

## ANALISIS KEBUTUHAN LAYANAN PENDIDIKAN TAMAN KANAK-KANAK TELKOM BUAH BATU MENGGUNAKAN INTEGRASI *EDUCATION QUALITY* DAN *REFINED KANO*

### *NEED ANALYSIS OF KINDERGARTEN TELKOM BUAH BATU USING INTERGRATION EDUCATION QUALITY AND REFINED KANO*

<sup>1</sup>Nikmah Novitasari, <sup>2</sup>Dr. Ir. Yati Rohayati, M.T <sup>3</sup>Boby Hera Sagita, S.E., M.M

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University

<sup>1</sup>nikmahvita14@gmail.com, <sup>2</sup>yatirohayati@telkomuniversity.ac.id, <sup>3</sup>bobyhs.telkomu@gmail.com

---

#### Abstrak

Jumlah TK di berbagai provinsi Indonesia khususnya di provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya, dengan perbandingan jumlah TK swasta yang jauh lebih tinggi dibandingkan jumlah TK negeri. Hal ini menunjukkan bahwa TK swasta memiliki pesaing yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan TK negeri, salah satunya TK Telkom Buah Batu yang menjadi objek dalam penelitian ini. Namun, jumlah pendaftar di TK Telkom Buah Batu masih rendah serta target jumlah siswa pertahun tidak tercapai. Adanya masalah dari layanan TK Telkom Buah Batu membuat pihak sekolah perlu mengidentifikasi kebutuhan layanan yang sesuai bagi calon pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan TK Telkom Buah Batu menggunakan integrasi *Education Quality* dan *Refined Kano* dengan mengidentifikasi 24 atribut kebutuhan layanan pendidikan TK Telkom Buah Batu.

Berdasarkan hasil integrasi *Education Quality* dan *Refined Kano* didapatkan 11 atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan. Rekomendasi dirumuskan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang melibatkan pihak TK Telkom Buah Batu. Rekomendasi tersebut berisi atribut kebutuhan layanan pendidikan TK Telkom Buah Batu yang perlu di prioritaskan sebagai *True Customer Needs*.

**Kata Kunci:** Analisis Kebutuhan, Taman Kanak-kanak, *Education Quality*, *Refined Kano*

---

#### Abstract

*The number of kindergartens in various provinces of Indonesia, especially in the province of West Java has increased each year, with the ratio of private kindergarten is much higher than the number of domestic kindergarten. This shows that private kindergartens have much more competitor compared with kindergarten, one of them is TK Telkom Buah Batu which become object in this research. However, the number of applicants in TK Telkom Buah Batu is still low and the target number of students per year is not achieved. The problem of TK Telkom Buah Batu service makes the school need to identify the appropriate service requirement for the prospect.*

*This study aims to improve the quality of education services TK Telkom Buah Batu using the integration of Quality and Refined Kano by identifying 24 attributes of education service needs TK Telkom Buah Batu.*

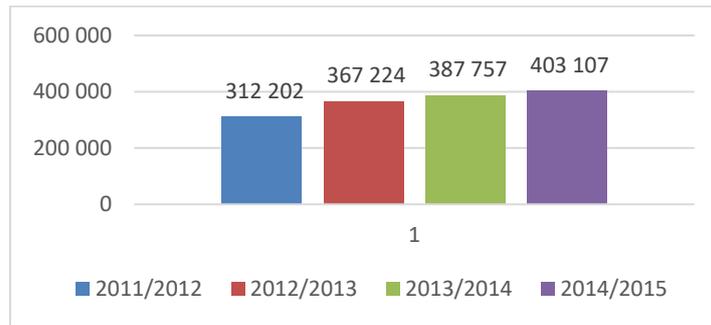
*Based on the result of integration of Education Quality and Refined Kano, there are 11 attribute needs that need to be prioritized. Recommendations formulated based on the results of data processing and analysis involving the TK Telkom Buah Batu. The recommendation contains the attribute of education service needs of Telkom Buah Batu kindergarten that needs to be prioritized as True Customer Needs.*

*Keywords: Needs Analysis, Kindergarten, Education Quality, Refined Kano*

---

#### 1. Pendahuluan

Dewasa ini kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan usia dini semakin meningkat dibuktikan dengan data jumlah murid TK khususnya di Provinsi Jawa Barat yang terus meningkat setiap tahunnya sampai tahun ajaran 2014/2015 (Badan Pusat Statistik, 2017), hal ini dikarenakan pendidikan dibutuhkan untuk mencapai cita-cita dan untuk menghadapi persaingan hidup di masa depan. Kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan anak sejak dini mendorong orang tua untuk mengikutsertakan anaknya yang masih balita dalam kelas pendidikan anak usia dini (PAUD). Peningkatan jumlah murid TK provinsi Jawa Barat dari tahun 2011 – 2015 dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Peningkatan Jumlah Murid TK Provinsi Jawa Barat (Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017)

Selain itu, dengan adanya program wajib PAUD yakni TK dan kelompok bermain dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) Republik Indonesia yang dimulai tahun 2016 menyebabkan penyelenggara Lembaga Pendidikan TK khususnya Provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

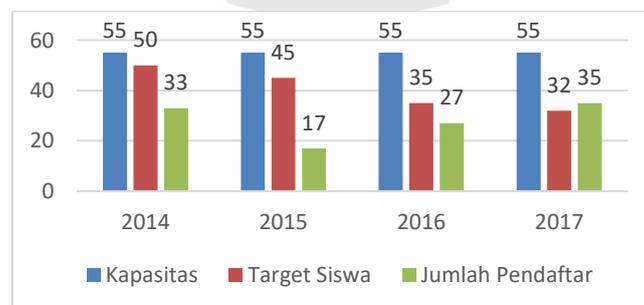
Tabel 1.1 Jumlah TK di Indonesia Tahun 2016/2017 (Sumber: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan, 2017)

Provinsi	Sekolah								
	2014/2015			2015/2016			2016/2017		
	Negeri	Swasta	Jumlah	Negeri	Swasta	Jumlah	Negeri	Swasta	Jumlah
DKI Jakarta	10	1 467	1 477	23	2 272	2 295	22	2 446	2 468
Jawa Barat	139	7 281	7 420	109	8 010	8 119	99	8 346	8 445
Banten	61	1 732	1 793	67	1 956	2 023	63	2 046	2 109
Jawa Tengah	145	13 419	13 564	150	13 940	14 090	149	13 864	14 013
DI Yogyakarta	41	2 080	2 121	42	2 094	2 136	39	2 099	2 138
Jawa Timur	196	16 528	16 724	165	17 998	18 163	148	18 006	18 154
Total	592	42 507	43 099	556	46 270	46 826	520	46 807	47 327

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah TK di berbagai provinsi Indonesia khususnya di provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya, dengan perbandingan jumlah TK swasta yang jauh lebih tinggi dibandingkan jumlah TK negeri. Hal ini menunjukkan bahwa TK swasta memiliki pesaing yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan TK negeri, salah satunya TK Telkom Buah Batu yang menjadi objek dalam penelitian ini.

TK Telkom Buah Batu merupakan TK premium yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom. Selama lebih dari 40 tahun TK Telkom Buah Batu memberikan layanan pendidikan anak usia dini yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan anak di usianya. TK Telkom Buah Batu berlokasi di Jalan BKR No.11, Cijagra, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat. Jumlah TK menurut kecamatan di Kota Bandung tahun 2014 adalah sebanyak 524. Data ini menunjukkan persaingan TK di kota Bandung sangat kompetitif. Kota Bandung memiliki 30 kecamatan, dengan objek penelitian berada di kecamatan Buah Batu dengan pesaing potensial sebanyak 17 TK di tingkat kecamatan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap pihak TK Telkom Buah Batu, diketahui bahwa jumlah pendaftar yang sedikit dan masih sangat jauh dengan target penerimaan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen dalam periode tahun 2014-2016 dan baru terpenuhi pada tahun 2017, tetapi dengan target siswa yang lebih sedikit dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Perbandingan kapasitas, target penerimaan dan jumlah pendaftar TK Telkom Buah Batu selama empat tahun terakhir dapat dilihat pada Gambar 1. 2.



Gambar 1.2 Perbandingan Kapasitas, Target Penerimaan dan Jumlah Pendaftar TK Telkom Buah Batu (Sumber: Data Internal TK Telkom Buah Batu, 2017)

Berdasarkan Gambar 1.2 diketahui bahwa jumlah pendaftar di TK Telkom Buah Batu masih rendah serta target jumlah siswa pertahun tidak tercapai. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas jasa yang belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Untuk mengetahui informasi awal mengenai kesesuaian layanan pendidikan anak usia dini di TK Telkom Buah Batu, telah dilakukan *survey* pendahuluan dengan *depth interview* dan penyebaran kuesioner sehingga menghasilkan beberapa kekurangan beserta tanggapan yang diberikan oleh pihak sekolah pada Tabel 1.2. Responden yang diambil merupakan orang tua siswa TK Telkom Buah Batu yang berjumlah 14 orang dari 48 populasi keseluruhan.

Tabel 1.2 Tanggapan Responden terhadap Kekurangan Layanan Pendidikan di TK Telkom Buah Batu

Kekurangan layanan pendidikan anak di TK Telkom Buah Batu	Presentase Terpenuhi	Tanggapan Pihak Sekolah
Buku komunikasi untuk orang tua kurang memberikan informasi mengenai perkembangan anak secara personal dan hanya secara general menceritakan kegiatan sekolah secara keseluruhan.	14%	Buku komunikasi memang hanya secara general menjelaskan kegiatan anak-anak setiap minggu. Mengenai informasi perkembangan anak secara personal akan disampaikan pada pertemuan rutin dengan orang tua setiap tiga bulan dan enam bulan.
Kebersihan lingkungan serta fasilitas sekolah kurang diperhatikan. (Baik itu di kelas, kamar mandi, dapur, maupun area bermain anak di dalam dan di luar ruangan, terutama toilet anak dan toilet umum)	7%	Kebersihan untuk lingkungan sekolah sudah cukup terjaga, karena anak-anak yang juga sadar menjaga kebersihan sekolah dengan membuang sampah pada tempatnya. Mengenai kebersihan toilet, karena memang tipe lantainya yang sulit untuk dibersihkan dan akan mulai diperbaiki pada tahun ajaran selanjutnya.
Program <i>outing</i> (kunjungan seperti ke perpustakaan, museum, dan taman) hanya sebatas rencana saja, belum terlaksana dengan baik.	29%	Akan menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya.

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui kekurangan terkait Layanan Pendidikan di TK Buah Batu. Hal ini merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan pelanggan TK Telkom Buah Batu sehingga menyebabkan rendahnya jumlah pendaftar serta tidak tercapainya target siswa Telkom Buah Batu setiap tahunnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan adanya analisa kebutuhan dengan memperhatikan seluruh kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi sebagai langkah awal dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas jasa TK Telkom Buah Batu.

## 2. Dasar Teori

### 2.1 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan (*need analysis*) adalah kegiatan mengidentifikasi dan mengevaluasi kebutuhan suatu populasi atau pelanggan tertentu. Analisis kebutuhan merupakan tahap pertama untuk mengetahui hal apa saja yang dibutuhkan untuk meningkatkan layanan. Kepuasan pelanggan berdampak dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara implisit dan eksplisit oleh totalitas produk dan jasa sehingga penting untuk mengidentifikasi atribut apa yang harus ditingkatkan, ditawarkan, atau inovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan [1].

### 2.2 Pengembangan VoC (Voice of Customer)

*Voice of Customer* merupakan istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan proses bagaimana menangkap preferensi, harapan pelanggan, serta penolakan secara mendalam. Metode yang digunakan dalam meningkatkan kualitas dengan memahami kebutuhan pelanggan adalah *Voice of Customer* [2].

### 2.3 Diagram Afinitas

Diagram afinitas merupakan alat yang digunakan untuk mengelompokkan data atau deskripsi yang memiliki kedekatan atau kesamaan (Llinares, 2011). Data dikelompokkan sesuai dengan jenisnya setelah data dari pelanggan dikumpulkan. Tujuan dari pengelompokkan tersebut untuk membantu proses identifikasi pola dalam data. Pengelompokkan tersebut akan diberikan peringkat agar nantinya dapat ditemukan permasalahan yang benar dan akurat.

## 2.4 Education Quality

*Education Quality* (EduQUAL) merupakan suatu metode yang merepresentasikan performansi dan kualitas industri jasa pendidikan. Metode ini merupakan hasil pengembangan para peneliti dari Metode *Education Quality* yang lebih fokus mengukur kualitas dan performansi industri jasa pendidikan [3]. Kualitas jasa layanan dapat menentukan kepuasan konsumen [4]. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen merupakan hasil dari kesesuaian harapan konsumen terhadap kualitas layanan jasa yang dirasakannya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dimensi yang akan dijadikan bahan pengukuran dalam penelitian harus relevan dengan objek penelitian. Pemilihan dimensi yang akan digunakan dapat dilihat dari kemiripan atau kesamaan makna setiap dimensi. Hasil dari kajian mengenai dimensi-dimensi dari penelitian sebelumnya, didapatkan 5 dimensi yang akan digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Dimensi Terpilih

Dimensi [5]	Pengertian
<i>Space and Furnishing</i>	Berkaitan dengan pengaturan ruang, ruang <i>indoor</i> maupun <i>outdoor</i> , <i>display</i> serta peralatan yang dapat digunakan murid untuk kegiatan belajar.
<i>Program Structure</i>	Program yang digunakan untuk menunjang proses belajar mengajar yang konsisten memberikan keseimbangan aktivitas yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan individu dan mendorong pertumbuhan fisik, kognitif, sosial, dan emosional murid.
<i>Interaction</i>	Kemampuan pengajar dalam menyeimbangkan tingkat pengawasan dan pengendalian dalam kegiatan akademik maupun motorik berdasarkan usia, kemampuan, serta kebutuhan individu setiap murid.
<i>Activities</i>	Kegiatan yang menunjang belajar mengajar seperti seni, <i>music/ movement</i> , <i>nature/ science</i> , berhitung, dll.

## 2.5 Metode Refined Kano

Metode Refined Kano merupakan pengembangan dari Metode Kano dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan atribut yang dirasakan oleh pelanggan untuk mengidentifikasi atribut kebutuhan. Metode Kano dinilai memiliki kelemahan yaitu tidak mempertimbangkan faktor kepentingan sehingga tidak dapat mengevaluasi pengaruh atribut kualitas secara tepat dan detail. Metode Refined Kano memiliki 8 kategori berdasarkan tingkat kepentingan dan kategori Kano. Berikut adalah kategori atribut kebutuhan produk/ jasa dalam Metode Refined Kano [6]:

1. Kategori *Highly Attractive*  
Kategori *highly attractive* adalah hasil integrasi atribut tingkat kepentingan tinggi dengan kategori Kano *attractive*. Kategori *highly attractive* merupakan atribut kualitas yang efektif untuk menarik target potensial ataupun peserta baru serta menjadi keunggulan kompetitif. Pengimplementasian atribut ini juga akan meningkatkan kepuasan namun tidak akan menyebabkan ketidakpuasan apabila tidak diimplementasikan.
2. Kategori *Less Attractive*  
Kategori *less attractive* adalah integrasi atribut tingkat kepentingan rendah dengan kategori Kano *attractive*. Kategori *less attractive* merupakan atribut kualitas yang memiliki sedikit daya tarik sehingga pengimplementasiannya dapat dipertimbangkan berdasarkan faktor biaya, dll. Pengimplementasian atribut ini juga akan meningkatkan kepuasan namun tidak akan menyebabkan ketidakpuasan apabila tidak diimplementasikan.
3. Kategori *High Value-added*  
Kategori *high value-added* adalah integrasi atribut tingkat kepentingan tinggi dengan kategori Kano *one dimensional*. Kategori *high value-added* memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengimplementasian atribut ini akan meningkatkan kepuasan dan akan menurunkan kepuasan apabila tidak diimplementasikan.

4. Kategori *Low Value-added*  
Kategori *low value-added* adalah hasil integrasi atribut tingkat kepentingan rendah dengan kategori Kano *one dimensional*. Kategori *low value-added* memberikan kontribusi yang terbatas terhadap kepuasan pelanggan sehingga pengimplementasiannya dapat dipertimbangkan berdasarkan faktor biaya, dll. Pengimplementasian atribut ini akan meningkatkan kepuasandan akan menurunkan kepuasan apabila tidak diimplementasikan.
5. Kategori *Critical*  
Kategori *critical* adalah integrasi atribut tingkat kepentingan tinggi dengan kategori Kano *must-be*. Atribut ini sangat penting dan merupakan kebutuhan dasar pelanggan. Pengimplementasian atribut ini tidak akan berpengaruh besar pada peningkatan kepuasan, namun dapat menurunkan kepuasan apabila tidak diimplementasikan.
6. Kategori *Necessary*  
Kategori *necessary* adalah hasil integrasi atribut tingkat kepentingan lemah dengan kategori Kano *must-be*. Tingkat pengimplementasian atribut ini dapat tidak dijadikan prioritas atau dikurangi untuk mempertimbangkan beberapa faktor seperti biaya dll, namun harus tetap diadakan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.
7. Kategori *Potential*  
Kategori *potential* adalah hasil integrasi atribut tingkat kepentingan kuat dengan kategori Kano *indifferent*. Tingkat pengimplementasian atribut ini dapat tidak dijadikan prioritas namun harus tetap diadakan karena berpotensi menjadi atribut *attractive*. Pengimplementasian atribut ini tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
8. Kategori *Care-free*  
Kategori *care-free* adalah hasil integrasi atribut tingkat kepentingan lemah dengan kategori Kano *indifferent*. Perusahaan dapat mengabaikan atribut ini apabila terdapat faktor pertimbangan biaya, dll. Pengimplementasian atribut ini tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

### 3. Pembahasan

#### 3.1 Analisis Pengolahan Data Kuesioner *Education Quality*

Pengolahan data kuesioner *Education Quality* dilakukan untuk mengidentifikasi atribut kuat dan atribut lemah pada atribut kebutuhan. Penentuan atribut kuat dan atribut lemah dilakukan pada hasil kuesioner uji melalui nilai rata-rata. Nilai atribut yang berada di bawah rata-rata dapat digolongkan sebagai atribut lemah, sedangkan nilai atribut yang berada di atas rata-rata dapat digolongkan sebagai atribut kuat [6]. Atribut kuat mendefinisikan pentingnya pengimplementasian atribut menurut calon pelanggan. Tindakan rekomendasi untuk atribut kuat dengan kategori kano *Attractive* menjadi *highly attractive* dalam *refined* kano adalah pengembangan atribut. Tindakan yang dilakukan pada atribut kuat ditentukan oleh kategori Kano. Tindakan rekomendasi untuk atribut kuat dengan kategori kano *One dimensional* menjadi *high value-added* dan *Must-Be* menjadi *critical* dalam *refined* kano adalah prioritas pengadaan atribut. Tindakan rekomendasi untuk atribut kuat dengan kategori kano *Indifferent* menjadi *potential* dalam *refined* kano adalah pengadaan atribut namun tidak sebagai prioritas. Terdapat 11 atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam atribut kuat dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Atribut Kuat berdasarkan Nilai

No	Kode Atribut	Atribut Kebutuhan	Nilai	Atribut Kuat/ Lemah
1	SAF-2	Lingkungan dan fasilitas sekolah bersih dan terawat dengan baik	3,883	Kuat
2	SAF-4	Tersedianya fasilitas UKS (Unit Kesehatan Sekolah)	3,750	Kuat
3	SAF-5	Tersedianya fasilitas bermain ( <i>indoor &amp; outdoor</i> ) yang aman digunakan anak-anak.	3,725	Kuat
4	ACT-1	Terdapat permainan untuk melatih motorik halus anak, seperti: merangkai <i>puzzle</i> , menyusun lego atau balok kayu, bermain lilin mainan, melipat kertas origami, bermain kelereng, bermain congklak, bermain pasir, dll	3,71	Kuat
5	INT-2	Pengajar memahami keinginan dan kebutuhan anak	3,358	Kuat

Tabel 3.1 Atribut Kuat berdasarkan Nilai (Lanjutan)

No	Kode Atribut	Atribut Kebutuhan	Nilai	Atribut Kuat/ Lemah
6	INT-4	Pengajar mendorong pengembangan <i>softskill</i> anak	3,717	Kuat
7	PST-3	Tersedianya kegiatan <i>outing</i> seperti kunjungan ke taman, museum, perpustakaan	3,608	Kuat
8	PST-4	Pembiasaan mengenal dan membaca Al-Quran sejak kecil	3,858	Kuat
9	PST-5	Pembiasaan adab-adab dalam Islam sejak kecil (seperti: adab di kamarmandi/ toilet, adab berpakaian, dan adab makan)	3,867	Kuat
10	PAS-4	Pihak sekolah yang <i>responsive</i> terhadap masukan maupun keluhan orang tua	3,642	Kuat
11	PAS-5	Buku komunikasi sebagai sarana memberikan informasi mengenai perkembangan anak secara personal kepada orang tua	3,758	Kuat

Atribut lemah diinterpretasikan sebagai atribut yang menunjukkan kurang pentingnya pengimplementasian atribut menurut calon pelanggan. Tindakan yang dilakukan pada atribut lemah ditentukan oleh kategori Kano. Tindakan rekomendasi untuk atribut kuat dengan kategori kano *Attractive* menjadi *low attractive* dalam *refined* kano adalah pengadaan atribut namun tidak sebagai prioritas. Tindakan rekomendasi untuk atribut kuat dengan kategori kano *One dimensional* menjadi *low-value added* dan *necessary* dalam *refined* kano adalah pengadaan atribut namun tidak sebagai prioritas, sedangkan untuk atribut dengan kategori *care-free* adalah pengabaian. Terdapat 13 atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam atribut kuat dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Atribut Lemah berdasarkan Nilai

No	Kode Atribut	Atribut Kebutuhan	Nilai	Atribut Kuat/ Lemah
1	SAF-1	Ruang kelas yang terang dan memiliki suhu yang nyaman untuk belajar dan bermain	3,333	Lemah
2	SAF-3	Tersedianya fasilitas pendukung untuk anak berkebutuhan khusus	3,517	Lemah
3	SAF-6	Terdapat gambar, poster, atau foto berwarna-warni yang ditampilkan/ dipasang di seluruh ruangan	3,383	Lemah
4	ACT-2	Terdapat permainan untuk melatih motorik kasar anak, seperti: bermain bola, memanjat, berenang, melempar sasaran, dll	3,450	Lemah
5	ACT-3	Ketersediaan kegiatan kesenian untuk menampilkan bakat anak	3,408	Lemah
6	ACT-4	Bermain pasir atau air disediakan secara teratur (setiap hari atau setidaknya sekali seminggu)	2,992	Lemah
7	INT-1	Pengajar memberikan pengawasan dan perlindungan terhadap anak	3,475	Lemah
8	INT-3	Pengajar menyampaikan materi pembelajaran kepada anak dengan baik	3,483	Lemah

### 3.2 Analisis Integrasi *Education Quality* dan *Refined Kano*

Setelah melakukan pengolahan data pada kuesioner *education quality* dan kuesioner Kano, maka selanjutnya dilakukan integrasi hasil pengolahan dari kedua kuesioner tersebut. Integrasi hasil kuesioner *education quality* dan Kano bertujuan untuk menentukan tindakan atau rekomendasi yang perlu dilakukan oleh TK Telkom Buah Batu pada setiap atribut untuk melakukan pengembangan layanan. Dikarenakan kuesioner ditujukan kepada calon pelanggan TK Telkom Buah Batu, dimana informasi yang didapat adalah tingkat kepentingan implementasi sebuah atribut serta tidak menghasilkan nilai kepuasan, maka rekomendasi untuk pengembangan layanan pada penelitian ini yaitu pengembangan atribut, prioritas pengembangan atribut, pengadaan atribut, dan pengabaian atribut.

Tindakan rekomendasi untuk atribut dengan kategori *refined kano highly attractive* adalah pengembangan atribut, sedangkan untuk atribut dengan kategori *low attractive* adalah pengadaan atribut namun tidak sebagai prioritas. Tindakan rekomendasi untuk atribut dengan kategori *high value-added* dan *critical* adalah prioritas pengadaan atribut, sedangkan untuk atribut dengan kategori *low-value added* dan *necessary* adalah pengadaan atribut namun tidak sebagai prioritas. Tindakan rekomendasi untuk atribut dengan kategori *potential* adalah pengadaan atribut namun tidak sebagai prioritas, sedangkan untuk atribut dengan kategori *care-free* adalah pengembangan atribut tapi tidak sebagai prioritas/ pengabaian jika faktor biaya menuntut. Hasil integrasi *education quality* dan Kano dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Integrasi *Education Quality* dan *Refined Kano*

No	Kode	Kategori KANO	Kepentingan	Kategori Atribut	Kategori Refined KANO
1	SAF-1	O	3,33	Lemah	<i>Low Value Added</i>
2	SAF-2	O	3,88	Kuat	<i>High-Value Added</i>
3	SAF-3	A	3,52	Lemah	<i>Less-Attractive</i>
4	SAF-4	O	3,75	Kuat	<i>High-Value Added</i>
5	SAF-5	M	3,73	Kuat	<i>Critical</i>
6	SAF-6	M	3,38	Lemah	<i>Necessary</i>
7	ACT-1	M	3,71	Kuat	<i>Critical</i>
8	ACT-2	A	3,45	Lemah	<i>Less-Attractive</i>
9	ACT-3	M	3,41	Lemah	<i>Necessary</i>
10	ACT-4	I	2,99	Lemah	<i>Care-free</i>
11	INT-1	O	3,48	Lemah	<i>Low Value Added</i>
12	INT-2	O	3,81	Kuat	<i>High-Value Added</i>
13	INT-3	O	3,48	Lemah	<i>Low Value Added</i>
14	INT-4	O	3,72	Kuat	<i>High-Value Added</i>
15	PST-1	M	3,38	Lemah	<i>Necessary</i>
16	PST-2	M	3,36	Lemah	<i>Necessary</i>
17	PST-3	M	3,61	Kuat	<i>Critical</i>

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa terdapat tujuh atribut berkategori *High-Value Added*, lima atribut berkategori *Low Value Added*, dua atribut berkategori *Less-Attractive*, empat atribut berkategori *Critical*, lima atribut atribut *Necessary*, satu atribut berkategori *Care-free*.

Atribut yang menjadi *true customer needs* diperoleh dari analisis integrasi *Education Quality* dan *Refined Kano*. Atribut yang menjadi *true customer needs* merupakan atribut kuat dengan kategori Kano *attractive*, *must-be*, dan *one-dimensional*. Berdasarkan hasil integrasi *Education Quality* dan *Refined Kano*, terdapat 11 atribut yang perlu diprioritaskan sebagai *true customer needs*. Berikut merupakan hasil *true customer needs* yang didapatkan:

1. Lingkungan dan fasilitas sekolah bersih dan terawat dengan baik (SAF-2)
2. Tersedianya fasilitas UKS (Unit Kesehatan Sekolah) (SAF-4)
3. Tersedianya fasilitas bermain (*indoor & outdoor*) yang aman digunakan anak-anak (SAF-5)
4. Terdapat permainan untuk melatih motorik halus anak, seperti: merangkai *puzzle*, menyusun lego atau balok kayu, bermain lilin mainan, melipat kertas origami, bermain kelereng, bermain congklak, bermain pasir, dll (ACT-1)

5. Pengajar memahami keinginan dan kebutuhan anak (INT-2)
6. Pengajar mendorong pengembangan *softskill* anak (INT-4)
7. Tersedianya kegiatan *outing* seperti kunjungan ke taman, museum, perpustakaan (PST-3)
8. Pembiasaan mengenal dan membaca Al-Quran sejak kecil (PST-4)
9. Pembiasaan adab-adab dalam Islam sejak kecil (seperti: adab di kamar mandi/ toilet, adab berpakaian, dan adab makan) (PST-5)
10. Pihak sekolah yang *responsive* terhadap masukan maupun keluhan orang tua (PAS-4)
11. Buku komunikasi sebagai sarana memberikan informasi mengenai perkembangan anak secara personal kepada orang tua (PAS-5)

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat 24 atribut kebutuhan layanan TK Telkom Buah Batu yang dikelompokkan ke dalam dimensi *education quality*, diantaranya *space and furnishing, activities, interaction, program structure, dan parent and staff*.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data *education quality* terdapat 11 atribut kuat yang mendefinisikan pentingnya pengimplementasian atribut tersebut pada layanan pendidikan TK Telkom Buah Batu menurut orang tua calon murid TK Telkom Buah Batu dan terdapat 13 atribut lemah yang mendefinisikan kurang pentingnya pengimplementasian atribut tersebut pada layanan pendidikan TK Telkom Buah Batu menurut orang tua calon murid TK Telkom Buah Batu.
3. Berdasarkan hasil integrasi pengolahan data kuesioner *education quality* dan *Refined Kano*, diperoleh dua atribut kebutuhan termasuk ke dalam kategori *Less Attractive*, tujuh atribut kebutuhan termasuk ke dalam kategori *High-Value Added*, lima atribut kebutuhan termasuk ke dalam kategori *Low-Value Added*, empat atribut kebutuhan termasuk ke dalam kategori *Critical*, lima atribut kebutuhan termasuk ke dalam kategori *Necessary*, dan satu atribut kebutuhan termasuk ke dalam kategori *Care-free*.
4. Berdasarkan hasil integrasi *education quality* dan *Refined Kano* terdapat 11 atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan, dan 13 atribut yang perlu dikembangkan.
5. Berdasarkan hasil integrasi *education quality* dan *Refined Kano* terdapat 11 atribut kebutuhan yang menjadi atribut kebutuhan yang menjadi *true customer needs*.

#### Daftar Pustaka

- [1] Tontini, G., & Picolo, J. D. (2014). Identifying The Impact of Incremental Innovations on Customer Satisfaction Using a Fusion Method Between Importance-Performance Analysis and Kano Model. *Emerald Insight* , 32-52.
- [2] Mazur, G. (1996). Voice of Customer Analysis: A Modern System of Front-End QFD Tools, with Case Studies. *AQC*. Retrieved from [http://www.mazur.net/works/voice\\_of\\_customer.pdf](http://www.mazur.net/works/voice_of_customer.pdf)
- [3] Khan, M. &. (2007). International Journal of Productivity and Quality Management. *A Neural Network Approach For Assessing Quality In Technical Education: An Empirical Study*.
- [4] Yamit, Z. (2001). Ekonisia Indonesia. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*.
- [5] Harms, T., Clifford, R. M., & Debby, C. (2005). *Early Childhood Environment Rating Scale – Revised Edition*. New York: Teachers College Press.
- [6] Yang, C.-C. (2005). Total Quality Management and Business Excellence. *The refined Kano's Model and Its Application*, 1127-1137.