selalu sesuai dengan slogan ”konsumen adalah raja.”
	2. Pernyataan ini **salah**, karena apapun posisi pelanggan (sebagai pihak yang benar atau salah dalam kasus tertentu), perusahaan jasa wajib menyelesaikan keluhan pelanggan secara efektif.
	3. Pernyataan ini **benar**, karena tidak semua pelanggan bersedia membayar harga premium.
	4. Pernyataan ini **salah**, karena pelanggan tidak akan berpaling kepada perusahaan lain meskipun keluhannya tidak ditanggapi dan diselesaikan secara serius oleh sebuah perusahaan jasa.
2. ”Perbaikan kualitas jasa selalu memerlukan komitmen penuh dari manajemen puncak untuk terlibat dalam upaya-upaya perbaikan tersebut.”
	1. Pernyataan ini **benar** karena ada kemungkinan posisi manajemen puncak diisi oleh salahsatu tokoh pelanggan yang berpengaruh terhadap jalannya perusahaan.
	2. Pernyataan ini **salah** karena tugas utama manajemen puncak adalah merumuskan strategi yanng nantinya harus dijalankan oleh posisi manajerial dibawahnya.
	3. Pernyataan ini **benar** karena komitmen menuntut manajemen untuk menempuh jalan terbaik untuk meningkatkan kualitas layanan apapun risiko yang muncul dari tindakan tersebut.
	4. Pernyataan ini **salah** karena perbaikan kualitas jasa pasti menghabiskan biaya sangat besar dalam implementasinya.
3. Sebuah restoran membuat sistem pemesanan yang memungkinkan pelanggan untuk memesan tempat lebih dahulu, minimal satu minggu sebelum waktu yang dijadwalkan pelanggan. Manfaat yang diperoleh oleh restoran tersebut adalah:
	1. Mempermudah dalam menentukan permintaan, yang berhubungan dengan kapasitas yang tersedia atau pertimbangan untuk menambah kapasitas.
	2. Mempermudah karyawan restoran untuk mengambil cuti.
	3. Menambah kerumitan restoran untuk merancang kapasitas.
	4. Mempermudah restoran untuk memperoleh laba lebih besar karena selalu terisi penuh.
4. Untuk beberapa alasan tertentu, sebuah hotel dapat mengabaikan layanan standar kepada tamu-tamu khusus yang dapat berbentuk:
	1. Permintaan khusus.
	2. Pengembalian atau kompensasi.
	3. Keluhan, saran, dan pujian.
	4. Semua alternatif jawaban benar
5. Makna pemulihan layanan (*service* *recovery*) adalah:
	1. Alasan utama seorang konsumen datang ke tempat pemasok.
	2. Jaringan telepon bergerak yang berhubungan dengan internet.
	3. Kesan yang diciptakan oleh panca indera melalui lingkungan fisiknya.
	4. Tindakan yang dilaksanakan oleh perusahaan pada saat terjadi kesalahan atau kegagalan dalam penyediaan jasa.
6. Manfaat garansi servis (*service* *guarantee*) dalam meningkatkan serta mempromosikan loyalitas kepada pelanggan memerlukan:
	1. Biaya penyelenggaraan layanan yang sangat mahal dan sangat rumit.
	2. Sistem layanan yang mampu mendapatkan serta menyelesaikan berbagai keluhan atas dasar *customer feedback*.
	3. Pemanfaatan jaringan elektronis semata dalam menyampaikan layanan kepada konsumen.
	4. Pelibatan penuh anggota masyarakat dalam pemutakhiran proses jasa.
7. Salahsatu cara untuk mengurangi kesenjangan kualitas layanan (*service quality gap*s) adalah dengan komunikasi internal, yang diselenggarakan dengan tujuan utama:
	1. Mendidik konsumen agar mengetahui realitas dari *service delivery*.
	2. Memastikan bahwa kinerja layanan sesuai dengan spesifikasi produk.
	3. Menguji lebih dahulu bentuk komunikasi untuk memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan jelas dan tidak ambigu.
	4. Memastikan bahwa tingkat kinerja layanan yang diharapkan sesuai dengan janji-janji pemasaran perusahaan kepada konsumen.
8. Manfaat utama yang diperoleh dari kepuasan konsumen sebagai akibat positif jasa yang berkualitas yang diberikan kepada konsumen:
	1. Mengurangi biaya yang muncul akibat kegagalan dalam melayani konsumen.
	2. Mendorong pembelian berulang dan loyalitas pelanggan.
	3. Mengurangi biaya yang diperlukan untuk menarik konsumen baru.
	4. Semua alternatif jawaban benar.
9. Salahsatu alasan yang sering dikemukakan oleh penyedia jasa untuk tidak menyediakan garansi servis adalah:
	1. Biaya untuk mengadakan garansi servis sangat tinggi.
	2. Servis memerlukan pembelian produk sebelumnya.
	3. Pembayaran dapat dilakukan melalui mekanisme kredit.
	4. Servis didukung dengan partisipasi aktif serta volume pembelian yang tinggi dari konsumen.
10. Akibat yang mungkin terjadi pada saat permintaan jasa cukup tinggi bahkan melebihi kemampuan atau kapasitas penyedia jasa untuk memenuhi permintaan tersebut adalah:
	1. Karyawan perusahaan jasa mendatangi rumah atau tempat kerja pelanggan.
	2. Perusahaan jasa merugi.
	3. Kapasitas produksi tidak maksimal.
	4. Lebih banyak peluang bagi perusahaan untuk menciptakan layanan mandiri.
11. Globalisasi bisnis telah mengubah pasar konsumen dalam hal berikut:
	1. Selera konsumen semakin seragam.
	2. Harga produka atau jasa semakin mahal akibat distribusi produk atau jasa melalui jaringan elektronis.
	3. Keragaman budaya memunculkan selera dan keinginan yang bervariasi terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi pelanggan.
	4. Peran serta pemerintah semakin dominan dalam regulasi produk-produk asing.
12. Mengapa pada saat-saat tertentu produsen jasa menggunakan tenaga paruh waktu?
	1. Untuk menekan harga.
	2. Untuk menyeimbangkan kapasitas dengan produktivitas.
	3. Untuk memperpanjang proses antrian..
	4. Untuk meningkatkan margin laba.
13. Tindakan apa yang dapat dilakukan oleh produsen jasa untuk mengurangi permintaan?
	1. Merekrut karyawan paruh waktu atau karyawan sementara.
	2. Menurunkan harga.
	3. Menaikkan harga.
	4. Menetapkan kebijakan harga yang baru.
14. Pernyataan berikut yang **benar** tentang kesetiaan pelanggan adalah:
	1. Jika sebuah perusahaan memiliki banyak pelanggan yang loyal, maka perusahaan tersebut memiliki kemampulabaan yang tinggi.
	2. Hubungan antara loyalitas pelanggan dengan kemampulabaan perusahaan adalah positif.
	3. Salahsatu hal yang menyebabkan pelanggan lama “tidak membutuhkan biaya lebih” dibandingkan pelanggan baru adalah pelanggan lama tidak memerlukan promosi dan tuntunan dalam mengkonsumsi jasa.
	4. Semua alternatif jawaban benar.
15. Pernyataan berikut yang **salah** tentang kualitas jasa adalah:
	1. Evaluasi terhadap kualitas bisnis jasa dari aspek pengalaman (*experience properties*) hanya dapat dilaksanakan oleh konsumen sebelum membeli atau mengkonsumsi jasa.
	2. Perbaikan kualitas jasa selalu memerlukan komitmen penuh dari manajemen puncak untuk terlibat dalam berbagai upaya perbaikan tersebut.
	3. *Customer Value Triangle* merupakan kombinasi dari *Customer Service Quality, Service Assortment and Quality,* serta *Value Based Service Prices.*
	4. Semua alternatif jawaban benar.
16. Perusahaan jasa perlu meningkatkan kualitas layanannya terlebih dahulu kepada karyawannya agar pada akhirnya kualitas layanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan meningkat. Hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan jasa melalui:
	1. Pengendalian dan pengawasan karyawan secara ketat.
	2. Pemberdayaan karyawan.
	3. Pelaporan kemajuan karyawan secara berkala.
	4. Pemberian hukuman bagi karyawan yang absen.
17. Salahsatu bentuk pemberdayaan karyawan adalah:
	1. Pelaporan kemajuan karyawan secara berkala.
	2. Pelibatan karyawan dalam pengambilan keputusan.
	3. Pengendalian dan pengawasan karyawan secara ketat.
	4. Pemberian hukuman bagi karyawan yang absen.
18. Andi selalu membeli rokok Dji Sam Soe, bahkan dia juga menyarankan teman-temannya untuk mengkonsumsi rokok yang sama. Tindakan Andi ini merupakan hasil dari:
	1. Coba-coba.*.*
	2. Ketidaksadaran kognitif.
	3. Efek kesetiaan (*loyalty effect).*
	4. Ketiadaan pilihan atas merek rokok lain.
19. Nilai keindahan dari sebuah lukisan yang hanya dapat dipahami oleh segelintir orang (misal: seniman), dari aspek kualitas dapat dikategorikan sebagai kualitas yang bersifat:
	1. Transendental (*transcendental* *approach*).
	2. Pandangan dari pengguna (*user* *based* *approach*).
	3. Produk (*product* *based* *approach*).
	4. Nilai (*value* *based* *approach*).
20. Seringnya tenaga penjual mengunjungi atau menghubungi para pelanggannya dapat berdampak negatif terhadap persepsi pelanggan atas tenaga penjual, yang disebut:
	1. Kesenjangan komunikasi (*communication* *gap*).
	2. Kesenjangan layanan yang diharapkan (*service* *gap*).
	3. Kesenjangan spesifikasi kualitas layanan (*standards* *gap*).
	4. Kesenjangan penyampaian layanan (*delivery* *gap*).
21. Penyedia jasa yang mampu memenuhi janji, menyampaikan layanan dengan benar sejak awal, dan menyimpan data dengan tepat disebut sebagai penyedia jasa yang:
	1. Kompeten.
	2. Responsif.
	3. Reliabel.
	4. Kredibel.
22. Meskipun sama-sama berkualitas, mobil berharga Rp1 miliar tentu memiliki kualitas yang berbeda dengan mobil berharga Rp100 juta. Perbedaan kualitas ini berasal dari pandangan:
	1. Pemakai.
	2. Nilai.
	3. Spesifikasi manufaktur.
	4. Transendental.
23. Aktivitas pada rantai nilai berikut yang termasuk dalam *core* *processes* adalah:
	1. Interaksi dengan pemasok.
	2. Perbaikan proses produksi.
	3. Dukungan pelanggan.
	4. Pengiriman dan logistik.
24. Mengapa banyak warung makanan tradisional di Surabaya menyajikan minuman teh pahit bagi para pelanggannya?
	1. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki karakteristik, komponen, atau atribut obyektif yang dapat diukur.
	2. Produk yang berkualitas adalah produk yang secara intuitif dapat dipahami, namun sulit atau tidak mungkin untuk dikomunikasikan.
	3. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memuasi preferensi pelanggan.
	4. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki nilai dan harga yang tepat.
25. Hal-hal yang terdapat dalam sebuah telepon pintar (*smartphone*) seperti memori, kemampuan kamera, dan kualitas komunikasi yang dihasilkan termasuk dalam:
	1. Spesifikasi.
	2. Fitur.
	3. Kinerja.
	4. Daya tahan.
26. Apabila diminta memilih dua mobil yang ber-cc sama, maka konsumen akan cenderung memilih yang lebih hemat bahan bakar namun tarikannya tetap kencang. Pandangan konsumen ini didasarkan atas faktor:
	1. Spesifikasi.
	2. Fitur.
	3. Kinerja.
	4. Daya tahan.
27. Konsumen yang tidak puas atas hasil pembelian barang di internet melalui situs tertentu tentu mengharapkan uangnya dapat kembali. Hal ini merupakan bagian dari penilaian kualitas *e*-*servqual* pada sisi:
	1. *Fulfillment*.
	2. Kompensasi.
	3. Efisiensi.
	4. Reliabilitas.
28. Contoh berikut menunjukkan bentuk kesopanan penyedia jasa:
	1. Karyawan selalu siap sedia membantu pelanggan.
	2. Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melayani kebutuhan pelanggan.
	3. Karyawan bersikap santun, penuh perhatian, dan menghormati para tamu.
	4. Karyawan mudah ditemui dan dihubungi oleh pelanggan.
29. Tidak setiap konsumen membutuhkan ponsel yang canggih, terkadang mereka hanya memerlukannya untuk menelpon dan mengirim pesan singkat. Dengan demikian pendekatan kualitas atas dasar produk memiliki kelemahan:
	1. Sulit untuk dikomunikasikan meskipun secara intuitif dapat dipahami.
	2. Sulit membedakan selera, kebutuhan, dan preferensi individual.
	3. Sulit untuk menilai dari sisi subyektivitas produk.
	4. Sulit untuk menilai kualitas dari harga yang sepadan.
30. Bagaimanakah bentuk empati penyedia jasa kepada pelanggan?
	1. Karyawan segera merespon kebutuhan maupun keinginan pelanggan.
	2. Karyawan mampu memberikan apa saja yang diinginkan pelanggan.
	3. Karyawan berbusana rapi dan modis dalam melayani pelanggan.
	4. Karyawan memahami masalah pelanggan, bertindak dan memberikan perhatian personal kepada pelanggan.
31. Kemudahan akses merupakan salahsatu dimensi kualitas jasa yang mencakup:
	1. Ketersediaan situs, laman, atau *web* perusahaan jasa.
	2. Penyelenggaraan jam operasional yang nyaman.
	3. Hanya jawaban A yang benar.
	4. Baik jawaban A maupun B benar.
32. Mengapa perspektif pemasaran justru sering menimbulkan konflik dengan fungsi operasional perusahaan?
	1. Karena fungsi pemasaran lebih menekankan pada aspek perluasan layanan yang diberikan kepada pelanggan.
	2. Karena fungsi operasional lebih menekankan pada penggunaan biaya secara efisien.
	3. Karena fungsi pemasaran lebih menekankan pada kekuatan citra visual dibandingkan manfaat yang diterima.
	4. Karena fungsi operasional lebih menekankan pada produk standar sehingga kompleksitas produk atau operasi dapat diminimalkan.
33. Bagian/divisi apakah dari sebuah hotel yang bertugas melayani keanggotaan (*membership*) atas fasilitas olahraga yang dimilikinya?
	1. *Information.*
	2. *Hospitality.*
	3. *Order taking.*
	4. *Consultation.*
34. Mengapa harapan pelanggan seringkali sangat sulit atau hampir mustahil untuk dipenuhi oleh penyedia jasa?
	1. Karena harapan pelanggan tersebut bersifat ideal.
	2. Karena harapan pelanggan tersebut bersifat normatif.
	3. Karena harapan pelanggan tersebut bersifat diinginkan.
	4. Karena harapan pelanggan tersebut bersifat cukup (*adequate*).
35. Apa yang dapat terjadi pada masyarakat apabila mereka sering mengetahui kasus-kasus klaim asuransi jiwa yang bermasalah (misal: klaim ditolak, tidak dibayar oleh perusahaan asuransi jiwa dan lain-lain) melalui media massa?
	1. Terbentuknya *intolerable* *expectation* terhadap produk asuransi jiwa.
	2. Terbentuknya *worst imaginable* *expectation* terhadap produk asuransi jiwa.
	3. Terbentuknya *minimum* *tolerable* *expectation* terhadap produk asuransi jiwa.
	4. Terbentuknya *desired* *expectation* terhadap produk asuransi jiwa.
36. Mengapa pada awal bulan banyak nasabah bank yang mengeluh tentang antrian yang harus mereka jalani seandainya mereka harus bertransaksi di bank?
	1. Situasi antrian menyebabkan nasabah harus meningkatkan *zone* *of* *tolerance* terhadap layanan bank.
	2. Pengalaman mengantri di masa lalu telah menimbulkan persepsi buruk atas kualitas layanan bank.
	3. Keluhan nasabah bersifat menular kepada orang lain (*word* *of* *mouth*).
	4. Nasabah menganggap bank *over* *promise* *under* *deliver* pada layanannya.
37. Banyak konsumen di Indonesia lebih memilih mobil bermerek Jepang dibandingkan negara lain karena alasan kemudahan *spareparts* dan jumlah bengkel yang tersedia di mana-mana. Dari sisi dimensi kualitas, mobil Jepang memenuhi syarat:
	1. *Features.*
	2. *Performance.*
	3. *Serviceability.*
	4. *Estethics.*
38. Mengapa karyawan di bagian depan (*frontliners*) dianggap sebagai cermin kualitas layanan?
	1. Karena mereka bertugas menyambut tamu sewaktu memasuki tempat penyedia jasa.
	2. Karena mereka memiliki tingkat pendidikan paling rendah dibandingkan karyawan di bagian lain.
	3. Karena mereka tidak memerlukan pelatihan khusus dalam menyajikan layanan.
	4. Karena mereka menjadi ujung tombak sistem penyampaian layanan.
39. Mengapa upaya pemotongan biaya dapat berdampak serius terhadap kualitas layanan?
	1. Hal ini dapat memperbaiki kualitas layanan atau menyempurnakan layanan.
	2. Hal ini dapat membantu penyajian informasi yang lebih banyak untuk pelanggan.
	3. Hal ini dapat menurunkan tingkat akses layanan bagi pelanggan, yang selanjutnya menimbulkan ketidakpuasan dan persepsi negatif atas kualitas layanan.
	4. Hal ini dapat berdampak pada peningkatan variasi penawaran layanan.
40. Mengapa pasien atau orang yang berobat ke rumah sakit cenderung ingin dilayani oleh dokter spesialis, bukan sekedar dokter umum?
	1. Hal ini berkaitan dengan aspek empati yang diperoleh melalui dokter spesialis.
	2. Hal ini berkaitan dengan aspek respon yang diperoleh melalui dokter spesialis.
	3. Hal ini berkaitan dengan aspek jaminan yang diperoleh melalui dokter spesialis.
	4. Hal ini berkaitan dengan aspek reliabilitas yang diperoleh melalui dokter spesialis.
41. Penggunaan *Statistical* *Process* *Control* dalam manajemen produksi selalu terkait dengan upaya peningkatan kualitas dari sudut pandang:
	1. Teknik atau rekayasa.
	2. Operasi.
	3. Manajemen strategik.
	4. Manajemen rantai nilai.
42. Seseorang yang memiliki keterbatasan biaya dan tidak memiliki asuransi kesehatan akan merujuk ke pengobatan alternatif dalam upaya menyembuhkan penyakitnya. Harapan pelanggan yang cukup besar terhadap pengobatan alternatif ini mencerminkan:
	1. *Transitory service intensifier.*
	2. *Self-perceived service role.*
	3. *Situational factor.*
	4. *Perceived service alternative.*
43. Apa yang menjadi harapan pelanggan bengkel kendaraan, baik resmi maupun tidak resmi?
	1. Masalah dapat diatasi dengan cepat, dan selesai pada waktu yang dijanjikan.
	2. Menyediakan informasi yang dibutuhkan saat diminta.
	3. Hapal dengan nama-nama pelanggan.
	4. Menanggapi permintaan khusus: adaptif terhadap perubahan.
44. Upaya berikut yang dapat ditempuh penyedia jasa untuk membangun budaya kualitas:
	1. Pelatihan manajemen.
	2. Perencanaan sumber daya manusia.
	3. Pengembangan individual.
	4. Seluruh alternatif jawaban benar.
45. Mengapa penyedia jasa perlu melakukan survei opini pelanggan, minimal setahun sekali?
	1. Untuk mengatasi berbagai masalah atau kesulitan yang spesifik.
	2. Untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan teknik karyawan jasa.
	3. Untuk memperoleh masukan berharga dalam upaya peningkatan kualitas dan mencegah timbulnya perilaku yang tidak diharapkan.
	4. Untuk menyusun pedoman instruksi dan prosedur pelaksanaan layanan.
46. Apa pengaruh program pengembangan karir karyawan terhadap kinerja layanan?
	1. Dapat membantu penyusunan buku manual instruksi pekerjaan.
	2. Dapat memacu motivasi karyawan untuk bekerja lebih giat dan memiliki *sense* *of* *belonging* terhadap perusahaan.
	3. Dapat memperoleh masukan berharga demi upaya peningkatan kualitas dan mencegah timbulnya perilaku yang tidak diharapkan.
	4. Dapat menjelaskan secara rinci berbagai harapan dan kewajiban perusahaan terhadap karyawan.
47. Upaya mendidik konsumen tentang layanan dapat dilaksanakan dalam bentuk:
	1. Penyedia layanan mengarahkan pelanggan untuk melakukan sendiri layanan tertentu (*self*-*service*).
	2. Penyedia layanan memilih tipe pelanggan tertentu yang akan dilayaninya.
	3. Penyedia layanan menyusun standar kinerja bagi layanan pelanggan.
	4. Penyedia layanan menyusun buku manual bagi karyawan jasa.
48. Kapan isyarat ekstrinsik lebih banyak digunakan oleh pelanggan jasa?
	1. Saat tidak tersedia isyarat intrinsik yang memadai.
	2. Saat tingkat kinerja optimum tidak diperoleh pelanggan.
	3. Saat pelanggan menghadapi eksposur media secara terus menerus.
	4. Saat pelanggan mempersepsikan adanya ketidakadilan dalam layanan.
49. Mengapa bukti fisik berpengaruh terhadap citra kualitas layanan kelas atas?
	1. Penyedia jasa yang melayani kelas atas akan berupaya memangkas biaya-biaya untuk meningkatkan margin keuntungan.
	2. Penyedia jasa yang melayani kelas atas akan berupaya memasang iklan di berbagai media tanpa memilih segmen pasar dari media-media tersebut.
	3. Penyedia jasa yang melayani kelas atas akan berinvestasi pada dekorasi, pencahayaan, dan mempekerjakan tenaga-tenaga yang berbusana rapi dan modis.
	4. Penyedia jasa yang melayani kelas atas akan banyak berkutat dengan prosedur baku dan rumit yang harus dijalankan oleh karyawan jasa.
50. Apa peran utama pengajar atau dosen sebagai konsultan bagi para mahasiswanya?
	1. Memberikan saran, konseling pribadi, dan konsultasi manajemen atau teknik apabila mahasiswa memiliki bisnis.
	2. Memberikan sambutan di depan pintu masuk kelas bagi para mahasiswa.
	3. Melayani permintaan khusus mahasiswa di luar jam mengajar reguler.
	4. Memberikan instruksi tentang cara menggunakan peralatan atau teknologi tertentu.

*Selamat berjuang!*