

Integrasi Servqual Kano Model dan Analisis SWOT Upaya Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Kualitas Layanan pada CV Insani Production

Achmad Izzurromadlon^{1,*}, Siti Muhimatul Khoiroh¹

¹Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Nginden Semolo No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118

E-mail: achmadizzur057@gmail.com*

Abstract

CV. Insani Production is a business operating in the decoration rental sector which has been established since 1998. However, with the development of technology today, competition in the industrial world in the service sector has become increasingly intense, making competition in the service sector increasingly attractive. That way, his rivals are not only where he stands, and his rivals are no longer limited to a region, city, or even country. The resulting effect of this makes competition increasingly fierce between providers of event decoration and sound system rental services. So, it requires developing services not only to keep up with the times, but also to be able to compete in an era where all limited information no longer exists. CV. Insani Production experienced a decline in turnover due to a lack of development in service quality from year to year. Researchers help owners to overcome this by using the servqual, kano, and kansei engineering methods. Researchers use this method to find out what customers really want, so they can fulfill customers' current needs.

Keywords: Kano, Customer Satisfaction, Loyalty, Servqual, SWOT

Abstrak

Cv. Insani Production merupakan usaha yang berjalan pada bidang penyewaan dekorasi yang telah berdiri sejak 1998. Akan tetapi dengan berkembangnya teknologi saat ini memicu semakin ketatnya persaingan di dunia industri di bidang jasa, semakin mempersempit pula dan memperketat persaingan di bidang jasa. Dengan begitu saingan tidak hanya dimana dia berdiri, dan saingannya tidak lagi terbatas oleh suatu wilayah, kota, bahkan negara. Efek yang ditimbulkan dari hal ini menjadikan persaingan semakin ketat antar penyedia layanan jasa penyewaan dekorasi event dan sound system. Sehingga mengharuskan jasa berkembang tak hanya harus mengikuti zaman, namun juga harus mampu bersaing di era dimana segala keterbatasan informasi sudah tidak ada. Cv. Insani Production mengalami penurunan omset dikarenakan kurangnya pengembangan pada kualitas pelayanan dari tahun ke tahun. Peneliti membantu owner untuk dapat mengatasi hal tersebut dengan menggunakan metode servqual, kano, dan kansei engineering. Peneliti menggunakan metode tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan, sehingga dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pelanggan saat ini.

Kata kunci: Kano, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, Servqual, SWOT

1. Pendahuluan

CV. INSANI PRODUCTION usaha industri jasa penyewaan dekorasi, perusahaan ini menyewakan dekorasi event dan *sound system* di daerah Jln. Sidosermo III No. 8d, Sidosermo, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60239. Dalam upaya menaikkan daya saing agar dapat memperoleh kepercayaan serta loyalitas dari konsumen CV. INSANI PRODUCTION sebagai penyedia jasa penyewaan dekorasi *event* dan *sound system*, diwajibkan untuk meningkatkan serta mengevaluasi kualitas pelayanan. Banyak perusahaan yang berfokus pada industri jasa adalah meningkatkan mutu pelayanan.

Tujuan untuk diadakannya penelitian ini tidak lain untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa CV. INSANI PRODUCTION, mengetahui tingkat kesenjangan

(gap) antara ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan jasa yang diberikan CV. INSANI PRODUCTION, serta memberikan rencana usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelayanan jasa pada pelanggan di CV. INSANI PRODUCTION. Batasan utama dari penelitian ini tidak lain yakni jika selama penelitian jenis usaha yang dijalankan tidak berubah, data dikatakan benar jika data valid dan realibility, tidak ada perubahan kebijakan yang berlangsung pada CV. INSANI PRODUCTION sepanjang penelitian dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk mencapai apa yang diinginkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan pelayanan.

2. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti ini yaitu Servqual, Kano Model, SWOT. Penelitian

dilakukan secara tertulis dari bulan Februari 2024 hingga akhir Juli 2024 penelitian ini selesai.

SERVQUAL

Metode SERVQUAL pada dasarnya dapat digunakan dalam berbagai sektor jasa termasuk diantaranya adalah sektor pendidikan. Analisa skor gap pada SERVQUAL akan membantu lembaga pendidikan dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan dan mengidentifikasi dimensi mana yang membutuhkan perbaikan atau perbaikan kualitas layanan..[1]

KANO

Metode Kano menemukan bahwa semua fungsi termasuk dalam kategori satu dimensi, di mana kinerja fungsional yang tinggi mengarah pada kepuasan pengguna yang tinggi (Renaldi dan Mulyati, 2022).[2] Model kano mencoba menjelaskan bagaimana kepuasan pelanggan akan berubah sebagai

kebutuhan pelanggan yang dipenuhi oleh organisasi. Model Kano adalah model yang dibangun dengan tujuan untuk

mengkategorisasi atribut-atribut produk atau layanan berdasarkan kemampuan produk atau layanan tersebut mampu

memuaskan kebutuhan pelanggan. Model Kano memiliki tiga kategori atribut produk, yaitu One Dimensional, Attractive, dan Must Be.[3]

SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu spekulasi bisnis/usaha..[4] Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini kuesionernya terdiri dari dua kuesioner yaitu kuesioner identitas pelanggan dan kuesioner tingkat kualitas (persepsi dan harapan) dan pelanggan. Penyusunan kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu Identitas responden. Untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan responden. Kuesioner tingkat kepuasan pelanggan (persepsi dan harapan pelanggan), untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan.

Perhitungan validitas ini dilakukan pada masing-masing atribut beserta variabelnya. Adapun data perhitungan validitas dan reliabilitas mengenai persepsi dan ekspektasi pelanggan. Perhitungan validitas dan reliabilitas dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25, pada data yang disajikan tersebut dapat dilihat bahwa semua pernyataan dikatakan valid dengan tingkat signifikan 5% untuk memperhitungkan 30 orang/responden, dengan memiliki nilai r tabel 0,361.

Pada analisa GAP ini akan dibahas mengenai atribut-atribut yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Cv. Insani Production. Analisa GAP diperoleh dengan mengurangi ekspektasi – persepsi dengan tingkat kepuasan. Selanjutnya akan didapat tingkat kualitas yang bisa dilihat, seperti keterangan dibawah ini:

1. GAP bernilai $\leq 0 - 0,29$: pelayanan memuaskan
2. GAP bernilai $0,3 - 0,59$: pelayanan hampir memuaskan
3. GAP bernilai $0,6 - 1,0$: pelayanan kurang memuaskan
4. GAP bernilai $> 1,0$: pelayanan tidak memuaskan

Untuk data GAP secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.
Analisa GAP Servqual Kualitas Pelayanan Cv. Insani Production

No	Indikator	Ekspektasi	Persepsi	GAP	Ranking	Keterangan
<i>Tangible</i>						
1	Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin)	4,47	4,00	0,47	8	Pelayanan Hampir Memuaskan
2	Peralatan yang disediakan lengkap	4,43	3,97	0,47	8	Pelayanan Hampir Memuaskan
3	Material yang digunakan tidak ringkih, roboh, rusak	4,53	4,07	0,47	8	Pelayanan Hampir Memuaskan
4	Pegawai sopan santun, rapi, dan menarik	4,50	4,23	0,27	20	Pelayanan Memuaskan
5	Tempat pelayanan selalu bersih dan nyaman	4,43	3,93	0,50	6	Pelayanan Hampir Memuaskan
<i>Emphaty</i>						

1	Mengerti kebutuhan sesuai dengan rekomendasi yang ditawarkan	4,47	4,03	0,43	12	Pelayanan Hampir Memuaskan
2	Mengetahui apa yang dimaksud pelanggan	4,40	4,07	0,33	16	Pelayanan Hampir Memuaskan
3	Saat proses pelayanan tidak mengganggu audiens	4,43	4,40	0,03	25	Pelayanan Memuaskan
4	Pegawai melayani dengan ramah dan sopan	4,53	4,00	0,53	5	Pelayanan Hampir Memuaskan
5	Penyampaian kritik yang mudah, dan cepat	4,40	4,03	0,37	13	Pelayanan Hampir Memuaskan
<i>Reliability</i>						
1	Kesesuaian waktu penyelesaian setting area yang diberikan pelanggan	4,43	3,90	0,53	4	Pelayanan Hampir Memuaskan
2	Mudah dalam melakukan tatap muka untuk mendapatkan informasi terpercaya	4,37	4,10	0,27	20	Pelayanan Memuaskan
3	Kesigapan pegawai melayani setiap permintaan pelanggan yang mendadak	4,33	3,87	0,47	11	Pelayanan Hampir Memuaskan
4	Pegawai cepat dalam melakukan setting area	4,47	4,17	0,30	18	Pelayanan Hampir Memuaskan
5	Layanan yang diberikan selalu baik dari awal sampai selesai	4,50	3,93	0,57	2	Pelayanan Hampir Memuaskan
<i>Responsive</i>						
1	Respon yang cepat saat menerima keluhan dari pelanggan	4,57	3,90	0,67	1	Pelayanan Kurang Memuaskan
2	Melayani segala permintaan pelanggan dengan relevan	4,53	3,97	0,57	3	Pelayanan Hampir Memuaskan
3	Membantu pelanggan untuk menemukan pilihan yang sesuai dengan yang dimaksud	4,53	4,23	0,30	18	Pelayanan Hampir Memuaskan
4	Informasi yang mudah didapatkan	4,43	4,23	0,20	23	Pelayanan Memuaskan
5	Pegawai mudah untuk dimintai bantuan mendadak	4,47	4,10	0,37	13	Pelayanan Hampir Memuaskan
<i>Assurance</i>						
1	Sistem pembayaran yang mudah	4,37	4,13	0,23	22	Pelayanan Memuaskan
2	Layanan yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan diawal	4,37	4,17	0,20	24	Pelayanan Memuaskan
3	Pegawai terampil serta memahami pelanggan	4,43	3,93	0,50	6	Pelayanan Hampir Memuaskan
4	Pegawai mampu menjaga privasi pelanggan dengan baik	4,47	4,10	0,37	13	Pelayanan Hampir Memuaskan

5	Pegawai mampu menjelaskan peraturan mengenai hak dan kewajiban pelanggan	4,47	4,13	0,33	17	Pelayanan Hampir Memuaskan
---	--	------	------	------	----	----------------------------

Dimensi yang mempunyai GAP terbesar adalah variabel respon yang cepat saat menerima keluhan dari pelanggan yang memiliki nilai GAP 0,67 dan masuk dalam kategori pelayanan kurang memuaskan.

Atribut layanan tersebut telah diberikan secara terus menerus dan dalam waktu yang lama, maka terdapat kemungkinan atribut tersebut tidak dapat

dihilangkan. Karena jika atribut tersebut dihilangkan maka kepuasan konsumen akan menurun, dan apabila atribut tersebut ada akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Matrik SWOT untuk bagaimana kita menentukan strategi agar kita dapat bersaing dipasaran. Untuk analisa ditunjukkan dibawah ini:

Tabel 2.
Strategi SWOT

	Strength (S):	Weakness (W):
	<ol style="list-style-type: none"> Harga terjangkau Pegawai tanggap Kualitas bahan bagus Relasi owner yang luas Desain backdrop menarik 	<ol style="list-style-type: none"> Modal yang terbatas Nama dagang kurang dikenal masyarakat luas Cakupan masih terbatas di Surabaya Armada terbatas Kurang melakukan promosi dalam sosial media
Opportunity (O):	Strategi (S-O):	Strategi (W-O):
<ol style="list-style-type: none"> Jangkauan masyarakat melalui sosial media Ketidacocokan konsumen dalam bidang jasa sejenis Kebutuhan akan hasil yang maksimal Bersaing dalam setiap event EO Perkembangan dunia bisnis yang pesat 	<ol style="list-style-type: none"> Dengan menyajikan berbagai macam range harga dan kelengkapannya, akan memberikan pilihan baru pada konsumen (S1, O3) Menciptakan berbagai dekorasi menarik dan mengikuti keinginan konsumen disaat itu untuk dapat unggul di pasarnya (S5, O4) Melakukan service konsumen dengan cara pelayanan yang tanggap, ramah, serta informatif (S2, O2) 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan promosi dalam sosial media dengan menunjukkan hasil dekor yang telah dibuat dalam berbagai event (W2, W5, O1) Memberikan akan tampil pada event-event diluar Surabaya yang berguna tidak lain untuk menarik konsumen baru (W3, O5) Dengan melakukan penambahan dalam segi armada maka kebutuhan yang diperlukan konsumen dapat cepat teratasi dengan sekali kirim (W4, O3)
Threat (T):	Strategi (S-T):	Strategi (W-T):
<ol style="list-style-type: none"> Persaingan dalam bidang jasa sejenis Job yang cenderung naik turun Adanya bencana alam Perantara perdagangan makelar Pembatasan jam 	<ol style="list-style-type: none"> Produk berkualitas serta harga terjangkau didampingi dengan pelayanan yang tanggap serta ramah (S1, T2) Promosi secara online dengan berbagai sosial media dengan menjual hasil serta harga (S4, T1) 	<ol style="list-style-type: none"> Lebih gencar dalam melakukan promosi dari segi sosial media yang mudah diakses oleh banyak masyarakat dan termasuk promosi yang paling efektif di era sekarang ini (W1, T2, T3)

- | | |
|---|--|
| 3. Desain menarik yang mempunyai ciri khas sendiri serta mempunyai legalitas hak cipta (S5, T4) | 2. Melakukan pengenalan bidang jasa kepada masyarakat melalui event pameran (W2, T1) |
| | 3. Melakukan pinnjaman bank (W1, T1) |

Dengan beberapa strategi yang digunakan oleh usaha CV. Insani Production yaitu:

1. Dengan menyajikan berbagai macam range harga dan kelengkapannya, akan memberikan pilihan baru pada konsumen (S1, O3).
2. Menciptakan berbagai dekorasi menarik dan mengikuti keinginan kosumen disaat itu untuk dapat unggul di pasarnya (S5, O4).
3. Melakukan service konsumen dengan cara pelayanan yang tanggap, ramah, serta informatif (S2, O2)

4. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, didapatkanlah kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan analisa GAP score yang dilakukan dengan menggunakan metode SERVQUAL dikatakan bahwa banyak pelanggan yang merasa kurang puas pada (X4.1 respon yang cepat) dengan nilai GAP 0,67. Berdasarkan perhitungan analisis menggunakan metode Kano didapatkan hasil dari 25 indikator yang ada masuk dalam kategori one dimensional sehingga seluruh indikator harus diperbaiki atau ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Hasil dari perhitungan dengan menggunakan metode SERVQUAL, dan KANO terhadap kepuasan pelanggan CV. Insani Production dari semua indikator hanya satu indikator saja yang kategori tidak memuaskan yaitu (X4.1 respon yang cepat) dengan semua indikator masuk pada kategori one dimensional sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan CV. Insani Production masuk dalam kategori baik.
3. Berdasarkan matrik SWOT diketahui bahwa strategi yang digunakan masuk pada kuadran 1 yaitu strategi (S-O) dimana memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan kesempatan yang ada dengan strategi sebagai berikut:
 1. Dengan menyajikan berbagai macam range harga dan kelengkapannya, akan

memberikan pilihan baru pada konsumen (S1, O3).

2. Menciptakan berbagai dekorasi menarik dan mengikuti keinginan kosumen disaat itu untuk dapat unggul di pasarnya (S5, O4).
3. Melakukan service konsumen dengan cara pelayanan yang tanggap, ramah, serta informatif (S2, O2). Simpulan berisi pernyataan singkat, padat dari hasil penelitian dan dapat juga ditambahkan prospek pengembangan dan aplikasi hasil penelitian

Daftar Pustaka

- [1] A. Kualitas Layanan Website Elearning MyBEST UBSI Menggunakan SERVQUAL, I. Purwandani, and N. Oktaviani Syamsiah, "Format and guidelines for writing scientific papers on the Indonesian Journal of Science," 2021. [Online]. Available: <https://jurnal.pusatsains.com/index.php/jsi>
- [2] R. Renaldi and D. S. Mulyati, "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Restoran Menggunakan Metode Servqual dan Kano," *Jurnal Riset Teknik Industri*, pp. 109–116, Dec. 2022, <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1245>
- [3] D. Novanda Sari and M. Ainul Fahmi, "Analisis Atribut Layanan Kursus Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kano dan Value Stream Mapping (Studi Kasus Alifia Institut, Kampung Inggris Pare)," *Management, and Industry (JEMI)*, vol. 06, no. 01, pp. 1–18, 2023, <https://doi.org/10.36782/jemi.v6i1.2416>
- [4] Hardiansya Hardiansya, Faruq Lamusa, and Harnida Wahyuni Adda, "Penerapan Analisis SWOT terhadap Branding Produk (Studi Kasus Usaha Cemilan Macaroni yang ada di kota palu)," *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, vol. 2, no. 2, pp. 146–155, May 2023, <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i2.737>