JMTSI Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri

Jurnal Media Teknik & Sistem Industri
Vol.2 (no.1) (2018) hal. 14-19
http://jurnal.unsur.ac.id/index.php/JMTSI

e-issn: 2581-0561
p-issn: 2581-0529

Pengukuran Tingkat Kepentingan Pelanggan *Food Court Galaxy Mall* Surabaya dengan Metode Kano Model

B. Rahardjo[1], Y. C. Putra Limantara[2], T. N. Cahyono[3], R. Y. Anthoni[4]
[1,2,3,4]*Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Petra*
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
[1]Email: beni@petra.ac.id

Dikirimkan: 02, 2018. Diterima: 04, 2018. Dipublikasikan: 05, 2018.

Abstract— *The research conducted focuses on the services provided by Galaxy Mall Surabaya regarding the food court. Food court is a place for customers to buy food in addition to the existing food stores, so the food court has an important role in the economy of a mall. The study was conducted to find out what things are considered important and must be in a food court, especially in Galaxy Mall Surabaya. This is gained through functional and dysfunctional questions. The study was conducted by distributing an online questionnaire. Questionnaires are distributed to 100 respondents from various backgrounds and know the food court of Galaxy Mall or have used the facility. The results obtained show that the factors asked have been applied by the Galaxy Mall well. The results of data recaps performed show that functional and dysfunctional questions on Kano Model produce indifferent result. These results are obtained in all functional and dysfunctional questions. Therefore, Galaxy Mall is able to apply the services that are important only in the management of his food court.*
Keywords: *Importance Measurement; Service Quality; Kano Model; Indifferent*

Abstrak— Penelitian yang dilakukan berfokus pada pelayanan yang diberikan oleh Galaxy Mall Surabaya mengenai *food court*. *Food court* merupakan tempat pelanggan untuk membeli makanan selain dengan toko-toko makanan yang ada, sehingga *food court* memiliki peranan yang penting dalam perekonomian sebuah *mall*. Penelitian dilakukan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting dan harus ada didalam sebuah *food court*, khususnya didalam Galaxy Mall Surabaya. Hal-hal ini diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan fungsional dan disfungsional. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online*. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden dari berbagai latar belakang dan mengetahui *food court* Galaxy Mall atau pernah menggunakan fasilitas tersebut. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa faktor-faktor yang ditanyakan sudah diterapkan oleh pihak Galaxy Mall dengan baik. Hasil rekap data yang dilakukan menunjukkan bahwa pertanyaan fungsional dan disfungsional pada Kano Model menghasilkan *indifferent result.* Hasil ini didapatkan disemua poin pertanyaan fungsional dan disfungsional. Oleh karena hal tersebut Galaxy Mall dirasa sudah mampu menerapkan layanan-layanan yang penting saja didalam pengelolaan *food court*-nya.
Kata kunci: Pengukuran Kepentingan; Kualitas Layanan; Kano Model; *Indifferent*

I. PENDAHULUAN

Kualitas tidak lepas dari dunia sehari-hari kita, dimana semua barang dan jasa pasti akan memiliki kualitasnya sendiri-sendiri. Kualitas merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kegiatan usaha dalam bidang jasa pelayanan terhadap customer. Kualitas harus diperhatikan baik oleh pihak yang memberikan jasa maupun oleh pelanggan yang menerima jasa tersebut. Kualitas harus memperhatikan beberapa hal antara lain produk yang diberikan, harga, dan juga pelayan jasa yang diberikan. Menurut Montgomery [1], kualitas secara tradisional adalah berdasarkan kepada suatu pandangan bahwa produk dan pelayanan harus sesuai dengan ketentuan mereka yang menggunakan.

Menurut Kano [2], model Kano pertama kali dikembangkan oleh Dr. Noriaki Kano. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk ataupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Model Kano dibedakan kedalam tiga tipe, yaitu:

1. *Must-be requirements.* Kategori ini menyebabkan konsumen akan secara

ekstrim tidak puas apabila kategori ini tidak terpenuhi.

2. *One-dimensional requirements*. Kategori yang satu ini erat kaitannya dengan kinerja atribut. Semakin tinggi kinerja atribut yang dilakukan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang akan didapatkan.
3. *Attractive requirements*. Kategori ini tidak akan memberikan efek apa-apa terhadap kepuasan konsumen apabila tidak dipenuhi. Kepuasan konsumen akan meningkat tinggi apabila kategori ini terpenuhi.

Selain tiga tipe yang ada, Kano juga memperkenalkan tiga tipe lain dari kebutuhan customer [3]. Tipe yang keempat disebut sebagai indifferent. Tipe ini menggambarkan kenetralan seseorang terhadap suatu hal maupun suatu aksi. Hal ini menunjukkan bahwa sebaik atau seburuk apapun pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka konsumen juga tidak akan merasa suka ataupun tidak suka sama sekali. Tipe questionable merupakan kontradiksi dari jawaban konsumen akan dua pertanyaan yang diajukan, fungsional dan disfungsional. Tipe yang terakhir yaitu reverse. Tipe ini memberikan jawaban yang berkebalikan, dimana konsumen merasa tidak suka terhadap pertanyaan fungsional dan merasa suka terhadap pertanyaan disfungsional.

Galaxy Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Surabaya. Galaxy Mall sendiri tidak pernah sepi dari pengunjung setiap harinya. Pengunjung yang datang juga kebanyakan akan menghabiskan waktu seharian didalam mall. Hal ini tidak lepas dari rasa lapar yang datang dari tiap-tiap pengunjung. Galaxy Mall selain memiliki tenant makanan juga memiliki food court yang tidak kalah ramai dari tenant-tenant makanan lainnya. Galaxy Mall sendiri memiliki 2 buah food court dengan ciri khas masing-masing.

Food court yang ada haruslah disesuaikan dengan kepentingan yang diharapkan oleh pelanggan. Kepentingan pelanggan terhadap food court haruslah dicari dan dievaluasi. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan. Faktor-faktor ini kemudian harus dievaluasi supaya tahu apakah faktor tersebut dapat direalisasikan atau tidak.

Pencarian faktor-faktor terpenting dalam sebuah layanan atau produk dapat dilakukan melalui banyak cara. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah Model Kano.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Analisis Tingkat Kepentingan Pelayanan

Analisa kepentingan ini dilakukan terhadap tingkat kepentingan fasilitas dan layanan yang ada didalam food court Galaxy Mall. Tingkat kepentingan adaah seberapa besar sebuah fasilitas diharapkan oleh konsumen. Tingkat kepentingan ini nantinya akan digunakan untuk mengatur fasilitas dan layanan apa saja yang harusnya perlu didalam food court Galaxy Mall.

Metode Model Kano memiliki tiga kriteria penilaian dan memiliki 25 kemungkinan pasangan jawaban. Kemungkinan yang dapat terjadi ini dapat ditabelkan kedalam tabel Kano [4]. Tabel Kano dapat dilihat pada Gambar 1.

Kebutuhan Konsumen		*Dysfunctional*				
		1	2	3	4	5
		Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak suka
Functional	1. suka	Q	A	A	A	O
	2. harap	R	I	I	I	M
	3. netral	R	I	I	I	M
	4. toleransi	R	I	I	I	M
	5. tidak suka	R	R	R	R	Q

Gambar 1. Tabel Kano Model

Huruf A, O, dan M menunjukkan tipe dari Kano Model menurut Dr. Noriaki Kano. Huruf A menandakan kriteria attractive. Huruf O adalah one-dimensional, dan huruf M adalah must-be. Selain A, O, dan M terdapat 3 huruf lainnya yaitu I, R, dan Q. Huruf I menandakan indifferent. Huruf R menandakan reverse dan huruf Q menandakan questionable.

Model Kano juga memperhatikan beberapa hal untuk menentukkan tingkat kepentingan dan kenyataan. Penentuan kategori Kano untuk tiap atribut dapat menggunakan Blauth's formula [5]:

a. Jika (*one-dimensional* + *attractive* + *must-be)* > (*indifferent* + *reverse* + *questionable)* maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum (*one-dimensional, attractive,* atau *must-be*)
b. Jika (*one-dimensional* + *attractive* + *must-be)* < (*indifferent* + *reverse* + *questionable)* maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum (*indifferent, reverse,* atau *questionable)*

Alur penelitian yang digunakan mengenai tingkat kepentingan pelanggan *food court* Galaxy Mall Surabaya secara garis besar dipaparkan dalam Gambar 2.

2.2 Penyusunan Kuesioner

Pertanyaan pada Model Kano dibedakan menjadi 2 jenis yaitu pertanyaan fungsional (setuju) dan pertanyaan disfungsional (tidak setuju). Penyusunan pertanyaan ini didasarkan pada observasi pelayanan dan fasilitas yang ada pada *food court* Galaxy Mall Pertanyaan yang didapatkan masing-masing berjumlah 20 pertanyaan untuk tiap jenisnya (20 pertanyaan fungsional dan 20 pertanyaan disfungsional), dengan total pertanyaan 40 pertanyaan (fungsional dan disfungsional.)

2.3 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan merode *online* kuesioner. Kuesioner *online* ini dibuat menggunakan *google form* dan disebarkan kepada 100 responden. Jumlah responden ditentukan dengan cara menghitung kecukupan responden terlebih dahulu. Kecukupan responden didapatkan dengan persamaan (1)

$$\boldsymbol{n = p\,x\,q\;\;x\,(\frac{Z\alpha/2}{d})^2} \qquad (1)$$

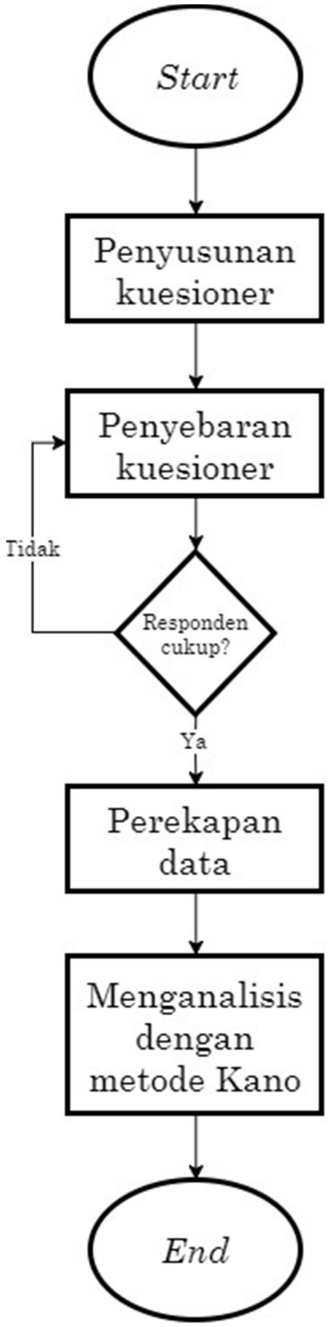
Persamaan ini digunakan karena populasi tidak diketahui dan pengambilan *sample* harus mengikuti persamaan ini [6].

Notasi n pada persamaan (1) menunjukkan jumlah responden minimal yang harus ada. Notasi p bernilai 0,5 karena tidak diketahui populasinya, dan q bernilai 1-p. Notasi d adalah kesalahan yang diijinkan dalam perhitungan ini, dimana kesalahan yang diijinkan adalah sebesar 10%. Notasi Zα/2 bernilai 1,96 dengan derajat ketelitian 0,05 (5%).

Penyebaran kuesioner yang dilakukan bersifat *random* guna mengurangi kemungkinan jawaban menjadi bias. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada seluruh kalangan masyarakat dari berbagai tingkat umur.

2.4 Perekapan Data

Merekap data perlu dilakukan setelah penyebaran kuesioner selesai dilakukan. Perekapan data ini perlu dilakukan untuk mempermudah langkah berikutnya. Perekapan data ini mencakup pembagian jawaban responden kedalam tabel Kano. Tabel Kano dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 2. *Flowchart* Metode Penelitian

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Kuesioner

Kuesioner dibagikan melalui media online yaitu menggunakan google form. Penyebaran kuesioner mulai dilakukan tanggal 20 Oktober 2017 hingga 24 November 2017 melalui media

LINE dan facebook. Target responden adalah semua orang yang pernah makan di food court Galaxy Mall Surabaya atau mengethaui food court Galaxy Mall Surabaya.

Pertanyaan kuesioner didasarkan pada observasi pelayanan dan fasilitas pada food court Galaxy Mall Surabaya. Pertanyaan dibagi menjadi 2 section, section pertama mengenai pertanyaan fungsional (setuju) dan section kedua mengenai pertanyaan disfungsional (tidak setuju). Pertanyaan fungsional dapat dilihat pada Tabel 1 dan pertanyaan disfungsional dapat dilihat pada Tabel 2.

TABEL I
DAFTAR PERTANYAAN FUNGSIONAL

Variabel	Pertanyaan Fungsional
P1	Ukuran *foodcourt* sudah memadai
P2	Tata letak meja, kursi dan *stand* makanan baik
P3	Suhu area *foodcourt* sejuk dan nyaman
P4	Tata pencahayaan *foodcourt* memadai (tidak terlalu gelap dan tidak terlalu terang)
P5	Meja, kursi dan area *foodcourt* selalu bersih
P6	Kasir yang disediakan memadai
P7	Jenis makanan banyak dan beragam
P8	Area *foodcourt* mudah dijangkau
P9	Jumlah meja, kursi dan *stand* makanan memadai
P10	*Cleaning service* selalu cepat dan tanggap
P11	Harga yang ditawarkan selalu terjangkau
P12	Kasir selalu teliti dan cepat dalam melayani
P13	Pelayanan makanan dan minuman selalu cepat dan tepat
P14	Antrian kasir selalu sedikit (cenderung tidak ada antrian)
P15	Selalu mudah dalam mencari tempat duduk
P16	Keadaan di area *foodcourt* selalu aman
P17	Petugas *foodcourt* selalu ramah dan sopan
P18	Pembayaran selalu mudah dilakukan (bisa *cash* atau *credit*)
P19	Selalu mudah dalam menyampaikan keluhan dan saran
P20	Selalu ada tanggapan dari keluhan dan saran yang disampaikan

TABEL II
DAFTAR PERTANYAAN DISFUNGSIONAL

Variabel	Pertanyaan Disfungsional
P1	Ukuran *foodcourt* tidak memadai
P2	Tata letak meja, kursi dan *stand* makanan terkadang berantakan
P3	Suhu area *foodcourt* kadang terlalu dingin atau panas
P4	Tata pencahayaan *foodcourt* kadang terlalu gelap atau terlalu terang
P5	Meja, kursi dan area *foodcourt* kadang masih kotor
P6	Kasir yang disediakan tidak memadai
P7	Jenis makanan sedikit dan membosankan
P8	Area *foodcourt* susah untuk dijangkau
P9	Jumlah meja, kursi dan *stand* makanan tidak memadai
P10	*Cleaning service* terkadang lama dan tidak tanggap
P11	Harga yang ditawarkan tidak terjangkau
P12	Kasir terkadang kurang teliti dan lama
P13	Pelayanan makanan dan minuman terkadang lama
P14	Antrian kasir terkadang banyak (ada antrian)
P15	Terkadang susah dalam mencari tempat duduk
P16	Keadaan di area *foodcourt* tidak selalu aman
P17	Petugas *foodcourt* terkadang tidak ramah dan tidak sopan
P18	Pembayaran terkadang susah dilakukan (tidak bisa *cash* atau *credit*)
P19	Terkadang sulit menyampaikan keluhan dan saran
P20	Tidak ada tanggapan dari keluhan dan saran yang disampaikan

Jumlah kuesioner yang terkumpul sebanyak 100 respon. Responden yang mengisi kuesioner terdiri atas 57 orang pria dan 43 orang wanita. Reponden terdiri dari berbagai latar belakang yang berbeda.

3.2 Hasil Rekapan Data

Rekapan data dilakukan kepada pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional. Perekapan data ini dilakukan dengan memperhatikan tabel Kano. Terdapat 25 hubungan yang dapat tercipta antara pertanyaan fungsional dan disfungsional. Hasil rekapan data dapat dilihat pada Tabel 3.

TABEL III
HASIL REKAP DATA

Variabel	Atribut					
	A	O	M	I	R	Q
P1	35	0	9	48	3	5
P2	28	0	8	55	3	6
P3	30	0	5	55	8	2
P4	33	0	7	54	3	3
P5	33	0	7	54	3	3
P6	24	0	10	57	7	2
P7	18	0	14	58	9	1
P8	29	0	9	52	5	5
P9	26	0	7	57	6	4
P10	18	0	10	61	6	5
P11	27	0	9	57	4	3
P12	12	0	15	64	6	3
P13	25	0	12	59	1	3
P14	17	0	6	70	5	2
P15	12	0	6	71	6	5
P16	17	0	12	56	10	5
P17	17	0	10	66	4	3
P18	17	0	7	57	6	4
P19	27	0	8	56	7	2
P20	11	0	9	68	10	2

Hasil rekap data ini berupa jumlah kriteria Kano yang ada. Kriteria Kano sendiri dapat dilihat pada Gambar 1. Cara untuk mengethaui pertanyaan fungsional 1 (P1) dan pertanyaan disfungsional 1 (P1) memiliki kriteria apa adalah dengan melihat matriks kriteria Kano. Hasil ini kemudian diggunakan untuk mencari *grade* dari Kano Model. Hasil *grade* yang didapatkan dapat dilihat pada Tabel 4.

Kolom pertama pada Tabel 4 (angka 1) merupakan hasil penjumlahan dari atribut A, O, dan M pada Tabel 3. Kolom kedua (angka 2) merupakan hasil penjumlahan dari atribut I, R, dan Q pada Tabel 3. Hasil pada kolom pertama dan kedua kemudian dibandingkan menggunakan Blauth's *formula*. Hasil yang didapatkan adalah semua atribut Kano memberikan *grade indifferent* (I). Hal ini dikarenakan nilai *one-dimensional + attractive + must-be)* < (*indifferent + reverse + questionable),* maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum (*indifferent, reverse,* atau *questionable).*

3.3 Analisis Kepentingan Dengan Metode Kano Model

Hasil pada Tabel. 4 akan digunakan untuk proses peningkatan layanan yang ada pada *food court* Galaxy Mall Surabaya. Peningkatan layanan yang dilakukan haruslah melihat *grade* layanan dan fasilitas yang masuk didalam kriteria *one-dimensional criteria.*

TABEL IV
GRADE KANO MODEL

Variabel	1	2	*Grade*
P1	44	56	I
P2	36	64	I
P3	35	65	I
P4	40	60	I
P5	40	60	I
P6	34	66	I
P7	32	68	I
P8	38	62	I
P9	33	67	I
P10	28	72	I
P11	36	64	I
P12	27	73	I
P13	37	63	I
P14	23	77	I
P15	18	82	I
P16	29	71	I
P17	27	73	I
P18	24	67	I
P19	35	65	I
P20	20	80	I

Tabel 4. Menunjukkan hasil *grade* yang terjadi antara harapan dan pandangan pelanggan. Semua atribut Kano Model menunjukkan hasil *indifferent*. Hal ini menandakan bahwa kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh sifat produk yang fungsional atau disfungsional. Sebagai contoh kepuasan pelanggan tidak akan terpengaruh apabila ukuran *food court* memadai ataupun tidak memadai. Hasil ini memang dapat tetap dilakukan perombakan ataupun peningkatan pada layanan dan fasilitas. Namun hal tersebut dirasa kurang perlu untuk dilakukan, karena apabila dilakukan peningkatan mutu hasil kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan sama saja atau tidak berubah sama sekali.

Hasil yang didapatkan memang dapat terjadi mengingat pengambilan *sample* dilakukan secara *random.* Hasil ini juga menandakan bahwa pihak Galaxy Mall Surabaya sudah mengaplikasikan layanan dan fsilitas yang baik bagi pelanggannya. Baik disini dapat diartikan bahwa sudah tidak ada lagi fasilitas dan layanan yang tidak penting namun diterapkan didalam manajemen *food court* Galaxy Mall. Namun tidak menutup kemungkinan untuk Galaxy Mall melakukan *improvement* pada layanan dan fasilitas yang ada di *food court* mereka.

IV. KESIMPULAN

Analisis dari hasil penelitian mengenai tingkat kepentingan layanan dan produk dapat dilakukan dengan menggunakan metode Kano Model.

Analisis mengenai tingkat kepentingan layanan dan fasilitas yang ada di food court Galaxy Mall Surabaya menunjukkan bahwa tidak ada layanan maupun fasilitas yang dapat ditingkatkan mutunya. Hasil grade pada Kano Model menunjukkan bahwa atribut Kano Model semuanya memiliki grade indifferent. Grade ini menandakan bahwa meskipun dilakukan peningkatan mutu pada salah satu atau semua atribut Kano Model tidak akan memberikan dampak peningkatan kepuasan pada pelanggan food court Galaxy Mall Surabaya.

Pihak Galaxy Mall sudah dengan baik mengatur dan melakukan manajemen pada food court yang dikelolanya. Namun hasil yang didapatkan tetap tidak menutup kemungkinan terhadap peningkatan layanan dan fasilitas yang ada didalam food court tersebut.

REFERENSI

[1] D. C. Montgomery, *Introduction to Statistical Quality Control*. USA: John Wiley & Sons, Inc., 2009.

[2] H. H. Hinterhuber, K. Matzler, F. Bailom, and E. Sauerwein, "The Kano model: How to delight your customers" in *International Working Seminar on Production Economics*, 1996, p. 313-327.

[3] P. Middleton and J. Sutton, *Lean Software Strategies*. New York: Productivity Press, 2005.

[4] Y. G. Ji and S. Choi, *Advances in Affective and Pleasurable Design*. USA: Advances in Human Factors and Ergonomics Conference, 2014.

[5] T. A. Pawitra, R. Meitha, and E. Irawati, "Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan memperhatikan aspek Kano model: Studi kasus di distributor PT. Unilever Surabaya" in *Proceeding* Seminar Nasional: Teknik Industri & Manajemen Produksi, 2001.

[6] G. K. Bhattacharya and R. A. Johnson, *Statistical Concepts and Methods*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., 1977.